

INSTRUCCIÓN Nº 1, DE 15 DE OCTUBRE DE 2002, DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL, SOBRE IDENTIDAD CORPORATIVA Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Mediante el **Decreto 302/2000, de 13 de junio**, por el que se **establece** la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia, se **encomienda a la Dirección General de Comunicación Social (DGCS)**, por una parte, **la coordinación de la información y divulgación de la Acción Institucional de la Junta de Andalucía, así como la elaboración de las correspondientes normas y directrices de aplicación**, y por otra, **la coordinación y seguimiento relativos al Manual y Normas de Identificación Corporativa** de la Junta de Andalucía.

Por el **Decreto 126/2002, de 17 de abril**, se **aprueba la adaptación y actualizaciones del Manual** de Diseño Gráfico para su utilización por el Gobierno y Administración de la Junta de Andalucía, se fijan **los plazos para llevar a cabo la adecuación al Manual** y se establece, en su Disposición Transitoria Única, que en cualquier expediente de contratación que guarde relación directa o indirecta con aplicaciones del Manual o con la realización de actividades de difusión publicitaria, deberá constar expresamente la adecuación a lo establecido en el citado Manual y, en su caso, en la Ley 4/1999, de 11 de mayo, reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.

La **Orden de 22 de julio de 2002**, por la que se desarrolla el Decreto 126/2002, **especifica que la constancia expresa de adecuación al Manual y la Ley 4/1999, será en la forma que la DGCS establezca** (art. 2) y que ésta facilitará **la asistencia técnica oportuna en las acciones de comunicación** (art. 3). Asimismo, se dispone la creación de **un archivo para el material audiovisual y gráfico** generado por el desarrollo de las acciones de comunicación institucional, con el fin de organizar y conservar dichos recursos para su posterior reutilización por cualquier entidad de la Junta de Andalucía que la requiera (art. 4).

Al mismo tiempo, en su Disposición Adicional Única, establece **que todas las Entidades de la Junta de Andalucía** sujetas al ámbito de dicha norma **deberán elaborar y remitir** a la DGCS, en el plazo de dos meses desde la entrada en vigor de la Orden, **un plan de implantación de la Señalización** de todas sus Sedes y Centros dependientes, en función de los plazos fijados en el Decreto 126/2002, **así como el plan de acción a llevar a cabo en materia de comunicación** (art. 5).

Por otra parte, **la Ley 4/1999, de 11 de mayo**, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía **establece**, entre otros principios que deben regir dicha actividad, **la eficacia y rentabilidad en la asignación de los siempre limitados recursos económicos disponibles**.

Precisamente por ello, tiene especial valor **la coordinación** entre las Consejerías y demás Entidades de la Junta de Andalucía, dado que **es un instrumento imprescindible para lograr la eficacia** en las acciones de comunicación a desarrollar por la Administración de la Junta de Andalucía.

Conviene recordar que la comunicación corporativa, como es ampliamente reconocido en las organizaciones, debe pretender la integración más eficaz del conjunto de las acciones y técnicas de comunicación y los servicios, sobre todo de aquellos más involucrados con la sociedad. La Junta de Andalucía como Institución también, se plantea la necesidad de una estrategia y línea de comunicación integral que permita proyectar una serie de identificadores y atributos que propicien una imagen coherente de ella.

En consecuencia, **con el fin de lograr la máxima eficacia y operatividad** de lo dispuesto en el Decreto 126/2002, de 17 de abril, y de la normas establecidas en la Orden de 22 de julio de 2002, por la que se desarrolla este Decreto, se **hace necesario precisar y desarrollar más en detalle los instrumentos y procedimientos de trámite para su ejecución y aplicación**.

En base a lo expuesto y de acuerdo con la facultad que le otorga la Disposición Final Primera de la citada Orden, esta Dirección General considera necesario dictar las siguientes **instrucciones**:

PRIMERA.- **OBJETO**

Las presentes instrucciones pretenden **concretar las actuaciones necesarias para la mejor coordinación posible tanto en identidad corporativa como en las acciones de comunicación institucional** que se lleven a cabo.

A tal efecto, y de conformidad con el art. 1 y 3 de la Ley 4/1999, de 11 de mayo, reguladora de la Actividad publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía y la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, se consideran Acciones de Comunicación Institucional aquellas actividades publicitarias de carácter institucional que lleva a cabo la Administración con objeto de informar sobre servicios, productos, derechos y obligaciones, así como promover en general hábitos de conducta saludables, solidarios, de bienestar social, así como informar sobre los proyectos y las realizaciones o logros en la gestión pública.

SEGUNDA.- **ASISTENCIA Y ASESORAMIENTO TÉCNICOS**

En aras de lograr la mayor eficacia y coordinación en materia de Comunicación, Imagen e Identidad Corporativas, la DGCS, como habitualmente viene realizando en el ejercicio de sus competencias de asistencia y asesoramiento a las distintas Consejerías, Organismos Autónomos y Empresas Públicas de la Junta de Andalucía, **pone a disposición de cualquier Centro Directivo que promueva acciones de comunicación institucional un equipo técnico para facilitar el asesoramiento que sea necesario en todas y cada una de las fases de desarrollo de una acción de comunicación**, desde la elaboración del briefing de campaña y el Pliego de Prescripciones Técnicas a la valoración de las propuestas técnicas (de creatividad y del plan de medios) y la realización de los informes técnicos correspondientes, así como en los ulteriores procesos de producción, ejecución y seguimiento.

TERCERA.- **INFORME DE ADECUACIÓN AL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y A LA LEY 4/1999**

En cumplimiento de lo establecido en la Disposición Transitoria Única del Decreto 126/2002 y el art. 2 de la Orden de 22 de junio de 2002, en todo expediente de contratación que guarde relación directa o indirecta con aplicaciones del Manual de Identidad Corporativa o con la realización de actividades de difusión publicitaria, **deberá quedar constancia de la debida adecuación a dicho Manual o, en su caso, a la Ley 4/1999**, a través de un **informe que podrá ser emitido por el responsable de la Unidad, Sección o Departamento** que tramita el expediente de contratación correspondiente o, en su caso, por el director del trabajo cuando se haya nombrado expresamente para la ejecución y seguimiento del objeto del contrato.

Para ello, podrá utilizarse el modelo que se acompaña como Anexo I.

Cuando se trate de una acción de comunicación institucional, además del informe de adecuación al Manual citado en el apartado anterior, **deberá requerirse informe de la Dirección General de Comunicación Social**, previo al inicio del expediente de contratación, el cual se emitirá en el plazo máximo de 10 días, contados a partir de la fecha de entrada en la citada Dirección General de la petición correspondiente o, en caso de urgencia justificada, en un plazo no superior a 5 días.

A tal fin, en **la solicitud de informe** se hará una breve descripción de los aspectos esenciales de la acción a realizar, tales como objeto, necesidad y objetivos que pretende alcanzar, público destinatario, medios y soportes, período de ejecución y presupuesto. En caso de urgencia, se deberá justificar debidamente ésta en dicha solicitud. Para facilitar su cumplimentación, se adjunta modelo en Anexo II.

Transcurrido el plazo señalado sin que se haya emitido dicho informe, se entenderá favorable.

La petición de informe, con la documentación requerida, **se podrá cursar por** correo ordinario, por fax o por correo electrónico (a la dirección: dgcs.cpre@juntadeandalucia.es). Si se precisara completar o ampliar la información remitida con datos adicionales, los plazos de respuesta anteriormente reseñados quedarían interrumpidos hasta la recepción de la documentación que, en su caso, se interese.

No será necesario informe previo de la Dirección General de Comunicación Social para:

- a) **la comunicación** pública que llevan a cabo las Consejerías con carácter estrictamente informativo, es decir, que tienen por finalidad informar, en orden a favorecer la transparencia y concurrencia, **sobre actos y procedimientos administrativos**, en forma de aviso o convocatoria, así como aquella relativa al funcionamiento de servicios. Esta actividad habitualmente se publicita en forma de anuncios, con distintos formatos, bajo las leyendas "La Junta Informa", "La Junta Convoca" o "La Junta Contrata" y, como tales, siempre deberán respetar las normas establecidas en el Manual de Identidad Corporativa (páginas 3.1.1 a 3.1.3).
- b) **la edición y divulgación de folletos, dípticos o carteles**, siempre que no formen parte del plan de medios de una campaña o acción de comunicación.
- c) **las acciones de comunicación cuya contratación no supere el límite previsto en el apartado h) del artículo 210 del Texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.**

Será suficiente, en estos dos últimos supuestos, una **comunicación previa** a la Dirección General de Comunicación Social para conocimiento y seguimiento de dicha acción. Aquélla se dará traslado por correo-e a la dirección recogida anteriormente y deberá incluir información sucinta y clara acerca de su finalidad, público destinatario, medio/s de difusión, fecha/s de ésta y presupuesto.

CUARTA.- **GRABACIÓN DE LOS DATOS SOBRE ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

La importancia y análisis que puede tener la información sobre la Actividad Publicitaria de la Administración de la Junta de Andalucía para la toma de decisiones en garantía de una gestión eficaz de los recursos puestos a disposición de las Consejerías, está en el origen de que, a partir de septiembre de 1999, se procediera a implantar y adaptar en cada Consejería un proceso informatizado para el tratamiento homogéneo de los datos sobre actividades de comunicación institucional.

En consecuencia, **es imprescindible que**, con independencia de las actuaciones recogidas en la instrucción Tercera, **se grabe en la aplicación informática "Base de Datos de Comunicación Institucional"**, instalada en todas las Consejerías, **toda la información sobre actividades de comunicación institucional realizadas**, tanto si se trata de campañas o acciones de comunicación institucional como de actuaciones específicas y puntuales de difusión o presencia en los medios.

Es aconsejable que la carga de datos se realice **de forma habitual**, una vez que se disponga de la información correspondiente a la actividad realizada.

Toda la información grabada se deberá remitir periódicamente a la DGCS, por correo-e (dirección: dgcs.cpre@juntadeandalucia.es), **al final de cada trimestre** y dentro de los quince días del mes siguiente.

QUINTA.- **ARCHIVO AUDIOVISUAL Y GRÁFICO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA**

Para aprovechar al máximo las producciones audiovisuales y gráficas que generan las distintas Consejerías y Entidades de la Junta de Andalucía a las que se refiere el art. 1 del Decreto 126/2002, se hace necesario la **creación** en la DGCS **de un archivo audiovisual y gráfico**, con objeto de que puedan rentabilizarse los recursos generados por el desarrollo de las acciones y actividades de comunicación institucional.

En consecuencia, una vez que se haya **realizado la producción definitiva de las distintas piezas creativas** a utilizar en una acción de comunicación, **el Centro Directivo promotor deberá remitir a la DGCS copia original:**

- De los anuncios de **televisión** y las producciones en **vídeo:**
en **betacam digital y DVD.**
- De las **cañas y microespacios** de radio:
en **CD y CD audio track o MP3**
- Del **material gráfico:**
CD en formato FH con textos trazados **y en tiff o pdf.**

Dicho material estará a disposición de cualquier organismo de la Junta de Andalucía que lo precisare, en orden a su posible utilización.

SEXTA. **PLANES DE COMUNICACIÓN E IDENTIDAD CORPORATIVA.**

Para lograr un posicionamiento integral de la Comunicación Institucional e Imagen, **a través de los oportunos mecanismos de coordinación entre Consejerías**, y en cumplimiento de las competencias de coordinación atribuidas a la Dirección General de Comunicación Social por el Decreto 302/2000, de 13 de junio, **es imprescindible que** cada una de las Consejerías **remita a la DGCS, antes del 11 de octubre del 2002**, de conformidad con lo establecido en la Disposición Adicional Única de la Orden de 22 de julio de 2002, **el Plan de Implantación de la Señalización Corporativa** de todas las sedes y centros dependientes, en función de los plazos previstos en el Decreto 126/2002.

Asimismo, **en el mes de enero** de cada año, **se remitirá** a este Centro Directivo **el plan de acción relativa a las Acciones de Comunicación Institucional que cada Consejería prevea realizar a lo largo del año**, tanto desde la misma como a través de sus Organismos Autónomos, Entidades Públicas y demás Entidades adscritas. En este Plan, no se incluirán las actuaciones señaladas en la instrucción Tercera, apartados a), b) y c).

A fin de simplificar y homogeneizar la recogida de datos a aportar y facilitar su elaboración posterior, en Anexo III se propone modelo unificado que incluye la información básica a proporcionar sobre cada una de las acciones de comunicación que se prevean desarrollar.

Cualquier modificación que se produzca sobre dicho plan, se deberá también comunicar a la DGCS, tanto si se trata de cambios en cualquiera de los parámetros esenciales de alguna de las acciones de comunicación incluidas en el mismo, como si es por la incorporación de alguna nueva acción no prevista inicialmente.

SÉPTIMA.- EL MANUAL AL DÍA

El Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía siempre ha pretendido ser **algo vivo y abierto**, por cuanto, más allá de la gama de aplicaciones de uso generalizado que contempla, sienta las bases para desarrollos ulteriores.

Este carácter es el que precisamente tiene la reciente aprobación de la adaptación y actualizaciones del Manual, por el Decreto 126/2002, de 27 de abril.

En adelante, **a través del boletín “EL MANUAL AL DÍA”, se dará cuenta de aquellas nuevas aplicaciones o adaptaciones no contempladas específicamente en el Manual y que sean de interés general.**

Este boletín aparecerá en la página de la intranet de la Administración andaluza (<http://intranet.juntadeandalucia.es>) junto al resto de los epígrafes correspondientes a los capítulos del citado Manual.

EL DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Fdo.: Rafael Martín de Agar Valverde

Relación de Anexos:

- Anexo I: Modelo de informe sobre adecuación.
- Anexo II: Modelo de solicitud de informe a la DGCS.
- Anexo III: Ficha para Calendario de Acciones de Comunicación institucional previstas desarrollar.
- Anexo IV: Cuadro-resumen de las actuaciones a realizar, en relación con las Instrucciones Tercera y Cuarta.

ANEXO I

MODELO DE INFORME DE LA UNIDAD, SECCIÓN O DEPARTAMENTO QUE TRAMITA EL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN [O DIRECTOR DEL TRABAJO]

D. [nombre y apellidos], en su calidad de [Jefe de la Unidad/Sección o Dptº/director del trabajo] del expediente [asunto], a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 2 de la Orden de 22 de julio, por la que se desarrolla el Decreto 126/2002, de 17 de abril, hace constar que la realización de los trabajos del presente expediente de contratación se hace con total adecuación a lo establecido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía y a la Ley 4/1999, de 11 de mayo, reguladora de la Actividad publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, así como a las Instrucciones emanadas al respecto de la Dirección General de Comunicación Social de la Consejería de la Presidencia.

Y para que así conste en el expediente, se firma la presente en _____, a _____ de _____ de 200 .

[Sello y firma]

ANEXO II

MODELO DE SOLICITUD DE INFORME A LA DGCS

La Consejería de _____, a través de la Dirección General de
[Organismo Autónomo/Empresa Pública/Fundación] tiene previsto
realizar una campaña informativa/de difusión sobre _____
se recogen a continuación: [asunto], cuyos datos básicos

Objeto: _____

Necesidad y objetivos que se pretenden alcanzar:

Público destinatario: _____

Medios y soportes: _____

Período de ejecución: _____

Presupuesto: _____

De acuerdo con lo dispuesto en la Disposición Adicional Única del Decreto 126/2002, de 17 de abril, y el artículo 2 de la Orden de 22 de julio de 2002, así como las Instrucciones complementarias de desarrollo emitidas por la Dirección General de Comunicación Social, se solicita el oportuno informe favorable/de conformidad.

[Sello y firma del titular del Centro Directivo u Organismo promotor]

PREVISIONES CALENDARIO DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Centro Directivo /Organismo/Empresa/Fundación:

CONSEJERÍA:

Denominación	Objetivo	Fecha/ Periodo previsto	Presupuesto Estimado (miles €)	Medios /Soportes					Comentarios/ Observaciones
				TV	Radio	Prensa	Exterior	Otros:	

CUADRO-RESUMEN DE LAS ACTUACIONES A REALIZAR, EN RELACIÓN CON LAS INSTRUCCIONES TERCERA Y CUARTA

ACTIVIDADES SOBRE IDENTIDAD CORPORATIVA Y COMUNICACIÓN	ACTUACIÓN QUE REQUIERE				
	INFORME DE ADECUACIÓN AL MIC	SOLICITUD DE INFORME DE LA DGCS	APORTE DOCUMENTACIÓN	GRABACIÓN DATOS EN APLIC. INFORMÁTICA	REMITIR DATOS APLIC. INFORMÁTICA
ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL					SI CUATRIMESTRALMENTE
◆ con presupuesto superior a 30,056,61 euros	SÍ	SÍ	SI	SÍ	
◆ con presupuesto inferior a 30,056,61 euros	SÍ	NO ⁽¹⁾	SI	SÍ	
ACCIONES ESPECÍFICAS Y PUNTUALES DE DIFUSIÓN EN MEDIOS					
◆ anuncios	SÍ	NO ⁽¹⁾	NO	SÍ	
◆ folletos, dípticos, carteles	SÍ	NO	SI	SÍ	
ACTUACIONES DE SEÑALIZACIÓN CORPORATIVA	SI	NO	SI	NO	

(1) En estos casos , solo será necesario una comunicación previa a la D.G.C.S.