EMAKUNDE
EMAKUMEAREN EUSKAL ERAKUNDEA
INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Erakunde Autonomiaduna EUSKO JAURLARITZA Organismo Autónomo GOBIERNO VASCO

| **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS** |
|---|
| **Expediente nº: 12EMK/12S/2022**<br>**Objeto de la contratación:** Diseño, creatividad y producción de una campaña de sensibilización para la prevención de la violencia sexista con motivo del 25 de noviembre, Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres.<br>**Tipo de contrato:** servicios<br>**Procedimiento:** abierto |

## INTRODUCCIÓN

La consecución de la igualdad de mujeres y hombres, el respeto a todas las personas y a los derechos humanos, el derecho a vivir una vida libre de violencia… son objetivos que requieren un cambio de valores en nuestra sociedad. Aunque indudablemente los valores contemporáneos han ido cambiando, la desigualdad sigue siendo una realidad, ya que mujeres y hombres siguen sin disfrutar de los mismos derechos y oportunidades y sigue persistiendo la violencia machista.

Impulsar el cambio de valores es el objetivo de las campañas de sensibilización que impulsan las instituciones que trabajan por la igualdad y a favor de una sociedad libre de violencia contra las mujeres. En concreto, las campañas del Día Internacional para la eliminación de la violencia contra las mujeres del 25 de noviembre se centran en la sensibilización a favor de una sociedad sin violencia machista y para ello profundizan en las causas de la misma.

En este sentido, el Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica, el Convenio de Estambul, indica que para prevenir la violencia contra las mujeres es necesario “crear conciencia y cambiar la mentalidad de las personas, haciendo un llamamiento a todos los miembros de la sociedad, en particular los hombres y niños, para que cambien su actitud”.

Por su parte, el Pacto de Estado contra la Violencia de Género, recoge entre sus objetivos la necesidad de desarrollar campañas publicitarias institucionales de prevención y sensibilización con mensajes positivos, unitarios y adaptados a las exigencias de cada momento, implicando a la sociedad en su conjunto”. Se recoge en el Pacto que “esas campañas deben focalizarse en el rechazo al maltratador, y presentar ejemplos de mujeres fuertes y valientes, sin recurrir al cliché de las víctimas”. También hace referencia a que tengan como público objetivo a la juventud, utilizando preferentemente las tecnologías de la información y la comunicación.

Por otro lado, la Ley para la Igualdad de Mujeres y Hombres y vidas libres de violencia machista contra las mujeres aprobada por el Parlamento Vasco el 3 de marzo de 2022, señala que las administraciones públicas "con el objetivo de promover la igualdad y prevenir y eliminar la violencia machista contra las mujeres, han de realizar campañas de sensibilización para promover los cambios en los modos de comportamiento socioculturales de las mujeres y los hombres, a fin de erradicar prejuicios, costumbres, tradiciones y prácticas basadas en la idea de inferioridad y subordinación de las mujeres o en un papel estereotipado de las mujeres y de los hombres. Asimismo, deben llevar a cabo programas y actuaciones con el fin de abordar la desigualdad de género, incluidas actividades de sensibilización y formación, dirigidas específicamente a las mujeres para reforzar su autonomía, concienciación feminista y empoderamiento, y a los hombres para la deconstrucción de las masculinidades machistas y violentas, de modo que se conviertan en agentes activos a favor de la igualdad y en contra de la violencia machista".

Teniendo en cuenta todo ello además de los datos sobre violencia machista, Emakunde pone en marcha durante el año 2022 una campaña de sensibilización dirigida a prevenir la violencia sexual que quiere poner el foco en la actitud de hombres y chicos. Dicha campaña se enmarca en la Comisión Interinstitucional para la Igualdad de Mujeres y Hombres.

Desde Emakunde se considera importante que los mensajes a favor de una sociedad libre de violencia machista calen entre los hombres, de manera que se desmonte la idea de que la violencia machista es un problema de las mujeres y se constate que es un problema que tienen hombres socializados en una sociedad machista a los que se ha enseñado una manera de ejercer la masculinidad.

Para ello, desde Emakunde se plantea una campaña que se dirija especialmente a chicos y hombres y les haga reflexionar sobre sus actitudes con las chicas y las mujeres y el efecto que estas tienen sobre ellas y sobre su libertad. En concreto, se plantea que sean los propios hombres y chicos los que denuncien estas actitudes y se alejen de darles cobertura.

La campaña podría pivotar sobre el verdadero significado de algunas palabras y la manera en la que algunos hombres las interpretan. Por ejemplo: *¿Qué entiendes cuando te dicen "NO"? ¿Qué entiendes cuando te dicen "¡PARA!".*

## 1.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la realización de la creatividad y la producción de una campaña con potencial de desarrollo de acciones sociales derivadas de la propia base conceptual de la campaña que:

- Interpele a hombres y chicos sobre las actitudes que pueden derivar en violencia sexual o sexista
- Convierta a los propios hombres y chicos en agentes de transformación hacia una sociedad libre de violencia machista

## 2.- PERIODO DE EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La distribución de la campaña en los diferentes soportes se realizará alrededor del 25 de noviembre, Día Internacional para la eliminación de la violencia contra las mujeres de 2022. Asimismo, los vídeos y demás material creativo de la campaña se utilizarán en diferentes sesiones de formación y sensibilización que organice Emakunde así como las instituciones integrantes de la Comisión Interinstitucional para la Igualdad de Mujeres y hombres durante el año.

## 3.- TAREAS A REALIZAR

3.1. Creatividad de la campaña

La campaña habrá de contar con una imagen y un lema acorde con el objetivo de la misma, así como con soportes audiovisuales.

3.2.- Público destinatario

La campaña se dirige a toda la sociedad vasca, con especial incidencia en chicos y hombres.

3.3.- Uso de las lenguas oficiales en la Comunidad Vasca.

La campaña ha de ser realizada en las dos lenguas oficiales existentes en la Comunidad Vasca: castellano y euskera. Se valorará que el lema esté ideado en euskera o que tenga un valor propio en euskera sin ser necesariamente una traducción literal del lema en castellano.

3.4.- Uso no sexista del lenguaje

La campaña habrá de observar un uso no sexista del lenguaje.

3.5. Soportes para la difusión de la campaña

La propuesta de campaña habrá de acomodarse a diferentes soportes a través de los cuales se hará la difusión de la misma y que, al menos, serán los siguientes:

- **Piezas audiovisuales**. Se diseñarán y producirán por lo menos un vídeo de 20 segundos en euskera y otro en castellano, ambos subtitulados a cada uno de los dos idiomas. Asimismo, Emakunde podrá pedir que el vídeo se subtitule también al inglés. Emakunde podrá pedir a la empresa adjudicataria diferentes versiones del vídeo, de diferente duración o con diferente careta de salida.
- **Cartelería** para su difusión en exterior e interior, en euskera y castellano. Se diseñarán e imprimirán los carteles interiores (8.000 carteles reversibles en euskera y castellano de 50x70 cm). Emakunde solicitará una versión del cartel en inglés.
- **Banners**, en euskera y castellano, para inserción en distintas páginas web. Adecuados a la medida de cada web. Emakunde solicitará una versión de los banners en inglés.
- **Piezas para publicidad en prensa escrita**. En euskera y castellano. Adaptadas también a la medida de cada medio.
- **Cuña o cuñas radiofónicas**. Se diseñarán y grabarán las cuñas de 20 segundos en euskera y castellano. Emakunde podrá pedir a la empresa adjudicataria diferentes versiones la cuña.
- **Batería de propuestas de posibles acciones sociales** que pudieran servir de complemento a la campaña y de refuerzo de su impacto, susceptibles de implementarse en cada territorio.

La creatividad de la campaña será tal que su difusión pueda acomodarse al soporte televisivo. A tal fin, la empresa adjudicataria cederá en exclusiva a Emakunde el ejercicio de los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y otros derechos de explotación de la creatividad de la campaña.

3.7.- Ámbito territorial de la campaña

La campaña será divulgada en toda la Comunidad Vasca y fuera de la comunidad a través de internet.

3.8.- Seguimiento de la campaña

La empresa adjudicataria mantendrá la necesaria comunicación con Emakunde en el desarrollo de sus responsabilidades y tareas, bien a través de reuniones presenciales y/o a través de otros canales de comunicación.

## 4.- CONDICIONES DE LA CONTRATACIÓN

Emakunde se reserva el derecho de hacer un seguimiento en todo momento de la realización y desarrollo del plan de trabajo de la empresa adjudicataria, a fin de que se cumplan las condiciones fijadas en el presente pliego.

## 6.- OTROS ASPECTOS DE LA CONTRATACIÓN

La entidad adjudicataria habrá de acreditar los recursos personales y materiales necesarios y utilizarlos para el desarrollo de la actividad contratada. Las personas vinculadas a la ejecución del contrato dependerán funcional y orgánicamente de la empresa adjudicataria.

La empresa adjudicataria asumirá además los riesgos, obligaciones y responsabilidades propias del desarrollo de la actividad empresarial.