

Plec de prescripcions tècniques del contracte de Informe justificatiu de necessitat, idoneïtat i eficiència del contracte del Servei de disseny, conceptualització i gestió de continguts comunicatius de xarxes socials per a cadascuna de les direccions de l'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI, amb mesures de contractació pública sostenible

Índex

1. OBJECTE DEL CONTRACTE	4
1.1. OBJECTIUS.....	4
1.2. TASQUES A REALITZAR	4
2. CONCEPTUALITZACIÓ I PUBLICACIÓ DE CONTINGUTS A LES XARXES SOCIALS.....	5
3. SEGUIMENT, DISSENY I CONTROL DE L'ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ	6
3.1. REALITZACIÓ D'UN INFORME PREVI.....	6
3.2. PARTICIPACIÓ EN EL DISSENY DE L'ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ DIGITAL.....	6
3.3. ELABORACIÓ D'INFORMES MENSUALS	6
3.4. ELABORACIÓ D'UN INFORME ANUAL.....	7
4. GESTIÓ DE XARXES SOCIALS	7
4.1 VERIFICACIÓ DIÀRIA DE LES XARXES SOCIALS	7
4.1.1. <i>Detecció i resolució d'incidències tècniques</i>	7
4.1.2 <i>Escolta activa i interaccions</i>	7
4.1.3 <i>Criteris i qüestions formals en les interaccions</i>	8
4.1.4 <i>Difusió social i cultural</i>	8
4.2 MONITORATGE	9
4.3 IDENTIFICACIÓ I SEGUIMENT PERIÒDIC DE PERFILS ESTRATÈGICS (INFLUENCERS, LÍDERS D'OPINIÓ). ...	9
5. MATERIAL GRÀFIC I VISUAL	9
5.1. VÍDEOS CURTS	9
5.1.1. <i>Peces A: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques d'edició ràpida (Stories)</i>	10
5.1.2. <i>Peces B: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques de mitjana duració (Reels)</i>	10
<i>Peces B: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques de mitjana duració (Reels)</i>	10
5.1.3. <i>Peces C: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques de llarga duració (Publicacions)</i>	11
<i>Peces C: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques de llarga duració (Publicacions)</i>	11
5.2. CARRUSEL D'IMATGES	12
5.3. INFOGRAFIES I MEMS	12
5.4. RECURSOS TÈCNICS	13
5.5. FORMAT I LLIURAMENT DEL MATERIAL	13
6. OBLIGACIONS DE L'EMPRESA CONTRACTISTA	13
6.1. GARANTIES QUANT A NORMATIVA LINGÜÍSTICA I ORTOGRÀFICA.....	13
6.2. COORDINACIÓ PER A LA GESTIÓ DELS CANALS SOCIALS.....	14
6.3. RESPECTAR LA IMATGE CORPORATIVA DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA	15

6.4.	CONFIDENCIALITAT, PROPIETAT INTEL·LECTUAL I SEGURETAT	15
6.4.1.	<i>Punt de propietat intel·lectual</i>	15
6.4.2.	<i>Punt de confidencialitat</i>	15
6.4.3.	<i>Seguretat i conservació del material</i>	15
7.	DISPONIBILITAT HORÀRIA I EQUIP DE TREBALL	16
7.1.	MANTENIMENT ORDINARI I EXTRAORDINARI	16
7.2.	LLOC DE PRESTACIÓ DEL SERVEI	16
7.3.	EQUIP HUMÀ	16

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és el servei de disseny, **conceptualització** i gestió de continguts **comunicatius** de xarxes socials per a cadascuna de les direccions de l'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI (temàtiques: infància, joventut, persones grans, educació, interculturalitat, feminismes), amb mesures de contractació pública sostenible.

La gestió d'aquests continguts implica la conceptualització, manteniment, actualització i publicació de continguts a xarxes socials, així com el seguiment, disseny i control de l'estratègia de comunicació digital de la Gerència d'Àrea. A més, en els casos de les temàtiques d'infància i interculturalitat l'empresa haurà de gestionar també les xarxes socials associades a aquestes dues temàtiques.

En el moment de la redacció d'aquest plec, s'està treballant en la millora i reestructuració de les xarxes socials, de manera que es preveu que algunes d'aquestes canviïn i/o s'eliminin. Tot i així, això no afectarà el nombre de perfils professionals ni les peces previstes en el plec.

1.1. OBJECTIUS

L'empresa contractista haurà de prestar el servei per tal d'aconseguir els següents objectius:

- Difondre els valors, la cultura i la pràctica dels drets de ciutadania a les organitzacions, les entitats i la ciutadania.
- Donar a conèixer a la ciutadania els serveis i les activitats generades des de les direccions i departaments de la Gerència.
- Generar activitat de les xarxes socials cap als diferents webs de les direccions i departaments de la Gerència.
- Incrementar les comunitats i seguidors de les xarxes de la Gerència.
- Fidelitzar el públic principal dels diferents programes i serveis.
- Cercar nous públics pel que fa als temes que es treballen en aquesta Gerència.
- Coordinar-se amb les línies comunicatives i els canals generals de la comunicació municipal.
- Incorporar la perspectiva de gènere, així com de diversitat i perspectiva intercultural, en tots els àmbits de la política i la societat per combatre els aspectes més estructurals de la desigualtat de gènere, sexisme i superar les situacions de discriminació que encara persisteixen a la nostra societat.

1.2. TASQUES A REALITZAR

Els serveis contractats es defineixen en tres àmbits principals i per les temàtiques següents en cada cas:

- **Participació en l'estratègia de comunicació de les següents temàtiques de la Gerència d'Àrea:** infància, joventut, persones grans, educació, interculturalitat, feminismes, soledat.
- **Conceptualització de continguts digitals per a les següents temàtiques de la Gerència d'Àrea:** infància, joventut, persones grans, educació, interculturalitat, feminismes, soledat.
- **Gestió dels perfils d'Instagram** d'Infància i interculturalitat i d'altres que s'hi puguin incorporar.

Les temàtiques indicades en els punts anteriors corresponen a les línies vigents de la Gerència d'Àrea en el moment de la licitació. Durant l'execució del contracte, aquestes temàtiques podran variar, ampliar-se, reduir-se o reordenar-se en funció de les necessitats organitzatives, estratègiques o funcionals de la Gerència d'Àrea, sense que això suposi una modificació de l'objecte del contracte.

Les tasques a realitzar per a les temàtiques d'infància, joventut, persones grans, educació, interculturalitat, feminismes, soledat:

- Reunions mensuals de coordinació per repassar temes a comunicar susceptibles d'encaixar en altres xarxes municipals.
- Definició dels productes a produir segons cada comunicació.
- Calendarització a partir de la disponibilitat de la xarxa o de les xarxes municipals que publicarà el contingut.
- Coordinació a través de brífling i seguiment de la producció dels continguts amb l'empresa externa encarregada de la producció de continguts multimèdia de la Gerència d'Àrea.
- Revisió contínua de tendències per definir estratègies de comunicació.

Així mateix, les tasques específiques a realitzar per als perfils d'Instagram de Infància i Interculturalitat són:

- Reunions setmanals de coordinació per repassar temes a comunicar.
- Definició dels productes a produir segons cada comunicació.
- Calendarització de les publicacions d'Instagram de Infància i Interculturalitat. Coordinació a través de brífling i seguiment de la producció dels continguts amb l'empresa externa encarregada de la producció de continguts multimèdia de l'Àrea.
- Creació de continguts (carrusels, agendes, enquestes, preguntes i respostes, entre d'altres) i redacció dels còpys, incloent hashtags, etiquetes i d'altres elements per maximitzar la difusió.
- Gestió dels perfils d'Instagram; verificació diària i monitoratge dels perfils.

Les tasques a dur a terme s'utilitzaran en els canals i suports de difusió de l'Àrea i/o altres canals oficials municipals.

Els encàrrecs s'utilitzaran per produir o encarregar la producció de materials comunicatius per a les xarxes pròpies, així com enriquir altres canals de xarxes socials municipals, com per exemple els canals centrals de Barcelona.cat o els de districtes, entre d'altres. Es poden consultar tots els canals de xarxes socials existents a través del següent enllaç, <https://ajuntament.barcelona.cat/xarxessocials/ca>. Cal tenir present que aquesta relació evolucionarà segons el mercat i l'estratègia marcada per la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona.

Alhora, també es podrà plantejar treballar amb nous formats en funció de les novetats tecnològiques i noves propostes en xarxes socials que es puguin donar al llarg dels anys de vigència del contracte.

2. CONCEPTUALITZACIÓ I PUBLICACIÓ DE CONTINGUTS A LES XARXES SOCIALS

L'empresa contractista ha de conceptualitzar, coordinar la producció i publicar continguts per a la xarxa social *Instagram*, i ho ha de fer a partir d'aquests criteris i seguint la línia d'estil i identitat designada pels canals de les direccions i departaments de l'Àrea:

- Publicació d'entre 6 i 10 *publicacions*, *stories* o *reels* setmanals.
- Conceptualització i elaboració d'un brífling per a elaborar un mínim de forma mensual de 7 vídeos curts segons la clàusula 5.1 d'aquest plec.

La conceptualització de continguts s'ha de fer de manera coherent amb l'estratègia definida prèviament en la clàusula 3 i adaptada a cada línia temàtica de la Gerència. Així mateix, cal pensar en cada publicació com un tot

on els diferents elements configuren un missatge únic i que les imatges que acompanyen el text ajudin a fer entenedor i atractiu el missatge.

Les característiques tècniques dels elements audiovisuals es regulen a la Clàusula 5: Material gràfic i audiovisual. Els elements audiovisuals seran proporcionats per l'empresa externa encarregada de la producció de continguts multimèdia de la Gerència d'Àrea, seguint el brífing elaborat per l'empresa contractista amb la supervisió de l'equip tècnic del Departament de Comunicació.

3. SEGUIMENT, DISSENY I CONTROL DE L'ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ

3.1. REALITZACIÓ D'UN INFORME PREVI

L'empresa contractista ha de fer un informe previ de la situació de partida pel que fa a la gestió de la comunicació en les diferents xarxes socials com a màxim en el termini de 20 dies naturals des de la formalització del contracte.

3.2. PARTICIPACIÓ EN EL DISSENY DE L'ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ DIGITAL

L'empresa contractista ha de participar en el disseny de l'estratègia general de comunicació digital del departament o direcció corresponent de l'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI i de les diferents campanyes de:

- Feminismes
- Infància
- Educació
- Persones grans
- Joves
- Interculturalitat
- Soledat

L'empresa contractista ha de participar en el desenvolupament d'un pla de comunicació que incorpori i integri les necessitats comunicatives en línia de les direccions i departaments de l'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI, establint els punts forts a desenvolupar i posicionar. El pla de comunicació serà un document obert que s'anirà completant i treballant i inclourà:

- Valoració de l'activitat a xarxes i proposta de millora.
- Definició dels objectius a llarg i mitjà termini.
- Recomanació d'eines digitals i solucions tecnològiques.
- Anàlisi de la reputació en línia de les diferents xarxes socials de cada direcció i departament.

3.3. ELABORACIÓ D'INFORMES MENSUALS

L'empresa contractista ha d'elaborar informes mensuals d'activitat en què s'analitzin, qualitativament i quantitativament els resultats i indicadors d'activitat. L'informe es lliurarà al departament de Comunicació de la Gerència entre els dies 5 i 10 de cada mes i haurà de recollir:

- Seguidors, nombre de publicacions i dades d'abast i interaccions socials de les xarxes socials.

3.4. ELABORACIÓ D'UN INFORME ANUAL

L'empresa contractista ha d'elaborar, com a mínim, un informe anual en què es recullen els missatges, accions, campanyes i fites relacionades amb la tasca duta a terme, així com els principals indicadors d'abast i interaccions amb el contingut publicat. Aquest informe es lliurarà durant la primera quinzena del mes de gener.

4. GESTIÓ DE XARXES SOCIALS

Les xarxes socials a gestionar per part de l'empresa contractista són les següents. Durant la vigència del contracte, se'n podran afegir com a màxim dues més. Durant la vigència del contracte, se'n podran afegir com a màxim dues més. **En aquest cas, el temps de dedicació previst es repartirà de manera equitativa entre tots els perfils gestionats, sense que això suposi un increment de les hores totals assignades al servei.**

Instagram Infància	https://www.instagram.com/bcninfancia/
Instagram Interculturalitat	https://www.instagram.com/bcn_interculturalitat

Les tasques relacionades amb la gestió de les xarxes socials i el manteniment dels seus continguts s'han de fer en català i, només en casos excepcionals, en castellà i anglès.

4.1 VERIFICACIÓ DIÀRIA DE LES XARXES SOCIALS

L'empresa contractista ha de verificar diàriament el funcionament correcte de cadascuna de les xarxes socials de cada direcció o departament de l'Àrea, i realitzar les tasques descrites a continuació:

4.1.1. Detecció i resolució d'incidències tècniques

L'empresa contractista ha de detectar possibles incidències tècniques i solucionar-les en coordinació amb l'equip tècnic municipal.

4.1.2 Escolta activa i interaccions

L'empresa contractista ha de fer una escolta activa i comunicació amb actors (entitats, persones, col·lectius, mitjans de comunicació, etc.), que tinguin alguna relació institucional o temàtica amb l'acció municipal que s'està comunicant.

Aquesta escolta activa consisteix en interactuar amb reaccions del tipus "m'agrada", etiquetatge, mencions, respostes i missatges directes a altres comptes que permetin augmentar el nombre de seguidors.

En tot moment, l'empresa contractista consensuarà les respostes amb la persona responsable del contracte o tècnica en què aquesta delegui, aplicant-se el protocol definit pel Departament de Comunicació de l'Àrea.

En tot moment es tindrà en compte que l'emissor dels missatges en xarxes socials és l'Ajuntament de Barcelona, per tant, la comunicació s'ha de portar a terme sempre amb un to i llenguatge respectuosos i afins a la institució segons el manual de Comunicació Digital i Xarxes Socials de l'Ajuntament <https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/86320/1/9920.pdf>

També haurà de realitzar una anàlisi de les mencions, consultes i comentaris realitzats per la ciutadania a les diferents xarxes socials dels departaments i direccions de l'Àrea. Es guardarà un registre de les intervencions amb l'objectiu d'extreure'n coneixement històric i compartir experiències amb altres gestors de comunitat interns.

4.1.3 Criteris i qüestions formals en les interaccions

- No es respon a missatges amb insults ni amenaces que atemptin contra els drets humans.
- No s'entra en converses, es respon només a la primera la menció o la pregunta inicial.
- Les respostes han de donar una visió de servei públic amb informació objectiva.
- Es respon en la mateixa llengua de la consulta. En cas de mencions en anglès, convé passar el text de resposta als serveis lingüístics, i si es donen enllaços del web municipal, assegurar-se que siguin de la versió en anglès.
- Identificar perfils reincidents, trols o robots que fan queixes sistemàticament.
- Respondre sempre a les peticions sol·licitades quant abans millor.
- Les queixes, suggeriments i/o crítiques s'atendran de forma constructiva.
- Les mencions de perfils polítics només es contesten quan es fa una consulta directa, mai es respon a valoracions ni temes relatius a l'acció de govern. Els perfils municipals corporatius no han d'entrar en debats polítics. És recomanable consultar la Direcció de Comunicació Digital per valorar si cal una resposta en casos que plantegin dubtes.
- Quan es dona una resposta a través de les xarxes socials, aquesta ha d'estar consensuada amb l'àrea.

4.1.4 Difusió social i cultural

L'empresa contractista ha de donar visibilitat a les activitats de les entitats mitjançant accions digitals coordinades amb l'Àrea, fent recolzament i difusió a projectes i iniciatives d'interès ciutadà en què l'Ajuntament de Barcelona hi col·labora, assegurant-ne la coherència amb la identitat corporativa.

4.2 MONITORATGE

L'empresa contractista ha de fer el monitoratge diari de les diferents xarxes socials municipals per detectar els continguts amb els quals s'interaccionarà mitjançant mencions, republicacions (regram) o missatges directes, segons la xarxa en qüestió.

4.3 IDENTIFICACIÓ I SEGUIMENT PERIÒDIC DE PERFILS ESTRATÈGICS (INFLUENCERS, LÍDERS D'OPINIÓ).

L'empresa contractista ha d'identificar perfils estratègics com *influencers* o líders d'opinió de l'àmbit objecte de les temàtiques de l'Àrea, i elaborar una base de dades que inclogui el nom i les seves xarxes socials, per tal d'establir aliances i vincles comunicatius amb persones, entitats i institucions que puguin contribuir a la difusió dels missatges clau. Aquesta llista es contrastarà amb el Departament de Comunicació de l'Àrea.

5. MATERIAL GRÀFIC I VISUAL

Les xarxes socials s'han de nodrir d'infografies i altres continguts visuals, com mems, fotografies o vídeos, que ajudin a difondre els missatges clau.

L'empresa contractista ha de fer la conceptualització, disseny i publicació de material gràfic i visual que ajudi a difondre els missatges clau en les xarxes socials. Les temàtiques d'aquests continguts es consensuaran amb l'equip tècnic municipal responsable del contracte. Per aquesta tasca, és important tenir en compte que per comunicar eficaçment els missatges clau, s'han d'incloure solucions gràfiques (infografies, fotografies, gràfics...) i creatives en els missatges publicats en les xarxes socials, i també incloure la cobertura d'esdeveniments i actes que puguin ser d'interès pels seguidors i seguidores dels canals.

Quan sigui necessari, l'empresa contractista podrà **editar i adaptar** materials audiovisuals existents i aportats pel Departament de Comunicació o tercers autoritzats, amb la finalitat d'adequar-los als formats i requeriments de les xarxes socials i canals digitals previstos en aquest Plec. Queden expressament exclosos els serveis de captació original d'imatge o so, rodatges, sessions de fotografia i qualsevol altra activitat pròpia del contracte de multimèdia vigent de l'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI. Aquestes actuacions es faran en **coordinació** amb l'empresa externa encarregada de la producció de continguts multimèdia de l'Àrea i d'acord amb les indicacions de l'equip tècnic del Departament de Comunicació.

Les adaptacions es podran efectuar mitjançant les eines pròpies de la xarxa social corresponent (especialment Instagram) i podran incloure el retall i muntatge de fragments, el reformat i la remaquetació per a diverses relacions d'aspecte, la subtitulació i altres ajustos tècnics, així com sobreimpressions gràfiques bàsiques d'acord amb la identitat corporativa i els criteris d'accessibilitat vigents.

La tipologia i característiques del material gràfic es defineix a continuació:

5.1. VÍDEOS CURTS

L'empresa contractista ha de conceptualitzar i elaborar un brífig per a l'elaboració d'un mínim de forma mensual de **7 vídeos curts per a cada temàtica** amb les següents característiques:

5.1.1. *Peces A: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques d'edició ràpida (Stories)*

Continguts multimèdia i audiovisuals d'edició ràpida, pensats específicament per a la difusió en **stories** a les xarxes socials. Es generen a partir de l'actualitat municipal, activitats de participació, serveis prestats o esdeveniments rellevants, amb formats com vídeos curts, imatges animades o fotografies digitals, amb una durada breu adaptada a la visualització efímera de les stories. L'empresa ha de vetllar perquè el producte final a publicar segueixi aquests criteris:

<i>Peces A: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques d'edició ràpida (Stories)</i>	
Durada	Fins a 60 segons.
Mida	Adaptada a xarxes socials (vertical per stories, quadrada per posts, etc.) — habitualment entre 1080x1920 px i 1080x1080 px
Format de lliurament	MP4 per vídeos, JPG/PNG per imatges, GIF per gràfics animats
BitRate	Entre 4.000 i 8.000 kbps per vídeo, segons la plataforma
Elements de cada entrega	Títol o capçalera, imatge o vídeo principal, text breu explicatiu, logotip institucional, subtítols i crida a l'acció (CTA)

5.1.2. *Peces B: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques de mitjana duració (Reels)*

Peces audiovisuals pensades per a formats verticals i de consum ràpid, com ara Reels d'Instagram, Shorts de YouTube o TikToks. Aquestes peces tenen una vocació més narrativa o creativa, tot i mantenir el vincle amb l'actualitat municipal. S'utilitzen per explicar accions de govern, mostrar serveis públics, promoure la participació ciutadana o difondre esdeveniments, amb un estil dinàmic, visualment atractiu i adaptat a les tendències de consum digital. Els formats poden ser vídeos verticals amb una durada que pot variar entre 1 minut i 3 minuts, segons la plataforma i l'objectiu comunicatiu. L'empresa ha de vetllar perquè el producte final a publicar segueixi aquests criteris:

<i>Peces B: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques de mitjana duració (Reels)</i>	
Durada	Entre 1 minut i 3 minuts

Mida	Vertical (9:16) — habitualment 1080x1920 px
Format de lliurament	MP4 (vídeo), amb còdec H.264, compatible amb les principals plataformes
BitRate	Entre 4.000 i 10.000 kbps, segons la plataforma
Elements de cada entrega	Vídeo vertical, música o àudio ambient, subtítols integrats, copy, logotip institucional, títol o frase destacada, efectes visuals i crida a l'acció (CTA)

5.1.3. Peces C: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques de llarga duració (Publicacions)

Peces audiovisuals de durada superior als 3 minuts, concebudes per a publicacions en xarxes socials amb un enfocament més explicatiu, documental o divulgatiu. Aquestes peces permeten aprofundir en continguts relacionats amb l'acció municipal, la prestació de serveis, la participació ciutadana o esdeveniments rellevants. Estan pensades per a ser difoses en formats com publicacions a Instagram, vídeos a Facebook, TikTok o YouTube, i poden incloure entrevistes, reportatges, testimonis o presentacions detallades. La narrativa és més pausada, amb estructura clara i recursos audiovisuals que afavoreixin la comprensió i l'impacte comunicatiu. L'empresa ha de vetllar perquè el producte final a publicar segueixi aquests criteris:

<i>Peces C: Peces multimèdia, audiovisuals o fotogràfiques de llarga duració (Publicacions)</i>	
Durada	Més de 3 minuts (habitualment entre 3 i 10 minuts, segons la plataforma i el contingut)
Mida	Vertical (9:16) per TikTok i Instagram; horitzontal (16:9) per YouTube i Facebook; segons el canal de difusió
Format de lliurament	MP4 (vídeo), amb còdec H.264, compatible amb totes les plataformes principals

BitRate	Entre 8.000 i 16.000 kbps, segons la plataforma
Elements de cada entrega	Vídeo, copy, àudio de qualitat, subtítols, logotip institucional, gràfics o recursos visuals, crida a l'acció (CTA)

Els vídeos realitzats durant les cobertures en directe entren dins d'aquest apartat. El calendari de realització es consensuarà amb el departament de comunicació de la Gerència.

5.2. CARRUSEL D'IMATGES

Els carrusels d'imatges estan pensats per a la seva difusió en publicacions a xarxes socials com a Instagram o Facebook. Aquestes peces permeten comunicar continguts de manera seqüencial i visual, combinant imatges dissenyades de manera seqüencial amb textos breus i clars. S'utilitzen per explicar processos, destacar serveis, presentar accions municipals o fomentar la participació ciutadana. El carrusel facilita una lectura progressiva i atractiva, amb una estructura narrativa que convida a interactuar amb cada imatge. L'empresa ha de vetllar perquè el producte final a publicar segueixi aquests criteris:

<i>Peces D: Carrusel d'imatges</i>	
Mida	Quadrada (1080x1080 px) o vertical (1080x1350 px), segons la plataforma i el disseny
Format de lliurament	JPG o PNG per imatges; PDF si es lliura com a document
Elements de cada entrega	Seqüència d'imatges (entre 3 i 8), títol destacat, textos breus, icones o gràfics, logotip institucional, crida a l'acció (CTA)

5.3. INFOGRAFIES I MEMS

L'empresa contractista ha de conceptualitzar i fer un brífig per a l'elaboració de forma mensual, com a mínim, **una infografia** sobre continguts, dades i esdeveniments rellevants o un **mem** per a la difusió de cadascuna de les xarxes socials.

5.4. RECURSOS TÈCNICS

L'empresa contractista haurà de proporcionar tot el material tècnic necessari per a l'edició de les peces descrites en aquest contracte. Això inclou sales d'edició i muntatge amb el programari i maquinari adequats, entre d'altres. Així mateix, haurà de disposar de les versions sempre actualitzades de les aplicacions i programes necessaris per a la prestació del servei.

5.5. FORMAT I LLIURAMENT DEL MATERIAL

- Tota la documentació i material que es pugui generar s'ha de lliurar per mitjans telemàtics en el format, suport i terminis establerts pel Departament de Comunicació, segons allò establert en els quadres de característiques de la clàusula 5 d'aquest mateix Plec de Prescripcions Tècniques.
- Els recursos utilitzats per l'empresa contractista en la realització de les peces, tant d'imatges com de músiques i àudios han d'estar lliures de drets en el moment de lliurament del material final.
- Tot el material lliurat haurà d'estar correctament indexat.
- El material lliurat ha de ser sempre en català (textos, subtítols i dades) i en casos necessaris, també en castellà i anglès. En alguns casos es pot considerar necessari ampliar-ho a altres llengües.
- L'empresa contractista ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces.
- L'empresa contractista haurà de complir amb la normativa gràfica municipal i utilitzar els logotips apropiats. Els manuals d'identitat gràfica estan disponibles a:
<https://www.bcn.cat/publicacions/normativagrafica/>
- Caldrà adaptar les peces a la gràfica establerta per a projectes concrets que seran proporcionats en formats oberts pel Departament de Comunicació.
- Totes les tasques han de complir amb la normativa d'accessibilitat establerta per la Direcció de Comunicació Digital i que està disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicaciodigital/files/Guia_Accessibilitat_Departament_Internet_Ajuntament_Barcelona.pdf
- Caldrà seguir el Llibre d'estil de l'Ajuntament de Barcelona (<https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/90784>) i el Manual d'estil lingüístic de textos per al web bcn (<http://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/files/2022-gener-SL-Man-ManualEstilLing%C3%BC%C3%ADstic.pdf>)

6. OBLIGACIONS DE L'EMPRESA CONTRACTISTA

Per a la gestió de les xarxes socials, s'han de tenir en compte les següents obligacions:

6.1. GARANTIES QUANT A NORMATIVA LINGÜÍSTICA I ORTOGRÀFICA

Les llengües utilitzades són el català, castellà i anglès. L'empresa contractista ha de fer:

- El tractament i la correcció lingüística de qualitat de tota la comunicació i de totes les peces proposades es consideren una condició essencial en l'execució del contracte.
- Els textos, tant en català com en castellà i en anglès, hauran de ser revisats per un lingüista abans de publicar-se. L'empresa contractista serà responsable de la traducció correcta i de la correcció ortogràfica i gramatical dels textos.

En cas que es detectin errades gramaticals i/o ortogràfiques, almenys en 5 ocasions, la persona responsable del contracte podrà demanar un canvi del personal que l'està executant. El canvi haurà de ser immediat.

6.2. COORDINACIÓ PER A LA GESTIÓ DELS CANALS SOCIALS

L'empresa contractista haurà de planificar les publicacions i actualitzacions per tal de definir els criteris i tipus de continguts a fer per donar compliment a la gestió dels canals socials.

Aquesta planificació es farà:

- Assignació d'una persona amb responsabilitat directa sobre la coordinació i l'execució del contracte que recaurà en el perfil d'expert/a en estratègia digital i coordinador/a de continguts. El responsable haurà de coordinar-se amb les persones designades pel Departament de Comunicació de l'Àrea. El responsable proporcionarà un telèfon i un correu electrònic de contacte que estaran operatius, com a mínim, dins l'horari especificat a la clàusula 7.1 d'aquest plec.
- La coordinació de les tasques encarregades pel Departament de Comunicació es realitzarà a través de comunicacions telefòniques, telemàtiques, o mitjançant reunions de seguiment periòdiques en què s'avaluarà el desenvolupament correcte del servei. També es celebraran reunions a petició del Departament de Comunicació de l'Àrea per revisar de manera exhaustiva les tasques assignades, el calendari de treball proposat, i establir prioritats segons les necessitats de lliurament de les peces. Es farà també un seguiment dels objectius establerts i del grau d'assoliment d'aquests.
- El Departament de Comunicació de l'Àrea serà l'encarregat de validar cada proposta de difusió, planificació i execució. La supervisió, l'avaluació i aprovació dels resultats finals de cada acció serà realitzada pel mateix departament i quan sigui necessari, per la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona.
- S'utilitzaran eines compartides de planificació, com per exemple, *Google Drive* o *Trello*.
- En determinats encàrrecs l'empresa contractista haurà de coordinar-se amb proveïdors de l'Ajuntament (dissenyadors, fotògrafs, etc.) per a publicar el contingut que aquests generen. Els contactes d'aquests els seran facilitats per la persona municipal responsable del contracte o el personal tècnic corresponent.
- Les peticions a través de trucades, correu electrònic, Whatsapp o Telegram s'hauran de respondre en un temps màxim d'1 hora.
- A les primeres reunions de coordinació, a partir de les necessitats comunicatives municipals i de l'expertesa de l'empresa contractista, es definiran objectius de creixement d'audiència i impacte, els quals quedaran recollits en una acta, que podrà ser aixecada per l'empresa contractista.
- Aquesta expertesa implica que l'empresa contractista manté una atenció permanent pel que fa a les tendències, estratègies o actors clau o nous formats que apareguin a les xarxes i, de manera proactiva, proposa com incorporar-les a la comunicació que gestiona.
- Durant les reunions de coordinació, que podran ser en format presencial, l'empresa contractista aportarà indicadors d'audiència i impacte, que s'avaluaran de manera conjunta amb l'equip municipal responsable per tal de mantenir o reorientar l'estratègia comunicativa a les xarxes.

6.3. RESPECTAR LA IMATGE CORPORATIVA DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA

L'empresa contractista ha de respectar en tot moment la imatge corporativa de l'Ajuntament de Barcelona.

Totes les tasques objecte d'aquest contracte han d'estar regides per la CIRCULAR núm. 1115/18, per la qual es fixen els criteris corporatius de comunicació digital de l'Ajuntament de Barcelona. Així mateix, la Direcció de Comunicació Digital ha definit uns criteris mínims de qualitat relacionats amb qualsevol iniciativa digital de l'Ajuntament de Barcelona per garantir la qualitat, la consistència i l'homogeneïtat dels projectes i que es recullen a: <https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/>.

L'empresa contractista no podrà incloure cap marca o logotip propi en cap de les peces encarregades.

6.4. CONFIDENCIALITAT, PROPIETAT INTEL·LECTUAL I SEGURETAT

L'empresa contractista ha de vetllar pel compliment de la legislació vigent aplicable, i especialment pel que fa referència a la protecció de dades de caràcter personal, donant compliment a les obligacions legals que es deriven de la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades i garanties digitals, així com també de la resta de l'ordenament jurídic que sigui d'aplicació.

6.4.1. Punt de propietat intel·lectual

La propietat intel·lectual dels treballs fets a l'empara d'aquest contracte pertany a l'Ajuntament de Barcelona, Gerència de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'accés a la informació o als productes protegits per la propietat intel·lectual necessaris per desenvolupar el treball no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'empresa contractista accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec corresponen únicament i exclusivament a l'Ajuntament de Barcelona.

6.4.2. Punt de confidencialitat

L'empresa contractista s'obliga a no difondre i a guardar el més absolut secret de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte, i a subministrar-la només a personal autoritzat per l'Ajuntament de Barcelona.

6.4.3. Seguretat i conservació del material

L'empresa contractista serà responsable de garantir la seguretat i conservació del material editat, prevenint-ne qualsevol pèrdua. En cas d'incompliment, serà considerat com a falta molt greu, i l'empresa contractista haurà de recuperar i lliurar el material sense cap cost addicional per a l'Ajuntament de Barcelona en un termini màxim de 15 dies naturals.

7. DISPONIBILITAT HORÀRIA I EQUIP DE TREBALL

7.1. MANTENIMENT ORDINARI I EXTRAORDINARI

Per assolir les tasques diàries l'empresa contractista haurà de tenir disponibilitat **de dilluns a divendres de 9.00 a 19.00 hores**.

7.2. LLOC DE PRESTACIÓ DEL SERVEI

Els serveis objecte del contracte es realitzaran principalment a les instal·lacions de l'empresa contractista i on el servei requereixi, sempre dins de l'Àrea Metropolitana de Barcelona. Les dietes i despeses de desplaçament aniran a càrrec de l'empresa. Aquests desplaçaments inclouen diversos espais i equipaments segons les necessitats dels actes i esdeveniments, i l'àbast dels desplaçaments que el servei requereix és habitualment la ciutat de Barcelona.

També es podrà requerir la presència de l'empresa contractista en dependències municipals per a reunions de coordinació o seguiment, sense que l'Ajuntament cobreixi els costos d'aquest desplaçament.

7.3. EQUIP HUMÀ

7.3.1. Responsable Mitjans Socials (Content Specialist)

- Funcions de suport d'estratègia digital:
 - Assessorar al departament en les tendències en comunicació digital per a la difusió de peces audiovisuals en els diferents canals i efectuar el manteniment d'un cert nombre de plantilles corporatives quant a formats i llenguatges basat en els tipus de peces indicats a la clàusula 5.
 - Fer seguiment de la producció audiovisual, analitzar indicadors i proposar millores en la difusió.
 - Participar en el disseny de noves peces audiovisuals i establir estratègies de difusió de les peces de manera orgànica en col·laboració amb els perfils de producció i continguts.
 - Fer d'interlocutor/a entre l'equip de l'empresa contractista i l'equip del Departament de Comunicació.
- Funcions en conceptualització de continguts:
 - Aportar idees d'execució en la cobertura audiovisual a partir dels brífings elaborats pel Departament de Comunicació.
 - Elaborar guions basats en el brífig de cada peça proporcionat per l'equip de comunicació de la gerència de l'Àrea, suggerint recursos i imatges, i treballar conjuntament amb els proveïdors audiovisuals de l'Àrea i altres per ajustar els guions. Cal assegurar una estructura narrativa coherent i atractiva que respongui a les necessitats comunicatives definides pels brífings.

○ Perfil professional:

- Graduat/ada en Publicitat, Periodisme, Comunicació Audiovisual o àrees de coneixement similars.
- Experiència mínima de 4 anys en llocs de responsabilitat similar.

7.3.2. Community manager

Com a mínim, 1 gestor de continguts amb el perfil de professional en publicitat i de xarxes socials per al desenvolupament de les tasques definides en la clàusula 4 d'aquest plec.

Els professionals adscrits a aquest contracte han de tenir una experiència mínima de 3 anys en:

- Comunicació digital i creació de continguts.
- Comunicació en xarxes socials.

L'empresa contractista ha de:

- Garantir en tot moment el nombre de persones necessari per desenvolupar els perfils professionals necessaris per dur a terme les tasques descrites en aquest plec tècnic i que es detallen en aquest punt.
- Designar una persona interlocutora que es coordini amb els responsables de comunicació de l'Àrea durant la prestació d'aquest servei.
- Presentar el CV del personal que executi el servei en el termini màxim de 5 dies hàbils des de la formalització del contracte.

Durant l'execució del contracte i si el Departament de Comunicació de la Gerència considera que una o varies persones responsables d'executar-lo, no manifesten prou coneixements per desenvolupar el servei i no porten a terme correctament les seves tasques, l'empresa contractista haurà de substituir la persona o les persones implicades per unes altres de forma immediata.

Immaculada Santos Castilla

Cap del Departament de Comunicació de la Gerència d'Àrea de Cultura, Educació, Cicles de Vida, Feminismes i LGTBI