



Plec de prescripcions tècniques per a la contractació administrativa per procediment obert simplificat dels serveis de creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional campanya de publicitat institucional per sensibilitzar a la ciutadania sobre l'assetjament escolar

Clàusula primera. Objecte

L'objecte d'aquesta contractació és el servei de creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional per sensibilitzar a la ciutadania sobre l'assetjament escolar (ED-2024-45).

Clàusula segona. Contingut dels serveis a prestar

Les empreses contractistes hauran de realitzar els serveis següents:

- Creativitat, conceptualització, disseny, realització i producció d'una campanya de publicitat institucional per sensibilitzar a la ciutadania sobre l'assetjament escolar.

Els serveis a prestar es concreten en:

1.-Definició de la idea i conceptualització de les proposta creativa de diverses campanyes de publicitat institucional a partir del brínging facilitat, en funció dels mitjans a on es difondrà cada campanya es poden incloure un o tots els conceptes següents:

- Definició de la idea, conceptualització i creativitat dels espots/vídeos de la campanya
- Definició de la idea, conceptualització i creativitat de les falques de la campanya
- Definició de la idea, conceptualització i creativitat de les peces gràfiques per al mitjà premsa i exterior estàndard (opis, cartells, banderoles i/o tanques)
- Definició de la idea, conceptualització i creativitat de les peces gràfiques especials per al mitjà exterior
- Definició de la idea, conceptualització, i creativitat de les peces per al mitjà digital
- Definició de la idea, conceptualització, i creativitat de les peces complementàries per a xarxes socials

En tots els casos l'empresa contractista lliurarà un dossier en format electrònic que contindrà de forma detallada la conceptualització de la proposta creativa per a tots els mitjans definits al brínging.

Subcontractació

Sí, es permet, a excepció de la part corresponent a la creativitat que és la part essencial del contracte. A causa de la importància i/o intel·lectualitat del procés de creativitat no es permet la seva subcontractació per assegurar-ne el seu correcte desenvolupament.

Es podrà subcontractar només la part corresponent a la producció de les peces audiovisuals de la campanya: espots i falques.

2.- Producció de totes les peces de la campanya per a la seva difusió.

Els serveis a prestar en el cas dels espots/vídeos són els següents:



- Definició del guió gràfic (*storyboard*) degudament desenvolupat, l'escaleta i la identificació dels elements que intervenen en l'espot i el guió per la locució.
- Elecció del càsting, localitzacions, etc.
- Definició del pla de rodatge.
- Gestió dels permisos en el cas que es necessitin.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions, vídeos i música i pagament dels seus drets.
- Gravació del vídeo o muntatge de les imatges d'arxiu o animació de les il·lustracions.
- Enregistrament de la locució en català i en aranès.
- Subtítols.
- Edició, producció i postproducció del vídeo per a la seva difusió la televisió i/o a internet i les xarxes socials.

Els serveis a prestar en el cas de les falques són els següents:

- Definició dels guions.
- Elecció del càsting de veus.
- Enregistrament de la locució en català i en aranès.
- Cerca, selecció i compra de música i pagament dels seus drets, si és necessari.
- Edició, producció i postproducció de les falques per a la seva difusió a la ràdio.

IMPORTANT: Tant dels espots com de les falques, caldrà fer dos tancaments/versions:

- 1 amb tancament institucional 'Generalitat de Catalunya' + Tagline corporatiu
- i 1 amb tancament institucional 'Generalitat de Catalunya'

Els serveis a prestar en el cas de l'anunci gràfic per als mitjans impresos són els següents:

- Creativitat i màster dels originals.
- Cerca i selecció del/a fotògraf/a.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions i pagament dels seus drets.
- A partir de la idea creativa aprovada, s'haurà de lliurar un màster en obert de cadascuna de les versions de l'anunci.

Els serveis a prestar en el cas de l'anunci gràfic per al mitjà exterior (estàndard o especial) són els següents:

- Creativitat i màsters d'originals per a suports de publicitat exterior.
- Cerca i selecció del/a fotògraf/a.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions i pagament dels seus drets.
- A partir de la idea creativa aprovada, s'haurà de lliurar un màster en obert de cadascuna de les versions de l'anunci.

Els serveis a prestar en el cas de l'anunci per a suports de publicitat digital (baners display estàtics i animats, formats richmedia i anuncis per a xarxes socials) són els següents:

- Creativitat i màsters d'originals per a suports de publicitat digital.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions i pagament dels seus drets.



- Animació de les imatges o il·lustracions, si és necessari.
- A partir de la idea creativa aprovada, s'haurà de lliurar un màster en obert de cadascuna de les versions de l'anunci.
- Producció de peces complementàries per a xarxes socials.

Format dels materials:

Els vídeos es lliuraran en FLV, AVI, MPG, MPEG, MP4, RM i WMV o similar. Els vídeos han de complir els requisits d'accessibilitat establerts per la Generalitat de Catalunya. Les falques es lliuraran en un fitxer .MP3 o .WAW .

El formats dels màster en obert dels anuncis per als mitjans impresos i exterior poden ser: *Indesign (en format idml)*, preferentment, o bé en *Pdf*. Amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat.

El formats dels màster en obert dels anuncis per internet seran preferiblement: *.psd*, *.ai*. Amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat.

Termini de lliurament:

El termini màxim de lliurament de cadascuna de les campanyes (proposta creativa i materials) serà:

- 25 dies naturals des de la data de la comanda, per a les campanyes que es difondran en tots els mitjans de comunicació.
- 12 dies naturals des de la data de la comanda, per a les campanyes que es difondran en el mitjà imprès, mitjà ràdio i digital.
- 10 dies naturals des de la data de la comanda, per a les campanyes que es difondran en el mitjà imprès i al digital.

Lliurament dels materials:

El dossier amb la conceptualització de la proposta creativa es farà mitjançant l'enviament d'un correu electrònic a l'Oficina de Comunicació del Departament d'Educació.

Quan els materials estiguin produïts, aprovats i llestos per a la seva inserció als mitjans el lliurament es realitzarà a través dels següents canals:

- El lliurament dels espots es farà mitjançant la pujada a la plataforma de distribució digital d'arxius publicitaris "Adstream" o similar (el cost de la pujada i baixada anirà a càrrec de l'empresa que gestioni les insercions als mitjans, no a càrrec de l'empresa contractista d'aquest contracte) . També es podrien entregar els màsters a les diferents cadenes via correu electrònic, via suport digital o ftp's pròpies de cadascuna, sempre que els terminis ho permetin.
- El lliurament de les falques i dels fitxers que continguin els màsters dels anuncis (premsa escrita, mitjà exterior i mitjans digitals) es farà mitjançant l'enviament d'un correu electrònic, o enllaç a una plataforma d'intercanvi d'arxius, a l'empresa que gestioni les insercions als mitjans o l'empresa que gestioni les adaptacions, sempre amb còpia a l'Oficina de Comunicació del Departament d'Educació. En el cas dels materials per als mitjans digitals es pot requerir la pujada a servidors de publicitat en línia.



Clàusula tercera. Obligacions específiques del contractista

El contractista de cadascun dels lots es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin precisos per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a facilitar tota la informació i assistència necessàries per a la utilització dels resultats aportats. La propietat dels treballs adjudicats correspondrà a l'Administració de la Generalitat de Catalunya i ningú podrà fer-ne ús sense la seva autorització.

Correcció lingüística i ús del català

L'empresa contractista assumeix l'obligació de destinar a l'execució del contracte els mitjans i el personal que resultin adients per assegurar la correcció lingüística de les prestacions objecte del servei.

L'empresa contractista ha de lliurar els treballs objecte d'aquest contracte en català i en aranès i a les peces creatives han de quedar representades les diferents variants que presenta la llengua en els territoris de parla catalana.

Representant de l'empresa contractista davant del Departament d'Educació i direcció tècnica

Les empreses licitadores, en la seva oferta, haurà de fer constar la persona que serà la responsable de l'empresa davant del Departament d'Educació (DE), expressant el nom i cognoms, i el correu electrònic, fax i telèfons fix i/o mòbil de l'empresa.

Aquesta persona haurà de centralitzar les relacions entre l'empresa contractista i els responsables del DE i assumirà la direcció tècnica del personal que aporti per dur a terme aquesta contractació.

Com a representant de l'empresa contractista davant el DE i com a director/a tècnic, aquesta persona durà a terme el seguiment i control de l'execució del contracte a nivell econòmic i tècnic; l'emissió de les certificacions i facturació dels serveis realitzats; la resolució de les incidències que puguin sorgir, així com el lliurament de la informació i documentació que el DE sol·liciti a l'empresa en relació amb l'execució d'aquest contracte, a més la coordinació tècnica dels treballs que són objecte d'aquest contracte conjuntament amb la persona responsable d'imatge corporativa/ Programa d'identificació visual del DE.

Amb aquesta finalitat, les empreses licitadores, en la seva oferta, designaran la persona responsable per dur a terme aquesta direcció tècnica, amb l'adequada qualificació tècnica i professional. (Vegeu solvència tècnica requerida).

Cap de l'Oficina de Comunicació del Departament d'Educació



Annex: Brífling campanya de publicitat per sensibilitzar a la ciutadania sobre l'assetjament escolar

- 1. Antecedents**
- 2. La USAV**
- 3. Objectius**
- 4. Missatge de campanya**
- 5. Públic objectiu**
- 6. To i estil de la campanya**
- 7. Elements de la comunicació**
- 8. Peces de la campanya**
- 9. Calendari**



1. Antecedents

L'assetjament escolar o *bullying* és l'exposició que pateix un infant a danys físics i psicològics de forma intencionada i reiterada per part d'un altre, o d'un grup, quan va a l'escola. No és un conflicte puntual ni una mala relació entre dues persones.

El pla Les escoles lliures de violències (LELV), que es va posar en marxa al març de 2021, forma part d'una de les línies estratègiques del Departament d'Educació i pretén visibilitzar les violències ocultes als centres educatius, identificar-les i actuar-hi per protegir infants i adolescents. El pla posa l'alumnat i el seu benestar en la centralitat de les actuacions que se'n desprenen per **garantir la protecció i l'interès superior del menor**, així com tot l'alumnat que en forma part.

El Pla les escoles lliures de violències dona resposta a totes les situacions de violència en l'àmbit educatiu, partint d'aquest canvi de paradigma en el model d'intervenció portat a terme fins ara, de manera que es pugui abordar la violència i la convivència des de plantejaments volgutament diferenciats. Perquè quan es parla de violència és en relació a fer ús de la força o del poder per malmetre l'altre, i la persona que ho pateix queda en una posició de desigualtat i en aquest aspecte es diferencia del conflicte, el qual és inherent a les relacions humanes. Per tant, a diferència del conflicte, no es pot tractar la violència com un problema de convivència i per això **l'Administració ha d'actuar de forma clara i contundent** davant de qualsevol indici de violència envers els infants i adolescents.

Els objectius del pla Les Escoles Lliures de Violències són:

- Prevenció (sensibilització, formació, detecció),
- Actuació (notificació, derivació, coordinació),
- Acompanyament (seguiment i coordinació) de les situacions de violència que afecten l'alumnat dins i fora del sistema educatiu.

Algunes de les violències que es poden detectar als centres educatius són:

- Violència masclista i LGBTI
- Assetjament i ciberassetjament
- Violència sexual vers infants i/o joves
- Maltractament a la infància i/o adolescència
- Violència per racisme, creences i/o culturals

I la majoria dels àmbits on es poden produir les violències són:

- Escolar
- Familiar
- Extra familiar
- Parella
- Laboral
- Digital
- Comunitari
- Institucional



2. La USAV

El Pla Les Escoles Lliures de Violències, per al seu adequat funcionament, crea a l'abril de 2021 la Unitat de Suport a l'Alumnat en Situació de Violència (USAV) i incorpora referents als Serveis Territorials, Serveis Educatius, així com als Centres Educatius per tal de dur a terme un treball coordinat i en xarxa.

La USAV està formada per un equip de professionals que acull la comunicació, revelació o malestar, gestiona el cas de violència i en coordina l'abordatge, tot seguint els protocols establerts. Està format per un equip multidisciplinari dels àmbits de:

- Psicologia
- Igualtat
- Pedagogia
- Jurídic
- Educació social
- Gestió

La USAV inicia la seva atenció mitjançant el telèfon **900 923 098**, el correu electrònic usav.educacio@gencat.cat i l'aplicació web [UsApps](#), i acull totes les verbalitzacions que estigui vivint o hagi viscut l'alumnat, tant dins com fora del centre educatiu. Així mateix, s'inicia tot el circuit i es contacta amb el centre educatiu per acompanyar-lo en l'abordatge d'aquesta violència a través de l'activació dels protocols corresponents.

Els principis d'actuació:

- Bon tracte,
- Rapidesa en l'actuació,
- Suport jurídic i institucional,
- Normes clares d'actuació per a totes les persones per a contribuir a fer dels centres educatius uns espais de seguretat.

Funcions de la USAV:

- Atenció en situacions de violència i/o de les demandes d'informació i d'orientació en matèria de violència i maltractaments a la infància i adolescència a tota la comunitat educativa.
- Assessorament i acompanyament a les direccions dels centres, EAP, orientació educativa, tutoria, mestra d'educació especial, entre altres, per a l'activació dels protocols i la presa de decisions en les primeres accions de resposta.
- Activació dels EICA (Equips Itinerants de Contenció i Assistència) als centres educatius que ho requereixin.
- Coordinació amb els referents del Pla LELV dels Serveis Territorials.
- Seguiment dels casos detectats.
- Registre de tots els casos.

La UsApps

- És una aplicació web del Departament d'Educació que permet comunicar d'una forma fàcil, intuïtiva i eficaç en situacions de violència que pot viure tot l'alumnat de Catalunya.
- La pot utilitzar l'alumnat, exalumnat i tota la comunitat educativa, tant si és una persona que viu directament una situació de violència com si n'és testimoni.
- La UsApps té l'objectiu de donar veu a les persones afectades, trencar el silenci i l'aïllament en què viuen, garantir la confidencialitat i iniciar la intervenció específica.
- La web app, d'ús ràpid i intuïtiu, ofereix espai de denúncia, suport i acompanyament en el procés per part de professionals especialitzats en violències.
- Està disponible en 7 llengües –català, aranès, castellà, anglès, urdú, àrab i xinès-, i adreça un seguit de preguntes al voltant de situacions viscudes ja sigui en primera persona o en d'altres persones: al voltant de qui ha dut a terme l'assetjament, de quina manera, si és al centre o fora. En acabar, ofereix a la persona usuària de la web app poder contactar amb l'USAV.

Dades de denúncies rebudes per la USAV

Dades USAV (a data mes de març):

TIPOLOGIA DE VIOLÈNCIES

	CURS 20-21	CURS 21-22	CURS 22-23	TOTALS
Violència masclista*	122	144	128	394
Maltractament Infantil i Adolescent	54	268	238	560
Assetjament entre l'alumnat	84	347	359	790
Salut Mental**	28	55	43	126
Racisme	1	5	6	12
No informat	0	0	0	0
Altres***	7	45	75	127
TOTAL	296	864	849	2.009

Font pròpia de la USAV

És arran d'aquest increment del nombre de denúncies que el Departament d'Educació considera necessari fer una campanya institucional per sensibilitzar a la ciutadania sobre l'assetjament escolar.



3. Objectius

Els objectius principals de la campanya són els següents:

- Sensibilitzar a la ciutadania sobre l'assetjament escolar o *bullying*.
- Promoure un canvi de mirada.
- Trencar el silenci.
- Afavorir la detecció.
- Canalitzar les denúncies a la unitat especialitzada del Departament d'Educació.
- El *call to action* és: Alçar la veu i parlar-ne.
- Informar del telèfon de la USAV, **900 923 098**, i del lloc web **usav.educacio.gencat.cat**

4. Missatge de la campanya

Els missatges implícits que s'han de transmetre són:

- Els adults podem no veure que hi ha infants al nostre entorn que pateixen assetjament.
- No podem treure importància quan un infant pateix.
- Hem de generar confiança a les víctimes i a les altres persones que poden ser testimonis de diferents situacions de violència per tal les denunciïn.
- El Departament d'Educació té un pla i una estructura per donar resposta a aquestes situacions.
- Personal especialitzat donarà la millor atenció possible a l'alumne i la família.
- El Departament d'Educació té tolerància 0 amb els abusos, els assetjaments i tot tipus de violències cap als infants i joves.

5. Públic objectiu

El públic a qui va adreçada la campanya és:

1. Famílies amb infants
2. Conjunt de la ciutadania

6. To i estil de la campanya

La campanya ha de tenir un to preeminentment **emocional**, que promogui aquest canvi de mirada vers l'assetjament cap als infants i joves.

7. Elements de la comunicació

La campanya ha d'incloure els següents elements d'imatge corporativa:

- Logotip de Sempre Endavant de la Generalitat de Catalunya:



<https://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/aplicacions/comunicacio/semprerendavant/>

8. Peces de la campanya

Caldrà crear, dissenyar i produir totes les peces necessàries en funció de la proposta creativa per a la difusió d'una campanya multimèdia de gran abast. Concretament, es demanen 2 creativitats o peces diferents per cadascun dels mitjans.

El material s'haurà de lliurar com a màxim el dia 30 d'abril de 2024.

Dins l'encàrrec estaran inclosos tots els drets d'imatge i utilització de fotografies, infografies, models per a TV i gràfiques, amb una durada de 2 anys des de l'inici de la campanya.

L'empresa adjudicatària haurà de coordinar i produir tots aquells materials necessaris per a l'emissió/publicació de les diferents peces de comunicació resultants de l'estratègia de comunicació, així com les seves adaptacions als suports que siguin necessaris, incloent la producció gràfica i audiovisual de totes les peces i la tramitació i pagament dels drets d'utilització necessaris per a la realització de la mateixa.

Els mitjans (suports) que es contemplaran per vehicular i difondre el missatge són:

A. Mitjans audiovisuals i radiofònics

- Mitjans/canals audiovisuals (televisió, cinema, online...):
S'hauran de produir dos espots per assolir el missatge, cadascun d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons.
- Mitjans radiofònics:
Dues falques radiofòniques d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons.

B. Mitjans impresos

El format preferent serà la plana color senar i es disposarà com a mínim 2 creativitats diferenciades.

Per cada creativitat, caldrà presentar una proposta de l'anunci en format vertical (pàgina) i horitzontal (1/2 pàgina).

C. Exterior

Tots aquells formats que requereixin els diferents suports de campanya per a les diverses creativitats plantejades.

Formats: vertical (l'estàndard d'opis metro i marquesines d'autobusos, centres comercials, cartells/posters, postals) i horitzontal (autobusos).



D. Digital

- Peces en els formats estàndards habituals per a campanya display.
- Peces específiques amb la creativitat i missatge adaptats per a la difusió de la campanya a les xarxes socials (*stories*, vídeos, imatges, etc.).
- Caldrà produir totes les versions a utilitzar per a l'estratègia de comunicació online facilitant els formats necessaris per tal que les peces o vídeos (baners, robaplanes, pre-rolls, vídeo i àudio, Twitter, Instagram, Instagram stories, Facebook...) compleixin els requisits i les especificacions òptimes que requereixin els diferents suports de campanya i assumirà les adaptacions de les diferents creativitats que siguin necessàries.
- Online: adaptació del format de les peces audiovisuals per a la seva difusió als mitjans online, i subtitulats.
- Peces complementàries per xarxes socials.

El lliurament de les adaptacions per a les peces de premsa, exterior i digital es realitzarà en un termini màxim de 24 hores des del moment de la sol·licitud.

9. Calendari

La previsió és difondre la campanya un cop s'hagin lliurat les peces previstes en aquest contracte.