

Fundatia Soros-Moldova, Programul Mass-Media

Concurs Public pentru selectarea unei companii în vederea realizării studiului „Pluralismul intern mass-media în Republica Moldova: oportunitate și realitate”

Termeni de referință

Cadru general

Programul Mass-media al Fundației Soros-Moldova are misiunea să contribuie la dezvoltarea în Republica Moldova a unei societăți deschise, participatorii, pluraliste, bazat pe valorile democratice prin organizarea, sprijinirea și finanțarea activităților menite să încurajeze dezvoltarea presei independente, accesul la informație, perfecționarea învățământului specializat, monitorizarea activității instituțiilor audiovizualului, îmbunătățirea cadrului juridic de reglementare a activității presei și pe alte aspecte importante pentru crearea unui mediu favorabil de informare adecvată a cetățenilor țării.

1. Aspecte generale ale problemei

Asigurarea pluralismului în domeniul mass-media trebuie privită prin prisma articolului 10 al Convenției Europene a Drepturilor Omului, care garantează libertatea de exprimare și de informare. Problema pluralismului în mass-media audiovizuală este prioritizată în toate țările din Europa ca o condiție a democrației și libertății de exprimare. Articolul 12 din Recomandarea 1506 (2001) a APCE indică: “Este esențial... să se asigure ca mass-media să nu fie folosită pentru câștigarea puterii politice și să contribuie la controlul asupra fluxului de informație de după alegeri, în special prin intermediul canalelor radio și TV”.

Prin noțiunea de *libertate a mass-media* este consemnată independența mass-media de controlul și intervențiile din partea guvernului și autorităților de la guvernare. Ea semnifică lipsa monopolului asupra informației din partea guvernării.

Prin noțiunea de *pluralism în mass-media* este consemnată independența mediei de controlul privat și de influența disproporționată din partea unor careva surse de putere: economică, socială sau politică. Pluralismul are atribuție la proprietate în mass-media, tipurile de instituții mediatice, sursele de informare și spectrul de conținuturi.

Noțiunea de “pluralism în mass-media” este apropiată noțiunii de “diversitate”. Aceasta din urmă este în mod obișnuit utilizată într-un sens și un context mai mult empiric, în timp ce „pluralismul media” este situat mai frecvent în contextul care ține de valori și politici.

Pluralismul mass-mediei semnifică diversitate în oferte, în utilizare și în distribuire, cu referire la:

- *proprietate și control (la două nivele: public și privat);*
- *tipuri și genuri de mass-medii;*
- *viziuni politice;*
- *forme culturale;*
- *interese (la nivel national, regional, local, comunitar)*

Pluralismul este definit ca unul EXTERN atunci când vizează asigurarea diversității în întreg domeniul mass-media, diversitatea de instituții mediatice în cadrul sectorului respectiv al vieții publice, (“diversity across/between media enterprises, Ofcom’s report on measuring media plurality, London: Ofcom 2012, p.1).

Pluralismul INTERN stabilește asigurarea diversității în interiorul fiecărei instituției mediatice, diversitatea produselor mediatice oferite de fiecare instituție mediatică în parte, („diversity within media enterprises”, Ofcom 2012).

2. Constatate:

Programul Mass-Media al Fundației Soros-Moldova, la sfârșitul anului 2013, în premieră pentru țară, a finanțat studiul „Pluralismul extern mass-media în Republica Moldova: oportunitate și realitate”. Studiul va „diagnostica” pluralismul mass-media la nivel de conținuturi oferite cetățenilor de către principalele canale TV și portaluri informaționale. Se știe, însă, că pentru un tablou complet cu referire la pluralismul mass-media este necesară determinarea gradului de pluralism intern, la nivel de conținuturi oferite de către canalele mediatice evaluate fiecare în parte.

3. Obiectul concursului

Contractarea unei companii în vederea realizării studiului „Pluralismul intern mass-media în Republica Moldova: oportunitate și realitate”. Metodologia elaborată și aplicată trebuie să acopere toate aspectele relevante pentru a determina gradul de pluralism al mass-media din Moldova la nivel de instituții mediatică aparte. În definitiv, prezentul studiu și precedentul, cel cu referire la pluralismul extern, trebuie să răspundă la întrebarea dacă mass-media în Republica Moldova este sau nu este pluralistă.

Rezultatele studiului vor dezvolta aspectele problematice în asigurarea pluralismului și în dezvoltarea adecvată a mass-media și vor permite a formula recomandări pentru acțiuni de intervenție în scopul consolidării unui sector mediatic realmente pluralist în beneficiul cetățeanului.

4. Condițiile concursului public

Data limită a depunerii documentelor pentru participare în concurs: 27 ianuarie 2014, ora 16.00.

Deschiderea plicurilor cu ofertele tehnice la sediul Fundației Soros-Moldova pe 27 ianuarie 2014, ora 16.00.

Anunțarea rezultatelor concursului: februarie 2014.

5. Studiul „Pluralismul intern mass-media in Republica Moldova: oportunitate si realitate”

Scop	Să determine gradul de pluralism intern al mass-mediei din țară pe 2 segmente, cel mai des utilizate de cetățeni în calitate de surse de informare: Televiziunea și Internetul.
Conținut	Studiul va cuprinde, în principal, următoarele elemente: <ul style="list-style-type: none">• metodologia efectuării cercetării pentru determinarea pluralismului intern cu referință la mass-media din Republica Moldova;• lista a cel puțin 5 televiziuni și 5 portaluri informaționale, cele mai importante, incluse în câmpul de cercetare;• părțile de conținut cercetate, inclusiv principalele ediții informative la televiziuni și fluxurile de știri pe portaluri;• perioada de timp în care au fost cercetate părțile de conținut;• datele empirice obținute în urma monitorizării principalelor ediții informative zilnice la televiziuni și a fluxului zilnic de știri pe portaluri, în perioada de timp prestabilită (zile, săptămâni, luni);• datele empirice referitoare la celelalte produse mediatică oferite de televiziuni/portaluri din părțile de conținut cercetate în perioada de timp prestabilită;• analiza și generalizarea datelor empirice;• concluzii;• recomandări.
Exigențe metodologie	Metodologia elaborată trebuie să permită colectarea datelor empirice necesare pentru a tipologiza conținuturile oferite de televiziuni/portaluri în conformitate cu un număr de criterii importante, cum ar fi genul produselor mediatică; numărul și relevanța evenimentelor reflectate pentru auditoriul țintă; tematica și geografia subiectelor; modul de abordare a evenimentelor; numărul, relevanța și abordarea protagoniștilor; paritatea gender etc.
Volum	În jur de 30 de pagini-standard
Tiraj	1 ex. în variantă print și în varianta electronică
Termen realizare	Cel mult 5 luni din ziua încheierii contractului cu Fundației Soros-Moldova
Logotipuri	Studiul va conține logotipurile indicate de Fundația Soros-Moldova
Text/Limbă	Studiul va fi scris în limba română
Drepturi de autor	Drepturile de autor asupra Studiului aparțin Fundației Soros-Moldova

6. Participare licitație

Participanți licitație	Pot participa la licitație persoanele juridice, care vor prezenta ofertele tehnice și financiare în conformitate cu Termenii de Referință
Cerințe de bază	<ul style="list-style-type: none">• Experiență relevantă în efectuarea cercetărilor empirice în general, și a unor studii similare în particular;• Capacități suficiente (personal, echipamente etc.) pentru efectuarea studiului;• Experiență de lucru cu instituțiile donatoare;• Capacitate de a se conforma exact prevederilor Termenilor de Referință.
Admitere licitație	La concurs vor fi admise dosarele complete (care conțin documentele obligatorii, specificate în pct. 7.1.).

7. Dosare de participare

7.1. Documente obligatorii	
Oferta tehnică	<ul style="list-style-type: none"> - CV-ul companiei, inclusiv atașate: certificatul de înregistrare; rechizitele bancare confirmate printr-un certificat emis de instituția bancară; CV-urile membrilor-cheie ai echipei de realizare a sarcinilor descrise în Termenii de Referință; numele a 2 persoane de referință cu indicarea datelor de contact); - portofoliul companiei, care include enumerarea cercetărilor/studiilor realizate anterior; - metodologia elaborată pentru realizarea cercetării; - o listă de televiziuni și de portaluri informaționale care vor intra în vizorul studiului; - părțile de conținut (TV și portaluri) ce urmează a fi analizate; - perioada de timp în care vor fi analizate părțile de conținut; - planul calendaristic de elaborare/efectuare a studiului
Oferta financiară	<ul style="list-style-type: none"> - bugetul total, exprimat în dolari SUA* (NU va include TVA) - bugetul detaliat (pe activități și articole de cheltuieli) <p>*Ofertele financiare prezentate în altă valută decât dolari SUA, vor fi recalculate la cursul oficial de schimb al valutei naționale stabilit de Banca Națională a Moldovei în ziua deschiderii plicurilor care va avea loc la data și ora indicate mai jos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fundația își rezervă dreptul de a exclude din concurs ofertele financiare care depășesc bugetul disponibil în Programul Mass-Media pentru realizarea acestui proiect.
Limba	<ul style="list-style-type: none"> - dosarele de participare vor fi perfectate în limba română
7.2. Depunere dosare	
Adresa	<p>Oferta tehnică și oferta financiară vor fi depuse în două plicuri separate sigilate, cu indicarea numelui ofertantului, data ofertei, semnătura directorului și amprenta umedă a ștampilei pe oferte, la sediul Fundației Soros-Moldova (Republica Moldova, Chișinău, str. Bulgara 32), cu mențiunea: „Cercetare/Studiu pluralism intern, Program Mass-Media”, în atenția Dnei Elena Vacarciuc, Director Financiar.</p> <p>Fundația nu garantează confidențialitatea dosarelor cu oferte tehnice și financiare plasate în același plic sau plicuri nesigilate.</p>
Perioada	<p>Termenul limită de depunere a dosarului – 27 ianuarie 2014, ora 16.00.</p> <p>Dosarele depuse după termenul limită vor fi automat descalificate.</p>

8. Evaluare dosare: două etape

8.1. Etapa I: evaluarea ofertei tehnice		
Criterii evaluare oferta tehnică	1. Experiența anterioară în realizarea studiilor specializate	0 – 10 puncte
	2. Gradul de profesionalism al resurselor umane implicate în realizarea cercetării anunțate	0 – 20 puncte
	3. Relevanța experienței în raport cu obiectul licitației	0 – 5 puncte
	4. Calitatea metodologiei de realizare a cercetării anunțate	0 – 30 puncte
	5. Relevanța listei (televiziuni/portaluri), a părților de conținut ce urmează a fi analizate și a perioadei de timp în care va fi efectuată fiecare etapă a cercetării	0 – 10 puncte
	6. Calitatea planului calendaristic de realizare a studiului	0 – 5 puncte
<i>Punctaj maxim ofertă tehnică</i>		<i>80 puncte</i>
8.2. Etapa II: evaluare oferta financiară		
Criterii oferta financiară	Costul realizării studiului	0 – 20 puncte

9. Specificări

Evaluare oferte	<p>Dosarele vor fi evaluate de o comisie de experți independenți formată ad-hoc de Fundație, precum și de comisia de achiziții a Fundației Soros-Moldova.</p> <p>Pondereea ofertei tehnice în punctajul total – 80%; oferta financiară – 20%</p>	
Oferta câștigătoare	<p>Câștigătoare va fi desemnată oferta care în urma evaluării tehnice și financiare va acumula cel mai mare punctaj.</p>	

10. Dispoziții finale

Relația cu participanții	Deschiderea plicurilor cu ofertele tehnice și financiare va avea loc la data și adresa indicate în p.4 al prezentului document. Participanții vor fi invitați prin adresele de e-mail la deschiderea ofertelor financiare și vor fi anunțați pe aceeași cale despre rezultatele licitației.
Relația cu câștigătorul licitației	Fundația, în timp util, va semna un contract corespunzător cu câștigătorul licitației și va monitoriza modul de realizare a prevederilor contractului. Fundația va transfera în avans nu mai mult de 50% din valoarea contractului, celelalte 50% – după recepționarea studiului confirmată documentar.
Contacte	Persoana de contact: Victoria Miron, Director Program Mass-Media, tel: 022 270031, email: vmiron@soros.md.