

**PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN
DEL SERVICIO DE REALIZACIÓN DE PIEZAS DE PROMOCIÓN DE PROGRAMAS
Y ESPACIOS DE LA CADENA RTPA**

OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la prestación de servicios de televisión, en concreto la realización de la promoción de los programas de emisión diaria y de las promociones especiales y extraordinarias de RTPA en los términos que se especifican a continuación para cada lote. Esto incluye las tareas de creación y diseño, grabación, edición, locución, grafismo, postproducción de audio y vídeo y demás procesos hasta la finalización completa y satisfactoria de las piezas para la emisión. TPA aportará, siempre que sea factible, las imágenes y materiales de archivo necesarios. En caso de no existir soportes previamente grabados, la/s empresa/s adjudicataria/s se compromete/n a grabar, adquirir o generar imágenes que permitan la elaboración de las piezas.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Corresponderá a la Dirección de Antena y Contenidos de TPA la dirección de los trabajos y del servicio contratado, la definición de los criterios de calidad exigibles en cada caso y el establecimiento de las prioridades de producción. Para ello, la empresa adjudicataria trabajará estrechamente en colaboración con el Responsable de Imagen y Autopromoción de TPA.

Se establecen dos lotes diferenciados, con una serie de piezas a realizar en cada caso, distribuidos de la siguiente forma:

LOTE 1:

Piezas promocionales de TPA que tengan como objeto los contenidos de los espacios de la emisión diaria, promociones genéricas individuales de los principales espacios daytime y campañas de lanzamiento de los espacios de estreno:

- Promociones de la programación diaria habitual

Promos de cine

Promos de deportes

Promos de programas especiales informativos

Promos de programas de actualidad

Promos de programas de entretenimiento

Promos de programas infantiles

Promos de series

- Promociones genéricas individuales de los principales espacios de *daytime*. Mensualmente.
- Promoción de lanzamiento de los espacios de estreno. Mensualmente.

Para elaborar estas piezas se utilizarán las propias imágenes de los programas y elementos gráficos.

Todas las piezas entregadas incluirán las distintas versiones necesarias para su correcta emisión (Próximamente, Día, Mañana, Esta noche, A continuación u otros que se decidan) y en los casos a determinar, versiones de duraciones alternativas. La duración de referencia de estos mensajes será de 30". No obstante, la Dirección podrá solicitar, en función del alcance y características específicas de cada campaña, la adaptación de estas promociones a otros formatos.

Compromiso de producción: entre 10 y 25 piezas a la semana en cómputo anual.

LOTE 2:

Piezas promocionales de TPA que tengan como objeto los contenidos de las campañas especiales y extraordinarias de programación:

- Promociones genéricas especiales (cine, informativos, deportes, infantiles, radio, web, etc)
- Promoción de la programación estacional (Navidad, verano). Trimestrales
- Promoción de eventos (Premios Príncipe de Asturias, eventos deportivos, etc.)
- Mensajes de Servicio Público, spots de Consejería ó Ministerios a los que nos sumamos.

Para elaborar estas piezas se utilizarán además de las propias imágenes de los programas y los elementos gráficos, todo tipo de recursos visuales como rodajes de imágenes, o recreaciones en 3D.

Todas las piezas entregadas incluirán las distintas versiones necesarias para su correcta emisión (Próximamente, Día, Mañana, Esta noche, A continuación u otros que se decidan) y en los casos a determinar, versiones de duraciones alternativas. La duración de referencia de estos mensajes será de 40". No obstante, la Dirección podrá solicitar, en función del alcance y características específicas de cada campaña, la adaptación de estas promociones a otros formatos.

Compromiso de producción: 12 piezas anuales.

ASPECTOS CREATIVOS

Se busca una comunicación que atienda y satisfaga elevados criterios de calidad en lo referido a:

- Creatividad en los conceptos.
- Innovación en los enfoques formales.

- Aspectos creativos de la realización: ritmo, composición, tratamiento de la imagen.
- Calidad de los acabados gráficos y coherencia estética.
- Corrección de los guiones (precisión de las informaciones, pronunciación de títulos o nombres en otros idiomas, cuidado ortográfico de los textos rotulados).

En el aspecto gráfico, se deberán adaptar y utilizar los diseños gráficos existentes, establecidos por la cadena en sintonía con el resto de los elementos de continuidad. Estos elementos incluyen: apertura de promos, fichas de cierre, códigos cromáticos, tipografía, etc. A estos elementos, se sumará la creación de nuevas aplicaciones particulares para la promoción de los espacios que así lo requieran, en sintonía con la línea estética y los conceptos formales del resto de la continuidad.

Las promociones irán acompañadas de una locución que se identificará con los valores de la cadena, de acuerdo con los criterios de TPA, y que se mantenga en exclusiva y de forma continuada para el ámbito de emisión del canal.

Los mensajes de TPA deberán transmitir la identidad de una cadena actual y avanzada, sin renunciar a un contraste equilibrado y sutil con las señas de identidad de Asturias.

Se deberá conseguir que el espectador comparta y se vea reflejado en la identidad y los contenidos que ofrece su televisión.

Se debe transmitir un tono de comunicación que recoja que el resto de España y del mundo nos importa mucho y que una de las vías que necesita Asturias para salir de una crisis que se arrastra desde los años 80 es el mundo tecnológico, las telecomunicaciones, la modernidad.

Se deberá dar unidad y coherencia a la comunicación de los diferentes espacios de la programación, envolviéndolos en una factura unitaria y reconocible para los espectadores de TPA.

Tanto las producciones propias como las ajenas se deberán percibir como contenidos afines a la cadena, que se programan exclusivamente porque interesan en especial a los asturianos.

Se debe establecer una comunicación emocional, no descriptiva, generando vínculos creativos con el espectador, no a través de meras sinopsis de contenidos.

Se deberá transmitir que somos la televisión de los asturianos, que pueden hablar con nosotros y a través de nosotros.

Se deberá implicar a los sectores jóvenes de la sociedad, a los que empiezan a colaborar en el desarrollo económico, social y político.

Se debe cuidar especialmente la imagen, el envoltorio gráfico y el sonido.

Se debe conseguir una comunicación cercana, pero elegante y moderna.

FORMATOS DE PROMOS

Los soportes de los mensajes promocionales se adaptarán a los siguientes formatos, en función del alcance y características específicas de cada campaña:

- Teaser: mensajes que avanzan un contenido sin revelar todos los elementos informativos de la campaña. Duraciones variables entre 5" y 30" .
- Promociones genéricas: mensajes que promocionan un espacio sin entrar en los contenidos capitulares. Duraciones variables entre 20" y 1' .
- Promociones de capítulos: mensajes vinculados a los contenidos y la trama semanal o diaria del espacio a promocionar. Duraciones variables entre 20" y 1' .
- Contenedores: piezas con contenido de información de franjas de programación. Duraciones variables entre 20" y 1' .
- Cortinillas: Piezas híbrida entre identificativo de continuidad y pieza de autopromoción cuyo fin es destacar un evento sin detallar fecha ni hora. Duración entre 5-10"
- Pathfinders: Sobreimpresiones de animaciones gráficas y/o secuencia de vídeo para incrustar durante la emisión de la programación. Duración entre 5" y 10" .
- Mosca -Logo: Animaciones gráficas y rótulos para integrar con la mosca-logo de TPA, para la promoción de eventos especiales.

ASPECTOS TÉCNICOS DE LA PROPOSICIÓN

MEDIOS Y RECURSOS

La empresa adjudicataria realizará íntegramente la totalidad de las actividades que son objeto de la presente convocatoria, aportando los elementos y recursos de toda naturaleza que resulten necesarios u oportunos para su ejecución según los estándares habituales de calidad de las televisiones autonómicas en España, asumiendo, en consecuencia, la totalidad de los costes y retribuciones de los medios humanos y materiales precisos o meramente convenientes para su producción.

MEDIOS MATERIALES

LOTE 1

La empresa adjudicataria se obliga a disponer de los recursos y medios necesarios para contar con el siguiente equipamiento técnico:

- Equipamiento de edición, composición y postproducción de imagen. Se utilizará un sistema profesional de edición digital no lineal de vídeo que permita trabajar con vídeo y audio broadcast manteniendo su calidad a 50 Mb/s, con una relación de muestreo de la

croma a 4:2:2 y sin que, durante el proceso sufra ningún tipo de pérdida ni compresión. El audio estará muestreado a 48 Khz con un bit rate de al menos 224 kbps y tendrá como nivel de referencia -18dBFS.

- La captura del material para la edición se deberá hacer mediante ficheros de video con calidad DVCPRO 50 o superior. Se podrá capturar también señal de video siempre que sea en componentes ya sean analógicos o digitales. Además, el sistema permitirá la mezcla de formatos de vídeo (tanto de distinta resolución como de distinta frecuencia de cuadro) en la misma línea de tiempo.
- Equipos de grafismo 2D. Sistema (o aplicación de software) que permita la creación y edición de grafismo 2D en movimiento para su integración con el sistema de edición digital mencionado anteriormente y que no disminuya la calidad del audio o vídeo.
- Equipamiento para la grabación de locuciones y edición de audio. El software de grabación de audio permitirá trabajar con al menos 32 pistas simultáneas de audio. Se trabajará con audio muestreado a 48 Khz con un bit rate de 224 kbps o superior y tendrá como nivel de referencia -18 dBFS. El micrófono que se utilice para la grabación de voz será de tipo cardiode y tendrá una respuesta en frecuencia, como mínimo, de entre 20 y 20000 Hz. Su sensibilidad será de por los menos 15 mV/Pa +- 3dB.

LOTE 2

La empresa adjudicataria se obliga a disponer o contratar los siguientes recursos y medios que son necesarios para contar con el siguiente equipamiento técnico:

- Equipos de grabación de imagen calidad broadcast. Para la grabación de imágenes con calidad broadcast se utilizará una cámara que permita la grabación sobre tarjeta o cinta en formato DVCPRO 50 o de calidad superior. Además, tendrá como mínimo salida en componentes.
- Equipamiento de edición, composición y postproducción de imagen. Se utilizará un sistema profesional de edición digital no lineal de vídeo que permita trabajar con vídeo y audio broadcast manteniendo su calidad a 50 Mb/s, con una relación de muestreo de la croma a 4:2:2 y sin que, durante el proceso sufra ningún tipo de pérdida ni compresión. El audio estará muestreado a 48 Khz con un bit rate de al menos 224 kbps y tendrá como nivel de referencia -18dBFS.

- La captura del material para la edición se deberá hacer mediante ficheros de video con calidad DVCPRO 50 o superior. Se podrá capturar también señal de video siempre que sea en componentes ya sean analógicos o digitales. Además, el sistema permitirá la mezcla de formatos de vídeo (tanto de distinta resolución como de distinta frecuencia de cuadro) en la misma línea de tiempo.
- Equipos de grafismo 2D y 3D. Sistema (o aplicación de software) que permita la creación y edición de grafismo 2D y 3D en movimiento para su integración con el sistema de edición digital mencionado anteriormente y que no disminuya la calidad del audio o vídeo.
- Equipamiento para la grabación de locuciones, edición y postproducción de audio. El software de grabación de audio permitirá trabajar con al menos 32 pistas simultáneas de audio. Se trabajará con audio muestreado a 48 Khz con un bit rate de 224 kbps o superior y tendrá como nivel de referencia -18 dBFS. El micrófono que se utilice para la grabación de voz será de tipo cardiode y tendrá una respuesta en frecuencia, como mínimo, de entre 20 y 20000 Hz. Su sensibilidad será de por los menos 15 mV/Pa +- 3dB.

FUNCIONES A REALIZAR

LOTE 1

La empresa adjudicataria se obliga a adscribir, mediante la forma de contratación que determine, a profesionales cualificados en la realización de las siguientes funciones:

- Realización.
- Guión.
- Edición y postproducción de audio y vídeo.

LOTE 2

La empresa adjudicataria se obliga a adscribir, mediante la forma de contratación que determine, a profesionales cualificados en la realización de las siguientes funciones:

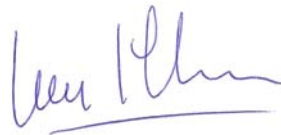
- Realización.
- Producción.
- Grabación y dirección de fotografía.

- Guión y diseño de campañas.
- Edición y postproducción de vídeo.
- Grafismo 2D y 3D.
- Edición y postproducción de audio.
- Ambientación musical.

PLAZOS DE ENTREGA Y SOPORTE DE LAS PIEZAS

La empresa adjudicataria asumirá y aceptará los plazos establecidos por la Dirección para la consecución y el cumplimiento en tiempo de las necesidades de la programación.

Se entregará un master con sincronización audio-video en cinta DVCPRO 50 o Betacam Digital. Tanto la cinta como la caja deberá venir debidamente identificadas y se debe detallar la siguiente información: el título de la promo y la versión, el código de tiempo del inicio (T.C. In) y fin de la misma (T.C. Out), la duración de la promo.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Juan José Guerenabarrena', written over a horizontal line.

Fdo.: Juan José Guerenabarrena
Director de Antena y Contenidos de TPA
Fecha de la firma: 1 de abril 2009