

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

**Expediente nº: 01EMK/01S/2020**

**Objeto de la contratación:** Diseño, creatividad y producción de una campaña de sensibilización a favor de la igualdad de mujeres y hombres

**Tipo de contrato:** servicios

**Procedimiento:**

**Clase:** ordinario

## 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 en nuestra sociedad, en la que mujeres y hombres siguen sin disfrutar de los mismos derechos y oportunidades y siguen persistiendo la violencia machista, la infravaloración de las capacidades de las mujeres, su presencia minoritaria en los ámbitos de decisión y poder, la brecha salarial, el desequilibrado reparto de las tareas de hogar y de cuidados de las personas...

Cambiar los valores es una tarea compleja, porque supone incidir en las mentalidades, en el orden simbólico de cada persona, pero es imprescindible para la consecución de la transformación social. Por ello, Emakunde, dando continuidad a su política de sensibilización ciudadana, pone en marcha durante el año 2020 una campaña de sensibilización a favor de la igualdad que arrancará alrededor del 8 de marzo, Día Internacional de las Mujeres, y que tendrá continuidad a lo largo del año. Además de en los medios de comunicación y soportes habituales, los materiales creativos de este plan serán utilizados en los distintos foros, sesiones de sensibilización y formación que Emakunde organiza durante el año.

La campaña de sensibilización de 2020, que arrancará con la campaña del Día Internacional de las Mujeres, coincide en el tiempo con distintas conmemoraciones relacionadas con la igualdad y los derechos de las mujeres. Se conmemoran:

- El 25º aniversario de la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing
- El 20º aniversario de la resolución 1325 del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas sobre las mujeres, la paz y la seguridad

- El 15º aniversario de la aprobación en Euskadi de la Ley para la Igualdad de Mujeres y Hombres
- El 5º aniversario de la aprobación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Estos aniversarios, asimismo, coinciden en el tiempo con un auge de las reivindicaciones feministas especialmente entre la juventud, tal y como ha quedado patente en las últimas movilizaciones del 8 de marzo de los últimos dos años.

Ante esta realidad, la campaña que quiere impulsar Emakunde pretende no solo poner en valor todos los avances de las últimas décadas y mostrar que el trabajo por la igualdad y a favor de los derechos de las mujeres es una cadena que viene de atrás, sino, además, hacer un llamamiento a las nuevas generaciones para que la cadena no se rompa y se refuerce. Para ello, quiere convertir esta campaña en un punto de encuentro generacional, un lugar de transmisión de los valores que han impulsado el trabajo a favor de los derechos de las mujeres en las últimas décadas. Esta campaña pretende representar el encuentro entre personas que han trabajado durante décadas por los derechos de las mujeres y personas jóvenes, simbolizando así la necesidad de que se produzca esta transmisión para que la sociedad pueda seguir avanzando y conquistando espacios de igualdad.

Construir el futuro tiene que ver mucho con el pasado. El trabajo por la igualdad no nace de cero, sino que cuenta con una genealogía feminista y un compromiso de muchas personas y agentes sociales que se han encargado de mantener en el tiempo su reivindicación. Conseguir el compromiso de las nuevas generaciones para seguir impulsando esta misión en cadena es uno de los principales objetivos de esta campaña, además de visualizar el futuro que la juventud quiere construir.

La [Declaración y Plataforma de Acción de Beijing de 1995](#) es el programa más visionario para el empoderamiento de las mujeres y las niñas en todo el mundo. Creada en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Beijing, China (conocida como la mayor reunión de defensoras y defensores de la igualdad de género), la Plataforma de Acción de Beijing fue adoptada por 189 gobiernos que se comprometieron a tomar medidas audaces y estratégicas en 12 esferas de especial preocupación: pobreza, educación y capacitación, salud, violencia, conflictos armados, economía, poder y toma de decisiones, mecanismos institucionales, derechos humanos, medios de comunicación, medio ambiente, y las niñas. La declaración de Beijing presenta el empoderamiento de las mujeres como una estrategia clave del desarrollo: «El empoderamiento de las mujeres y su plena participación en condiciones de igualdad en todas las esferas de la sociedad, incluida la participación en los procesos de toma de decisión y el acceso al poder, son fundamentales para alcanzar la igualdad, el desarrollo y la paz».

## **1.- OBJETO DEL CONTRATO**

El objeto del contrato es la realización de la creatividad y la producción de una campaña para la sensibilización de la sociedad vasca que contenga estas ideas, o algunas de ellas:

- El trabajo a favor de la igualdad y los derechos de las mujeres no nace de cero, es una cadena que viene de atrás y que hay que seguir impulsando para poder construir conjuntamente el futuro: una sociedad justa en la que mujeres y hombres disfruten de los mismos derechos y oportunidades.
- Es necesaria la transmisión de los valores de la igualdad de generación en generación para impulsar y reforzar el compromiso de la juventud.
- Hitos como el de la declaración de Beijing o la aprobación de la Ley para la Igualdad, entre otros, son vitales para el recorrido hacia una sociedad igualitaria

A la empresa adjudicataria se le pedirá una creatividad que se utilizará en varias oleadas de campaña. No se exigirá una nueva creatividad para las distintas oleadas, pero sí las adaptaciones necesarias en las mismas.

## **2.- PERIODO DE EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA**

La distribución de la campaña en los diferentes soportes se realizará en distintos periodos del 2020 comenzando en una primera oleada con las fechas coincidentes con el Día Internacional de las Mujeres: del 25 de febrero al 10 de marzo de 2020, ambos incluidos. Se pretende lanzar al menos otra oleada en los medios de comunicación a lo largo del año (coincidiendo con el Foro para la Igualdad en el mes de Noviembre), y lograr una presencia continuada (en diferentes momentos) en radios y redes sociales.

Asimismo, los vídeos y demás material creativo de la campaña se utilizarán en diferentes sesiones de formación y sensibilización que organice Emakunde 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, así como a las organizaciones y entidades en que se organizan.

### 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** para su circulación en redes sociales. Se diseñarán y producirán por lo menos un vídeo en euskera y otro en castellano, ambos subtítulos a cada uno de los dos idiomas. Asimismo, Emakunde podrá pedir que el vídeo se subtitle 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.

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.

Dado que se trata de un contrato de creación contemplado en el Artículo 20 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, en virtud de la cual un contrato de creación publicitaria es aquél por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga en favor de un anunciante o agencia a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria, una parte de la misma o cualquier otro elemento publicitario, los derechos de explotación de las creaciones publicitarias se presumirán, salvo pacto en contrario, cedidos en exclusiva al anunciante o agencia, en virtud del contrato de creación publicitaria y para los fines previstos en el mismo.