



Rf.ª: CP/17/031A

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA SUBCAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “LA RIOJA CULTURAL, VEN A LA BENE”, DE LA CONSEJERÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO E INNOVACIÓN

1.Introducción

La cultura es una de las políticas estratégicas del Gobierno de La Rioja que busca revitalizar el patrimonio, como seña de identidad propia, lograr la máxima proyección turística y cultural de los municipios riojanos, promocionando riqueza, vertebración del territorio y puestos de trabajo.

El impulso a la política cultural de la región debe hacerse a través de la defensa de una cultura abierta y que constituya un valor añadido de una sociedad moderna. El desarrollo cultural de la región debe estar presente en todas las localidades de la comunidad a través de una promoción cultural entendida como una línea de trabajo que permita dar valor a la cultura como derecho de los ciudadanos además de establecer orientaciones que la sitúen como un recurso social y económico.

En el año 2016, el Gobierno de La Rioja invirtió más de 3,7 millones de euros en todo tipo actuaciones de promoción cultural que se habían llevado a cabo, de forma directa o a través de la colaboración con ayuntamientos, entidades o colectivos culturales.

A través de la campaña 17 031 se busca difundir la oferta cultural del Gobierno de La Rioja y ofrecer información sobre la actividad cultural financiada por el ejecutivo riojano en las subvenciones de fomento de la cultura. Por ello dentro de esta actividad publicitaria se establecerán varias subcampañas para promocionar diferentes actividades lanzadas desde la Dirección de Cultura y Turismo.

2. Subcampaña CP 17 031 A: La Rioja cultural VEN A LA BENE

2.1. Introducción

Dentro de la promoción cultural del Gobierno de La Rioja destacamos en este caso las veladas culturales ‘Ven a la Bene’ que abrirán al público los jardines de este emblemático edificio para ofrecer una propuesta cultural atractiva para las noches de los jueves durante el mes de julio. Una programación cultural de calidad y variedad pensada para atraer a todo tipo de públicos.

La edición de este año se abrirá el jueves 6 de julio con un concierto del grupo Gospel and Soul a las 20.30 horas. Gospel Soul sobresale tanto por unos arreglos corales excelentes y ricos en detalles armónicos, como por el dominio de la escena tamizado con pequeños toques coreográficos y, ante todo, por la calidad y la belleza de las extraordinarias voces femeninas del grupo, Emma Lamadji, Marie-Nicole Leborgne y Emilienne Choudossi, que son, en definitiva, la esencia del grupo.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE | | | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | | Pág. 1 / 6 |
|------------------------------------|-------------------------|--------------------------|--|--|------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento | | |
| 00848-2017/00032 | Otros | Publicidad institucional | 2017/0247541 | | |
| Cargo | Firmante /Observaciones | | Fecha/hora | | |
| 1 | Directora de Gabinete | | | | |
| 2 | Director de Gabinete | | | | |
| 3 | Consejera | | | | |
| 4 | | | | | |



El jueves 13 de julio, a las 22.00 horas, Ven a la Bene propone cine musical con Charles Chaplin. Se proyectarán 'Charlot, trabajando de papelista' y 'A Burlesque on Camen' amenizadas con música en directo por LudiMusic Ensemble, bajo la dirección musical y clarinete de Piedad Navarro y la pianista, Silvia Gil Díez. LudiMusic Ensemble recupera el espectáculo del cine mudo, cuando las proyecciones estaban acompañadas por música en vivo, y presenta una nueva oportunidad de ver dos obras maestras del cine clásico. Dos medimétrajes con música en directo que acompaña los gestos y el ritmo de los personajes, tal y como se hacía en los inicios del cine.

El siguiente jueves, 20 de julio a las 20.30 el grupo de cuerda Camerata del Prado, dirigido por Tomás Garrido ofrecerá tres quintetos con guitarra de Luigi Boccherini. Creado en 1990, ha ofrecido centenares de conciertos, colaborando especialmente en programas escolares en colegios junto a Fernando Argenta. Además, ha realizado grabaciones de bandas sonoras para cine y televisión y ha colaborado con importantes grupos de pop-rock.

Finalmente, el ciclo se cerrará el jueves 27, a las 20.30 horas, con el espectáculo infantil de títeres y música "No nos moverán", de la compañía Titiriteros de Binéfar. Cuenta la historia de unos jóvenes que se fueron a vivir a un pequeño pueblo abandonado, las dificultades que tuvieron y cómo las superaron. Además utilizan canciones, retahílas, juegos y cuentos de la tradición oral.

Las entradas a estos espectáculos tendrán un precio de tres euros. Todos aquellos interesados podrán comprar sus entradas de forma anticipada a partir del lunes 19 de junio en la Oficina de Turismo y dos horas antes del inicio de los conciertos en el Patio interior de la antigua Beneficencia.

2.2. Objetivos de comunicación

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

- **Aumentar la asistencia** de los ciudadanos a las veladas culturales Ven a la Bene
- **Difundir las actividades culturales** del Gobierno de La Rioja

2.3. Públicos objetivos de la campaña

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

- **Público objetivo primario:**

En primer lugar, y siendo ésta una actividad ideada para todo tipo de público, seleccionaremos a las **familias riojanas** como nuestro público objetivo primario Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por **mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por **156.100 personas**.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE | | | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 2 / 6 |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--|------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento | |
| 00848-2017/00032 | Otros | Publicidad institucional | 2017/0247541 | |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora | |
| 1 Directora de Gabinete | | | | |
| 2 Director de Gabinete | | | | |
| 3 Consejera | | | | |
| 4 | | | | |



- **Públicos objetivos secundarios:**
 - En primer lugar, dentro de los públicos secundarios, seleccionamos a los **jóvenes de entre 18 y 32 años** que constituyen un rango de edad deseado a la hora de incrementar los asistentes a las Veladas Culturales Ven a la Bene y llevar a cabo la promoción cultural de la región. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, en este margen de edad se encuentran **47.689 personas** en nuestra comunidad
 - En segundo lugar, seleccionaremos también como público objetivo secundario a los **riojanos mayores de 65 años**. En este rango de edad se encuentran **63.347 personas** en nuestra región, según el Instituto de Estadística de La Rioja.

2.4. 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.

En este caso la tipología de campaña, según se especifica en la ficha básica de campaña del Plan de Publicidad Institucional, es cultural. Por ello, se deberá utilizar para la composición de mensajes el programa publicitario cultural del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional.

Aunque, con norma general, rigen los principios del tono informativo, se prevé la excepcionalidad de este tono y el uso del tono persuasivo cuando las campañas pretenden estimular la concienciación y la participación de la ciudadanía en asuntos de interés, como por ejemplo, sucede en el objeto de la campaña publicitaria.

2.4.1. 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 publicitaria

2.4.2. 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.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE | | | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 3 / 6 |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--|------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento | |
| 00848-2017/00032 | Otros | Publicidad institucional | 2017/0247541 | |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora | |
| 1 | Directora de Gabinete | | | |
| 2 | Director de Gabinete | | | |
| 3 | Consejera | | | |
| 4 | | | | |



Durante nuestras campañas, utilizamos oraciones imperativas con el fin de favorecer la retención del receptor, pretendiendo que este realice la acción tomando el mensaje de una manera positiva. Entendemos que el uso de **oraciones imperativas a la hora de trasladar nuestro mensaje** (Ven a la Bene) ayuda a la atención del receptor.

2.5 Táctica publicitaria

2.5.1 Presentación

Nos dirigimos a un público objetivo muy heterogéneo compuesto desde jóvenes hasta personas de más de 65 años. Por ello, se cree conveniente elegir medios como prensa escrita, radio y medios digitales, enfocados a diferentes públicos objetivos, para llegar a impactar con nuestros mensajes y conseguir difundir las veladas culturales entre la población riojana así como aumentar la asistencia a las mismas.

A través de la web del Gobierno de La Rioja –www.larioja.org/venalabene- se ofrecerá a los ciudadanos la información referente a este programa cultural con el objetivo de aumentar la participación de los riojanos en estas veladas culturales.

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

| Objetivo de la publicidad | Criterios de conversión web |
|---|--|
| Aumentar la asistencia de los riojanos a las veladas culturales Ven a la Bene | Nº de asistentes a los cuatro eventos incluidos dentro del ciclo Ven a la Bene y Nº de visitas a la web www.larioja.org/venalabene |

2.5.2 Duración de la campaña

La campaña se extenderá durante veintidós días, del 6 al 27 de Julio de 2017.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE | | | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 4 / 6 |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--|------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento | |
| 00848-2017/00032 | Otros | Publicidad institucional | 2017/0247541 | |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora | |
| 1 Directora de Gabinete | | | | |
| 2 Director de Gabinete | | | | |
| 3 Consejera | | | | |
| 4 | | | | |



2.5.3 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 | 36.028 ejemplares | Faldón grande | 4 | 256x96 mm | 6, 13, 20 y 27 de julio |
| Noticias de La Rioja | 5.218 ejemplares | 20.872 ejemplares | Faldón grande | 4 | 255x87 mm | 6, 13, 20 y 27 de julio |
| Gente | 15.733 ejemplares | 15.733 ejemplares | Faldón grande portada | 1 | 94x250 mm | 7 de julio |
| Guía Go | 12.749 ejemplares | 12.749 ejemplares | Página completa | 1 | 150x105 mm | 6 de julio |

| Radios regionales auditadas de corte generalista | | | | | | |
|--|------------------|---------------------|-------------------|----|----------|-------------------------|
| Soporte | Audiencia diaria | Audiencia acumulada | Formato | Q | Tipo | Inserciones |
| Cadena SER | 50.000 oyentes | 200.000 oyentes | Cuña publicitaria | 28 | Cuña 20" | 6, 13, 20 y 27 de julio |
| Cadena Cope | 21.000 oyentes | 84.000 oyentes | Cuña publicitaria | 28 | Cuña 20" | 6, 13, 20 y 27 de julio |
| Onda Cero | 17.000 oyentes | 68.000 oyentes | Cuña publicitaria | 28 | Cuña 20" | 6, 13, 20 y 27 de julio |

| Diarios regionales y locales digitales | | | | | |
|--|--------------|-----------------|--------------------|-------------------------------------|-------------------------|
| Soporte | U.U. diarios | U.U. acumulados | Formato | Medidas | Inserciones |
| Larioja.com | 61.200 U. | 244.800 U.U. | Megabanner | 980x90 px | 6, 13, 20 y 27 de julio |
| Rioja2.com | 7.795 U.U. | 31.180 U.U. | Cintillo superior | 1140x68 px | 6, 13, 20 y 27 de julio |
| Nuevecuatrouno.com | 5.469 U.U. | 21.876 U.U. | Banner principal | 970x90 px 728x90 px 300x90 px | 6, 13, 20 y 27 de julio |
| Nuevecuatrouno.com | 5.469 U.U. | 21.876 U.U. | Banner Tempranillo | 600x150 px | 6, 13, 20 y 27 de julio |
| Noticiasdelarioja.com | 723 U.U. v | 2.892 U.U. | Megabanner | 1305x130 px | 6, 13, 20 y 27 de julio |

| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|
| 00848-2017/00032 | Otros | Publicidad institucional | 2017/0247541 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Directora de Gabinete | | | |
| 2 Director de Gabinete | | | |
| 3 Consejera | | | |
| 4 | | | |



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.

2.6 Creatividad publicitaria

El Gobierno de La Rioja contará con el sector creativo de la Comunidad Autónoma para la configuración de la creatividad publicitaria de la subcampaña La Rioja cultural, Ven a la Bene.

a) Materiales para los soportes previstos en el plan de medios. La consejería de Presidencia requiere también de adaptaciones de la creatividad central de la campaña publicitaria, de acuerdo al plan de medios previsto para la campaña publicitaria.

- Diseño y maquetación de creatividades para prensa escrita auditada.
- Diseño y maquetación de banners animados para los diarios digitales.

b) Otros materiales gráficos:

- Diseño y maquetación de banner cabecera para la web www.larioja.org y recursos gráficos para la web (964x107 px. Consultar especificaciones de diseño).
- Diseño y maquetación de piezas gráficas animadas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook (1200x628 px) y Twitter(1200x481 px).
- Recursos gráficos y fotográficos de los diferentes elementos producidos por la empresa, para acompañar un artículo de “caso de éxito” en la web de publicidad institucional. (1200x628 px) [Ver un ejemplo de artículo similar.](#)

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE | | | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 6 / 6 |
|------------------------------------|-------------------------|--------------------------|--|------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento | |
| 00848-2017/00032 | Otros | Publicidad institucional | 2017/0247541 | |
| Cargo | Firmante /Observaciones | | Fecha/hora | |
| 1 Directora de Gabinete | | | | |
| 2 Director de Gabinete | | | | |
| 3 Consejera | | | | |
| 4 | | | | |