

CONTRATO RELATIVO A LOS

**SERVICIOS PERIODISTICOS PARA
LA UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA**

EXPEDIENTE HSE00001/2023

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

INDICE

Contenido

0 Introducción	3
1 Objeto del contrato	3
2 Definición y características del Servicio	5
2.1. Introducción	5
2.2 Descripción del servicio	5
2.3 Equipo de trabajo	8
2.4 Metodología	9
3 Aspectos técnicos	9
3.1 Cantidad	9
3.2 Evaluación	11
3.3 Ubicación del servicio	11
3.4 Horario del servicio	11

0 Introducció

La Universitat Oberta de Catalunya (en lo sucesivo, la UOC) es una universidad surgida de la sociedad del conocimiento que tiene por misión facilitar la formación de las personas a lo largo de su vida.

El objetivo primordial de la UOC es que cada persona pueda satisfacer sus necesidades de aprendizaje con el máximo acceso al conocimiento. Con cuyo objeto, la UOC utiliza de manera intensiva las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

El principal rasgo diferenciador de la UOC radica en la naturaleza de su modelo. Exclusivamente no presencial y basado en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación. Es una universidad sin campus físico y con una estructura docente y de gestión en red que permite al estudiante una comunicación interactiva con los profesores y los otros estudiantes, así como el acceso a todos los recursos propios de un campus "físico" sin limitaciones de espacio o de tiempo. Un modelo también definido como asíncrono en la medida que el acceso a los recursos formativos y de recursos (materiales didácticos, bibliografías, biblioteca, aulas, etc.) puede hacerse en cualquier hora y desde cualquier lugar, puesto que estos están disponibles en cualquier momento y en función de las necesidades organizativas individuales del propio estudiante.

El propósito de la UOC es facilitar la formación de las personas y contribuir a su progreso y al de la sociedad impulsando la investigación especializada en torno a la sociedad del conocimiento y estableciendo alianzas con universidades e instituciones de todo el mundo que compartan objetivos y valores para construir un espacio global de conocimiento.

La UOC focaliza la investigación y la innovación en la interacción entre la tecnología y las ciencias humanas y sociales. Es una universidad comprometida con el conocimiento abierto, actúa de nodo de conocimiento, promueve la empleabilidad, el emprendimiento, la igualdad social y el pensamiento crítico.

1 Objeto del contrato

El presente pliego de prescripciones técnicas (PPT) tiene por objeto definir y establecer las condiciones y especificaciones técnicas que deben regir la contratación de la prestación de los servicios periodísticos para los equipos de Comunicación de la Investigación y Medios y Comunicación Corporativa del Área de Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya, en lo sucesivo UOC, a través de sus canales: UOC News, blogs principales de los Estudios y centros de R&I, redes sociales, newsletters, entre otros.

Los contenidos escritos son un recurso necesario dentro de la estrategia de Comunicación de la Universidad, con el objetivo de promover el posicionamiento y la notoriedad, así como velar por su reputación y fortalecer la cultura interna, teniendo en cuenta los intereses y de acuerdo con su misión, visión y valores. Los Servicios periodísticos, más concretamente los Servicios de redacción de textos, por sus especiales características de volumen, eventualidad y complejidad que requieren de unos recursos humanos y materiales de los cuales no dispone la UOC en plantilla y, por lo tanto, se hace necesaria la participación de un agente externo, la empresa contratada, capaz de proporcionarlos y coordinar su acción, que se hará bajo la supervisión del Área de Comunicación de la UOC

La comunicación por medio de textos se realiza a través de diferentes canales de la UOC para que la información fluya adecuadamente entre los públicos principales.

Los principales objetivos de los textos que se elaborarán mediante este contrato son:

- Posicionar la marca UOC y la oferta formativa de la universidad.
- Dar a conocer los valores y cualidades que diferencian a la UOC de otras universidades.
- Reforzar los mensajes de singularidad y referencialidad de la UOC.
- Dar a conocer a la sociedad y a las distintas audiencias de la universidad la actividad institucional, académica y de investigación de la UOC.
- Posicionar a la UOC como una universidad comprometida con la transformación social, nativa digital, pionera y referente en eLearning, fuente de intercambio de conocimiento abierto, comprometida con la sociedad, con vocación global y acción local, con una investigación centrada en la interacción de la tecnología, las ciencias sociales y humanas. Se debe transmitir que la UOC es una universidad con vocación de formar a lo largo de la vida y favorecer la empleabilidad, el emprendimiento y el pensamiento crítico de las personas, además de favorecer la empleabilidad de las empresas, fomentar su competitividad y desarrollar el talento.
- Posicionar a la UOC como aliada de las instituciones, como partner para los retos sociales y territoriales, del ecosistema innovador, del emprendimiento.
- Explicar la UOC y su modelo formativo a la Sociedad y a las distintas audiencias de la universidad.
- Explicar la UOC y su modelo de transformación e impacto social y filantrópico de forma notoria y relevante a los distintos públicos corporativos.
- Contribuir a las estrategias de vinculación de la universidad con su entorno y al posicionamiento de transformación social de la UOC.
- Favorecer un mayor engagement con los distintos públicos de la Universidad.

2 Definición y características del Servicio

2.1. Introducció

La UOC se encuentra con la necesidad de contratar los servicios periodísticos de redacción de textos que han de servir en la consecución de los objetivos estratégicos del Área de Comunicación de la UOC con el fin de fomentar su notoriedad externa y vehicular su comunicación interna.

2.2 Descripción del servicio

La empresa adjudicataria de la correspondiente contratación tendrá que llevar a cabo el servicio, implantando la metodología descrita a continuación, así como adscribiendo al servicio todos los medios y pruebas que considere oportunos, siempre que la UOC así lo valide, y que como mínimo tendrán que ser los que a continuación se detallan.

2.2.1 Elaboración de textos en catalán o español

- a. Nota de prensa o artículo: Documento de texto periodístico con una extensión variable, aunque suele oscilar entre 800 y 2.000 palabras, y que puede enviarse a los medios de comunicación para su publicación íntegra o parcial y/o publicarse en canales internos y externos de la UOC. Además, pueden utilizarse extractos para su publicación en redes sociales de la UOC o externas.

Las notas de prensa constan de un titular, varios antetítulos y subtítulos independientes (entre uno y cinco), entradilla y texto con estructura periodística (contenidos en progresión de mayor a menor importancia).

Las notas de prensa se redactan bajo las condiciones explícitas proporcionadas por el equipo de Comunicación de la UOC, y podrán contener declaraciones de expertos y portavoces de la Universidad que el periodista o redactor de la empresa adjudicataria (en adelante, el periodista o redactor) deberá recabar, además de información adicional que podrá facilitar la UOC y/o deberá proveer el redactor a través de su investigación.

- b. Convocatoria – Convocatoria / Nota, en adelante “convonota”: Documento de texto periodístico sobre un acontecimiento que tendrá lugar, cuya extensión es variable, aunque suele oscilar entre 400 y 2.000 palabras, y que puede enviarse a los medios de comunicación para su publicación íntegra o parcial y/o publicarse en canales internos y externos de la UOC. Además, pueden utilizarse extractos para su publicación en redes sociales de la UOC o externas.

Las convocatorias o convonotas constan de un titular, varios antetítulos y subtítulos independientes (entre uno y cinco), entradilla y texto con estructura periodística. Puede ser un anuncio corto sobre el acontecimiento o un anuncio del

acontecimiento integrado en un texto con interés periodístico que se asemeja a una nota de prensa.

Las convocatorias o convonotas se redactan bajo las condiciones explícitas proporcionadas por el equipo de Comunicación de la UOC, y, además de información del acontecimiento podrán contener declaraciones de expertos y portavoces de la Universidad que el redactor deberá recabar, además de información adicional que podrá facilitar la UOC y/o deberá proveer el redactor a través de su investigación.

- c. Entrevista: Documento de texto periodístico de una extensión variable, aunque suele oscilar entre 1.500 y 2.000 palabras, en el que se redacta la conversación entre el periodista y el personaje. Puede enviarse a los medios de comunicación para su publicación íntegra o parcial y/o publicarse en canales internos y externos de la UOC. Además, pueden utilizarse extractos para su publicación en redes sociales de la UOC o externas.

La entrevista consta de un titular, varios antetítulos y subtítulos independientes (entre uno y cinco), entradilla y texto con estructura pregunta–respuesta. Las entrevistas se redactan bajo las condiciones explícitas proporcionadas por el equipo de Comunicación de la UOC, y para su elaboración el redactor deberá recabar información del entrevistado que podrá facilitar la UOC y/o conseguir el redactor a través de su investigación.

- d. Reportaje: Documento de texto periodístico basado en una investigación periodística que realiza el redactor acerca de un acontecimiento, un personaje o cualquier otro tema. La extensión es variable, pero suele rondar las 3.000 palabras. Puede enviarse a los medios de comunicación para su publicación íntegra o parcial y/o publicarse en canales internos y externos de la UOC. Además, pueden utilizarse extractos para su publicación en redes sociales de la UOC o externas.

Los reportajes constan de un titular, varios antetítulos y subtítulos independientes (entre uno y cinco), entradilla y texto con estructura periodística.

Los reportajes se redactan bajo las condiciones explícitas proporcionadas por el equipo de Comunicación de la UOC, y pueden contener declaraciones de expertos y portavoces de la Universidad que el redactor deberá recabar, además de información adicional que podrá facilitar la UOC y/o deberá proveer el redactor a través de su investigación.

- e. Crónica: Documento de texto periodístico basado en la narración de un acontecimiento ya sucedido en el que se expone el trascurso del mismo y/o sus principales conclusiones. La extensión es variable, pero suele rondar entre las 800

y 2.000 palabras. Puede enviarse a los medios de comunicación para su publicación íntegra o parcial y/o publicarse en canales internos y externos de la UOC. Además, pueden utilizarse extractos para su publicación en redes sociales de la UOC o externas.

Las crónicas constan de un titular, varios antetítulos y subtítulos independientes (entre uno y cinco), entradilla y texto con estructura periodística.

Las crónicas se redactan bajo las condiciones explícitas proporcionadas por el equipo de Comunicación de la UOC.

- f. Perfil: Documento de texto periodístico de una extensión variable en el que se describen las características de un personaje a través de diferentes datos: biografía, personalidad, hábitos, gustos, actividades que realiza, intereses, etc. El perfil suele constar de un título, entradilla y texto.

Los perfiles se redactan bajo las condiciones explícitas proporcionadas por el equipo de Comunicación de la UOC.

- g. Dossier de prensa. Documento con información y datos de una empresa, jornada, evento, etc. Ha de contener la información solicitada por la UOC que en la mayoría de los casos incluiría información sobre la empresa, jornada o evento en cuestión. En la mayoría de los casos se entrega a los periodistas en una rueda de prensa o se envía a los medios de comunicación interesados junto con una nota de prensa.
- h. Otros formatos de texto: Documentos de textos con otros formatos que los anteriormente descritos, como resúmenes, textos para web, análisis de proyectos, situaciones, trabajos, mercados, etc.
- i. Transcripción de grabaciones de entrevistas: Transcripción en bruto de entrevistas realizadas por el equipo de Comunicación de la UOC.
- j. Búsqueda de fuentes de información y curación de contenidos. Búsqueda, recopilación, filtración y selección de la información relevante en diversas fuentes: internet (redes sociales, blogs, páginas webs, etc), papers, etc.

2.2.2. Garantía de calidad periodística

La empresa adjudicataria ha de garantizar la calidad periodística de los textos encargados, cuya evaluación correrá a cargo del equipo de Comunicación de la UOC. Se basará, entre otras cosas, en el dominio del género periodístico (síntesis, interés o claridad), uso acertado del material entregado, búsqueda y análisis de información externa, etc.

Adicionalmente, y dependiendo del producto periodístico encargado, se valorará la redacción con criterios SEO, la búsqueda de información e investigaciones internas y externas, la inserción de links internos y externos.

La evaluación de la calidad de los textos correrá a cargo del equipo de Comunicación de la UOC, que dispondrá de tres 'idas y vueltas' para solicitar cambios, correcciones y/o modificaciones de contenido, estilo o formato.

2.2.3. Garantía de tiempo de entrega

La empresa adjudicataria ha de entregar el trabajo en el tiempo estipulado por el equipo de Comunicación de la UOC, que se comunicara mediante correo electrónico en el momento de efectuar la solicitud por parte de la UOC, el plazo podrá variar dependiendo del producto encargado, y en cualquier caso, el plazo de entrega nunca será inferior a dos días hábiles.

2.3 Equipo de trabajo

La empresa adjudicataria tendrá que acreditar disponer del personal propio cualificado para la redacción de textos periodísticos y/o cartera de periodistas freelance con capacidad de elaborar los productos periodísticos anteriormente descritos en los idiomas catalán y español, además de redactores con capacidad de elaborar piezas periodísticas a partir de textos o papers en inglés, o bien realizar entrevistas bien sea de forma presencial o bien telefónicas o a través de otro medio como el mail a portavoces de habla de inglesa bien para la redacción de un texto en la que se incluyen sus declaraciones bien para redactar una entrevista. Se valorará la capacidad de realizar estos procesos en Catalán, español e inglés.

La UOC se reserva el derecho a proponer periodistas freelance, especializados o no, para la elaboración de los productos periodísticos descritos en los pliegos, bajo criterios de calidad del servicio y/o por la experiencia aportada en la prestación del mismo. Dicha propuesta deberá ser aceptada por la contratista o deberá ofrecerse un perfil alternativo que cumpla estrictamente con los criterios de calidad y/o experiencia exigidos por la UOC. En cualquier caso, la UOC deberá validar el perfil alternativo propuesto. Si la UOC no validara los perfiles alternativos ofrecidos, en dos ocasiones, entonces la contratista deberá garantizar el periodista inicialmente propuesto por la UOC, convirtiéndose dicha propuesta en una condición vinculante de la adscripción de medios del servicio. El anterior procedimiento se configura para poder garantizar la correcta ejecución de este servicio que, por sus características, requiere una rápida elección de los periodistas que van a elaborar los productos y que dichos productos se elaboren con garantías de calidad.

El redactor de los diferentes servicios periodísticos cede los derechos de los mismos a la UOC, que los publicará en los correspondientes canales con la firma del autor, a no ser que indique lo contrario. Los textos que se envían a medios de comunicación no incorporan la autoría y podrán ser publicados por los mismos sin mención al redactor.

2.4 Metodología

La empresa adjudicataria y la oficina de Comunicación de la Investigación y Medios y Comunicación Corporativa del Área de Comunicación de la UOC seguirán el siguiente método de trabajo.

- 1- La empresa adjudicataria nombrará a un mínimo de dos (2) interlocutores principales o responsables de proyecto para la coordinación con el equipo de Comunicación de la UOC; uno de los dos interlocutores será el coordinador principal del servicio.
- 2- Para cada encargo de trabajo, el miembro de la UOC contactará con alguno de los responsables de proyecto especificando por escrito la siguiente información:
 - a. Tipo de producto solicitado.
 - b. Breve esquema con información sobre el contenido y material necesario: papers, posibles fuentes, noticias, etc.
 - c. Propuesta del nombre del periodista de la empresa adjudicataria o freelance para redactar el texto según su especialidad (opcional por parte del equipo de Comunicación de la UOC).
 - d. Horquilla de número de palabras que compondrán el producto final
 - e. Nombres y contactos de las fuentes primarias (portavoces de la UOC o externos, papers, etc.) con las que el periodista ha de contactar para la elaboración del texto y a las que deberá enviar el texto de cara a su revisión.
 - f. Tiempo o fecha de entrega final, que dependerá del tipo de producto periodístico, disponibilidad de las fuentes, etc., pero que nunca será inferior a dos días hábiles.
- 3- La persona responsable del proyecto enviará una primera versión del texto, asegurándose de la calidad periodística estipulada.
- 4- La UOC se reserva el derecho de devolver hasta en tres ocasiones el texto para su revisión, matización, corrección o reelaboración.
- 5- La UOC se reserva el derecho de publicar y/o enviar el texto en las fechas que disponga y avisará a la empresa adjudicataria una vez sea publicado.

3 Aspectos técnicos

3.1 Cantidad

A continuación se exponen los precios junto con los volúmenes en indicadores de referencia para la realización del servicio, establecidos mediante precios unitarios estipulados por tipología, que tienen la consideración de precios máximos (la facturación se fijará por cada trabajo realizado en función de los precios ofrecidos por el contratista), según se indica en el apartado E del pliego de cláusulas administrativas. Los volúmenes incluidos en cada tipología de servicio son las estimaciones del periodo de duración inicial del contrato (1 año).

Debemos señalar que estas previsiones son unas aproximaciones a los pedidos que posiblemente se realizarán y que pueden variar en función de cada tipología, siempre sin superar el precio máximo fijado por esta licitación y los precios unitarios máximos estipulados. En este sentido, hay que tener en cuenta que los volúmenes que se indican en el pliego de prescripciones técnicas son a título orientativo y se tienen que interpretar como una simple estimación no vinculante del servicio que realizará la empresa que resulte contratista. La UOC podrá pedir volúmenes superiores o inferiores a los mencionados, según el caso.

- a. Nota de prensa o artículo; Convocatoria-Convonota: 150 euros
- b. Entrevista: 150 euros
- c. Reportaje: 250 euros
- d. Crónica: 150 euros
- e. Perfil: 150 euros
- f. Dossier: 350 euros
- g. Transcripción de entrevistas: 120 euros

CONCEPTO	TARIFA UNIDAD		NÚMERO DE TRABAJOS ANUALES		IMPORTE PREVISTO	
	IVA excluido	IVA (0,21%)	Unidades	Porcentaje sobre total	IVA excluido	IVA incluido
Nota de prensa o artículo; Convocatoria-Convonota	150	31,5	244	56,70%	36600	44286
Entrevista	150	31,5	17	3,85%	2550	3085,5
Reportaje	250	52,5	25	12,14%	6250	7562,5
Crónica	150	31,5	2	0,42%	300	363
Perfil	150	31,5	3	0,64%	450	544,5
Dossier	350	73,5	2	0,21%	700	847
Transcripción de entrevistas	120	25,2	1	0,17%	120	145,2
TOTAL			294	74%	46.970 €	56.834 €

El total de solicitudes de diferentes productos por parte de la UOC a la empresa adjudicataria no podrá exceder de la cantidad presupuestada en su globalidad y estipulada en el acuerdo. Los precios estipulados son siempre por servicio, no por horas invertidas en su realización.

3.2 Evaluación

Se considerará que la prestación del servicio es inadecuada y no cumple los requisitos solicitados cuando se lleve a cabo la devolución de un 5% de los textos para su reelaboración completa. Es decir, las tres 'idas y vueltas' de corrección y modificación, se considera que la calidad del texto no cumple con los estándares exigidos.

3.3 Ubicación del servicio

Por la propia naturaleza del servicio del objeto contractual de la presente licitación, la empresa contratista puede prestar sus servicios desde su propio centro de trabajo o instalaciones, excepto en aquellos casos que se requiera la presencia del contratista en las instalaciones de la UOC.

3.4 Horario del servicio

Se considerará franja de servicio normal el tramo horario en el cual se desarrollará el servicio de forma habitual. La franja de servicio normal se establece de lunes a viernes de 09.00 horas a 18.30 horas, teniendo en cuenta el calendario laboral de la UOC Barcelona. Durante esta franja horaria, la empresa contratista atenderá cualquier petición que reciba desde la UOC (por cualquier medio acordado entre la UOC y el contratista).