

Plec de prescripcions tècniques per contractar el servei de producció i edició de peces multimèdia i audiovisuals de les xarxes socials i els web de l'Institut de Cultura de Barcelona

1. INTRODUCCIÓ

L'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) té la voluntat de promoure la cultura que es realitza a Barcelona. Amb aquest propòsit l'ICUB disposa d'un ampli ventall de pàgines web i xarxes socials per difondre a la ciutadania l'activitat cultural municipal de la ciutat.

L'Institut de Cultura de Barcelona té l'objectiu d'esdevenir la principal institució cultural de la ciutat gràcies a les diverses iniciatives culturals que impulsa com ara seus programes culturals més rellevants (La Mercè, Grec Festival, Llum BCN, etc.), iniciatives de suport a la cultura, activitats dels espais patrimonials o museus municipals i també accions i programes per a l'impuls a la cultura comunitària i de proximitat.

En aquesta mateixa estratègia, es crea Barcelona Cultura, la marca de comunicació de l'Institut de Cultura utilitzada per comunicar a la ciutadania les activitats culturals de la ciutat més rellevants i potenciar igualment la comunicació d'aquelles activitats culturals municipals que resulten d'importància estratègica per a l'ICUB.

Barcelona Cultura vol posicionar-se com a referent i principal prescriptor de la cultura a Barcelona per a tots els ciutadans i ciutadanes, essent una eina útil i intuïtiva, alhora que vol seguir treballant per ser l'altaveu de les diferents propostes culturals que es desenvolupen constantment a la ciutat de Barcelona. A més, Barcelona Cultura vol ser punta de llança amb la comunicació a través de les xarxes socials, per tal de complementar el seu pla de mitjans i arribar als públics més joves que utilitzen les xarxes socials com a principal mitjà per a informar-se.

El funcionament de Barcelona Cultura respon al d'una agenda cultural que es fa ressò de les activitats i esdeveniments culturals, tant si són organitzades per organismes públics com privats i abasten diferents disciplines culturals, com són:

- Exposicions
- Literatura
- Teatre
- Dansa
- Circ
- Música
- Cinema
- Rutes i visites culturals
- Cultura Popular
- Ciència
- "En família": activitats culturals en família
- Més cultura (debats, xerrades, etc)

Barcelona Cultura és el principal canal de comunicació digital de l'ICUB i consta d'1 [web](#), 2 xarxes socials ([Facebook](#) i [Instagram](#)) i 1 [butlletí](#), tots ells coordinats sota la marca Barcelona Cultura:

Al marge de Barcelona Cultura, l'ICUB disposa també d'una àmplia oferta de llocs web i xarxes socials per garantir difusió directa als diferents programes culturals impulsats pel propi ICUB i també per als espais patrimonials culturals municipals que gestiona l'ICUB.

Per tal de comunicar part del contingut cultural de manera audiovisual, l'Institut de Cultura de Barcelona té la necessitat d'encarregar peces audiovisuals pensades per a tot aquest conjunt de xarxes socials i pàgines web de l'ICUB.

1.1 Audiències i públic objectiu dels audiovisuals

- Seguidors i seguidores de les xarxes socials i pàgines web gestionades per l'Institut de Cultura de Barcelona
- Ciutadans i ciutadanes de Barcelona de totes les edats i districtes interessats en la cultura
- Ciutadans i ciutadanes de Barcelona

1.2 Objectius

Objectius de comunicació

- Divulgar les iniciatives culturals de l'Institut de Cultura de Barcelona.
- Donar a conèixer i informar a la ciutadania de les activitats culturals que tenen lloc a Barcelona. Despertar la curiositat i mobilitzar públic cap a les diferents iniciatives culturals.
- Contribuir a incrementar la comunitat de les diferents xarxes socials de l'ICUB i augmentar el seu *engagement*.
- Fidelitzar el públic principal de Barcelona Cultura a través d'un contingut audiovisual de qualitat.

Objectius de màrqueting

- Visibilitzar la tasca de l'Institut de Cultura com el principal agent cultural de Barcelona.
- Posicionar els programes i els canals culturals de l'Institut de Cultura de Barcelona.
- Potenciar la marca Barcelona Cultura i consolidar el seu posicionament: esdevenir el prescriptor cultural de referència a Barcelona.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

La producció i edició de peces audiovisuals d'interès estratègic per a qualsevol xarxa social i web de l'Institut de Cultura de Barcelona, especialment per a Barcelona Cultura.

3. LLOC DE PRESTACIÓ

La prestació dels serveis es realitzarà a les instal·lacions de l'adjudicatari, tret dels rodatges, que caldrà desenvolupar fora de l'oficina.

4. CONDICIONS GENERALS DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI

4.1 L'empresa adjudicatària destinarà el personal necessari per a la realització de les tasques que s'esmenten en aquest document, durant el temps que duri l'adjudicació.

4.2 L'empresa adjudicatària serà responsable de tenir el personal al seu càrrec en condicions laborals legals.

4.3 El personal de l'empresa contractada elaborarà una previsió de les tasques a realitzar a partir de la informació recollida en les reunions periòdiques amb l'equip de Comunicació d'ICUB.

4.4 Pel seguiment del servei, s'establiran aquelles reunions que es considerin oportunes amb les diferents persones implicades i el cap de projecte de l'empresa adjudicatària.

4.5 Recursos humans per a la prestació del servei: per a la prestació dels serveis sol·licitats es requereix un **equip mínim de 6 persones**.

- 1 cap de projecte (Director de producció)
 - Amb Llicenciatura o grau equivalent en comunicació audiovisual o cinematografia.
 - Experiència mínima de tres anys en tasques similars.
- 1 realitzador
 - Amb Llicenciatura o grau equivalent en comunicació audiovisual o cinematografia.
 - Experiència mínima de tres anys en tasques similars.
- 2 càmeres (2 operadors de càmera)
 - Amb Llicenciatura o grau equivalent en comunicació audiovisual o cinematografia.
 - Experiència mínima de tres anys en tasques similars.
- 1 post-productor (editor o muntador de vídeo)
 - Amb Llicenciatura o grau equivalent en comunicació audiovisual o cinematografia.
 - Experiència mínima de tres anys en tasques similars.
- 1 post-productor (muntador de so)
 - Titulació mínima de Cicle Formatiu de Grau Superior, Grau universitari o títol equivalent en So per a audiovisuals i espectacles.
 - Experiència mínima de tres anys en tasques similars.

4.6 Caldrà dur a terme reunions de coordinació amb els tècnics de comunicació responsables, que es podran celebrar en dependències de l'ICUB.

4.7 L'adjudicatari haurà d'estar disponible per a ser contactat diàriament de dilluns a divendres, i de forma excepcional, fora d'aquest horari i caps de setmana. Es requereix flexibilitat per tal d'assolir la cobertura dels diferents esdeveniments pactats.

4.8 L'adjudicatari no pot fer publicitat a través dels seus canals del fet d'haver guanyat el concurs i treballar per a l'ICUB.

5. TASQUES A REALITZAR

L'Institut de Cultura publica tots els dies de l'any diferents tipus de continguts, principalment notícies culturals, però també contingut audiovisual que promou diferents activitats culturals a la ciutat. És un fet constatat que ja fa anys que el contingut audiovisual és un dels més demanats i consumits pels usuaris de les xarxes socials i el web, i les dades de diferents estudis avalen l'argument que un suport audiovisual és un producte comunicatiu que, ben fet, pot transmetre en pocs segons molta informació d'una manera molt més emocional i perdurable que no pas una notícia de text o una imatge estàtica.

Per aquest motiu, en aquest plec se sol·licita la contractació de múltiples peces audiovisuals per a ser difoses a través de les xarxes socials i els webs de l'ICUB. En concret, es demana la realització i edició d'aproximadament 30 vídeos -amb una freqüència variable d'acord amb el pla de treball consensuat per ambdues parts- que respondran a diferents projectes amb els seus objectius comunicatius. Els audiovisuals hauran d'estar optimitzats per a les xarxes socials de Barcelona Cultura, el que inclou formats específics per a Facebook (16:9 i 4:5), Instagram (Instagram Stories o Instagram Reels –format més vertical- i, publicacions al *timeline/feed* –format 4:5) i thumbnails. A més, també caldrà adaptar aquestes peces audiovisuals a formats de pantalles en format videowall per a ser projectats situ que s'efectua a les instal·lacions de l'ICUB.

El to d'aquestes peces ha de ser principalment informatiu, emocional, atractiu, dinàmic, engrescador, i han de transmetre una imatge de Barcelona que sigui creativa i inspiradora. Els llenguatges i imatges ofertes en cada peça s'hauran d'adaptar a la filosofia i estil de cada projecte i en base al briefing treballat des de ICUB.

Són formats susceptibles de ser vídeos per a les xarxes socials de l'ICUB, entre altres:

- **Vídeos de promoció i presentació d'un projecte cultural**, com pot ser un festival.
- **Càpsules monogràfiques**
Poden tenir com a eix una visita a un museu, una exposició temporal, un festival literari, la promoció d'una activitat cultural present o futura, i altres tipologies d'activitats culturals.
- **Entrevistes** a un creador, un programador, un líder d'opinió, o a algun altre personatge amb aportacions interessants al món cultural.
- **Vídeos d'autor**, que mostren la visió personal d'un autor de vídeos reconegut sobre un aspecte cultural.
- **Peces audiovisuals en altres formats innovadors que responguin a objectius concrets** d'un projecte cultural de l'ICUB com ara Vídeos de Visual Thinking, Motion Graphics, animacions o altres. Aquests han d'explicar a través d'infografies el desenvolupament de projectes de manera gràfica i animada.

Tots els vídeos realitzats hauran de seguir les bones pràctiques de les plataformes digitals on es publiquin.

La utilització d'un o altre format anirà en funció de la temàtica del vídeo, i es triarà coordinadament entre l'empresa adjudicatària i l'ICUB. **A nivell de costos es considerarà un únic preu per vídeo independentment del tipus de format.**

La **durada** d'aquests vídeos ha de ser en la seva majoria **inferior a 1 minut**, tot i que es pot fer alguna excepció en cas de ser necessària una peça amb durada superior a 1 minut.

- **Els vídeos objecte del contracte han de complir amb els següents requeriments pel que fa referència a la seva producció:** el vídeo (ententent com a tal la peça completa i muntada amb imatge i disposada sobre el format acordat prèviament) pot ser conceptualitzada i produïda completament per l'equip de l'adjudicatari que és el darrer responsable de la seva gestió i producció.
- L'adjudicatari pot encarregar la conceptualització i/o producció total o d'una part del vídeo a un realitzador extern amb l'aprovació explícita de l'ICUB. Conjuntament amb l'adjudicatari s'elaborarà un brifing per definir les línies temàtiques sobre les que es vol centrar l'encàrrec d'aquest vídeo a realitzar externament a l'adjudicatari i que anomenen d'autor.
- Els honoraris dels vídeos d'autor estan compresos en la dotació econòmica del contracte que signarà l'adjudicatari amb l'ICUB al que fa referència aquest Plec de Clàusules Tècniques. L'adjudicatari s'encarregarà de fer els pagaments que acordi amb els realitzadors i en serà el responsable de la seva gestió.
- L'adjudicatari és responsable de què els materials lliurat per els realitzadors externs-respectant els seus drets legítims d'autor- puguin ser reproduïts en els suports digitals gestionats pel Departament de Comunicació de l'ICUB (webs, xarxes socials, etc.)
- L'adjudicatari és el responsable que els vídeos d'autor encarregats a realitzadors externs amb l'aprovació del ICUB es lliurin amb el format, extensió i condicions explícites en els briefings lliurats als autors en els terminis convinguts d'acord amb el calendari de lliuraments aprovat amb el ICUB.
- L'adjudicatari es farà càrrec de presentar una proposta creativa que contingui un storyboard que expliqui clarament la idea i desenvolupi detalladament la peça amb totes les seves escenes. Aquest document es presentarà un cop l'empresa adjudicatària hagi interpretat el briefing.
- L'adjudicatari es farà càrrec de la contractació dels actors, actores i persones figurants que requereixin les peces audiovisuals encarregades.
- L'adjudicatari es farà càrrec de les veus en off que requereixin les peces audiovisuals encarregades.
- L'adjudicatari es farà càrrec del seguiment sobre el consum dels vídeos en els suports en que aquests siguin difosos i en els que l'adjudicatari hagi fet els enllaços pertinents. En aquest sentit elaborarà un informe referent a les visualitzacions dels vídeos.

Els vídeos objecte del contracte han de complir amb els següents requeriments pel que fa referència a la **seves característiques tècniques** per l'edició de 2025-2027:

- El material gravat serà enregistrat originalment i no d'arxiu.
- El format de treball serà HD, i full HD.

- Els bruts de càmera seran propietat de l'ICUB i no de la productora i estaran disponibles per a utilitzacions futures.
- Caldrà aplicar la signatura municipal a les peces realitzades d'acord amb el [manual d'identitat gràfica](#) d'Ajuntament de Barcelona.
- Es farà ús de vídeo animacions adaptades en vídeos que facin referència a determinades campanyes.
- L'empresa haurà de treballar conjuntament amb cada espai/comunicador de l'activitat cultural un guió i un storyboard, que haurà de validar amb ICUB abans del rodatge.

L'adjudicatari serà el responsable de la gestió de tots els drets que siguin necessaris per a cadascun dels rodatges, tant a nivell de persones que apareixen a l'audiovisual com de localitzacions i altres si fossin necessaris. Els vídeos tindran drets universals per a ser difosos a través de tots els canals d'ICUB. A més a més, l'ICUB, en tant que propietari dels audiovisuals, podrà cedir-ne les imatges, parcials o totals, a tercers en cas de considerar-ho pertinent.

6. CARACTERÍSTIQUES DE LA DIFUSIÓ I DEL LLIURAMENT

- Tots els vídeos requeriran l'aprovació prèvia a la publicació per part de l'ICUB.
- En els casos que l'ICUB ho consideri necessari i hagi de prevaldre la immediatesa, l'entrega del vídeo final editat haurà de ser molt àgil i com a màxim dues hores després de la finalització de la gravació.
- La pujada del vídeo als comptes de Vimeo i Youtube de Barcelona Cultura serà en format HD, a les 10 hores del dia anterior a la seva publicació o emissió en mode privat amb contrasenya (que s'haurà de desactivar en el moment de la seva publicació o emissió)
- Dos dies laborables abans, es farà arribar al Departament de Comunicació de l'ICUB una transcripció escrita en català amb l'àudio i els textos del vídeo per tal de que ICUB pugui preparar les traduccions al castellà i anglès.
- Caldrà enviar el vídeo final al client i també al Departament de Comunicació responsable directe del contingut del vídeo.
- Mensualment s'haurà de fer arribar al Departament de Comunicació de l'ICUB un informe amb el número de visualitzacions del vídeos en els suports en els que aquests siguin difosos i en els que l'adjudicatari hagi fet els enllaços pertinents.
- L'empresa adjudicatària facilitarà un espai al núvol a on guardar tots els "vídeos màster" i en cas que el Departament de Comunicació de l'ICUB faci petició de qualsevol vídeo màster propietat de l'ICUB, l'empresa adjudicatària li haurà de lliurar l'arxiu sol·licitat per mitjans digitals i/o físics (disc dur).
- Al finalitzar el període de contracte es lliuraran tots els vídeos en un disc dur al Departament de Web i Aplicatius Mòbils del Departament de Comunicació de l'ICUB.
- En el cas que l'ICUB disposi d'una aplicació d'emmagatzematge, descripció i classificació de vídeos a la que es pugui connectar l'empresa adjudicatària, aquesta hi afegirà el "vídeo màster" segons les indicacions de l'ICUB
- L'adjudicatari és el responsable de què els materials lliurats pels realitzadors externs –respectant els seus drets legítims d'autor- puguin ser reproduïts en els suports digitals gestionats pel Departament de Comunicació de l'ICUB (webs, xarxes socials, APPs, etc.).
- L'adjudicatari és el responsable de què els vídeos d'autor encarregats a realitzadors externs amb l'aprovació de l'ICUB es lliurin amb el format, extensió i condicions

explícites convingudes en els brifings lliurats als autors en els terminis fixats d'acord amb el calendari aprovat

6.1 TASQUES INCLOSES EN EL PRESENT CONTRACTE

- **Planificació del calendari de producció i lliuraments i suport al Departament de Comunicació de l'ICUB:**

Hi són incloses les tasques de planificació del calendari de lliurament i de producció. L'adjudicatari treballarà conjuntament amb el Departament de Comunicació de l'ICUB per tal de dissenyar un calendari de temes associats als programes culturals que puguin ser interessants per als diferents públics de l'Institut de Cultura de Barcelona. L'objectiu d'aquesta tasca és disposar d'un conjunt de propostes de vídeos a realitzar. Aquestes propostes es discutiran amb els responsables del Departament de Comunicació de l'ICUB i un cop aprovades es dissenyarà el calendari de lliuraments i amb posterioritat el de producció.

- **Conceptualització, guió, validació de guió, gestió de permisos i drets, i realització de les diferents tipologies de vídeos.**

Hi són incloses les tasques de conceptualització (*idea, guió, story board*) i la selecció i honoraris de figurants, actors, dobladors, músics, compositors, realitzadors, programadors, muntadors i els diferents professionals de l'equip de l'adjudicatari o externs que ell subcontracti necessaris per a la realització final i entrega dels vídeos tal i com han estat definits en aquest document.

Hi són inclosos també els materials de suport necessaris perquè el lliurable (vídeo) pugui ser difós en el suport de comunicació digital gestionat per l'ICUB i es pugui emmagatzemar en els diferents suports materials utilitzats per l'ICUB (clipfiles...).

Estarà inclòs en l'encàrrec la gestió de tots els drets de persones que apareguin als vídeos així com la gestió dels permisos de les localitzacions per anar a rodar (amb Film Comission o altres) i altres si fossin necessaris. Tots els desplaçaments van a càrrec de l'empresa.

- **Coordinació amb diferents proveïdors**

L'empresa s'haurà de coordinar amb diferents proveïdors si fos necessari, i haurà de preparar els audiovisuals de manera que aquests puguin ser utilitzats. També serà el responsable de fer arribar aquest material a la persona/es de xarxes socials que ICUB determini. L'empresa adjudicatària haurà de complir aquesta tasca des de l'inici en que es rep la petició i fins al final en que es lliuren els materials sol·licitats.

- **Gestió de la realització externa dels vídeos d'autor**

En els possibles vídeos d'aquest format estaran incloses les tasques de selecció, coordinació i gestió de realitzadors externs que són responsables dels vídeos d'autor després d'haver estat aprovada pel Departament de Comunicació de l'ICUB la proposta feta per part de l'adjudicatari en aquest sentit.

Lliurable: Vídeos de realitzadors externs a concretar amb l'ICUB incorporats al calendari de lliurament i producció i publicats en el suports digitals gestionats pel Departament de Comunicació de l'ICUB. Quantitat a convenir entre l'adjudicatari i l'ICUB d'acord amb les propostes de l'adjudicatari.

Documentació: Lliurament de totes les peces audiovisuals relacionades anteriorment d'acord amb les instruccions especificades en aquest document.

- **Seguiment del calendari de lliuraments:**

L'empresa adjudicatària nomenarà un cap de Servei que, a més de tenir la responsabilitat d'exercir la direcció executiva i efectiva dels treballs, liderant l'equip que es posi a disposició del contracte, serà responsable del funcionament del calendari de lliuraments per part de l'adjudicatari, participarà a les reunions de seguiment ordinàries i prepararà tota la documentació necessària per a les presentacions que l'ICUB consideri necessàries.

El Departament de Comunicació de l'ICUB controlarà, mitjançant la figura del Coordinador de Projecte, el compliment dels terminis acordats, així com la qualitat i l'adequació dels serveis objecte d'aquest contracte.

6.2 ALTRES REQUERIMENTS ADDICIONALS

- Caldrà dur a terme reunions de coordinació quinzenals (a ICUB). L'empresa haurà d'estar disponible per a ser contactada diàriament (de dilluns a divendres, excepte ocasions especials on es requereixi un rodatge durant el cap de setmana) per email i telèfon.
- L'empresa s'haurà de coordinar amb diferents proveïdors i equips tècnics de l'ICUB per tal de generar el contingut audiovisual així com per al lliurament de peces per a les xarxes socials i els webs de l'Institut de Cultura de Barcelona.
- Si l'empresa proposa un format audiovisual especial per cobrir algun dels actes culturals pactats prèviament, la implementació, producció i gestió de drets, etc. de la peça proposada anirà a càrrec de l'empresa.
- Els textos de les peces audiovisuals passaran sempre revisió lingüística. En el cas de les urgències, es pactarà quin tipus de revisió es farà en cada cas.
- Vetllar per l'excel·lència de l'Institut de Cultura de Barcelona a través de continguts cuidats que donen resposta a l'estratègia online i als objectius d'esdevenir els prescriptors culturals de referència. La correcció lingüística de tota la comunicació i de totes les peces proposades és un requisit exigible i indispensable en tant que Barcelona Cultura vol ser una marca de referència.
- Renovar la imatge gràfica dels audiovisuals que es publiquen a Barcelona Cultura (intro i tancament) per adequar-la als requeriments establerts per l'ICUB.