



Rf.º: CP/18/062

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “DÍA DE INTERNET”, DE LA CONSEJERÍA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y HACIENDA

1. Presentación y datos de interés

El Día Mundial de Internet es un proyecto de dinamización social que se construye en torno a las nuevas tecnologías y a la fecha del 17 de mayo designada por la ONU para su conmemoración a nivel mundial.

El proyecto surge tras la iniciativa llevada a cabo en España, en octubre de 2005, por la Asociación de Usuarios de Internet, presentada a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, celebrada ese mismo año en Túnez. Una iniciativa que fue aprobada el 17 de mayo como Día Mundial por la Asamblea General de Naciones Unidas, en el mes de marzo de 2006.

En el artículo 121 del documento de conclusiones de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información se afirma que “es necesario contribuir a que se conozca mejor internet para que se convierta en un recurso mundial verdaderamente accesible al público.

El Día de Internet 2018 se celebra este año bajo el lema “la Sociedad de los Datos”, una de las áreas clave de nuestro día a día tecnológico que cambia a una velocidad vertiginosa y que despierta cada vez más interés,

2. Enfoque de comunicación

El Día Mundial de Internet y, por ende, de la sociedad de la información, se celebra anualmente y sirve para dar a conocer mejor la importancia que tiene este recurso mundial. En especial, las posibilidades que pueden ofrecer las TIC a las sociedades y economías y las diferentes formas de reducir la brecha digital.

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	
00848-2018/000131	Otros	Publicidad institucional	2018/0276900	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



En este sentido, el Ejecutivo autonómico considera oportuno contribuir a la sensibilización social en el ámbito de la seguridad vial, así como a la información del estado de la red vial y del tráfico, con el fin de reducir el número de accidentes que registran las carreteras de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

En este sentido, el Ejecutivo autonómico considera al Día de Internet como una oportunidad para ejercer la sensibilización y la responsabilidad social a favor del buen uso de las nuevas tecnologías, así como de facilitar el acceso a la sociedad de la información, con especial atención a los colectivos con riesgo de exclusión (mayores, discapacitados, etc.) que sufren cada día la llamada brecha digital.

3. Objetivos de comunicación

La campaña de publicidad deberá concentrar sus esfuerzos en las siguientes cuestiones:

- Dar visibilidad al Día de Internet entre la población riojana, pues este canal de comunicación se consolidado en una herramienta fundamental para la construcción de la sociedad de la información.
- Concienciar a los ciudadanos sobre la necesaria construcción de la sociedad digital en nuestra comunidad autónoma.

3.1. Criterios de conversión

Para evaluar convenientemente el grado de cumplimiento del objetivo de comunicación que pretende la campaña de publicidad se establece el **siguiente indicador de impacto**:

- N.º de visitas a la web www.agendadigitalriojana.es durante la duración de la campaña.

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	
00848-2018/000131	Otros	Publicidad institucional	2018/0276900	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



4. Públicos objetivos

Se establece el **siguiente público objetivo** para la campaña de comunicación:

a) Público primario

Entendemos como público primario a todo ciudadano mayor de edad que resida en nuestra comunidad autónoma. Un rango de población extenso entre el que elegimos **a todos los riojanos con edades comprendidas entre los 18 y los 80 años**, que utilizan internet en su día a día o se están iniciando en este ámbito. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **239.942 riojanos**.

b) Público secundario

Población de entre 12 y 18 años, que comienzan a dar sus primeros pasos en solitario en internet. En definitiva, **menores que tienen acceso a dispositivos electrónicos sin el control parental** y que necesitan las herramientas necesarias para poder desenvolverse en ese ambiente tan complejo y pleno de riesgos para los jóvenes. En total, **21.251 niños y adolescentes** que se encuentran en este rango de edad, según los datos aportados por el Instituto 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 tono y estilo** en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

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	
00848-2018/000131	Otros	Publicidad institucional	2018/0276900	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



Con esta campaña de publicidad se busca informar sobre el estado de la red de carreteras de la Comunidad Autónoma de La Rioja, así como sensibilizar a la ciudadanía en materia de seguridad vial. Por ello, el tono y el estilo de la comunicación será informativo, con un enfoque comunicativo y que oriente a la campaña hacia la utilidad pública.

5.1. Emisor de la campaña

Entendemos que la efeméride del Día de Internet se circunscribe dentro de la territorialidad y no del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja. Por ello, se considera apropiado en esta ocasión que el emisor de la campaña sea la Comunidad de La Rioja.

5.2. Lenguaje

Las características del tono informativo definen el uso de verbos de acción en la publicidad institucional de la Comunidad Autónoma 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 y de la participación colectiva en este reto.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000131	Otros	Publicidad institucional	2018/0276900
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Esta efeméride se convierte en una oportunidad para difundir entre la población riojana el uso responsable de las nuevas tecnologías en pro de una correcta construcción de la sociedad de la información.

En este contexto, y dentro del ámbito regional, se opta por realizar una micro campaña de servicio público en el grupo de comunicación líder de La Rioja que, a través de dos de sus soportes (Diario La Rioja y Larioja.com) publica un suplemento y contenidos especiales con motivo del Día de Internet 2018.

6.1. Duración de la campaña publicitaria

La presente campaña de publicidad se llevará a cabo el 19 de mayo de 2018.

6.2. Plan de medios

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

Prensa escrita auditada						
Soporte	Difusión por ejemplar	Difusión acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	9.007 ejemplares	Página completa	1	334x256 mm	19 de mayo

Medios digitales regionales						
Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.U.	61.200 U.U.	Banner	1	300x300 px	19 de mayo

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 publicidad institucional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 5 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento			Nº Documento
00848-2018/000131	Otros	Publicidad institucional			2018/0276900
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora	
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

7. Contacto técnico

Las empresas pueden dirigirse a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para consultar sus dudas y trasladar sus sugerencias:

Persona de contacto

Alejandro Toraño Collera, responsable de Publicidad Institucional

Teléfono de contacto

941 294 064

Email de contacto

gabinete.presidencia@larioja.org

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	
00848-2018/000131	Otros	Publicidad institucional	2018/0276900	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				