

# **ANALISIS DEL LANZAMIENTO DE «NAVARRA HOY»**

Sabin Oregi

---

*El 15 de marzo de 1982 comienza en Iruñea la campaña publicitaria para el lanzamiento del periódico «Navarra Hoy» publicación que verá la luz el 23 de mayo del mismo año. El autor nos presenta aquí la estrategia llevada a cabo por la agencia iruñarra Elzo para tal menester:*

*1982ko maiatzaren 23an Iruñean «Navarra Hoy» egunkaria jaiotzen zen. Egun batzu lehenago (martxoaren 75ean) iragarki ekitaldiari ekiten zioten. Egileak lan honetan Elzok, Iruñeako publizitate agentziak, asmatu zuen iragarki ekitaldia aurkezten digu.*

*Le 15 de Mars 1982 démarrait à Iruñea la campagne publicitaire pour le lancement du nouvel quotidienne «Navarra Hoy», qui naissait le 23 Mai 1982. L'auteur nous présente dans cette article le stratégie suite par l'agence Elzo (siège à Iruñea).*

La campaña de promoción y lanzamiento del nuevo periódico «Navarra hoy» comenzó el día 15 de marzo de 1982 con alrededor de 15 vallas distribuidas por la ciudad de Iruinea; y culminaría el pasado 30 de mayo de 1982 con 12 vallas para refuerzo del recuerdo de la fase fuerte de la campaña,

Para éste lanzamiento, la empresa editora de «Navarra hoy» convocó a concurso la realización del mismo. Al concurso se presentaron tres agencias: dos de la propia capital navarra y la tercera agencia no era navarra. Cada agencia presentó su presupuesto para la realización de la campaña; quedando la agencia ELSO de Iruinea adjudicada para la realización de la campaña.

Jesús Elso, director de la agencia, nos dice que «lo primero que tuvimos que hacer fue crear el logotipo. Ya sabes la cabecera del periódico. Y se hicieron 30 distintos (unos en mayúsculas, otros minúsculas, cursivos, rectos, negros, finos, etc...) entre los que estaba éste».

El siguiente paso «fue el de crear la maqueta. Pues la gente debe de saber desde un principio lo que le vendes. Además debe de ir familiarizándose con el producto». Toda la campaña ha estado soportada «en dos eslóganes: —Un periódico a tu entera información; y —La otra forma de hacer un periódico».

## **Planteamiento**

Cuando Jesús Elso comenzó a elaborar la campaña en lo primero que pensó fue en que «la salida de un nuevo periódico en un sitio como Navarra es todo un acontecimiento sociales. En ello concurren varios hechos y «sobre todo cuando estás en una zona donde hay un periódico de una línea casi caciquil» como es el «Diario de Navarra». Además Jesús añade, refiriéndose al periódico, que «con el que el público no está contento, —lleva años de monopolio, y —la novedad que presenta (se refiere al «boom del lanzamiento»)».

## **La Campaña**

La campaña ha sido realizada en seis medios de comunicación, a saber: vallas, cabinas telefónicas, buzoneo, prensa, radio y cine.

En ésta «campaña relativamente seria» en que se han utilizado «frases no hirientes, como aquellas que se enseñan en una facultad de periodismo», se sabía que el «campo de lectores era muy restringido».

La campaña comenzó el 15 de marzo de 1982 con la colocación de 15 vallas, 11 en la capital y 4 en la provincia. Los enclaves de los que se encuentran dentro de Iruinea son:

- Amaya, 11
- Avenida Baja Navarra, 22
- Avenida Ejercito - Hermanos Imaz

- Avenida Pio XII, 53 bis Indelami
- Avenida Pio XII, Colegio Larraona
- Avenida Zaragoza —Gasolinera
- Avenida Zaragoza — Plaza de los Fueros
- Bajada Chantrea
- Plaza Argentina-Villegas
- Plaza Juan XXIII
- Tajonar — Frente Goroabe

Durante todo el mes de abril esas 15 vallas fueron reforzadas con otras quince, totalizando treinta vallas. En la primera quincena de mayo fueron reducidos en la tercera parte, para que en la segunda quincena tan sólo quedaran los doce anunciando la próxima fecha de salida: «A partir del 23 de Mayo / ya puede elegir» es el eslógan que reza sobre-impresionado en el periódico.

En las cabinas telefónicas y murales de andenes de estación, puede leerse también la campaña en dos fases. Aquí vamos a analizar el cartel colocado en las cabinas; por lo demás el cartel de andén es el mismo donde se han juntado ambos papeles. En las dos fases analizadas, ambas constan de dos cuadrados: —uno, el de arriba, negro y que contiene el eslógan, —el otro, el de abajo, tramado de fondo y muestra a su tamaño, o algo mayor, el periódico.

Por lo que se refiere al buzoneo, sólo se ha realizado en Irunea, y consta de dos fases, una quince días antes de la salida del periódico, y la segunda una semana antes de la salida. La repartición de dípticos y trípticos la han efectuado los mismos miembros de la redacción del periódico, encargándose cada uno de distribuirlos dentro de un área determinada.

Para la campaña en radio se ha preparado un precioso jingle, que además ha estado acompañado de cuñas normales, donde el fondo era el jingle. Este jingle se ha preparado a partir de los eslóganes de la campaña, estando la composición, tanto letra como música, a cargo del extinto grupo Etorkisuna. El jingle se ha preparado en ambos idiomas, euskara y erdara. La grabación original en cada versión dura minuto y medio, de la cual se han sacado tres jingles de un minuto cada uno. Al oír cantar, en lo primero que piensas es en Maria Ostiz. Y es entonces cuando Jesús Elso te corrige, haciéndote saber que es a ella a quien quisieron conseguir, pero los contratos la tenían muy alejada de aquí.

Este precioso jingle ha podido ser escuchado a través de:

- Radio Requeté
- Radio Popular
- Radio La Voz de Navarra
- Radio Tudela
- Radio Segura
- Radio Juventud de Rioja

La campaña en radio fue mantenida «hasta el 12 ó 13 de junio.

Para cine se preparó un corto de un minuto, que en un principio se había previsto registrarlo en el parque Güel de Barcelona. Concretamente en su laberinto. Pero al final se ha he-

cho mas pobremente en un bosque de Navarra. La película muestra una exposición que ha sido montada dentro de un bosque, y donde los asistentes comentan que «la información nunca es partidista»... en fin las frases de la campaña, pero al revés diciendo precisamente todo lo malo que presenta hoy día la prensa. Termina la película saliendo del bosque y encontrándose con una mesa de periódicos, donde precisamente se encuentra «Navarra hoy». Como solución alternativa a la mala prensa.

La campaña en prensa comienza el quince de abril y termina el 21 de mayo. Todos los anuncios publicados en prensa son iguales, donde sólo cambia el lema del momento. Hay dos fases claras: la de anuncio y la de salida (A partir del 23 de Mayo ya puede elegir). Además los tamaños en ambas fases son distintos. Los primeros entran en un módulo cuadrado, donde la mitad superior es totalmente negra y donde se solapa el texto. La mitad inferior muestra dos periódicos. El eslogan salvo en dos casos concretos en euskara posee el mismo cuerpo que la cabecera.

La segunda fase, la de salida, tiene básicamente la misma información. En él hay un sólo periódico, el igual que en las vallas, y la última palabra del eslogan está algo comida por el periódico. La configuración de éstos es idéntica a las de las vallas, y ocupa cinco columnas. El eslogan va en dos líneas. Y al igual que hace en exteriores sobreimprime que «A partir del 23 de Mayo ya puede elegir», y punto.

En la primera fase de prensa los eslóganes «La información nunca es partidista», «La información no admite radicalismos», y «La otra forma de hacer un periódico» no llevan punto final y sí el de «La información no es nunca rutina». Las respectivas versiones en euskara de cada eslogan, ninguna lleva punto final. En la segunda fase y en las vallas siempre la frase está cerrada; con un punto o un interrogante.

Las fechas de publicación en prensa han sido:

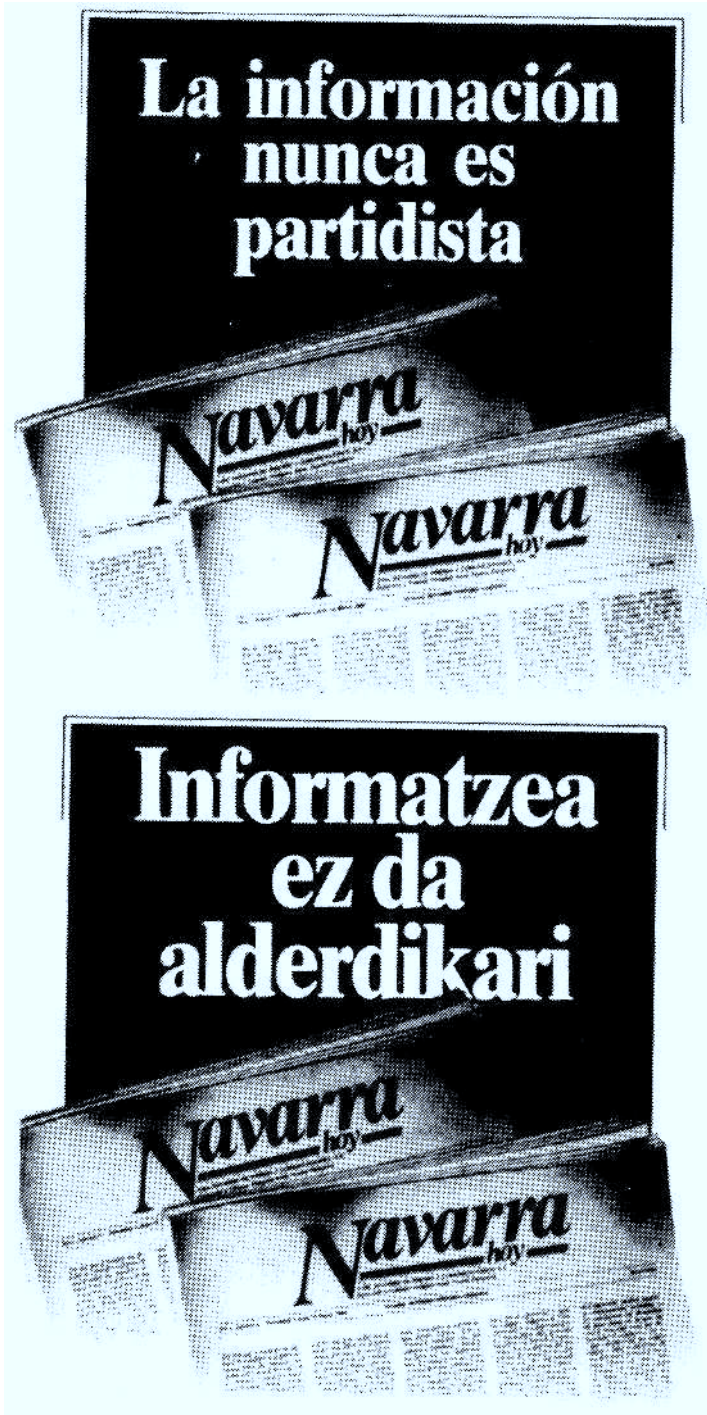
Primera fase:

- 15/4.- La información no es nunca rutina.
- 20/4.- Informatzea ez da ertzarakoi
- 22/4.- La información nunca es partidista
- 24/4.- Egunkari bat egiteko, egikera, bestelakoa
- 25/4.- Informatzea ez da behin ere ohikeri
- 27/4.- La información no admite radicalismos
- 29/4.- Informatzea ez alderkari
- 2/5.- La otra forma de hacer un periódico

Segunda fase:

- 18/5.- ¿Rutina o información?
- 19/5.- ¿Partidismo o información?
- 20/5.- ¿Radicalismo o información?
- 21/5.- Un periódico a tu entera información.

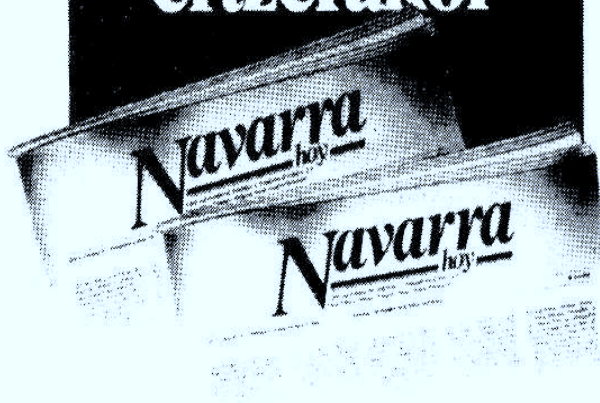
Primera fase en prensa



**La información  
no admite  
radicalismos**



**Informatzea  
ez da  
ertzerakoi**



**La información  
no es nunca  
rutina.**



**Informatzea  
ez da behin ere  
ohikeri**





**La otra forma  
de hacer  
un periódico**



**Egunkari bat  
egiteko, egikera,  
bestelakoa**



Segunda fase en prensa

# ¿Radicalismo o información?



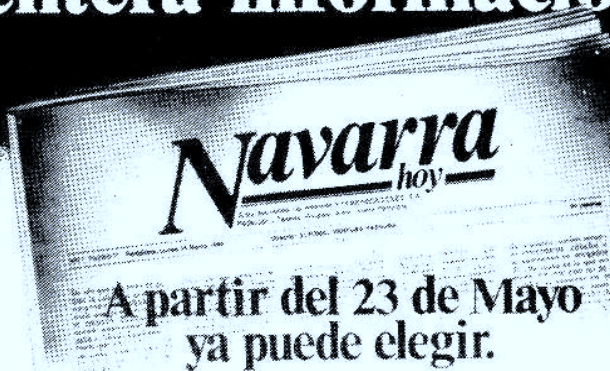
# ¿Partidismo o información?



# ¿Rutina o información?



# Un periódico a tu entera información.



Buzoneo: Primera fase una quincena antes de la salida  
(díptico a blanco y negro)

● Rutina  
● Distorsión  
● Radicalismo  
● Partidismo  
● Manipulación

**...O INFORMACION.**

**Navarra**  
*hoy*

**Muy pronto ya podrá elegir.**

**La información  
sólo es información.**

# El periódico hecho en Navarra para todos los navarros.

## Navarra hoy

Empresa Navarresa de Prensa y Comunicaciones, S.A.  
Fundación y Titular: Pío Baroja y Aguirre

Director: ALFONSO VENTURA VASQUEZ

Navarra Hoy - 11 páginas - Pamplona, Lunes 16 Marzo 1982

Este año que ya la hora de dar  
dentro de una hora de la  
sobre el mundo y el futuro de  
la humanidad. En un momento  
de incertidumbre, de dudas y  
de angustia, el periódico debe  
ser un instrumento de clarificación  
y de orientación. Debe ser un  
punto de referencia para todos  
los navarros.

El periódico debe ser un instrumento  
de clarificación y de orientación.  
Debe ser un punto de referencia  
para todos los navarros. En un  
momento de incertidumbre y de  
dudas, el periódico debe ser un  
instrumento de clarificación y de  
orientación.

El periódico debe ser un instrumento  
de clarificación y de orientación.  
Debe ser un punto de referencia  
para todos los navarros. En un  
momento de incertidumbre y de  
dudas, el periódico debe ser un  
instrumento de clarificación y de  
orientación.

El periódico debe ser un instrumento  
de clarificación y de orientación.  
Debe ser un punto de referencia  
para todos los navarros. En un  
momento de incertidumbre y de  
dudas, el periódico debe ser un  
instrumento de clarificación y de  
orientación.

El periódico debe ser un instrumento  
de clarificación y de orientación.  
Debe ser un punto de referencia  
para todos los navarros. En un  
momento de incertidumbre y de  
dudas, el periódico debe ser un  
instrumento de clarificación y de  
orientación.

**Buzoneo: segunda fase una semana antes de la salida (tríptico a blanco y negro)**

## La información

no es de derechas  
ni de izquierdas

nunca es  
una opinión

siempre es objetiva

**Navarra**  
*hoy*

## La información que interesa a los navarros

Sin rutina

Sin distorsión

Sin radicalismo

Sin partidismo

Sin manipulación

**Medio millón de navarros  
se merecían un periódico así.**

**Navarra**  
*hoy*

**Navarra**  
*hoy*

Un periódico  
donde la información  
sólo es información

# Navarra hoy

Edita: NAVARRA DE PRENSA Y COMUNICACIONES, S.A.  
Redacción y Talleres: Polígono Areta. Huarte-Pamplona

Año 1 - Número 0 Pamplona, Lunes 15 Marzo 1982

Director: ALFONSO VENTURA YAZQUEZ

30 pesetas

## Las ideologías dividen. La información une.

NAVARRA HOY nace con la ilusión y la intención de aunar criterios, por medio de una información objetiva. Queremos que el pueblo navarro se sienta unido alrededor de NAVARRA HOY.

### La otra forma de hacer un periódico

Sin rencillas, sin trucos, sin ocultar la información que le interesa a Navarra. El único compromiso que tiene NAVARRA HOY, lo tiene con la información. Y con su pueblo. Con los lectores que miran hacia el futuro con afán de progreso, por encima de obstáculos e intereses. NAVARRA HOY tiene la forma de hacer de los navarros de hoy... moderno, ágil, joven... con ganas.

### Información para todos los navarros

Toda la actualidad cultural de Navarra, todos los problemas económicos de Navarra, todo el momento político de Navarra, todos los asuntos nacionales que afectan a Navarra, toda la información... eso es lo que interesa a los navarros. Y eso es lo que ofrece NAVARRA HOY. Tener una visión global de lo que ocurre en el mundo no es suficiente. Hay que conocer a diario el acontecer de nuestra colectividad. Para conocerlo, hay que leer NAVARRA HOY.

## Un periódico a su entera información

**Para saber qué pasa hoy en Navarra  
hay que suscribirse a NAVARRA HOY**

Deseo recibir la suscripción diaria de NAVARRA HOY, en el domicilio abajo indicado a partir del día .....

D. .... Teléfono .....

Dirección ..... Provincia .....

Población ..... como suscriptor:  Trimestral (2.300 Ptas.)  semestral (4.600 Ptas.)  anual (9.200 Ptas.)

BANCO O CAJA AHORROS .....

Sucursal de .....

Población .....

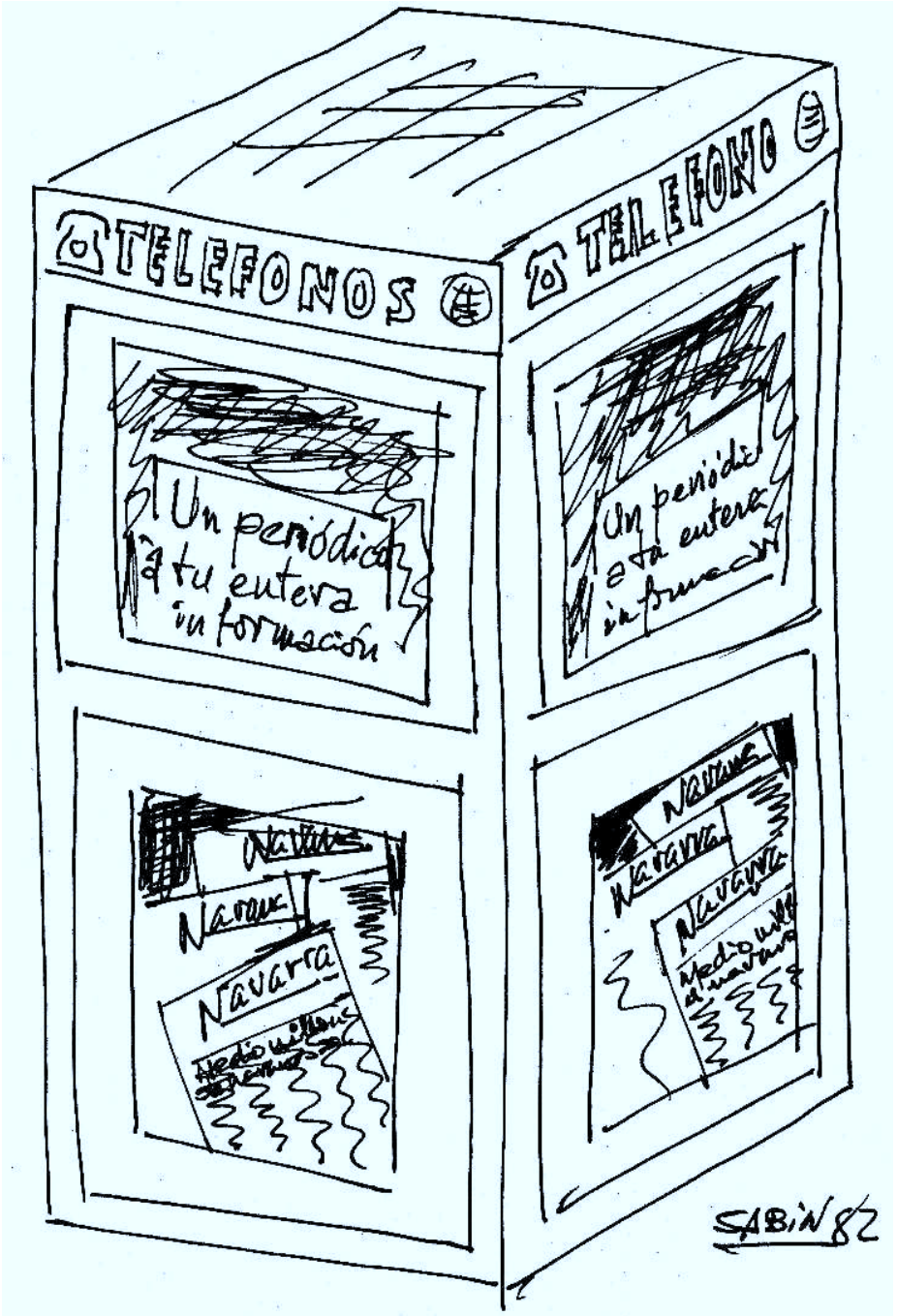
Ruego a Vds., atienda con cargo a mi cta./libreta n.º ..... los recibos que, por la presente suscripción, presentará NAVARRA DE PRENSA Y COMUNICACIONES, S.A., editora del periódico NAVARRA HOY  
Firma:

Remitir al apartado de correos n.º 2.130 de Pamplona

La campaña en cabina (ambas fases)







SABIN 82

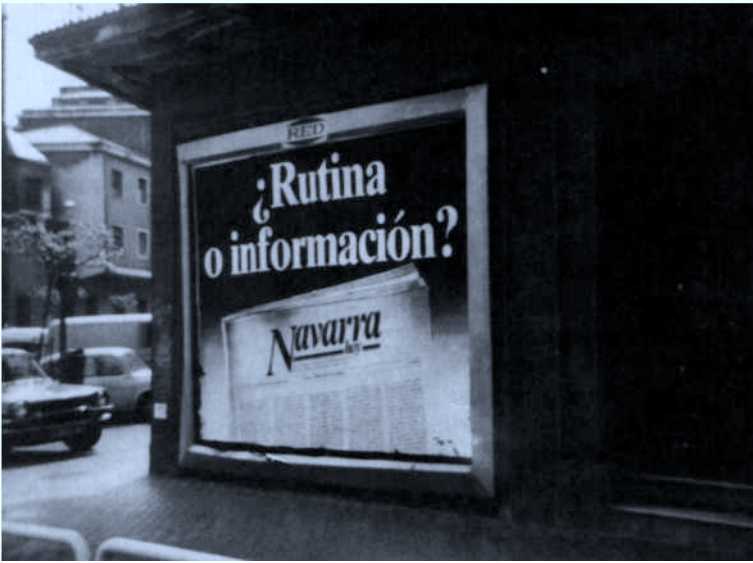
Material fotográfico de Análisis del lanzamiento de «Navarra hoy»



Avenida Zaragoza. Gasolinera.



Amaya, II.



Avenida Baja Navarra, 22.



Pza. Argentina-Villegas. Pamplona.



Bajada Chantrea.



Avda. Zaragoza-Pza. Los Fueros.



Avenida Pio XII. 53 bis Indelami.



Avda. Ejército-Hnos. Imaz.



Avda. Pio XII-Colegio Larraona.



Tajonar-frente Goroabe



Pza. Juan XXIII.

Autor de las fotografías «Red de publicidad exterior»