



## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### **Producción de videos Estrategia de Comunicación para el Desarrollo (C4D) Campaña Pensalo 2 Veces, Guatemala**

#### **1. Contexto**

La OIM implementa el Programa Regional sobre Migración, financiado por el Departamento de Estado de Estados Unidos, Oficina de Población, Refugiados y Migración, con el objetivo de fortalecer las capacidades gubernamentales para gestionar la migración de manera sostenible y humana.

El Programa organiza sus actividades bajo cuatro pilares: Gobernanza de la Migración, Alianzas y Cooperación, Emergencias y Crisis Migratorias y Comunicación para el Desarrollo. El pilar de Comunicación para el Desarrollo tiene el objetivo de promover cambios de comportamiento positivos con respecto a las alternativas a la migración irregular.

La metodología de comunicación para el desarrollo (C4D) se propone como una forma innovadora de planificar, ejecutar y evaluar actividades de comunicación que tengan como objetivo este cambio de comportamiento positivo para contribuir al desarrollo social de las comunidades. Las diferentes formas de comunicación comunitaria y comunicación persona a persona se utilizan como parte clave de esta metodología de cara a ofrecer información confiable y validada a las personas migrantes o potencialmente migrantes para que puedan tomar decisiones informadas sobre sus vidas.

En los últimos meses de 2020 y principios de 2021, los flujos migratorios de niños y adolescentes migrantes no acompañados han aumentado en la frontera sur de los Estados Unidos, mientras que los flujos migratorios mixtos (incluidas las caravanas) desde Honduras, Guatemala y El Salvador continúan partiendo hacia el norte.

Los jóvenes de las comunidades fronterizas del norte de Centroamérica cada vez muestran más intención de migrar. Las encuestas de la OIM muestran que, en mayo de 2020, sólo el 19% de los jóvenes encuestados consideraba que la migración era una opción viable, mientras que, en febrero de 2021, esta cifra aumentó al 58%. Estas investigaciones también confirman que los principales factores migratorios para las personas de 14 a 25 años son la falta de oportunidades de empleo y desarrollo, la violencia y la inseguridad, así como la reunificación familiar.

Además de los factores estructurales y la crisis socioeconómica que ya estaba presente en estos países, es necesario tener en cuenta la crisis económica causada por el COVID-19 y su impacto en el aumento de las tasas de pobreza. Además, no se pueden dejar de lado los efectos de las tormentas tropicales Eta e Iota, particularmente en Guatemala y Honduras.

En este contexto, la OIM ha observado que las redes de trata de personas y tráfico ilícito de migrantes están aprovechando las circunstancias para aumentar sus esfuerzos de reclutamiento y hacer falsas promesas a las personas que tienen deseos de migrar. También están difundiendo rumores de que la nueva administración de los Estados Unidos es más permisiva con los flujos



migratorios. En este sentido, se identifican amplias lagunas de información en las comunidades de origen y tránsito de la región.

Por todo lo anterior, la OIM ampliará la estrategia de comunicación comunitaria en Guatemala, en los municipios de San Marcos y Sibinal, por medio de la difusión de la campaña ya existente “Pensalo 2 Veces”. La empresa productora apoyará a la OIM a reforzar sus productos comunicativos por medio de la producción de videos testimoniales guionizados que ofrezcan información real y confiable sobre las situaciones que viven las personas migrantes en las comunidades, así como que contribuyan a disminuir los rumores, engaños e informaciones falsas relacionadas con las oportunidades locales y la migración.

## 1. Objetivo

El objetivo de esta contratación es obtener guiones narrativos, técnicos y productos audiovisuales de alta calidad los cuales serán distribuidos en redes sociales y en medios de comunicación masivos.

## 2. Alcance del trabajo

### • Etapa 1

**Producto 1:** Elaboración de cuatro guiones narrativos. Tres de ellos tendrán una duración máxima de 1 minuto y medio, en formato testimonial, mientras que el quinto será un spot promocional de la campaña Pensalo 2 Veces con una duración de 30 segundos.

**Producto 2:** Validación de guiones con público meta por medio de grupos focales co-facilitados junto con la OIM.

**Producto 3:** Producción de cuatro videos.

- a. Montaje, edición de vídeo, edición de sonido de los cuatro videos.
- b. Entrega de vídeo en formato HD 1920x1080 optimizado.
- c. Entrega de video en formato cuadrado y rectangular, calidad para redes sociales y/o WhatsApp.
- d. Entrega de tres versiones: limpias, con subtítulos Mam y español.
- e. Entrega de versiones editables.
- f. Entrega de archivos de subtítulos.
- g. Entrega de pistas de música completas (si aplicara).
- h. Entrega del audio separado en .WAV.

**Producto 4:** Producción de spot radial promocional de la campaña Pensalo 2 Veces en base a la canción disponible en español y su versión en lenguaje Mam con artistas locales (ambos ya existentes).

**Producto 5:** Entrega de primer corte de los videos.

**Producto 6:** Entrega de los videos finales.



- **Etapa 2**

**Producto 7:** En base a guiones ya existentes, producción de dos videos en live action: uno en formato testimonial, de 2 minutos de duración máxima, y otro a modo de experimento social semi-guionizado, de 2 minutos de duración máxima.

- Montaje, edición de vídeo, edición de sonido de los cuatro videos.
- Entrega de vídeo en formato HD 1920x1080 optimizado.
- Entrega de video en formato cuadrado y rectangular, calidad para redes sociales y/o WhatsApp.
- Entrega de tres versiones: limpias, con subtítulos Mam y español.
- Entrega de versiones editables.
- Entrega de archivos de subtítulos.
- Entrega de pistas de música completas (si aplicara).
- Entrega del audio separado en .WAV.

**Producto 8:** Entrega de primer corte de los videos.

**Producto 9:** Entrega de los videos finales.

### 3. Especificaciones:

Los resultados esperados de la asignación se basan en los siguientes criterios:

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>Audiencia</b>     | Personas jóvenes de entre 14 y 25 años de San Marcos/San Pedro Sacatepéquez y sus familiares que, al buscar oportunidades de desarrollo y/o de migración, se exponen a los riesgos de creer informaciones u ofertas engañosas.<br><br>Los guiones de la etapa 1 podrán adaptarse a audiencias de edad más adulta (familias), mientras que los dos vídeos de la etapa 2 (para los que no hará falta elaborar guiones) son dirigidos específicamente a personas jóvenes. |
| <b>Locación</b>      | San Marcos/ San Pedro Sacatepéquez y Sibinal   |
| <b>Idioma</b>        | Español o Mam, subtitulados  |
| <b>Calidad</b>       | Adecuado para plataformas digitales y transmisión de televisión.   |
| <b>Mensaje clave</b> | ¡Pensalo 2 Veces!  |



|  |  |
|--|--|
| <b>Llamado a la acción (tentativo)</b> | Informate de manera segura en: <a href="http://somoscolmena.info">somoscolmena.info</a>  |
| <b>Tono</b>                            | Tono juvenil, pero en el que no se deja de lado la seriedad de los temas tratados.<br><br>Los productos deben funcionar y adaptarse al contexto comunitario de San Marcos y Sibinal y resultar interesantes no solo para las personas jóvenes, sino también de forma extensiva para sus familias.  |
| <b>Evitar</b>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imágenes impactantes (es decir, armas, cadenas, drogas)</li> <li>• Violencia gráfica</li> <li>• Estereotipos basados en el género.</li> <li>• Referencias a países específicos, marcas, empresas.</li> <li>• Mucho texto GFX en inglés.</li> <li>• Referencias a riesgos extremos de la ruta migratoria, como por ejemplo la muerte.</li> <li>• Mensajes de miedo.</li> </ul> |
| <b>Talento</b>                         | Personas de San Marcos con voluntad y talento y/o actores y actrices que cumplan el perfil.  |
| <b>Distribución del video</b>          | Redes sociales y televisión  |
| <b>Entrega primer corte</b>            | 6 de agosto  |
| <b>Entrega final</b>                   | 13 de agosto   |

#### 4. Período de Ejecución

Se espera que la empresa productora comience la asignación inmediatamente después de la firma del Acuerdo de servicio, además los productos serán validados por el equipo nacional y regional y presentados a público meta y actores clave que han participado en todo el proceso antes de confirmar su cierre final.

Las fechas estimadas son:

| Fecha       | Actividad   |
|-------------|---|
| 5 de julio  | Entrega de guiones narrativos (4) <b>(Producto 1)</b>   |
| 12 de julio | Validación de guiones con público meta <b>(Producto 2)</b>  |
| 6 de agosto | Entrega de primer corte de 6 videos y spot radial (priorizando los videos de la etapa 2) <b>(Productos 3, 4, 5 y 7)</b> |



|              |   |
|--------------|---|
| 13 de agosto | Entrega final de seis videos y spot radial. <b>(Producto 6 y 8 y 9)</b> |
|--------------|---|

## 5. Requisitos de los socios de producción

- Solamente empresas o personas jurídicas podrán aplicar a este proceso.
- Experiencia en la producción de audiovisuales de alta calidad.
- Capacidad de producción en los tiempos estimados.
- Capacidad para gestionar todos los aspectos de la producción hasta el resultado final, incluida la visita para conocer locaciones y la reserva de talento y la obtención de los permisos de filmación necesarios.
- Garantizar la integración completa de las metodologías C4D en el proceso de desarrollo de contenido. Esto supone que los videos se mostrarán a actores clave de la campaña antes de poder proceder con el cierre final.

## 6. Condiciones de producción OIM

IOM colaborará plenamente con la productora para garantizar que se sigan los enfoques sólidos de comunicación para el desarrollo (C4D) durante todo el proceso de producción.

Según las estipulaciones del Sistema de Naciones Unidas, si bien OIM respeta la propiedad intelectual de los creadores de materiales audiovisuales, todos los materiales de este proceso son propiedad de la OIM. No podrán ser utilizados para ninguna otra actividad comercial por parte de la agencia productora y no pueden ser parte de sus portafolios de empresa. La OIM también solicita al final de la producción, la entrega de una copia de todos los materiales producidos durante la producción, así como de los editables.

### IMPORTANTE:

Se espera que la empresa productora tenga capacidad de gestionar la presencia en las comunidades indicadas para garantizar la correcta adaptación de cada video al contexto local, incluyendo la parte conceptual y técnica.

### OFERTAS:

Fecha límite para recibir propuestas: Enviar propuesta técnica y financiera **antes del 18 de junio de 2021 a las 17:00 horas** al correo: [bvirula@iom.int](mailto:bvirula@iom.int)

Para consultas sobre el proyecto contactar a [narivera@iom.int](mailto:narivera@iom.int)

Se solicita que las propuestas incluyan: experiencia y portafolio de trabajos realizados y/o ejemplos, y el monto detallado de cada uno de los productos, por separado.