Pliego de condiciones técnicas para la contratación de la producción de un anuncio para la televisión con el fin de fomentar el uso del euskera en el ámbito deportivo.

1. Objeto del contrato.

La Dirección de Promoción del Euskera quiere contratar la producción de un anuncio televisivo para una campaña de sensibilización que quiere lanzar en 2021. La campaña tiene como objetivo promover el uso del euskera en el ámbito deportivo.

Ya se ha llevado a cabo la concesión del contrato para la adquisición de la idea creativa de la campaña publicitaria; la Dirección de Promoción del Euskera ya dispone del diseño de la campaña, las líneas maestras y la planificación: mensaje, posicionamiento, tono, posibles localizaciones, vestuario, formas de hablar, etc. El objeto del presente contrato es, por tanto, la producción de un anuncio para televisión.

Las personas destinatarias de la campaña son personas jóvenes euskaldunes, pero con tendencia a utilizar más el castellano, por diferentes motivos, a los que se pretende invitar a que comiencen a dar pasos sólidos a favor del uso del euskera, así como reforzar las actitudes y motivaciones a favor del euskera; pero con el objetivo principal de incidir en las conductas. De estar a favor del euskera queremos llevar a las personas vascohablantes a movilizarse para aumentar el uso del mismo entre ellas. La campaña debe ser eficaz y adaptada a la realidad de estas personas jóvenes, tanto en contenidos como en soportes (Instagran, Snapchat, whatsApp, …)

2. Características de los trabajos a realizar.

2.1. Producto:

- Producción de anuncio para televisión. El anuncio se producirá en euskera y se realizarán las adaptaciones necesarias para su emisión en castellano. Asimismo, deberá ser útil en los soportes de difusión en las redes sociales.
- El anuncio debe tener una duración de 30 a 20 segundos. El anuncio, sea cual sea su tamaño, debería ser el censo. Es decir, de la versión larga habrá que extraer la versión corta con las adaptaciones necesarias.
- La voz en off debe ser la misma en todos los casos, incluida la firma de música y marca.
- El anuncio deberá tener la máxima calidad posible. Será supervisado por el órgano de contratación para que esté adaptado a la idea original de los guiones literarios y sea adecuado para su emisión en EITB.

2.2. Localizaciones, tono, personajes:

- Seguirán lo expresado en la idea creativa. La Dirección de Promoción del Euskera facilitará información a cualquier persona interesada.

3. Obligaciones de la empresa adjudicataria.

La empresa adjudicataria actuará en nombre de la Administración, manteniendo el secreto profesional. La información obtenida se utilizará exclusivamente para el buen fin del trabajo, y toda la información será propiedad exclusiva de la Administración. No podrá utilizarse para otro fin, salvo autorización explícita por escrito.

En el caso de que la empresa adjudicataria o las personas dependientes de ella realicen acciones que pongan en peligro o impidan el buen fin del trabajo, la Administración podrá requerir a la empresa la adopción de medidas concretas y eficaces que permitan la reincorporación del trabajo al buen funcionamiento.

La empresa adjudicataria está obligada a proporcionar el equipo técnico y los medios auxiliares necesarios para la buena ejecución del trabajo y para el cumplimiento de los plazos parciales y totales acordados en el contrato.

La empresa adjudicataria colaborará con la Dirección de Promoción del Euskera de la Viceconsejería de Política Lingüística o con la persona que ésta designe, y deberá contar con la autorización de dicha Dirección a la hora de tomar decisiones o realizar modificaciones. Se definirán conjuntamente las localizaciones y casting, así como las formas de vestir, hablar, etc. Posteriormente, se contará con la participación directa de la Dirección o persona designada por ésta en la grabación, montaje, sonorización del anuncio, etc.

La empresa adjudicataria deberá contar con todas las autorizaciones y licencias administrativas necesarias para el ejercicio de su actividad empresarial. Adicionalmente, si para la ejecución del contrato fuera necesaria la contratación de otras empresas, la empresa adjudicataria será la única responsable frente a dichas empresas subcontratadas.

Al tratarse de un contrato de creación recogido en el artículo 20 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, la empresa adjudicataria cederá únicamente al Gobierno Vasco los derechos de publicidad de la campaña en cualquier medio de comunicación.

La música y locuciones correrán a cargo de la empresa adjudicataria, así como todos los derechos que afecten al uso de la publicidad (autor, fonográficos, sincronización,...).

Los actore, actrices y modelos serán por cuenta de la empresa adjudicataria, así como todos aquellos derechos que afecten al uso publicitario de su imagen.

4. Supervisión y control.

1.- Corresponde a la Administración el análisis y la inspección continua y directa de los trabajos. Para ello, la empresa adjudicataria le permitirá realizar inspecciones en cualquier proceso o fase del

trabajo, y le proporcionará los medios necesarios para que pueda realizar el mismo en la sede de la empresa adjudicataria.

2.- El trabajo será controlado por una persona representante de la Administración para supervisar el correcto cumplimiento de los compromisos adquiridos por la empresa adjudicataria. La empresa debe facilitar las labores de inspección y facilitar cuanta información le sea requerida. Asimismo, se informará a la persona designada como director/a del trabajo, a través de reuniones, de las incidencias surgidas en el desarrollo del trabajo y elaborará y comunicará resúmenes de las unidades de trabajo finalizadas. Se establecerá un calendario de reuniones para el seguimiento del trabajo.

3.- Asimismo, cualquier adaptación de la propuesta adjudicada requerirá la aprobación de la persona representante de la Administración, quien podrá modificar las líneas de trabajo en cualquier momento.

4.- En resumen, la adjudicataria mantendrá la comunicación necesaria con la Dirección de Promoción del Euskera en el desarrollo de sus responsabilidades y tareas, bien a través de reuniones presenciales o bien a través de otros canales de comunicación. Asimismo, la entidad adjudicataria mantendrá la comunicación necesaria con la entidad ejecutora del diseño de la campaña.

5. Incumplimientos y sanciones.

El incumplimiento del plazo de entrega de los anuncios (retrasos superiores a 5 días) supondrá una reducción del 25% del servicio. Si fuera superior a este plazo, se impondrán otras sanciones en función de su gravedad.

En el caso de este contrato debemos tener en cuenta que la campaña ya está planificada en los medios de comunicación. La flexibilización del plazo de recepción del anuncio puede generar dificultades en su emisión.

Vitoria-Gasteiz,

Edurne Ramon Olano

Firmado digitalmente por Edurne Ramon Olano
Fecha: 2021.05.11 12:35:30 +02'00'

Edurne Ramon Olano
Dirección de Promoción del Euskera