



Rf.º: CP/17/061

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “DÍA INTERNACIONAL PARA LA TOLERANCIA”, DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICAS SOCIALES, FAMILIA, IGUALDAD Y JUSTICIA

1. Presentación y datos de interés

La Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia desarrolla diferentes programas y acciones para la no discriminación afectivo-sexual de la sociedad riojana y la protección y promoción de los derechos sociales, políticos y civiles del colectivo LGTBI en La Rioja.

El Parlamento de La Rioja también es sensible a esta necesaria protección y promoción de derechos. Por este motivo, el pleno del Parlamento de La Rioja acordó solicitar al Gobierno de La Rioja el desarrollo de una campaña de sensibilización ciudadana a favor del colectivo LGTBI y en contra de la LGTBIofobia.

Siguiendo el mandato parlamentario, la dirección general de Deportes y del IRJ solicitó a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior el desarrollo de una campaña de publicidad con el objetivo descrito anteriormente. Esta campaña es de carácter extraordinario, puesto que no estaba prevista en el Plan anual de Publicidad Institucional para 2017.

2. Enfoque de comunicación

El colectivo LGBTI vive una complicada situación a nivel global. La lucha por los derechos civiles se está traduciendo en importantes victorias en los países occidentales con la aprobación de leyes que castigan la discriminación y que equiparan legalmente a las parejas del mismo sexo. Este clima de igualdad se convierte en uno de miedo y hostilidad en gran parte de África y Oriente Medio, donde la homosexualidad es perseguida por los gobiernos y puede suponer la imposición de la pena de muerte.

Estas dos caras de la misma moneda se presentan como uno de los mayores desafíos para la comunidad internacional en el siglo XXI. La protección de los derechos humanos y de la libertad individual está en la agenda de las principales organizaciones internacionales y de algunos estados.

En este sentido, la cohesión social es uno de los ejes de acción principales del Gobierno de La Rioja, que impulsa medidas de sensibilización y concienciación entre la sociedad riojana para eliminar la lacra social de la discriminación sexual.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00108	Otros	Publicidad institucional	2017/0480761
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



En este marco, el 16 de noviembre se convierte en una fecha clave para emitir desde los organismos públicos un mensaje de denuncia contra esta situación social, pero también un mensaje integrador y de apoyo hacia el colectivo la LGTBI y contra la LGTBIfobia.

En torno a esta fecha se pondrá en marcha una campaña de publicidad para dar visibilidad a este colectivo y para concienciar a toda la ciudadanía sobre la necesidad e importancia de la integración social.

3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año sitúa **los siguientes objetivos generales de comunicación**, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Sensibilizar y concienciar sobre el respeto a la diversidad afectivo-sexual de la sociedad riojana como principio necesario para asegurar la convivencia regional.

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**:

- Nº. de visitas a la página web www.larioja.org/diatolerancia

4. Públicos objetivos

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

a) Público primario

Entendemos como público primario a la **sociedad riojana en general**: al conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **315.794 personas**.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se divide por segmentos más concretos de edad:

1. **Niños y jóvenes**: Incluiremos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años. Según los datos aportados por el Instituto Riojano de Estadística, este rango de población incluye a **68.003 personas** en La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00108	Otros	Publicidad institucional	2017/0480761	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



2. **Familias riojanas:** 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**.
3. **Personas mayores de 65 años:** Según los datos aportados por el instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de **personas con edad superior a 65 años** está formado por **60.347 personas** en 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.

Consulta las normas de tono y estilo

En el siguiente enlace puedes consultar qué normas y pautas tenemos para construir el tono y estilo www.larioja.org/identidadpublicitaria

5.1. Emisor de la campaña

Esta efeméride se circumscribe dentro de la territorialidad y no del ejercicio administrativo y político, por lo que será la Comunidad Autónoma de La Rioja quien ocupe este lugar en el proceso comunicativo.

5.2. Lenguaje

El objetivo principal de la campaña publicitaria pretende y promueve la concienciación social: la campaña pretende reforzar valores de convivencia como el resto a la diversidad afectivo-social y asegurar el respeto de los derechos ciudadanos. Por este motivo, se solicita incorporar un tono y estilo persuasivos en la construcción de los mensajes publicitarios, con especial sensibilidad en la aplicación de un lenguaje inclusivo no sexista.

Este tono de persuasión deberá dirigirse al ciudadano y respetará también las prohibiciones establecidas para el autobombo y el ensalzamiento de logros institucionales.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00108	Otros	Publicidad institucional	2017/0480761
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



La persuasión con la que se construya el mensaje deberá cumplir con los principios de comunicación establecidos en la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional, así como con el compromiso del Gobierno de La Rioja con la realidad social en la que se actúa.

5.3. Programa gráfico a aplicar en la campaña de publicidad

La tipología de la campaña es **institucional**. Por ello, al ser el emisor la Comunidad Autónoma de La Rioja, y no el Gobierno de La Rioja, no existe obligación de aplicar ninguno de los tres programas gráficos existentes.

Para el correcto uso de la imagen del emisor de la campaña, la creatividad y los diferentes materiales deberán respetar el manual de identidad de la Comunidad de La Rioja, aprobado por Decreto en el año 2003.

Descarga la marca

Accede a las descargas de la marca Comunidad Autónoma de La Rioja

www.larioja.org/comunidad/es/identidad-grafica

6. Táctica publicitaria

Aunque el objetivo de sensibilización y concienciación está claro, la amplitud y la diversidad de los públicos a los que nos dirigimos conducen a una táctica publicitaria segmentada, en la que se pueda impactar por interés y afinidad a cada uno de los grupos de interés.

6.1. Duración de la campaña publicitaria

La duración de la campaña contempla 7 días: desde el 14 al 27 de noviembre.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00108	Otros	Publicidad institucional	2017/0480761
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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 exemplar	Difusión acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	45.035 ejemplares	Faldón pequeño	5	256x63 mm	14, 15, 16, 17 y 20 de noviembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Faldón grande	5	260x61 mm	Del 14 al 18 de noviembre
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Média página	1	250x159 mm	17 de noviembre

Prensa escrita local y comarcal						
Soporte	Difusión por exemplar	Difusión acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
La Brújula de Calahorra	3.000 ejemplares	3.000 ejemplares	Página completa	1	155x235 mm	17 de noviembre
La Noticia de Calahorra	5.000 ejemplares	5.000 ejemplares	Página completa	1	155x220 mm	28 de noviembre

Medios digitales						
Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.U.	428.400 U.U.	Megabanner	7	1191x90 px	Del 14 al 20 de noviembre
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	1	1305x130 px	16 de noviembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner Tempranillo	7	600x150 px	Del 14 al 20 de noviembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	7	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 14 al 20 de noviembre

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00108	Otros	Publicidad institucional	2017/0480761	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



Publicidad exterior				
Soporte	Ubicación	Q	Medidas	Inserciones
Carteles	Logroño y cabeceras	1.500	50x70 cm	Del 14 al 20 de noviembre
Muppie	Logroño	15	120x175 cm	Del 14 al 27 de noviembre

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.

7. Creatividad publicitaria

7.1. Normativa aplicable

Este contrato tiene su fundamento normativo en lo dispuesto en los artículos 20 de la ley 34/1988, de 11 noviembre, General de Publicidad así como en el artículo 5 de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional.

Así el artículo 20 de la ley 34/1988, de 11 de noviembre, define el contrato de creación publicitaria como aquel por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga en favor del anunciantre o agencia a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria, una parte de la misma o cualquier otro elemento publicitario.

Por su parte la ley 7/2017, de 22 de mayo, establece en el artículo 5 que las campañas de publicidad institucional se articularán mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, de creación publicitaria o de patrocinio previstos en la normativa vigente reguladora de la publicidad con carácter general.

7.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria y el diseño de los diferentes elementos gráficos, sonoros, textuales y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional "Día Internacional de la Tolerancia", de la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

7.3. Oferta técnica

Las propuestas deberán contemplar la siguiente **oferta técnica**:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00108	Otros	Publicidad institucional	2017/0480761	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- a) **Creatividad central.** Se requiere el diseño y la creatividad de un cartel (50x70 cm) con la idea central de la campaña.

Este cartel deberá incorporar los siguientes elementos:

- Imagotipo de la Comunidad de La Rioja.
- Fecha del 16 de noviembre, Día Internacional para la Tolerancia.

- b) **Materiales para los soportes previstos en el plan de medios (ver 6.2.)** 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 gráfico de creatividades para prensa escrita auditada.
- Diseño y maquetación de banners animados para los diarios digitales.
- Diseño, maquetación y producción de cartel.
- Diseño y maquetación de cartel para *muppie*.

d) **Otros materiales gráficos:**

- Diseño y maquetación de piezas gráficas animadas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook (1200x628px) y Twitter (1200x481px).
- 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. (1200x628px) [Ver un ejemplo de artículo similar.](#)

7.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **5.300 euros (IVA Incluido)** con cargo a la partida presupuestaria **1410.1812.227.13** de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

La oferta económica deberá presentarse de acuerdo a los siguientes criterios:

- La oferta económica deberá desglosar los importes unitarios de cada uno de los elementos descritos en la oferta técnica
- Los costes indirectos para la producción –como, por ejemplo contratación de reportajes fotográficos o de compra de derechos de imágenes de bibliotecas y librerías...–, así

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00108	Otros	Publicidad institucional	2017/0480761	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



como las mejoras que se propongan deberán valorarse y cuantificarse **dentro de la oferta económica**.

- Quedarán excluidas aquellas propuestas económicas que se presenten de otra forma.

7.5. Cesión de materiales

Al desarrollar y entregar el servicio de creatividad y diseño solicitado, la empresa seleccionada da consentimiento a la siguiente solicitud:

- a) **Entrega y cesión de materiales técnicos.** Los materiales se entregarán debidamente adaptados para cada uno de los soportes y formatos solicitados. También se entregarán el material gráfico en formato PDF y en archivos compatibles con programas de diseño, como Adobe In Design o Adobe Illustrator; así como el fotográfico empleado para la campaña.

8. 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

publicidad@larioja.org

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00108	Otros	Publicidad institucional	2017/0480761
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			