



Rf.ª: CP/17/005

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “PARTICIPA ES PARA TI”, DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, RELACIONES INSTITUCIONALES Y ACCIÓN EXTERIOR

1. Introducción

El fomento de la participación ciudadana en los asuntos públicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja constituye uno de los tres pilares de la política de Gobierno Abierto de la Administración regional y es un derecho de nueva generación que debe reconocerse y protegerse por parte de los poderes públicos.

Para este fin, el Gobierno de La Rioja se encuentra inmerso en la redacción de la futura Ley de Participación Ciudadana y Colaboración Social: un texto normativo que reconoce este derecho y regula los diferentes procedimientos, instrumentos y mecanismos de acceso a la participación en las decisiones públicas.

Al objeto de garantizar la participación de los ciudadanos en este nuevo proceso normativo, la consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior ha lanzado una consulta previa ciudadana, con la que pretende recoger las opiniones e impresiones de las riojanas y los riojanos sobre el estado actual de la participación ciudadana en las políticas de la Administración regional; así como ideas y mejoras que contribuyan a su fomento.

Para este fin, este órgano de la Administración regional ha entendido la oportunidad de establecer un proceso publicitario con el que difundir esta consulta pública ciudadana y con el que recabar el mayor número de respuestas ciudadanas al proceso de consulta previa abierto.

2. Enfoque de comunicación

La campaña de comunicación pretende poner de manifiesto la importancia que tiene una ciudadanía implicada y participativa en la toma de decisiones y el desarrollo de las políticas públicas. El ciudadano, a título individual, puede aportar valor a la Administración regional y contribuir con sus propuestas a mejorar la economía, la sociedad y el entorno medioambiental de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

La idea original de la campaña de publicidad debe poner el acento en el ciudadano, como individuo, capaz de aportar ideas y propuestas, mediante un conjunto de herramientas que favorecen el acceso y las dinámicas de participación. El ciudadano debe protagonizar la campaña de publicidad institucional.

La consulta previa ciudadana no es un mecanismo habitual en el actual marco conceptual y de desarrollo de la participación ciudadana. Sin embargo, la consejería de Presidencia ha querido abrir un proceso de participación nuevo para recabar, desde el origen, todas las aportaciones que tengan los ciudadanos; y sumarlos, tras un análisis y un estudio detallado, al texto normativo que regulará la participación en La Rioja. Hacer participación para la participación ciudadana.

El sentido final de la participación ciudadana es fomentar un gobierno con los ciudadanos y un desarrollo participativo de las políticas públicas: un gobierno entre todos.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00060	Otros	Publicidad institucional	2017/0387551
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



3. Objetivos de comunicación

Objetivos generales de comunicación:

- Fomentar la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos, mediante los canales que tiene abiertos el Gobierno en su relación con los ciudadanos.

Objetivos concretos de comunicación:

- Aumentar el número de participantes en la consulta pública ciudadana abierta por la consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para recabar sugerencias, contenidos e ideas de los riojanos ante la redacción de la futura Ley de Participación Ciudadana y Colaboración Social.

4. Públicos objetivos de la campaña

Se establecen los **siguientes públicos objetivos** para la campaña de comunicación:

a) Público primario:

El público al que se dirige esta campaña está formado por riojanas y riojanos, en edad adulta, que residan en nuestra Comunidad Autónoma y también en el exterior.

En líneas generales, **el público objetivo son personas entre 18 y 65 años**. La mayoría de edad, situada en 18 años, permite la consolidación de la ciudadanía y el disfrute pleno del sistema de derechos en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Este público objetivo está conformado por **125.402 personas**.

b) Público secundario:

Se incluye como público secundario a la infancia y adolescencia de La Rioja. Los organismos internacionales como Unicef vienen reclamando un mayor impulso del derecho a la participación de niños y jóvenes. Este público representa una oportunidad, en la medida que la consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia se encuentra redactando un plan de infancia que atiende también a este objetivo. Se toma como punto de partida el inicio escolar hasta la mayoría de edad (3 a 17 años): un público objetivo compuesto por **44.213 riojanas y riojanos**.

Sin embargo, las acciones comunicativas dirigidas a este público objetivo conectan con otros ejes de comunicación institucional diferentes al de la publicidad institucional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00060	Otros	Publicidad institucional	2017/0387551	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



5. Tono y estilo de comunicación

El tono y el estilo de la campaña definen la forma en la que el Gobierno quiere dirigir sus mensajes a los públicos para cumplir los objetivos establecidos. La identidad para la publicidad institucional, aprobada por el Consejo de Gobierno, en sesión de 27 de febrero, estableció un conjunto de normas orientadas a la homogeneidad de estilo y tono en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

Según se especifica en la ficha básica de campaña incluida en el Plan de Publicidad Institucional, la tipología de campaña es de servicio público, en el que se engloba la iniciativa legislativa del Gobierno de La Rioja.

Por ello se deberá utilizar para la composición de mensajes el programa publicitario general del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional.

5.1. Emisor de la campaña

El emisor de la campaña de publicidad será el Gobierno de La Rioja, como administración responsable del proceso legislativo en materia de participación ciudadana.

5.2. Lenguaje

Las características del tono informativo definen el uso de verbos de acción en la publicidad institucional del Gobierno de La Rioja. Cuando sea necesaria su conjugación los verbos deberán conjugarse en el presente de indicativo para transmitir una imagen de realidad: las consecuencias de la acción política suceden en este momento. Se evitarán los tiempos compuestos y el uso de subjuntivo y gerundio.

La conjugación de los verbos se hará mediante la primera persona del plural, reforzando así el valor del trabajo en equipo dentro de la Administración regional.

Así mismo, se recomienda acotar el uso de adjetivos y adverbios y emplearlos cuando tengan sentido. Deben servir para explicar los hechos y no para expresar una valoración.

6. Táctica publicitaria

6.1 Presentación

Nos dirigimos a un público objetivo concreto formado por personas desde los 18 hasta los 65 años. Por ello, se cree conveniente elegir medios como la prensa escrita regional, la radio auditada de corte generalista, medios digitales y publicidad exterior, para llegar a impactar con nuestros mensajes.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00060	Otros	Publicidad institucional	2017/0387551	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



Un objetivo que contará con dos **criterios de conversión**:

Objetivo de la publicidad	Criterio de conversión
Recabar aportaciones ciudadanas en la consulta previa abierta por la consejería	N.º de aportaciones ciudadanas.
	N.º de visitas a la web en el periodo de la campaña de publicidad.

6.2. Duración de la campaña

La campaña se extenderá del 25 de septiembre al 10 de octubre

6.3. Planes de medios

Se establece el siguiente plan de medios para el desarrollo de la táctica publicitaria:

Prensa escrita regional auditada						
Soporte	Tirada diaria	Tirada acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	45.035 ejemplares	Chimenea	5	100x327 mm	Del 26 al 30 de septiembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Chimenea	5	99x361 mm	Del 26 al 30 de septiembre
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Media página	1	250x158 mm	29 de septiembre

Radios regionales auditadas de corte generalista						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Cadena SER	50.000 oyentes	350.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 25 de septiembre al 1 de octubre
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 25 de septiembre al 1 de octubre
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 25 de septiembre al 1 de octubre

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 4 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2017/00060	Otros	Publicidad institucional	2017/0387551		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					


Diarios regionales y locales digitales

Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.	428.400 U.U.	Megabanner	7	980x90 px	Del 25 de septiembre al 1 de octubre
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	7	1140x68 px	Del 25 de septiembre al 1 de octubre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	7	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 25 de septiembre al 1 de octubre
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	7	1305x130 px	Del 25 de septiembre al 1 de octubre

Publicidad exterior

Soporte	Soporte	Descripción	Q	Medidas	Inserciones
Publicidad exterior	Material de difusión	Tarjetón	101.600	120x220 mm	Del 26 de septiembre al 1 de octubre
Publicidad exterior	Muppie	Muppie	15	120x175 cm	Del 26 de septiembre al 10 de octubre
Publicidad exterior	Rotulación metropolitano	Laterales metropolitano	1	273x83/418x83cm	Del 25 de septiembre al 10 de octubre

La planificación y contratación del plan de medios de esta campaña corresponderá a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, con cargo a la partida presupuestaria 1410.1812.226.11. Este órgano de la Administración, de acuerdo a su decreto de estructura, es el encargado de la política de comunicación e informativa del Gobierno de La Rioja, en donde se inserta la política pública de publicidad institucional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 5 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento			Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones				Fecha/hora
00848-2017/00060	Otros	Publicidad institucional			2017/0387551
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					