

Vicepresidencia

La Directora General
de Relaciones Institucionales
e Informativas

Plaza del Rastro, s/n
06800 MÉRIDA
Teléfono: 31 76 12

JUNTA DE EXTREMADURA

Mérida, 20 de Enero de 1.993

Ilmo. Sr. D. Andrés M^a. Fernández López
Director Gral. de Inspección y Organización
Consejería de Presidencia y Trabajo
Avd^a. de Extremadura, 43
06800.-MERIDA.

Ilmo. Sr.:

Permítame una vez más incidir sobre las normas establecidas en esta esta Institución, relativas a publicidad e imagen en el ámbito de la Junta de Extremadura.

Hace ya aproximadamente dos años que la Dirección General de Relaciones Institucionales e Informativas, normalizó la política de comunicación e imagen institucional a través de unos criterios de actuación que se vienen aplicando actualmente.

Pero mi interés se basa en analizar más profundamente y a través de la reflexión, este proceso que es la publicidad institucional y la identidad corporativa que impera en la Junta de Extremadura.

Aunque especialmente interrelacionados, pero a efectos de transcurso administrativo, podemos disociar lo que es imagen o identidad corporativa, de publicidad institucional propiamente dicha.

El tratamiento de la identidad corporativa en la institución, únicamente se basa en una aplicación estricta y minuciosa del Manual de Imagen Corporativa editado a tal efecto. Y para asesoramiento y control de aplicaciones se encuentra el Departamento de Publicidad e Imagen dependiente de esta Dirección General.

Sin embargo, la publicidad institucional implica la intervención de varios factores, fundamentalmente por la diversidad de soportes y la participación de los medios de comunicación social.

Es obvio que la publicidad institucional es un instrumento vital para la planificación de una determinada política informativa y que desde esta perspectiva es preciso establecer un control centralizado desde los departamentos, que de alguna forma, establecen los criterios de la política informativa de la Junta de Extremadura.

El ejercicio de este control sobre la publicidad institucional, llámese campaña de promoción, acción de comunicación, servicio de cobertura informativa de una determinada actividad, organización de actos públicos con proyección exterior, etc., se basa en las siguientes premisas:

- * La idoneidad en el tiempo y en el espacio. Es decir, si la coyuntura política es la más apropiada para una determinada acción publicitaria. Y si los soportes utilizados en dicha acción son los más adecuados, así como el ámbito de cobertura que deseamos ocupar publicitariamente.
- * La existencia de un determinado sistema de relaciones de la Junta de Extremadura con los medios de comunicación social a través de la publicidad institucional. Según la modalidad del medio de comunicación hay establecidos unos criterios de contratación de publicidad institucional entre la dirección del medio y la Dirección General de Relaciones Institucionales e Informativas.
- * El conocimiento exhaustivo de la calidad y capacidad de las empresas especializadas en comunicación.
- * Dotar de capacidad a los órganos que planifican la política informativa de la Junta de Extremadura para desarrollar acuerdos suscritos con los medios de comunicación a través de la publicidad institucional.
- * Exteriorizar una imagen institucional acorde a los principios de homogeneidad y de estética de una institución como es la Junta de Extremadura.

Tal argumentación nos induce a establecer un mecanismo, a través del cual se desarrollan los objetivos anteriormente especificados. Esta dinámica es la siguiente: una Consejería o un determinado Departamento estima conveniente desarrollar una campaña o acción publicitaria con su correspondiente disponibilidad presupuestaria.

El mecanismo de desarrollo sería:

- * Contacto con la Dirección General de Relaciones Institucionales e Informativas, comunicando genéricamente las intenciones de llevar a cabo una campaña o acción de comunicación (objetivos de la acción, duración y medios que se proponen, presupuesto disponible, etc.). La Presidencia de la Junta informará taxativamente a la Consejería o Departamento que emite la intención de llevar a cabo una iniciativa publicitaria.
- * En caso de ser aceptada la propuesta inicial, se establece un equipo de dirección de la campaña o acción, integrado por responsables de la Consejería o Departamento que propone y técnicos de la Dirección General de Relaciones Institucionales e Informativas. Este equipo elabora un proyecto o planing con todos los soportes y medios necesarios para cubrir los objetivos de la campaña o acción publicitaria.
- * Planificada la campaña o acción, se inicia el proceso de contratación según los criterios establecidos por la Dirección General de Relaciones Insitucionales e Informativas.
- * Se establece un seguimiento y control de los soportes y medios contratados a través del equipo de dirección de la campaña o acción.
- * Proceso administrativo de liquidación a través del equipo de dirección de la campaña o acción.



Vicepresidencia

JUNTA DE EXTREMADURA

La Directora General
de Relaciones Institucionales
e Informativas

Plaza del Rastro, s/n
06800 MÉRIDA
Teléfono: 31 76 12

Finalmente recordarle que la Intervención General de la Junta de Extremadura, tiene instrucciones en el sentido de no hacer efectivo ningún pago de gastos efectuados en publicidad, si la factura no lleva el correspondiente visado de esta Dirección General.

Espero que con estas notas aclaratorias, iniciemos un nuevo camino en el año recién estrenado, que nos permita realizar una gestión más eficaz y económica.

Un saludo.

Fdo. Mª Soledad Pérez Domínguez.