



PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA SEXUAL

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.

1.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la contratación de la planificación de medios y compra de espacios publicitarios para la difusión de una campaña para la prevención de la violencia contra las mujeres mayores. La planificación de medios contará con:

- Un plan de medios para difundir la creatividad elaborada para la campaña.
- El plan de medios contemplará como mínimo la cobertura en:
 - Redes Sociales y medios online
 - Radios
 - Prensa
 - Cartelería exterior
- Quedan excluidos de esta planificación los medios de EITB.

2.- PERIODO DE EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La distribución de la campaña en los diferentes soportes se realizará en fechas coincidentes con el 25 de noviembre, Día Internacional para la eliminación de la Violencia contra las Mujeres: **del 15 al 29 de noviembre de 2022.**



3.- TAREAS A REALIZAR

3.1. Contratación y planificación de medios.

Contratación de la planificación de medios y compra de espacios publicitarios para la difusión de una campaña para la prevención de la violencia contra las mujeres.

3.2.- Público destinatario

La campaña se dirige a toda la sociedad vasca, así como a las organizaciones y entidades en que se organizan.

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

La campaña se difundirá en las dos lenguas oficiales existentes en la Comunidad Vasca: castellano y euskera.

3.4. Medios para la difusión de la campaña

- Medios online y redes sociales
- Radios
- Prensa
- Soportes exteriores
- Se valorarán, si se justifica su eficacia, las televisiones locales.

3.7.- Ámbito territorial de la campaña

La campaña será divulgada en toda la Comunidad Vasca.

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.

La propuesta deberá argumentar la planificación y agenda más adecuada para la mayor rentabilidad y eficacia de la campaña.

Una vez adjudicado el contrato, Emakunde facilitará a la empresa adjudicataria los originales de la creatividad elaborada para esta campaña.

Todos los gastos que se deriven de la planificación, compra y tramitación deberán incluirse en el presupuesto.