

Convocatoria para el diseño de una campaña de sana convivencia en La Parada

1. Información de contexto

La Agencia de la ONU para los Refugiados - ACNUR - es la organización que coordina la acción internacional para la protección de los refugiados y la reducción de la apatridia; y apoya la protección de los desplazados internos, favoreciendo con su acción y presencia los derechos y bienestar de las personas.

En este marco, ACNUR ha apoyado la construcción y operación del Centro de Atención Primaria en Salud Margarita, y la infraestructura y atención psicosocial en la Casa de Paso Divina Providencia (comedor comunitario) en La Parada, Villa del Rosario.

El Centro Margarita fue inaugurado el 7 de octubre de 2018 como una respuesta al alto flujo de personas provenientes de Venezuela y a la necesidad de fortalecimiento de servicios médicos tanto para ellos como para la comunidad de acogida de la zona que no tuviera acceso al sistema de salud. A partir del trabajo conjunto entre el ACNUR, ONGs y otras organizaciones e instituciones del Estado, cada mes se brinda atención médica a un promedio de 4.000 personas, colombianas y venezolanas. Esta atención incluye la entrega de medicamentos y la prestación de servicios relacionados con atención en medicina general, primeros auxilios, odontología, nutrición, psicología, vacunación y salud sexual y reproductiva. A partir de la prestación de estos servicios el Centro Margarita se ha convertido en un referente en el sector de La Parada.

Por su parte, con el apoyo de organizaciones como ACNUR y otras instituciones, la Diócesis de Cúcuta opera el comedor Divina Providencia, sirviendo un promedio aproximado de 8.000 raciones de comida al día a la población que se acerca al lugar, entre desayunos y almuerzos. La mayoría de la población que recibe atención en el Centro y gran parte de los beneficiarios del comedor son personas que realizan movimientos pendulares (ingresan a Colombia y retornan a Venezuela), es decir, no habitan en la localidad ni permanecen en ella más allá del tiempo que les toma acceder a los servicios.

El flujo continuo de un importante número de personas que buscan los servicios del Centro y del comedor ha generado tensiones en materia de convivencia entre la población local y la que llega con necesidad de atención. Se identificaron, entre otros inconvenientes: la alta tasa de residuos arrojados a la calle, generación de mucho ruido en horarios de descanso o la práctica de actividades que pueden generar incomodidad.

2. Objetivo de la campaña:

Se abre un concurso para diseñar e implementar una campaña de sana convivencia con el objetivo de influir de manera positiva en los comportamientos de las personas para facilitar la convivencia pacífica entre la población proveniente de Venezuela y la comunidad de acogida, contribuyendo a resignificar el área de intervención para ambas poblaciones y transmitir los siguientes mensajes claves:

- Conservar el espacio público limpio, agradable y en buen estado.
- Respetar a los demás y en particular a las personas que viven en las zonas intervenidas.

- La integración trae beneficios para la convivencia en el sector. La discriminación, por su parte, genera barreras.

3. Quiénes pueden participar:

- Organizaciones sociales.
- Alumnos de universidades cuyos perfiles profesionales estén orientados a la comunicación o el diseño.
- Casas de la cultura.
- Colectivos sociales o culturales.
- Otras personas en el departamento de Norte de Santander.

4. Requisitos:

- Elaboración de una identidad visual a partir de los mensajes clave de la campaña que serán dirigidos de manera efectiva al público objetivo.
- Incorporación de un lenguaje comprensible, inclusivo y no impositivo, evitando reforzar estereotipos de género y nacionalidad, y respetando la diversidad humana (enfoque de Edad, Género y Diversidad).
- Tener en cuenta el contexto local en el que muchas personas se han sentido directamente afectadas por el flujo y gran parte de la población que llega se encuentra en situación de vulnerabilidad. Evitar apelar a la solidaridad y a otros valores o recomendaciones de manera desligada a esta situación del contexto.
- Contemplar un uso responsable del material (pintura, papel, entre otros) que sea parte de los productos de la campaña, con el fin de desarrollar una iniciativa amigable con el medio ambiente.

5. Colocación del material de la campaña:

-

El área inicial de intervención corresponde a la zona circundante al Centro Margarita (dos cuerdas a la redonda) y al comedor Divina Providencia. Se pueden utilizar unas fachadas de las casas y el mural del Centro Margarita. Adicionalmente se podrá proponer el uso de otros medios, siempre y cuando sean adaptados al entorno que se quiere intervenir. A futuro la campaña podrá eventualmente implementarse en otras áreas de Villa del Rosario y/o Cúcuta, según el éxito de esta y las necesidades identificadas.

6. Productos esperados:

- Arte visual de la campaña y eslogan(es) adaptables a varios formatos, incluyendo pero no limitándose a carteles, letreros y murales.
- Propuesta de metodología de trabajo e intervención del espacio público.

7. Tiempo de ejecución:

La campaña debe prolongarse como máximo un mes en su implementación.

8. Incentivo:

El/La/los ganador/a/es contarán con los materiales necesarios para ejecutar la campaña y además recibirán unos incentivos no económicos como capacitaciones y una acreditación de parte de ACNUR.

Plazos para la postulación y correo al que debe remitirse:

Esta convocatoria estará abierta entre el 12 y el 26 de marzo del presente año. Las postulaciones deben ser enviadas al correo hernandf@unhcr.org con el asunto: Propuesta campaña en La Parada.