

## **TEXTO EXPLICACIÓN DE LA OFERTA PARA LA ASISTENCIA TÉCNICA**

### Introducción- Concepto de comunicación- Por qué una exposición sobre comunicación

CIC Batá se propone presentar a la ciudadanía la comunicación como elemento de cohesión y fortalecimiento social, un derecho de los ciudadanos íntimamente unido a la participación, al apoderamiento a la posibilidad de hacer contra-poder y a la diversidad cultural.

A través de una exposición, se pretende incorporar en la agenda pública y sobre todo hacer visible la trascendencia que tiene para nuestras libertades que nos sintamos sujetos activos del derecho a la comunicación. Esto significa que practiquemos este derecho a poder expresar y a escuchar, a pesar del contexto nada halagüeño para ejercer tal derecho.

La comunicación juega un papel en el cambio hacia una sociedad más participativa, justa, solidaria, equitativa. Al asumirse como catalizador de las transformaciones, la comunicación adquiere, por tanto, una dimensión política.

La construcción de nuevas relaciones humanas, más horizontales, más centradas en el diálogo, en la vivencia compartida, en el respeto a la diversidad y en la búsqueda común de soluciones y alternativas que nos comprometa como individuos, nos devuelva el sentimiento de pertenencia social.

La comunicación –como sinónimo de “hacer juntos”- es transformadora porque su principal materia prima son las personas, aquello que aportan en conocimiento, en saber, en experiencia, en vivencia.

La visión humanista de la comunicación pone al ser humano y sus necesidades reales como centro de las acciones, teniendo en cuenta que las herramientas que “nos ponen en contacto para construir una sociedad *convivencial*” deben ser accesorias, supletorias, complementarias de la misma relación humana. En consecuencia, y una vez que emergen las necesidades de comunicación,

**EXPOSICIÓN SOBRE LA COMUNICACIÓN**  
**Documentación - dossier - ficha**

surgirán los “medios más eficaces” para ponernos en contacto. La herramienta, pues, se transforma en un instrumento convivencial, con todas las características que debe tener un objeto-institución-organización que promueve la convivencialidad.

La comunicación, desde la perspectiva del derecho a la comunicación, un derecho legitimado en diversos tratados internacionales, así como en la Constitución Española, en concreto en su artículo 20, que se ve mermado o reducido por diversos factores y actores que intervienen en el proceso de la comunicación. Partimos de lo básico: reclamar la existencia de un derecho para inmediatamente ejercerlo y promover entre la ciudadanía el ejercicio pleno al derecho.

El derecho a la comunicación se relaciona directamente con ideas como diversidad cultural, diálogo entre culturas, democracia participativa, libertad de expresión y pluralidad en los medios de comunicación.

En el actual mundo globalizado el diálogo intercultural se presenta como herramienta imprescindible para hacer frente a la incomprensión entre culturas, configurándose como uno de los medios más eficaces para la prevención y solución de conflictos.

Para contribuir a la construcción de la cultura ciudadana, la cultura para el diálogo entre los pueblos, la que reconoce todas las expresiones culturales, su valor y su derecho a poder decir es necesario elevar, poner en valor el derecho a la comunicación. El derecho a la comunicación exige que se creen, en la práctica, las condiciones necesarias para un ciclo positivo de comunicación. Este ciclo involucra un proceso no sólo de búsqueda, recepción y transmisión, sino también de escuchar y de ser escuchado, de comprensión, aprendizaje, creación y respuesta. El derecho a la comunicación incluye un derecho a participar en la cultura, a disfrutar los beneficios de la ciencia, la educación, la participación en la gobernanza, la privacidad, la reunión pacífica, la protección de la reputación propia... También requiere medidas que aseguren la diversidad de la propiedad y contenidos de los medios de comunicación y un derecho a que todos tengamos acceso a los medios.

**EXPOSICIÓN SOBRE LA COMUNICACIÓN**  
**Documentación - dossier - ficha**

El derecho a la comunicación parte no sólo de la premisa de “sostener las opiniones” y “buscar, recibir y transmitir información”, sino también de la de comunicar, la interacción entre personas. Los mismos implican y buscan poner en funcionamiento un ciclo que incluye no sólo buscar, recibir y transmitir, sino también escuchar y ser escuchado, comprender, aprender, crear y responder. La comunicación refleja nuestra cultura y es un claro exponente de la democracia.

El Informe McBride lo evidencia: actualmente existe un panorama gris para ejercer el derecho a la comunicación debido a la estructura mundial de las comunicaciones, dominada por los países del Norte y encabezada por un puñado de empresas y conglomerados financieros que niegan el horizonte de “un solo mundo, voces múltiples”. Esta situación, vigente en la actualidad, crea un modelo basado en el pensamiento único, donde los países empobrecidos, las lenguas diversas y las expresiones culturales están, como siempre, en la sombra del espacio público. Por tanto, esta realidad sesga de modo significativo el contenido hacia la generación de ganancias y reduce la diversidad de fuentes y contenidos. Otro efecto se sustenta en la idea de que los medios de comunicación masiva desempeñan un papel cada vez mayor en la formación de identidades y en los procesos culturales, pero éstos están desplazándose hacia un incontenible hábito individualista y consumista.

Por comunicación debe entenderse el proceso de comunicación incluyente que busca la participación de todos los agentes sociales en el debate, reflexión y acción para construir colectivamente un modelo de desarrollo sostenible y que genere en las personas una visión más pro-activa de la realidad.

Catalización y ampliación de cauces y espacios de interlocución entre los sujetos sociales. En definitiva, la comunicación para el desarrollo supone estrategias de interlocución participativa, que está centrado en el fortalecimiento de comportamientos sociales respecto a la diversidad. Es el empoderamiento a través de la interlocución de agentes sociales.

## **DATOS TÉCNICOS DE LA CONVOCATORIA**

### La exposición se enmarca en un proyecto...

CIC Batá está desarrollando un proyecto a la AECID con el título “Comunicación, inclusión y desarrollo sostenible”. La comunicación es uno de los derechos humanos clave que se debe garantizar y defender si se busca un desarrollo inclusivo y sostenible. El proyecto pretende poner en la agenda de debate público el modelo de comunicación vigente en el Norte y en el Sur, sus premisas, limitaciones, estructura, su impacto sobre el desarrollo y generar la reflexión sobre buenas prácticas que se dan a partir de la sociedad civil en esta materia, profundizando sobre cuatro aspectos:

- incidencia política del modelo de comunicación: interlocución, debate, participación e inclusión.
- comunicación y desarrollo: ¿qué comunicación para qué desarrollo?
- redes sociales y empoderamiento ciudadano: el potencial de las tecnologías de la información y la comunicación en el diseño de la sostenibilidad y la inclusión.
- medios de comunicación y diversidad: hacia la sostenibilidad con enfoque cultural.

El proyecto propone establecer contacto directo entre los agentes sociales implicados en el diseño de las políticas de desarrollo, de inclusión social y de comunicación social, creando espacios de encuentro innovadores, fomentando la sinergia y la complementariedad, **diseñando recursos de sensibilización atractivos y acciones de calle que permitan a la población en general no solo visualizar el papel central de la comunicación en el desarrollo, sino vivenciar situaciones de exclusión-inclusión que provocan uno u otro modelo.**

## **EXPOSICIÓN SOBRE LA COMUNICACIÓN**

### **Documentación - dossier - ficha**

El proyecto parte de la premisa de que la inclusión en cualquier modelo de desarrollo depende del grado de participación e implicación de los agentes sociales en la definición de las prioridades, en el diseño de las estrategias y en la implementación de las acciones que permitan superar desigualdades, corregir desviaciones y encauzar propuestas. En una palabra, **el éxito de un modelo de desarrollo depende del modelo de comunicación en el que está basado**. Mientras más abiertos lo espacios de comunicación entre los agentes sociales, mayor participación, más inclusión. Mientras más inclusivo, más sostenible será el modelo. Así pues, la comunicación no es un elemento accesorio del desarrollo inclusivo y sostenible, sino su eje vertebrador.

#### Principales resultados que se pretenden alcanzar con el Proyecto

- R1.** Articulada una red internacional de organizaciones y colectivos del Sur y del Norte para la documentación de buenas prácticas y la cooperación sobre el derecho a la comunicación como eje articulador del desarrollo sostenible y la inclusión social.
- R2.** Realizar un encuentro internacional con experiencias representativas de comunicación, como elemento de inclusión, sostenibilidad y participación, del Sur y del Norte, interesadas en participar en el proyecto en red.
- R3.** **Elaborar una exposición a través de la cual se pueda vivenciar y conocer el valor del ejercicio de la comunicación como un derecho humano y factor de desarrollo inclusivo y sostenible.**

**EXPOSICIÓN SOBRE LA COMUNICACIÓN**  
**Documentación - dossier - ficha**

**Datos generales de la oferta para la asistencia técnica**

Esta oferta pretende recibir propuestas que integren el diseño de una exposición y su producción posterior, así como la realización de dos presentaciones, una de ellas en Córdoba y la otra en Madrid, en fechas y espacios que aun están por determinar. La entidad que reciba el encargo de la exposición se hará responsable de las dos presentaciones, en Córdoba y en Madrid.

**Fecha de presentación de las ofertas:**

A- Las entidades que presenten su oferta de asistencia técnica tendrán que enviar por carta a la sede de CIC BATÁ (CIC BATÁ C/ Escritor Narbona s/n. 14011 – Córdoba) o por correo electrónico a [enagore@cicbata.org](mailto:enagore@cicbata.org) una ficha de participación lo antes posible en la que harán constar los siguientes datos y en la que expresarán su intención de participar:

- 1. Nombre de la persona física o jurídica:**
- 2. Nombre del Representante Legal:**
- 3. Dirección Postal Completa (Domicilio, CP, Localidad, etc).**
- 4. Teléfono de contacto:**
- 5. Correo Electrónico de contacto:**
- 6. Página web:**
- 7. Firma del Representante Legal.**

B- Las personas físicas o jurídicas que deseen presentarse a la oferta elaborarán un esbozo de idea del proyecto antes del 3 de mayo de 2010, respondiendo a los requisitos solicitados en el ANEXO 1 y exponiendo en un máximo de dos páginas (formato A4) su idea, pudiendo anexar imágenes para ilustrar su idea. Se valorará la capacidad de comunicar con claridad la idea que se va a proponer.

**EXPOSICIÓN SOBRE LA COMUNICACIÓN**  
**Documentación - dossier - ficha**

C- Habrá una preselección de los proyectos que mejor se adapten a las características y esencia de la convocatoria. Los proyectos preseleccionados pasarán a la siguiente fase final en la que se tendrá que diseñar y presentar completamente el proyecto. Las entidades adjudicatarias tendrán un mes a partir de ser informadas de su selección para elaborar el proyecto completo. Para elaborar el proyecto completo deberán seguir el guión del ANEXO 2.

**ASPECTOS PARA ELABORAR EL PROYECTO**

**Cualidades que buscamos en la propuesta:**

Que sea interactiva.

Que tenga un formato multidisciplinar, desde el punto de vista técnico-artístico.

Que se pueda transportar sin dificultad.

Que ofrezca recursos didácticos para que el público general interiorice la comunicación como un derecho.

Que divulgue experiencias y buenas prácticas de comunicación.

Que nos haga reflexionar.

Que nos provoque actuar.

Que cause emociones y sentimientos.

Que se dirija a la ciudadanía en general (público no especializado).

Que resulte atractiva y que llame la atención de los ciudadanos.

Que sea accesible a todos los ciudadanos.

**Ubicación y características:**

Que se pueda utilizar en espacios de diferentes dimensiones, e incluso que se pueda instalar en un espacio abierto o en un espacio cerrado, que integre algún medio que conduzca al público hasta la exposición, sirviendo de reclamo o llamada de atención.

Que sea fácil de instalar y que sea respetuosa con el medio ambiente.

Que no plantee problemas de seguridad, ni un coste elevado en su mantenimiento.



## **EXPOSICIÓN SOBRE LA COMUNICACIÓN**

### **Documentación - dossier - ficha**

#### **Además:**

La exposición debe introducir algún elemento que nos ayude a tener una evaluación cuantitativa y cualitativa del visitante.

#### **Presupuesto:**

El presupuesto total máximo será de 20.000 euros (impuestos incluidos).

#### **Contrato:**

Una vez seleccionado el proyecto se firmará un contrato entre las partes.

#### **Reuniones de seguimiento:**

La persona o personas encargadas de diseñar y producir la exposición deberán tener reuniones periódicas de seguimiento con el equipo de Educación, Comunicación y Cultura para el desarrollo de CIC BATÁ.

## **ANEXO 1.- FICHA PARA LA PRESELECCIÓN DE LA OFERTA**

NOMBRE:

APELLIDOS:

TELÉFONO DE CONTACTO:

LUGAR DE RESIDENCIA:

E-MAIL:

DNI:

PROFESIÓN:

LA PROPUESTA LA PRESENTA:

-PERSONA FÍSICA\_:

-PERSONA JURÍDICA\_:

-TIPO DE PERSONALIDAD JURÍDICA\_:

TÍTULO DE LA PROPUESTA:

¿POR QUÉ TE HA INTERESADO PRESENTAR UNA PROPUESTA EN ESTE PROYECTO? (máximo 5 líneas).

¿NECESITAS MÁS DOCUMENTACIÓN?

¿HAS PARTICIPADO EN ALGÚN PROYECTO SIMILAR? SI ES SÍ, ADJUNTA INFORMACIÓN SOBRE TU EXPERIENCIA (páginas web, artículos de referencia...).

EXPOSICIÓN DE LA IDEA (MÁXIMO DOS PÁGINAS FORMATO A4).

PODRÁN ANEXAR DIBUJOS, IMÁGENES POR ORDENADOR O INFOGRAFÍAS.

## ANEXO 2.- ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA LA PRESENTACIÓN COMPLETA DE LA OFERTA DE ASISTENCIA TÉCNICA

### DISEÑO DE LA EXPOSICIÓN:

#### Propuesta de contenidos:

- Planteamiento general y resumen de la propuesta (10 líneas)
- Logo o imagen de la exposición.
- Justificación de la Propuesta (20 líneas)
- Características principales de la propuesta (máximo una página por una cara formato A4)
- Elementos originales o innovadores de tu proyecto (20 líneas)
- En qué aspectos la propuesta coincide con los requerimientos de la convocatoria (20 líneas)
- Cómo se ha diseñado la interactividad en la exposición (20 líneas)
- Itinerario tipo de la exposición (máximo una página por una cara formato A4)
- ANEXO DE IMÁGENES O MAQUETAS.

#### Características técnicas de la exposición (máximo de 4 páginas formato A4):

- Superficie necesaria para su instalación.
- Materiales y equipamiento. Especificando tipología y calidades.
- Cómo se prevé la accesibilidad para todas las personas a la exposición.
- Diseño del embalaje y del transporte de la exposición.
- Cálculo del coste de transporte de la exposición.
- Manual de montaje de la exposición.
- Cálculo de costes de montaje y mantenimiento.
- Cómo la propuesta es respetuosa con el medio ambiente.

### OFERTA ECONÓMICA CON DESGLOSE PRESUPUESTARIO POR PARTIDAS: