

OFICINA TÈCNICA DE GERÈNCIA
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMUNICACIÓ
Exp. 903018/2024

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER AL CONTRACTE DE SERVEIS AUDIOVISUALS PER COBRIR LES NECESSITATS DE LA DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMUNICACIÓ DE L'AMB

1. OBJECTE DEL PLEC

L'objecte del present Plec és fixar les prescripcions tècniques que han de regir, mitjançant procediment obert, la contractació externa de serveis audiovisuals per a l'Àrea Metropolitana de Barcelona.

2. DESCRIPCIÓ DELS TREBALLS

2.1. Contingut dels treballs

L'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB) té la competència i la responsabilitat de promocionar i divulgar tots els serveis que per llei gestiona. En general, es tracta de posar en valor el territori metropolità, que el ciutadà en conegui les seves característiques i singularitats, que entengui els serveis metropolitans que la institució posa al seu abast, que en faci un bon ús i que participi de les diferents activitats que tenen lloc al territori, així com que tingui accés a les ajudes i subvencions que l'AMB li ofereix.

En general, els serveis de suport de producció i postproducció de continguts audiovisuals (vídeo i so) relacionats amb l'AMB i el territori metropolità inclouran:

- Brainstorming d'idees i d'enfocaments, proposta creativa i plantejament gràfic i visual, guió audiovisual, storyboard, planificació de continguts, pre-producció, producció i postproducció (músiques, caretes d'entrada i sortida, grafismes i subtitulació, i d'altres).
- Adaptació i homogeneïtzació gràfica dels materials audiovisuals.
- Adequació del material audiovisual en els casos que sigui necessària una adaptació per penjar a web i xarxes socials (pes, format i resolució).

Una part important dels mitjans de divulgació dels serveis metropolitans que necessiten el suport de materials audiovisuals es relaciona a continuació, sense caràcter limitatiu ni obligatori:

- Actes de presentació i inauguració de serveis i esdeveniments que afectin les infraestructures i equipaments metropolitans
- Rodes de premsa
- Activitats habituals dels serveis que presta l'AMB, en ple funcionament i que impliquin i visualitzin els usuaris
- Projectes i serveis per a entorns professionals, enfocats a mostrar l'expertesa de l'AMB en les seves competències, infraestructures i equipaments.
- Web de l'AMB
- Campanyes publicitàries als mitjans de comunicació i a les xarxes socials
- Continguts per als diferents perfils de xarxes socials de l'AMB
- Jornades tècniques, publicació d'estudis i informes tècnics
- Esdeveniments



- Fires i exposicions

Els materials audiovisuals de tipus publicitari podran estar creades expressament per a les campanyes i accions de comunicació de l'AMB, dels seus serveis i de productes singulars, o podran ser imatges espontànies preses durant el desenvolupament d'una activitat o servei de l'AMB. Les especificacions d'aquestes peces vindran definides sempre en un brífing de comunicació, detallant, objectius, missatge, to, tipologia de peces, formats, durada, característiques tècniques, etc.

Els productes audiovisuals podran ser sol·licitats per serveis de l'AMB que necessitin assistència, però la demanda directa i la supervisió i control sempre aniran a càrrec de la Direcció de Serveis de Comunicació.

2.2. Tipologia d'encàrrecs

La Direcció de Serveis de Comunicació té previstes produir, a través d'aquest contracte, les següents peces audiovisuals, entre d'altres:

- **Imatges en brut per enviar als mitjans de comunicació:** la majoria d'aquestes gravacions tindran imatge i so, tot i que excepcionalment es podran requerir gravacions de so per ser emeses a emissores radiofòniques.
- **Declaracions:** la majoria d'aquestes gravacions tindran imatge i so, tot i que excepcionalment es podran requerir gravacions de so per ser emeses a emissores radiofòniques.
- **Reportatges:** seran peces audiovisuals editades i muntades seguint la identitat corporativa de l'AMB. La durada d'aquestes peces s'indicaran a brífing.
- **Entrevistes:** seran peces audiovisuals editades i muntades. La durada d'aquestes peces s'indicaran a brífing.
- **Càpsules de 30 i 20 segons:** poden ser de nova creació o bé adaptacions dels reportatges i entrevistes abans descrites. Les característiques relatives a objectius, target, format o durada de les peces s'indicaran al brífing.
- **Podcast:** poden ser de nova creació o a partir de les entrevistes realitzades en les quals es treballarà el so directe per a realitzar podcast. La durada d'aquestes peces s'indicarà a brífing.
- **Falques publicitàries de 20" amb 1 locutor, música de llibreria i drets per 1 any.** De nova creació o a partir dels reportatges i entrevistes abans descrites.
- **Peces audiovisuals per xarxes socials:** peces per difusió a xarxes socials (màxim 1 minut), adaptades a mides i estàndards de les diferents xarxes socials.
- **Motion Graphics:** peces amb grafismes animats (infografies, dades, etc.), amb una durada màxima de 2 minuts.
- **Peces audiovisuals suport campanya publicitària (20"):** elaboració de peces audiovisuals per campanyes publicitàries en els diferents formats que es requereixin (spots per TV, peces per xarxes, publicitat online, etc.). S'elaboraran a partir d'un brífing.



Els formats i exemples exposats anteriorment són només una guia que ofereix informació per poder presentar proposta econòmica. Per tant, ells format finals a produir s'acabaran de definir amb l'empresa adjudicatària i podran ser modificats ocasionalment al llarg del contracte, segons les necessitats de l'AMB i també en funció de les propostes de millora de l'empresa adjudicatària, sense que en cap cas es pugui produir una modificació de l'objecte del contracte.

En el cas de les peces d'objectiu periodístic, el Gabinet de Premsa de l'AMB preveu una mitjana de 2 rodatges setmanals. Tot i que el ritme definitiu de producció d'audiovisuals el marcarà l'agenda d'actes i d'esdeveniments de l'AMB, així com els temes susceptibles de comunicacions a premsa.

En el cas de la resta de peces audiovisuals, es planificaran en base la data de campanya, i es treballarà amb l'antelació suficient per a poder-los abordar. Aquest període serà un màxim d'un mes, i un mínim d'una setmana.

Pel que fa a l'organització de l'encàrrec, segons les necessitats, poden haver-hi, principalment, tipus diferents d'encàrrecs :

Gravació d'imatges en brut per enviar als mitjans de comunicació: material perquè els mitjans puguin il·lustrar les nostres informacions.

Implicació total: implicació de la productora des del plantejament de la idea inicial fins l'entrega del producte final.

Muntatge a partir de continguts facilitats per l'AMB: suposa la implicació de la productora només en el procés de post-producció dels materials. En aquests casos, els encàrrecs es facturaran pel 50% de l'import licitat per a cada tipus de peça.

2.3.To, missatge i acabat

Pel que fa al to a transmetre en les peces audiovisuals resultants dels diferents encàrrecs:

- Les peces amb objectiu periodístic hauran de seguir un codi i to 100% periodístic, no promocional o publicitari, i tenir entitat i sentit en si mateix. També, hauran de reflectir la realitat del tema que s'estigui tractant sempre amb la màxima objectivitat i seguint les instruccions facilitades per la Direcció de Serveis de Comunicació.
- En el cas de la resta de contingut audiovisual (reportatges, podcast, peces per campanya, etc.) se seguirà la premissa d'accions de comunicació basades en testimonials reals, respectant l'estil i personalitat d'aquells qui hi participen, però es pot requerir també un to proper al relat publicitari pels materials audiovisuals que formin part de campanyes de l'AMB.

Pel que fa a les peces i materials editats, la imatge pot contemplar, en el cas que sigui necessari:

- Caretes d'entrada i de sortida
- Sonorització: efectes de so i músiques
- Chyrons
- Sobreimpressions, infografies, grafismes, efectes i animacions que puguin ajudar a fer més atractiva i comprensible la informació
- Veus en off i locucions



- Animacions en 3D

En alguns casos, que s'especificaran prèviament, caldrà subtítular les peces:

- Per motius d'accessibilitat (persones amb problemes d'audició)
- Quan les declaracions / entrevistes siguin en un idioma diferent del català o castellà, o bé el vídeo vagi destinat a audiències internacionals

En tots els casos, la postproducció i el retoc de les peces audiovisuals és una tasca que s'ha de dur a terme de manera pactada amb els tècnics de l'AMB responsables dels encàrrecs.

2.4. Funcions de l'adjudicatari

Les funcions de l'adjudicatari són:

- assistir i cobrir els actes, presentacions i rodes de premsa organitzats per l'AMB i altres institucions col·laboradores.
- la creació del guió audiovisual a partir de la informació, continguts i testimonis proporcionats per l'AMB.
- el disseny, creació i producció audiovisual dels diversos productes audiovisuals.
- la planificació i coordinació de les fases i tasques per a l'assoliment de l'objecte i abast d'aquest contracte.
- l'enregistrament de les imatges d'espais, entrevistes, plans recurs, etc. del guió amb la corresponent gestió de drets d'imatges i permisos.
- la post-producció i muntatge dels vídeos garantint la màxima qualitat dels aspectes visuals, gràfics i de so.
- la interlocució amb els Serveis de Comunicació de l'AMB. Aquesta interlocució es durà a terme únicament a través del perfil de coordinador/a.
- dur a terme tasques d'arxiu de totes les feines realitzades a partir d'encàrrecs de l'AMB
- enviament del material i entrega de tots els bruts a demanda de la Direcció de Serveis de Comunicació de l'AMB

2.5. Abast territorial dels treballs

Els treballs es duran a terme per tot el territori de l'àrea metropolitana de Barcelona, és a dir, els 36 municipis que en formen part: Badalona, Badia del Vallès, Barberà del Vallès, Barcelona, Begues, Castellbisbal, Castelldefels, Cerdanyola del Vallès, Cervelló, Corbera de Llobregat, Cornellà de Llobregat, Esplugues de Llobregat, Gavà, l'Hospitalet de Llobregat, Molins de Rei, Montcada i Reixac, Montgat, Pallemà, la Palma de Cervelló, el Papiol, el Prat de Llobregat, Ripollet, Sant Adrià de Besòs, Sant Andreu de la Barca, Sant Boi de Llobregat, Sant Climent de Llobregat, Sant Cugat del Vallès, Sant Feliu de Llobregat, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern, Sant Vicenç dels Horts, Santa Coloma de Cervelló, Santa Coloma de Gramenet, Tiana, Torrelles de Llobregat i Viladecans

Puntualment, s'han de preveure desplaçaments fora de l'àrea metropolitana en els casos següents:

- Ecoparc 4 al municipi dels Hostalets de Pierola on l'AMB té una de les plantes de gestió de residus
- municipi fora del territori metropolità amb què l'AMB tingui un conveni de col·laboració, o bé on es produeixi algun acte conjunt amb una administració o organisme públic o privat d'aquell indret



2.6. Equip mínim de treball

2.6.1 Equip humà

- **Persona de contacte/coordinador:** actuarà d'interlocutor entre la Direcció dels Serveis de Comunicació i l'equip de la productora audiovisual.
- **Operador de càmera:** encarregat en exclusiva de gravar les imatges. Haurà de vetllar per la bona qualitat de la imatge, de l'àudio i la riquesa i varietat dels plans.
- **Periodista amb experiència en formats audiovisuals:** l'equip ha de comptar, com a mínim, una persona amb formació periodística. Les seves aptituds:
 - Trobar la notícia ganxo i l'enfocament.
 - Trobar l'interès ciutadà en les informacions i integrar i fer partícips, en la mesura del possible, als habitants i agents socials de l'àrea metropolitana de Barcelona.
 - Adaptar el llenguatge i el contingut al públic objectiu de la peça audiovisual i treballar les informacions més tècniques per convertir-les a un llenguatge més col·loquial.
- **Muntador (postproducció):** L'equip ha de comptar, com a mínim, amb una persona encarregada de la post-producció. Haurà de vetllar per la seqüència narrativa, la imatge del producte i treballar estretament amb el periodista encarregat de cobrir la informació.
- **Animador motion graphics:** professional encarregat de crear animacions a través de grafismes amb l'objectiu de fer més comprensible la informació o explicar conceptes complexos a través del mitjà audiovisual.

Per a l'elaboració de peces audiovisuals de suport de campanya publicitària, també es pot requerir:

- **Equip creatiu:** capaç d'idear un concepte de campanya i traslladar-ho a llenguatge audiovisual.
- **Guionista:** persona amb formació audiovisual, que sigui capaç d'idear i desenvolupar un guió audiovisual.
- **Realitzador:** encarregat de traslladar el guió a imatges i garantir la visió i l'enfoc acordat pel producte audiovisual (seleccionar localitzacions, planificació de les seqüències i les preses, supervisió del muntatge, etc.)
- **Equip de rodatge:** totes aquelles persones necessàries per dur a terme un rodatge audiovisual que compleixi els estàndards professionals dels mitjans de comunicació (il·luminadors, tècnics de so, etc.)
- **Locutor:** professional capaç de transmetre un missatge a través de la veu amb l'entonació adequada per ser percebut de manera correcta.
- **Postproducció d'imatge i so:** tècnics especialistes en correcció de color, creació d'efectes visuals, tractament i postproducció de so, etc.

Per a casos en què coincideixin dos o més esdeveniments periodístics en el temps, caldrà tenir la possibilitat de desdoblant equip per tal de cobrir tots els actes amb el mateix nivell de qualitat.



2.6.2 Material tècnic/programes

- Mínim de dues càmeres ENG dedicades al projecte, amb capacitat d'enregistrament HD
- Suports d'estabilització (trípodes, monòpodes, etc.)
- Microfonia adequada a diferents situacions (micròfons de mà, de solapa, de canó)
- Il·luminació dedicada, tant fixa (d'estudi/plató) com mòbil (torxes)
- Software d'edició no lineal professional (Final Cut / AVID / Premiere o similars).
- Software d'animació (After Effects / Cinema 4D o similars)
- Software de so (Protools, Audition o similars)
- Material per muntar un set d'entrevistes amb chroma key i il·luminació dedicada

2.7. Usos dels productes audiovisuals

En la descripció de cada un dels encàrrecs es definiran les característiques de les imatges i els conceptes que es volen transmetre, així com l'ús a què es volen destinar. A mode de relació no limitativa, alguns dels usos més comuns són:

- web AMB (sala de premsa, notícies, reportatges, etc)
- mitjans i suports de comunicació
- xarxes socials de l'AMB
- publicacions, estudis i informes tècnics digitals, de l'AMB
- acció o campanya de l'AMB o bé d'un producte singular
- audiovisual per qualsevol element o material visual amb finalitat de divulgació informativa o publicitària (no comercial)

2.8. Característiques tècniques de les produccions audiovisuals

Els productes audiovisuals hauran de tenir els requeriments tècnics (resolució, bitrate, etc.) necessaris per a la seva difusió de en mitjans de comunicació, web, xarxes socials, etc. Són particularitats tècniques universals que es precisaran, si escau, en cada encàrrec.

2.9. Propietat del material audiovisual

Els licitadors, i especialment l'adjudicatari, reconeixen expressament en favor de l'AMB la titularitat en relació als drets de propietat derivats de l'objecte contractual, i es comprometen i obliguen a respectar els esmentats drets, per raó de la present licitació d'aquest projecte.

No es podrà fer difusió de tot o part dels continguts sense el consentiment previ i per escrit de l'AMB. Així els continguts gràfics, multimèdia i audiovisuals generats per l'empresa licitadora no podran ser utilitzades per altres projectes de l'adjudicatària o per altres clients, sense el consentiment autoritzat de l'AMB.

3. DESENVOLUPAMENT DELS TREBALLS

L'AMB designarà una persona de la Direcció de Serveis de Comunicació perquè sigui la interlocutora del contracte i pugui resoldre qualsevol dubte que pugui sorgir.

Per a cada encàrrec,

- **Definició del brífing:** un tècnic de la Direcció de Serveis de Comunicació defineix el tema, l'enfocament que es vol, l'ús que es farà de les imatges, les necessitats per



a l'execució, el producte audiovisual que s'han de lliurar, i aspectes pràctics com el dia, l'hora i el format de lliurament, entre d'altres.

Per a peces amb objectiu periodístic l'AMB avisarà a la productora, per norma general, amb 48 hores d'antelació per a la realització d'un treball. En alguns casos, quan l'actualitat informativa ho requereixi, aquest marge de temps es podrà veure escurçat a 24 hores o menys.

Per a reportatges i entrevistes en profunditat: l'AMB avisarà a la productora en marge, mínim una setmana, per a poder preparar tot el material.

- En tots els casos excepte declaracions i imatges en brut, presentació d'un **guió previ** al rodatge, que haurà de ser aprovat per la Direcció dels Serveis de Comunicació de l'AMB.
- **Producció de les peces.** En determinades ocasions la gravació o rodatge es farà amb el suport presencial de l'equip de premsa i/o màrqueting i publicitat de l'AMB. En d'altres, serà exclusivament la productora la que es desplaçi per fer la gravació. Això es determinarà en funció del briefing, del tipus d'acte i altres condicionants del moment fotogràfic l'acompanyarà un tècnic de l'AMB o d'una empresa col·laboradora.
- En tots els casos excepte declaracions i imatges en brut: **lliurament del producte offline muntat, i amb postproducció inclosa** (via WeTransfer, Dropbox o altres similars).
- En tots els casos, **validació** per part de l'AMB, del **muntatge offline**, i **remesa dels canvis pertinents**.
- **Lliurament del producte acabat.** En cas de reportatges, entrevistes i altres peces, caldrà lliurar el producte amb caretes d'entrada i sortida incloses, grafismes i efectes de so i músiques necessaris. (S'especificarà en cada cas).
- Cada **final de mes es lliuraran totes les peces** que s'hagin elaborat durant aquell període emmagatzemades en un suport virtual (Google Drive o similar). Es poden requerir arxius en formats sense compressió, alta definició, etc.

La productora també haurà d'elaborar un document (format Word) amb un índex de totes les feines realitzades, que inclogui una captura de pantalla del vídeo en qüestió, i que servirà com a comprovant per a facturació.

Per a un millor control econòmic, la productora haurà d'omplir una graella (format Excel) facilitada per la Direcció dels Serveis de Comunicació on hi constin els encàrrecs realitzats i el seu import.

4. TERMINIS DE LLIURAMENT I VOLUM D'ENCÀRRECS ANUAL

Una vegada tramesa la informació per part d'un tècnic de la Direcció de Serveis de Comunicació, els terminis de realització i lliurament de les peces audiovisuals seran els següents:

- **Imatges en brut (sense editar):** en la majoria dels casos, s'haurà d'entregar després del rodatge en un termini màxim d'una hora.
- **Declaracions en brut (sense editar):** en la majoria dels casos, s'hauran d'entregar després del rodatge en un termini màxim d'una hora.
- **Declaracions editades:** en la majoria dels casos, s'hauran d'entregar després del rodatge en un termini màxim de dues hores.



- **Reportatges:**
 - Si està lligat amb una notícia d'actualitat, termini màxim de 48 hores.
 - Si és un reportatge més atemporal, o lligat a una campanya: mínim 6 dies hàbils, i un màxim de 12 dies hàbils.
- **Entrevistes:** si és un reportatge més atemporal, o lligat a una campanya: mínim 5 dies hàbils, i un màxim de 12 dies hàbils.
- **Adaptacions càpsules de 30 i 20 seg:** entrega en un termini màxim de 7 dies laborables.
- **Podcast:** entrega en un termini màxim de 5 dies laborables.
- **Falques de 30 i 20 seg:** entrega en un termini màxim de 3 dies laborables.
- **Peces per xarxes:** entrega en un termini màxim de 3 dies laborables si es tracta d'una adaptació d'una peça ja existent.
- **Motion graphics:** entrega en un termini màxim de 20 dies laborables des de l'aprovació del guió i rebuda de materials gràfics necessaris per executar-la.
- **Peces audiovisuals suport campanya publicitària (20'')**: entrega en un termini màxim de 20 dies laborables des de la finalització de la fase de producció.

Aclariments: Les hores i els dies estipulats són a partir del dia de rodatge. En el cas que hi hagués més d'un dia de rodatge, es tindrà en compte l'últim.

Per tenir una idea del volum de feina, hem preparat una taula, de caire exclusivament orientatiu, amb el número de peces aproximades que valorem que podríem fer anualment. Aquestes és una dada de previsió i no significa que l'AMB tingui l'obligació d'encarregar-los tots; el nombre final d'encàrrecs estarà determinat per les necessitats concretes que sorgeixin durant la vigència del contracte.

CONCEPTE	Nº Peces (aproximadament)
Imatges en brut	56
Declaracions	28
Declaracions editades	32
Reportatges	6
Entrevistes	6
Càpsules de 20 i 30 seg	10
Podcast	4
Falques de ràdio 20''	5
Peces per xarxes	20
Motion graphics	5



Peces audiovisuals suport campanya publicitària (20")	1
TOTAL PRODUCCIÓ ANUAL	173

5. OBLIGACIONS I RESPONSABILITATS DE L'ADJUDICATARI

- L'adjudicatari es compromet a no fer servir els productes audiovisuals realitzats per a l'AMB per a finalitats diferents de les especificades en aquest contracte.
- L'adjudicatari ha de tenir en compte que per a casos en què coincideixin dos o més esdeveniments en el temps, haurà de poder desdoblar equip per tal de cobrir tots els actes amb el mateix nivell de qualitat.
- L'adjudicatari ha de disposar de documents estàndard de cessió de drets d'imatge per aquelles imatges en què hi apareguin persones, i assegurar-se que aquestes donen el seu consentiment per aparèixer-hi.
- En determinades ocasions, és possible que calgui portar algun model per complir amb els requeriments específics de la comunicació d'un servei. La Direcció de Serveis de Comunicació s'encarregarà de cobrir la despesa addicional, prèvia aprovació del pressupost, però l'adjudicatari s'encarregarà de negociar, contactar, gestionar i convocar els models.
- En cas que s'activi algun protocol d'emergència, fet excepcional, l'adjudicatari ha de garantir la disponibilitat en cap de setmana i en període de vacances (estiu, Nadal, Setmana Santa i ponts).
- L'adjudicatari ha de poder acceptar encàrrecs amb poc temps d'avís, en el cas que sigui una peça amb objectiu periodístic. Per norma general, s'avisarà amb 48 hores d'antelació per a la realització d'un treball. En alguns casos, quan l'actualitat informativa ho requereixi, aquest marge de temps es podrà veure escurçat a 24 hores o menys.

ANTONELL MASSUET, REGOÑA (3 de 3)
Coordinador/a Econòmic-financer
Data signatura 04/12/2024 13:38:05
HASH:90EAXB7F315CB7616136D559E27B5AFD625DBAC

SOLANO CERECEDA, SILVIA (2 de 3)
Cap de Servei Màrqueting i Publicitat
Data signatura 04/12/2024 13:13:32
HASH:90EAXB7F315CB7616136D559E27B5AFD625DBAC

ANGEL CONTRERAS, MARIA DEL PILAR (1 de 3)
Tecnica superior Comunicació 4
Data signatura 04/12/2024 13:10:44
HASH:90EAXB7F315CB7616136D559E27B5AFD625DBAC

