



KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA
*Kabinetearen eta Gizarte
Hedabideen Zuzendaritza*

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA
*Dirección de Gabinete y Medios
de Comunicación Social*

KULTURA ETA HIZKUNTZA POLITIKA SAILAK SUSTATUTAKO LEHIAKETAREN
PLEGU TEKNIKOAK, PRENTSA, IRRATI, TELEBISTA, KANPO-PUBLIZITATEA ETA
ON-LINE BIDEZKO PUBLIZITATE-ESPASIOAK PLANIFIKATZEKO ETA EROSTEKO
KONTRATUARI DAGOKIENAK

1.- Kontratuaren xedea

Plegu hauen helburua da Euskal Autonomia Erkidegoan eta, aldi baterako, beste erkidego batzuetan, edo Espainiako Estatu osoan, baita kanpoan ere, prentsan, irratan, telebistan, kanpo-publizitatean eta on-line bidezko publizitate-espazioak planifikatzeko eta erosteko zerbitzuen kontratazioa arautuko duten baldintza teknikoak finkatzea.

Helburua da honako hauen plangintza egitea eta erostea:

- Legezko arau aplikagarriek eskatzen dituzten iragarki ofizialak.
- Informazio-iragarkiak.
- Publizitate kanpainak.
- Kultura eta Hizkuntza Politika Sailak erabakitako publizitate-kanpainei edo publizitate-ekintzei buruzko iragarkiak, hedabideen planik jaso ez dutenak, alegia.
- On-line bidezko publizitatea.
- Publireportajeak eta/edo komunikabideekin lankidetzan aritzea, herritarrentzat interesgarriak diren informazioak zabaltzeko.

Horren bidez, Administrazioak behar bezala funtziona dezan beharrezkoak diren premiak ase nahi dira.

Publizitate-ekintza horiek Kultura eta Hizkuntza Politika Sailak bere hiru arlo nagusietan egiten dituen jardueren buruzkoak izango dira (kultura sustatzea; euskara sustatzea eta hizkuntza normalizatzea; eta jarduera fisikoa eta kirola sustatzea).

Gune horiek planifikatzeko eta erosteko aholkularitza eta gauzatze-lanak genero-ikuspegia txertatuz eta emakumeen eta gizonen arteko berdintasuna modu proaktiboan sustatuz egin beharko dira, Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako 4/2005 Legean eta ezarritako preskripzio teknikoetan xedatutakoaren arabera. Era berean, kontuan hartu beharko dira EAEko Administrazio Orokorrerako indarrean dauden hizkuntza-irizpideak.

2.- Kontratuaren iraupena

Kontratuak 18 hilabeteko iraupena izango du, sinatzen denetik hasita, eta beste 18 hilabetez luzatu ahal izango da, indarrean dagoen araudian eta aplikatzekoa den pleguan ezarritakoaren arabera. Luzapenak bi alditan banatu ahal izango dira, 9 hilabeteko aldi bitan, hain zuzen ere.



3.- Eskatutako zerbitzuak

Sailak enpresa esleipendunari eskatuko dio publizitatea hainbat komunikazio-euskarritan jartzeko, helburuak eta bere momentuan ezarriko duen publiko hartzailea adierazita. Zehazki, Kabinetearen eta Gizarte Hedabideen Zuzendaritzak edo saileko beste zuzendaritzek publizitatea izapidetzeko aginduak emango dizkiote enpresa esleipendunari, kontratatu beharreko euskarriak edo hedabideak, laneratze-datak eta eskatutako espazioak adierazita, alegia, enpresa esleipendunak kontratua egin dezan.

Enpresa esleipendunak baliabideen plana eta aurrekontua proposatuko dizkio sailari. Dokumentu horrek proposamenak izango duen genero-eraginaren aurreikuspena jaso beharko du. Hau da, hedabide eta euskarri bakoitzaren hartzaile potentziala jaso beharko du, sexuaren arabera bereizita.

Sailak proposamena aztertuko du eta, beharrezkoa izanez gero, dagozkion egokitzapenak egingo ditu. Hark oniritzia ematen dionean, enpresa esleipendunak publizitate-espazioak kontratatuko ditu aukeratutako data eta hedabideetan, emandako aginduak betetzen direla egiaztatuko du eta horien egiaztagiria aurkeztuko ditu kanpaina edo txertaketa amaitu ondoren.

3.1. Iragarki ofizialak edo informatiboak

Engunkarietan, irratietan eta bestelako komunikazio-euskarrietan iragarki ofizialik egonez gero, sailak telematikoki helaraziko dizkio enpresa esleipendunari iragarki ofizialen testua eta gainerako euskarriak, hedabideen planetik eratorritako jatorrizko iragarkien maketazioa egin dezan. Enpresa esleipendunak iragarkiaren maketa bidaliko du, hedabideen plangintzarekin eta aurrekontuarekin batera, Kabinete eta Komunikazio Zuzendaritzara edo dagokion zuzendaritzara, onar dezan, eta, haren oniritziarekin, hedabideetara bidaliko du. Maketazio-zerbitzua proposamen ekonomikoaren eranskinean eskaintako prezioen barruan egongo da.

3.2. Publizitate kanpainak

Sormena aurretik kontratatu zaien publizitate-kanpainei dagozkien iragarkiak izapidetzen badira, enpresa esleipendunak dagokion hedabideen plana egin beharko du, aurrekontuaren, komunikazio-helburuen eta publiko objektiboaren arabera. Audientziak aztertu ondoren, euskarriak eta horien aurrekontua proposatuko ditu, baita iragarri beharreko produktuarekiko egokitzapena, txertaketa eta errentagarritasuna ere. Hedabideen planak beti jaso beharko du sexuaren arabera bereizitako inpaktua publiko objektiboarekin bat datozen audientzietan.

Egindako aginduak betetzen direla, jatorrizkoak jasotzen direla eta iragarkiak behar bezala txertatu eta epatzen direla justifikatzen duten egiaztagiria lortzen direla egiaztatuko du.

Gainera, enpresa esleipendunak komunikabideekin negoziatuko ditu publizitatea txertatzeko kostuak eta gunerik egokienak hautatzea, jatorrizko dokumentuak aukeratutako euskarrietara egokitu eta bidaliko ditu, eta publizitatea egiteko beharrezkoak diren abalak eta baimenak eskatuko ditu. Gastu horiek enpresa esleipendunak ordainduko ditu.

3.3.- Sailak erabakitako publizitate-espazioaren eresketa gauzatzea

Kultura eta Hizkuntza Politika Sailak edo saileko beste zuzendaritza batek egokitzen jotzen badu publizitate-ekintza bat, kanpaina bati lotua edo unean unekoa, eta hedabide edo euskarri jakin batekin hura erostea adosten badu, enpresa esleipendunak izapidetu eta gauzatuko du txertatze edo publizitate ekintza horren eresketa, nahiz eta eresketa horrek hedabideen plan bat egitea ekarri ez, edo enpresa esleipendunak egindako hedabideen plan batean sartu ez.

3.4.- On line bidezko publizitatea

Hedabideen online bertsioetan, euskarri digitaletan, sare sozialetan edo bilatzaileetan publizitatea izapidetu nahi denean, enpresa esleipendunak nahi duen publikoa lortzeko lan egingo du, alegia, inbertsioa optimizatzeko. Enpresa esleipendunak kanpainan zehar audientziak izan duen bilakaeraren berri emango du, eta behar diren aldaketak iradokiko ditu, inpresio-kopurua eta dibulgazioan zehar "click-through"-ak areagotu daitezen. Gainera, sarbide-gakoak emango dizkio sailari, audientziaren estatistikak gainbegiratu ditzan, eta, kanpaina amaitutakoan, enpresa esleipendunak txosten bat bidali beharko du errentagarritasuna ebaluatzeko, etorkizunean egingo den hedabideen eresketa behar bezala egituratu ahal izateko. Txosten horretan, audientziaren estatistikak jasoko dira, sexuaren arabera bereizita.

3.5.- Argitalpenak eta/edo hedabideekiko kolaborazioak

Hainbat komunikabidetan publinerreportajeak eta/edo bestelako kolaborazioak izapidetu behar direnean, enpresa esleipenduna arduratuko da horiek egiteko agindu egokiak bideratzeaz eta sailak horretarako lortutako akordioak betetzeaz, bai maila ekonomikoan, bai publizitatean. Txertaketa horiekin batera berariazko baliabideak aurkeztu beharko dira (letra-tipologia, diseinua, logotipoarekin batera joatea, ahots-erreferentziak edo kasu bakoitzean beharrezkoa edo komenigarria den beste edozein baliabide), sailak zuzendutako espazioa dela adierazteko.

3.6.- Kanpaina planifikatzeko proposamena

Sailak prentsa, irrati, telebista eta interneteko hedabideak planifikatzeko proposamena eskatuko die lizitatzailerei. Proposamen horretan kanpainaren aldiak, iraupena, komunikabideak, euskarriak, targeta, eremua, formatua eta aurrekontua ezarriko dira. Plangintza egiterakoan, enpresa esleipendunak Euskadiko hiru lurraldeetan zabalkundea egiteko beharra kontuan hartu beharko du, eta egokienak aukeratu beharko ditu.

Kanpainaren eraginkortasuna neurtzeko txosten bat aurkeztuko dute, hain zuzen ere, emaitzak aztertu eta baloratzeko.

Txostenak adierazleak jasoko ditu, bai hautatutako euskarri eta komunikabide bakoitzerako (prentsa, irrati eta Internet), bai kanpaina osorako (txertaketak, estaldurak, txertatzearen kostua). Aurkeztutako proposamena komunikabide eta euskarri bakoitzerako egokia den baloratuko da, ahalik eta zabalkunde handiena bermatzeko eta ahalik eta eragin handiena lortzeko. Enpresa esleipendunak EiTBren hedabideak eta euskarriak sartu eta planifikatu beharko ditu kanpainen eta txertaketen proposamen eta diseinuetan EiTBren gune horiek kontratatzea eskatzen ez bazaio ere, sailak ematen dion informazioaren arabera.

3.7. Azken txostena egitea eta bidaltzea

Enpresa esleipendunak azken txosten bat egin eta Sailari bidaliko dio, kontratatutako txertaketak eta publizitate-kanpainak biltzeko. Txosten hori genero-ikuspegia txertatuz egin beharko da, hizkuntzaren erabilera inklusiboa eginez, ikus-entzuleei, publikoari eta abarri buruzko informazio guztia txertatuz, sexuaren arabera bereizita, eta gerta litezkeen sexuaren araberrako diskriminazioak ezabatzeko neurriak proposatuz, eta emakumeen eta gizonen arteko berdintasuna sustatzeko proposamenak eginez etorkizunean prentsan, irratan, telebistan, kanpo-publizitatean eta on line bidezko publizitate-espazioak planifikatu eta erosteko lanetan.

4.- Erantzukizunak

Enpresa esleipenduna arduratuko da zerbitzua behar bezala emateaz: kasu bakoitzean eskatutako euskarrietan, kokalekuetan eta kasu bakoitzerako ezartzen diren datetan, bai eta azken produktuaren kalitateaz ere, eguneroko jarraipenaren bidez. Enpresa esleipendunari edo hedabideari egotz dakiokkeen akatsik gertatuz gero, lehenengoa izango da akatsa zuzentzeko ardura izango duena, eta hedabidearekin negoziatuko du, sail honi kontsulta egin ondoren. Hark hartuko du akats hori zuzentzeko moduari buruzko azken erabakia. Nolanahi ere, akats horretatik eratorritako kostuak ez zaizkio inola ere Administrazioari egotziko.

5.- Euskadiko komunikabideei buruzko ezagutza

Enpresa esleipendunak egingo dituen prestazioen ezaugarriak kontuan hartuta, Euskadiko Hedabideen ekosistemari buruzko ezagutza izan beharko du.

6.- Lan-aginduak

Sailak enpresa esleipendunari publizitatea izapidetzeko aginduak emango dizkio, kontratatutako beharrek hedabideak eta euskarriak, datak, formatuak, prezioak eta espazioak adierazita; horiek kontrata ditzan, hain zuzen ere. Enpresa esleipendunak euskarri elektronikoan emango du egiteko agindu-eredu bat, ikastaroa errazteko.

Enpresa esleipendunaren eta Administrazioaren izenean pertsona banak jardungo dute beraien arteko komunikazioak mantentzerako orduan.

Sailak txertaketa aginduak emango dizkio enpresa esleipendunari, eta horrek dagozkion kudeaketak egin beharko ditu, sailarekin harremanetan jarrita, harik eta komunikabideetan Administrazioak esandakoa agertzen den arte.

7.- Konfidentziasuna

Enpresa esleipendunak ezagutzen duen eta kontratatutako zerbitzuei lotuta dagoen informazio guztia isilpekoa izango da, eta isilpean gorde beharko da uneoro. Bestela, enpresa esleipendunak bai Eusko Jaurlaritzari, eta, eragindako kalteengatik, bai pertsona kaltetuei ordaindu beharko die, sekretu profesionala urratzearen ondoriozko kalte-galerak direla eta.



8. Genero-ikuspegia eta emakumeen eta gizonen berdintasuna sustatzea

Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako 4/2005 Legean xedatutakoaren arabera, enpresa esleipendunak genero-ikuspegia sartu beharko du emandako zerbitzua gauzatzeko fase guztietan, eta honako hauek bermatu beharko ditu:

- Komunikazio inklusiboa: komunikazio eta euskarri guztietan eta Administrazioarekin ahoz edo idatziz duen harreman guztian hizkera ez sexista erabiliz. Gainera, zerbitzua ematean sortzen diren emakumeen eta gizonen irudiak inklusiboak izatea sustatu behar du.
- Zerbitzuan zehar aurkezten diren informazioa eta datuak sexuaren arabera bereizita daudela.
- Ez duela proposatuko iragarkirik edo publizitate-kanpainarik sartzea pertsonak, sexuaren arabera, giza duintasun gutxiago edo gehiago dutela edo sexu-objektu edo aberasteko produktu soilak direla adierazten duten hedabideetan, ezta emakumeen aurkako indarkeria justifikatzen, hutsaltzen edo bultzatzen duten komunikabideetan ere. Aitzitik, publizitate eta komunikazio ez-sexistarako kode deontologikoak eta autorregulaziokoak dituzten komunikabideak sustatu eta lehenetsiko ditu.

9. Hizkuntzen tratamendua

Enpresa kontratistaren eta sailaren arteko harremanak euskaraz izango dira, ahoz zein idatziz (txostenak, proiektuak, fakturak, etab.).

Enpresa kontratistak langileak azpikontratatu behar baditu, kontratuan agertzen diren hizkuntza-baldintza berberak bete beharko ditu.

Vitoria-Gasteizen, sinadura elektronikoan adierazten den datan

ESTIBALIZ
ECHEVARRI
A GAZAGA
-
79007768P

Firmado
digitalmente por
ESTIBALIZ
ECHEVARRIA
GAZAGA -
79007768P
Fecha:
2022.05.18
10:28:16 +02'00'

Estibaliz Etxebarria Gazaga

Kabinetearen eta Gizarte Hedabideen zuzendaritzako aholkulari juridikoa