



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGULA LOS REQUISITOS DEL CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN CONTRA EL ACOSO ESCOLAR EN LA COMUNIDAD DE MADRID.

1.- OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene por objeto la definición, diseño y producción de una campaña de sensibilización en contra del acoso escolar en la Comunidad de Madrid.

En concreto, y para el lanzamiento de dicha campaña, la empresa adjudicataria deberá crear y producir el mensaje y los elementos básicos integrantes de la campaña y plasmarlos en los soportes que considere necesarios para su presentación a los ciudadanos madrileños. Como mínimo las piezas a desarrollar serán la creatividad para radio, prensa, televisión, cine, Internet, dispositivos móviles y publicidad exterior y la producción para todos los soportes excepto la cartelería estática de la publicidad exterior. También deberá asumir todos los gastos de derechos de imagen y música derivados del anuncio para todos los medios y soportes.

2.- CARACTERÍSTICAS DE LA CAMPAÑA

2.1. OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

El citado contrato deberá asegurar la cobertura de los objetivos de la campaña para sensibilizar a la población y de esa manera combatir el acoso escolar en la Comunidad de Madrid.

El acoso escolar es entendido como el maltrato psicológico, verbal o físico sufrido por un alumno o alumna en el ámbito escolar, derivado de factores personales (físicos, psicológicos, de orientación o identidad sexual), o colectivos (étnicos, religiosos, de pertenencia a un grupo social), de forma reiterada y a lo largo de un período de tiempo determinado. Puede manifestarse de distintas formas: agresión verbal, vejaciones, humillaciones, exclusión y marginación, intimidación, amenazas, chantaje, incluso agresión física directa o indirecta. El acoso es un delito que causa en la víctima daños psicológicos y que, en ocasiones, acaba en tragedia.

Los expertos resaltan algunas características comunes:

- a) Intencionalidad.
- b) Reiteración.
- c) Desequilibrio de poder.
- d) Indefensión y personalización.
- e) Observadores pasivos.
- f) Invisibilidad para los adultos.
- g) Con frecuencia, puede tener un componente grupal.



El objetivo de esta campaña será concienciar a toda la sociedad de que el acoso no es una “cosa de niños” sino una conducta grave que ha de ser rechazada por toda la sociedad y denunciada no sólo por parte de la víctima sino por parte de todos aquellos que sean conocedores de algún caso. Que los alumnos, los profesores y los padres conozcan las consecuencias de una mala utilización de las tecnologías de la información en el fenómeno del ciberacoso.

La campaña tratará de conseguir:

- Que los alumnos, profesores y padres se conciencien de que acosar a un compañero es un acto grave y rechazable.
- Que profesores y padres estén atentos a posibles conductas que evidencien acoso escolar en sus alumnos y en sus hijos.
- Que los alumnos que sufren acoso lo pongan en conocimiento de padres y profesores.
- Que los profesores y los alumnos que observen acoso en su entorno lo denuncien.

Otros objetivos:

1. Dar a conocer las características del acoso escolar.
2. Mejorar la convivencia en los centros docentes y prevenir la violencia.
3. Potenciar la resolución pacífica de los conflictos mediante la aplicación de estrategias compartidas.

2.2. SOPORTES DE COMUNICACIÓN

Los soportes de comunicación que se establecen serán, como mínimo, los siguientes:

- Prensa
- Radio
- Televisión
- Internet y dispositivos móviles: banner, video y otros formatos.
- Publicidad exterior: Opis, Mupis, autobús, metro y cercanías, iwall, soportes luminosos, proyecciones y demás formatos de publicidad exterior.
- Anuncios para salas de cine

3.- PÚBLICO OBJETIVO

El público al que va dirigida la campaña es el conjunto de padres y madres, maestros, profesores y alumnos en edad escolar, así como demás comunidad educativa de la Comunidad de Madrid.

4.- CONTENIDO DE LOS TRABAJOS A REALIZAR

Los servicios publicitarios y de comunicación que prestará el adjudicatario serán:

- Estrategia de comunicación de la campaña.
- Creatividad de conceptos y claims.



Comunidad de Madrid

- Adaptación de la creatividad a los conceptos de los distintos medios y soportes requeridos en DIN A3 para las propuestas gráfica y en formato electrónico para los spots y las cuñas de radio.
- Producción de las diferentes piezas para los distintos medios. La empresa adjudicataria se responsabilizará de la producción y realización de la totalidad de piezas y adaptaciones para la inserción en los medios de prensa, radio, televisión, cine e Internet y todas las necesarias para la mejor difusión de la campaña, excepto la cartelería estática de publicidad exterior.
- Televisión: Producción de un Spot de televisión, en versión de 20". Se realizará la adaptación mediante subtítulos para discapacitados sensoriales en el caso de que la Consejería de Educación, Juventud y Deporte lo estime conveniente de acuerdo con la creatividad que se apruebe.
- Radio: Producción de una Cuña de radio, en versiones de 20" y de 10". Se realizará una copia en los formatos necesarios (mínimo MP3 y WAP) por creatividad y duración.
- Medios gráficos. Anuncio en medios gráficos (prensa y revistas) en formato página, media página y faldón, en color y/o blanco y negro.
- Exterior. Anuncio para exterior en los siguientes formatos (a título indicativo):
 - Mupis / Opis
 - Autobús
 - Metro y Cercanías
 - Iwall
 - Soportes luminosos
 - Proyecciones y demás formatos de publicidad exterior
- Internet: Anuncio en los siguientes formatos
 - Adaptación del anuncio de televisión de 10"
 - Banner
 - Otros formatos
- Salas de cine: Producción de un anuncio, en versión de 20". Se realizará la adaptación mediante subtítulos para discapacitados sensoriales en el caso de que la Consejería de Educación, Juventud y Deporte lo estime conveniente de acuerdo con la creatividad que se apruebe.
- Acto de presentación de la campaña:
 - Diseño del acto (escenario, materiales, carpetas, etc.).
 - Impresión en los formatos que se le indiquen, de los elementos que forman la campaña (prensa, exterior, carteles, etc.).
 - Se prepararán carpetas conteniendo, al menos:
 - Una sinopsis de la Estrategia Creativa y de la Estrategia de Medios
 - Material informativo suficiente de los distintos originales aprobados, spot de televisión, cuñas de radio, así como cualquier otro elemento que se considere oportuno incluir en la misma y que ayude a dar una visión conjunta de la Campaña.



La creatividad presentada deberá ser adaptada al Plan de medios aprobado por la Comunidad de Madrid antes del inicio de difusión de la campaña. Las adaptaciones que, en su caso, procedan no conllevarán alteración del precio del contrato.

Previamente a la presentación de la campaña deberá realizarse una memoria de los trabajos realizados (5 copias) que incluirá, al menos, lo siguiente:

- Estrategia Creativa y argumentación de las aportaciones de los trabajos aprobados para los medios empleados.
- Originales aprobados, esto es master, de todo el material impreso y de publicidad exterior, en CD o DVD y en impresión a color.
- Igualmente, para los originales de TV, Radio, Banner y otros se entregarán en CD o DVD.
- Otros elementos que la empresa contratista considere que contribuyen a una mejor comprensión y valoración de la campaña.

A la finalización de los trabajos se entregarán 5 copias del trabajo definitivamente aprobado, en los siguientes formatos de:

- TELEVISIÓN y CINE: Versión del Spot de televisión, en soporte digital con los master.
- RADIO: todas las piezas en formato MP3.
- MATERIAL GRÁFICO: Todos los master y sus respectivas adaptaciones a cada uno de los distintos medios y soportes gráficos en formato PDF de alta resolución y freehand.
- Todas las piezas digitales y sus respectivas adaptaciones a cada uno de los soportes.

5.- CONTROL Y SEGUIMIENTO.

Los medios humanos que sea necesario contratar para el correcto desempeño del servicio serán por exclusiva cuenta de la contratista, a la que le corresponde ejercer el poder de dirección inherente a todo empresario respecto de sus trabajadores.

La Consejería de Educación, Juventud y Deporte de la Comunidad de Madrid se reserva el derecho a vigilar y comprobar en todo momento el correcto cumplimiento por parte de la contratista de todas las obligaciones que asume a través de esta contratación.

Con idéntica finalidad de disponer de un conocimiento inmediato y puntual, se podrá recabar la información necesaria, obligándose la contratista a facilitar los datos solicitados. A este efecto, de la misma manera que la Consejería de Educación, Juventud y Deporte nombrará a una persona encargada de supervisar el proyecto, la contratista pondrá a disposición de ésta un director de proyecto que actuará como máximo responsable de coordinar y ejecutar las directrices marcadas por aquella, y



Dirección General de Educación Infantil,
Primaria y Secundaria
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN,
JUVENTUD Y DEPORTE

Comunidad de Madrid

asimismo actuará como interlocutor de la empresa impartiendo directamente las órdenes e instrucciones de trabajo al resto de trabajadores de la empresa contratista. Con independencia de lo establecido en los párrafos anteriores, la contratista se comprometerá a suministrar a la Consejería de Educación, Juventud y Deporte toda la documentación requerida y una memoria final.

EL DIRECTOR GENERAL DE EDUCACIÓN
INFANTIL, PRIMARIA Y SECUNDARIA

Fdo. Juan José Nieto Romero