



Rf.ª: CP/17/025

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “MUESTRA DE ARTE JOVEN”, DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICAS SOCIALES, FAMILIA, IGUALDAD Y JUSTICIA.

1. Introducción

La Muestra de Arte Joven de La Rioja, que este año cumple 33 ediciones, es una iniciativa cultural que persigue fomentar y apoyar la profesionalización de los jóvenes creadores, promoviendo la innovación y la excelencia en las prácticas artísticas contemporáneas.

Dirigida a jóvenes artistas españoles (o extranjeros domiciliados en nuestro país) de hasta 35 años de edad, la iniciativa incluye tres premios (de 3.500, 2.250 y 1.250 euros, respectivamente) y tres galardones para proyectos de desarrollo artístico (dotados con 3.000 euros cada uno).

La campaña de comunicación prevista para 2017 tiene como objetivo difundir la convocatoria de la Muestra y lograr una mayor participación en la misma.

2. Enfoque de comunicación

El Gobierno de La Rioja convoca la Muestra de Arte Joven de La Rioja con el objetivo de impulsar la innovación y creatividad artística, así como apoyar la profesionalización de los jóvenes creadores de nuestro país.

La Muestra cumple ya 33 ediciones y en la última de ellas, contó con la participación de 101 autores con un total de 189 obras, de las que se seleccionaron 24, presentadas por artistas procedentes de Córdoba, Madrid, Cádiz, Granada, Barcelona, Soria, Vizcaya, Valencia, Badajoz, Guadalajara, Zaragoza, Navarra y La Rioja.

Las obras seleccionadas se mostraron en la Sala de Exposiciones de la Escuela Superior de Diseño y recorrieron después otros espacios expositivos en diferentes municipios riojanos y, finalmente, en otras comunidades autónomas. Supone, por tanto, un excelente escaparate para los jóvenes artistas de todo el país.

La creciente participación y la calidad de las obras presentadas cada año a la Muestra de Arte Joven hace que esta iniciativa cultural del Gobierno de La Rioja se haya consolidado en el panorama artístico nacional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00045	Otros	Publicidad institucional	2017/0318934	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación institucional para 2017 sitúa **los siguientes objetivos generales de comunicación:**

Objetivos generales de comunicación:

- Difundir la convocatoria de la Muestra de Arte Joven de La Rioja 2017 para impulsar la participación en la misma de jóvenes creadores procedentes de todo el país.
- Destacar el impulso a la profesionalización de los artistas que persigue esta iniciativa cultural.

Objetivos concretos de comunicación:

- Promocionar la Muestra de Arte Joven de La Rioja y los detalles de la convocatoria para lograr la máxima participación posible de jóvenes creadores del ámbito nacional.
- Difundir la dotación de premios de la Muestra, haciendo especial hincapié en el reconocimiento a la calidad y la innovación artística.
- Recalcar la concesión de tres galardones a proyectos de desarrollo artístico y de diseño que contengan las fases de producción y exposición de la obra y que estarán tutorizados por prestigiosos profesionales del ámbito artístico.
- Dar a conocer a algunos de los premiados en ediciones anteriores, especialmente en la última Muestra.

4. Públicos objetivos de la campaña

El público al que se dirige esta campaña está formado por **jóvenes creadores de entre 17 y 35 años**, españoles o extranjeros residentes en nuestro país. Si nos ceñimos al público riojano, este grupo estaría formado por **63.942 personas**, según los datos ofrecidos por el Instituto Riojano de Estadística de La Rioja.

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

5.1. Emisor de la campaña

Entendemos que la difusión de la promoción cultural se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y por ello, éste debe ser el emisor de las actividades publicitarias.

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		
00848-2017/00045	Otros	Publicidad institucional	2017/0318934		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



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: jóvenes de entre 17 y 35 años. Por ello, se cree conveniente elegir medios como la prensa escrita, radio temática, medios digitales y publicidad exterior para difundir la convocatoria de la Muestra de Arte Joven.

Un objetivo que contará con un criterio de conversión:

Objetivo de la publicidad	Criterios de conversión web
Difundir la convocatoria de la Muestra de Arte Joven	Nº de solicitudes recibidas para participar en la Muestra de Arte Joven 2017 e histórico de años anteriores

6.2. Duración de la campaña

La campaña se extenderá del 7 de agosto al 30 de septiembre, con distintas fechas según los soportes seleccionados.

6.3. Planes de medios

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

Prensa regional auditada						
Soporte	Tirada mensual	Tirada acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Guía Go	12.749 ejemplares	25.498 ejemplares	Página completa	2	105x150 mm	3 de agosto 5 de septiembre

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		
00848-2017/00045	Otros	Publicidad institucional	2017/0318934		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Director de Gabinete				
2	Consejera				
3					


Radios regionales auditadas de corte temático

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Europa FM	25.000 oyentes	350.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 7 al 20 de agosto
Cadena 100	17.000 oyentes	238.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 7 al 20 de agosto
Cadena Dial	16.000 oyentes	224.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 7 al 20 de agosto
Mega Star	11.000 oyentes	154.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 7 al 20 de agosto
Rock FM	11.000 oyentes	154.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 7 al 20 de agosto
40 principales	6.000 oyentes	84.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 7 al 20 de agosto
Kiss FM	6.000 oyentes	84.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 7 al 20 de agosto
Melodía FM	5.000 oyentes	70.000 oyentes	Cuña	98	Cuña 20"	Del 7 al 20 de agosto
Canal Ebro	4.000 oyentes	56.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 7 al 20 de agosto
Radio Marca	3.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 7 al 20 de agosto

Diarios regionales y locales digitales

Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.	428.400 U.U.	Megabanner	980x90 px	Del 7 al 13 de agosto
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	1140x68 px	Del 7 al 13 de agosto
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 7 al 13 de agosto
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Tempranillo	600x150 px	Del 7 al 13 de agosto
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	1305x130 px	Del 7 al 13 de agosto

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00045	Otros	Publicidad institucional	2017/0318934
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Publicidad exterior					
Soporte	Soporte	Descripción	Q	Medidas	Inserciones
Publicidad exterior	Metropolitano	Laterales de autobuses metropolitanos	1	273x83/418x83cm	Del 7 al 20 de agosto
Publicidad exterior	Muppie	Muppie	15	120x175 cm	Del 7 al 20 de agosto

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
00848-2017/00045	Otros	Publicidad institucional	2017/0318934
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			