

memoria 2011

Dirección General de Comunicación / Oficina del Portavoz del Gobierno

introducción

La **Dirección General de Comunicación / Oficina del Portavoz del Gobierno** estuvo adscrita en la legislatura 2007-2011 (hasta julio de 2011) al Departamento de Relaciones Institucionales y Portavoz del Gobierno de Navarra. Sus funciones y estructura estaban determinadas por el **Decreto Foral 120/2007**, de 3 de septiembre.

Con el cambio de legislatura (2011-2015), se adscribió al Departamento de Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales. Sus funciones y estructura vienen determinadas en el **Decreto Foral 67/2012**, de 25 de julio.

El **organigrama** de la Dirección General de Comunicación, establece una estructura singular en el panorama de comunicación pública española, por el carácter de centralización de sus servicios (es una unidad administrativa que atiende a la Presidenta del Gobierno y a los ocho departamentos del Ejecutivo) y por la naturaleza despolitizada de sus empleados (sólo la directora general es un cargo de confianza política; el resto de sus empleados son funcionarios de carrera).

La **centralización de estos servicios** es una apuesta del Gobierno de Navarra desde su constitución como tal y ha redundado en un nivel de transparencia y credibilidad de sus servicios ante los medios de comunicación; en una homogeneización identitaria y de mensaje; y en un ahorro económico que ha sido resaltado en tesis y estudios sobre comunicación pública como el publicado por la especialista Consuelo López Vila en la **Revista Jurídica de Navarra**.

La Dirección General de Comunicación cuenta con un único Servicio, a cuyo frente está **un periodista y del que dependen seis periodistas**, así como tres secciones, dirigidas también por periodistas, que se encargan específicamente de coordinar con los periodistas del Servicio de Comunicación la atención a los departamentos en las materias específicas de su competencia.

Servicio de Comunicación

- Sección de Gabinete de Prensa
- Sección de Promoción
- Sección de Portal y Medios Audiovisuales



En el plano administrativo, el Servicio de Comunicación está auxiliado por un **Negociado de Secretaría en el que trabajan cuatro personas.**

Además, la Dirección General de Comunicación cuenta con el apoyo externo de varias empresas para su quehacer diario:

- La empresa pública Nasersa, que aporta tres periodistas para complementar al personal del Servicio de Comunicación para la atención 24 horas los 365 días de año de la información sobre Seguridad y Emergencias del Gobierno de Navarra.
- La empresa multimedia “In the middle”, que nos aporta su conocimiento en la gestión técnica de contenidos de www.navarra.es
- La empresa “Telesonic”, que se ocupa de la gestión de la Sala de Prensa.
- La empresa “Comunica”, que se ocupa de las traducciones al vascuence, inglés y francés de los contenidos del portal www.navarra.es
- La empresa “Talluntxe Cincuenta y Nueve”, que presta el servicio de fotografía oficial al Gobierno de Navarra a través de dos reputados fotoperiodistas como Enrique Pimoulier y José Luis Larrión.

ejecución presupuestaria

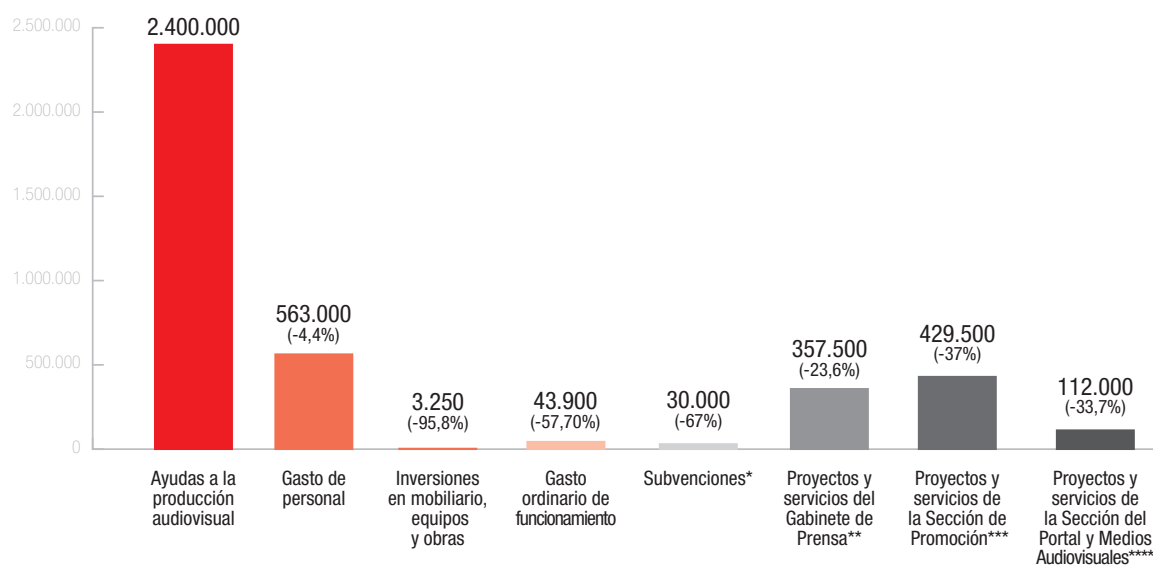
La Ley Foral de Presupuestos Generales de Navarra de 2011 consignó a esta Dirección General una disposición de gasto de **4,82 millones** de euros ([ver detalle en pags. 355 a 357](#)), un 21,88% inferior al techo de gasto del ejercicio anterior (de 6,17 millones).

Además, el Gobierno de Navarra acordó en septiembre, dentro de las medidas de contención de gasto público, modificar a la baja ese presupuesto en 649.071,17 euros, ajustando principalmente las partidas de subvenciones a televisiones navarras (-450.000 euros) y de publicidad (-186.121,87 euros), así como otras menores que suman los 12.949,30 euros restantes. Por tanto, la Dirección General de Comunicación contó finalmente para 2011 con un presupuesto de 4,16 millones de euros, de los que ejecutó el 94,66% ([ver detalle de ejecución](#)).

Por su impacto presupuestario (61,53% del presupuesto ejecutado), destaca la partida de ayudas a la producción audiovisual de las televisiones navarras con licencia para emisión digital, que sumó finalmente 2,4 millones de euros.

Resumidamente, el resto de gastos sobre el presupuesto ejecutado se desglosa así, en cifras redondas (se indica porcentaje de variación sobre el ejercicio de 2010):

Ejecución Presupuestaria 2011



Subvenciones*: Asociación de la Prensa de Pamplona/Asociación de Periodistas de Navarra: 30.000 euros.

Proyectos y servicios del Gabinete de Prensa**: suscripción a agencias de noticias y medios de comunicación, seguimiento de noticias sobre Navarra, 215.500 euros; fotografías e imágenes de TV, 57.500 euros; gestión técnica de la sala de prensa y limpieza, 71.500 euros; estudio de audiencia Cies y prensa local: 13.000 euros.

Proyectos y servicios de la Sección de Promoción***: publicidad, 429.500 euros.

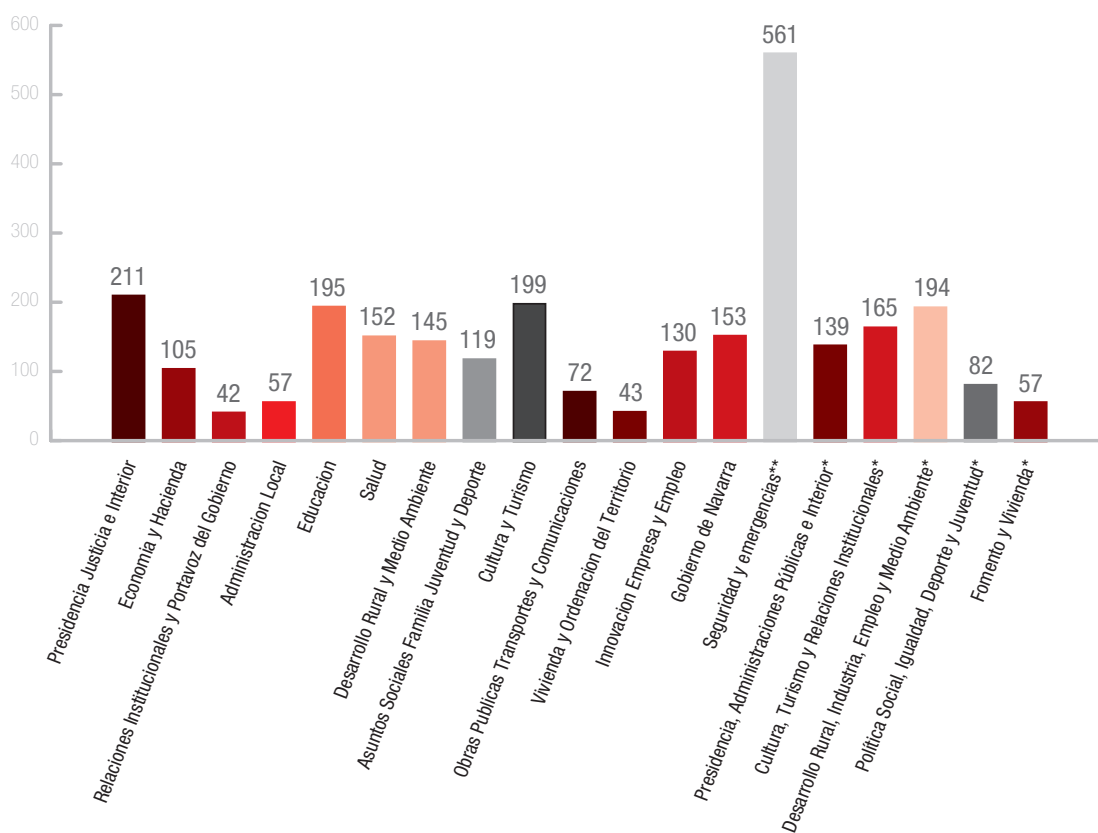
Proyectos y servicios de la Sección del Portal y Medios Audiovisuales****: traducción multilingüe del portal web del Gobierno de Navarra, 36.800 euros; actualización y mantenimiento de la página web, 56.000 euros; incorporación material fotográfico y vídeos a la página web: 19.200 euros.

gabinete de prensa

Notas de prensa

El pasado año 2011 el Gabinete de Prensa elaboró un total de 2.821 notas de prensa. Su distribución, **por departamentos** fue la siguiente:

■ Notas de prensa por departamentos 2011



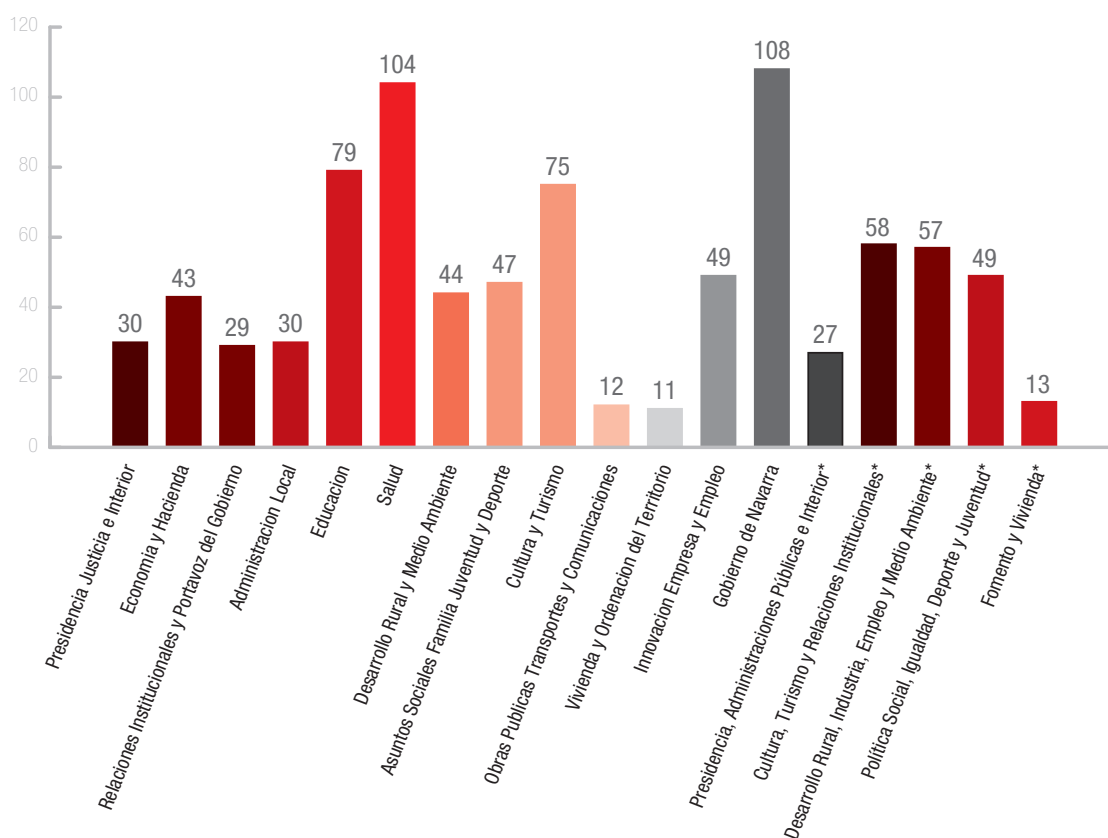
* Con el cambio de legislatura, en julio de 2011 se redujo el número de departamentos a ocho y la denominación de cinco de ellos.

** Los datos corresponden al primer semestre de 2012, el servicio fue modificado tras el verano por los ajustes presupuestarios y dejó de elaborar notas de prensa, notificando por correo electrónico las incidencias sólo a los medios interesados. Cabe señalar que en el primer semestre de 2011, además de las notas de prensa señaladas, se enviaron a los medios de comunicación ochenta y ocho avisos de incidencias por sms y setenta avances informativos, además de ciento noventa y dos fotografías.

Convocatorias de actos informativos

Respecto a las ruedas de prensa y otros actos informativos convocados por el Gabinete de Prensa, se emitieron un total de 865 convocatorias para cubrirlos. La distribución **por departamentos** fue:

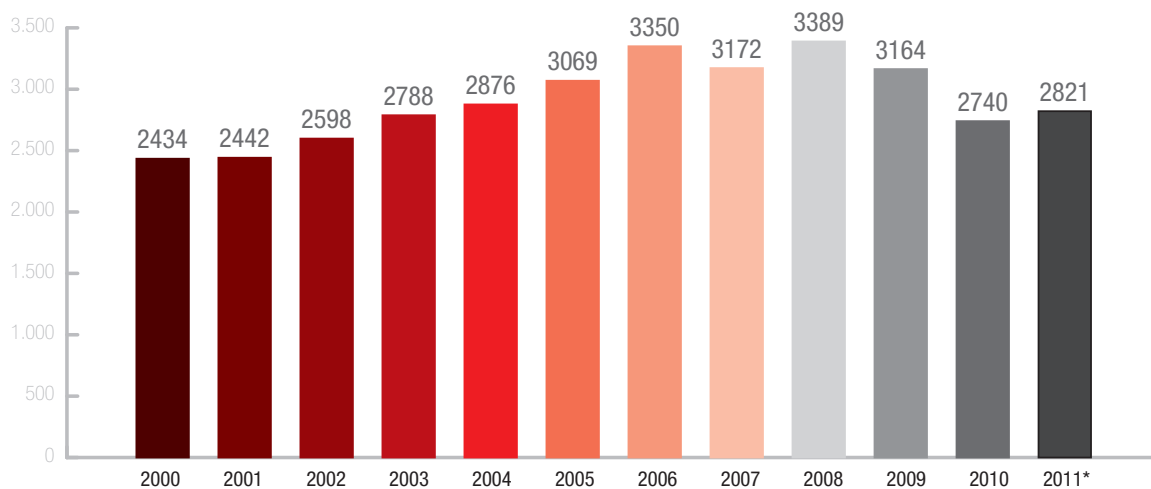
Convocatorias por departamentos



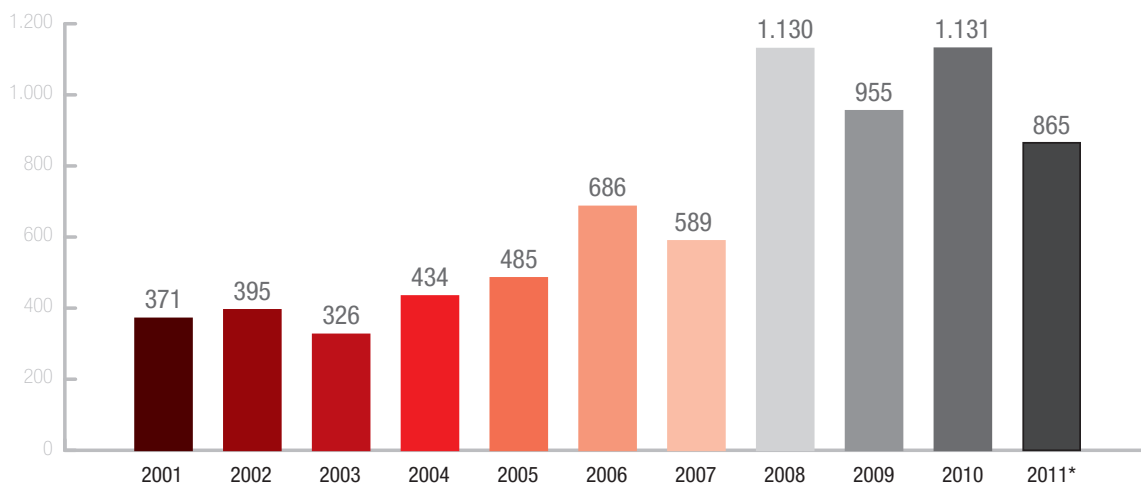
* Con el cambio de legislatura, en julio de 2011 se redujo el número de departamentos a ocho y la denominación de cinco de ellos.

Histórico de notas y convocatorias desde el año 2001

Notas de prensa por años



Convocatorias por años



Nota: A partir de este año 2008 se incluyen también en el apartado "convocatorias" las denominadas "notas convocatorias" que, anteriormente, se computaban como "notas".

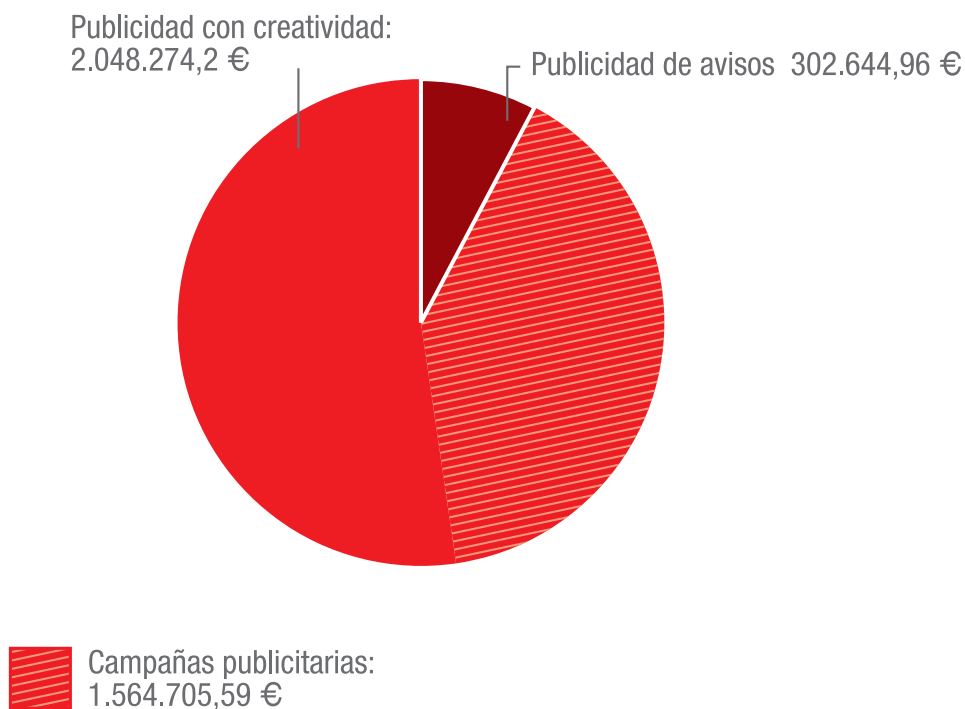
2009-2010: Gobierno recoge también las del Presidente.

*Desde julio 2011 nueva legislatura 2011/2015

sección de promoción

El Servicio de Comunicación gestionó durante el año 2011 la inversión de **2.350.919,10 euros, IVA incluido**, en actuaciones de publicidad institucional del Gobierno de Navarra, un 16,67% menos que la inversión registrada en el ejercicio anterior (2.821.106,25 euros). Se trata del tercer año consecutivo en el que se reduce la inversión, aunque la caída no ha sido tan importante como en 2010, en el que bajó casi la mitad.

Distribución de la publicidad



Publicidad de avisos

Del total de la inversión, 302.644,96 euros (el 12,87%) correspondieron a publicidad ordinaria o de avisos. Se trata de anuncios compuestos únicamente de texto y referidos a contrataciones, procedimientos expropiatorios, plazos de convocatorias de ayudas, pruebas relativas a empleo público, etc. La cifra contratada en 2011 supone un descenso del 5,43% respecto al año anterior.

Publicidad con creatividad

Un total de 2.048.274,2 euros (-18,10% que en 2010), se destinaron a publicidad especial o con creatividad, denominación bajo la que figuran aquellos anuncios que, además de texto, contienen algún tipo de imagen o diseño. En este apartado se incluyen desde el anuncio aislado a una campaña publicitaria con presencia en periódicos, revistas, radio, televisión y otros soportes publicitarios.

Campañas publicitarias

Se trata de actuaciones que incluyen más de un anuncio y tienen un presupuesto superior a 15.000 euros. La relación de las principales campañas de 2011 es la siguiente:

- Promoción de la marca turística del Reyno de Navarra: 1.135.801,39 euros
- Sensibilización ante la inmigración: 156.585,45 euros.
- Campaña de la Renta: 123.741,87 euros.
- Campaña del Festival de Teatro Clásico de Olite: 41.340,9 euros.
- Campaña de escolarización en centros públicos: 40.927,94 euros.
- Matriculación y promoción de la Formación Profesional: 35.417,01 euros.
- Día de Navarra: 30.891,12 euros

En lo que se refiere a los canales de difusión, en el año 2011 sólo experimentaron ascensos la radio e internet. El resto de soportes vio descender la inversión, aunque la bajada fue más suave que la del año 2010 para todos ellos menos para la televisión, cuya cuantía disminuyó un 92%. Consecuencia de todo ello es que la prensa sigue siendo el soporte publicitario que acapara más fondos (un 31,45% del total), seguida ya a distancia y con cifras muy similares por la radio (17%), internet (16%) y exterior (15%).

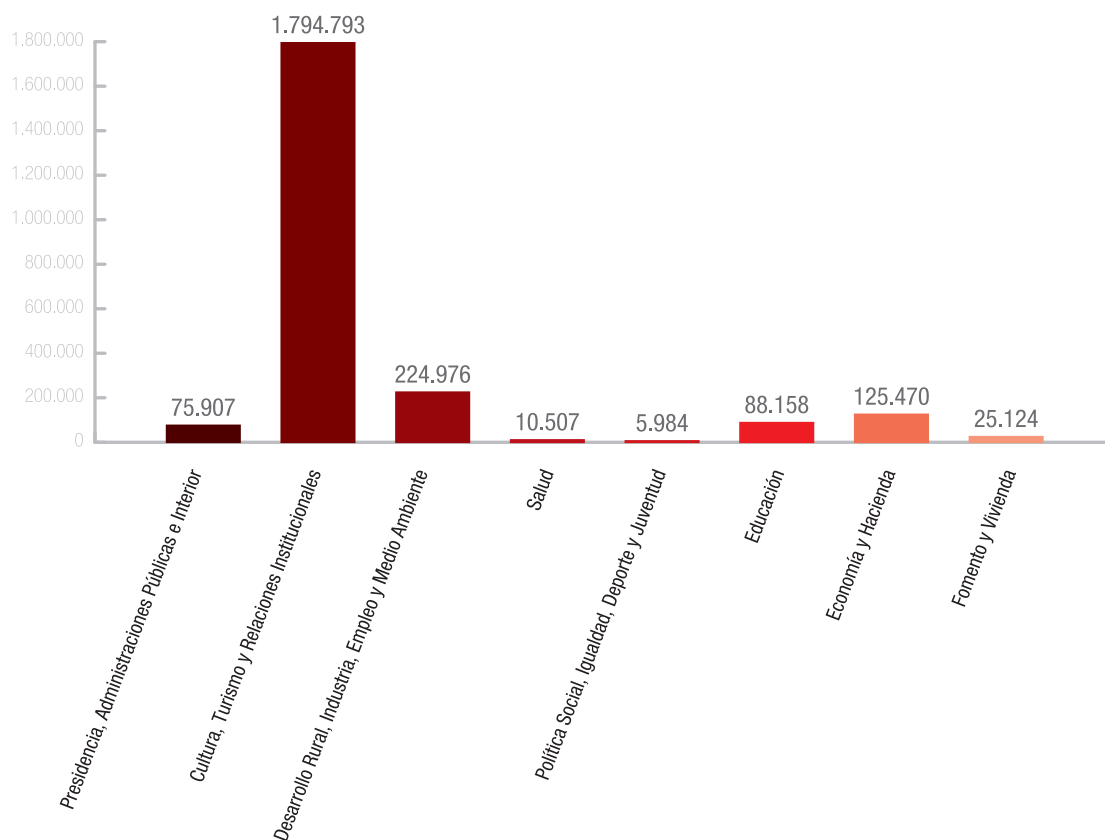
La adjudicación de la gestión de la publicidad ordinaria y con creatividad mediante sendos concursos (en 2011 el primero lo ganó Zosmamedia y el segundo Gap's Comunicación Pamplona) permite obtener descuentos en la contratación de espacios en medios de comunicación, que se sitúan entre el 5% y el 70% dependiendo de los medios, con el consiguiente ahorro.

Por departamentos

Más de tres cuartas partes del gasto se centraliza en un único departamento, el de **Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales**, ya que en esta nueva estructura confluyen las dos unidades tradicionalmente más inversoras: Turismo y Comunicación, ésta última responsable de la gestión de la publicidad institucional y, en consecuencia, promotora de diversas iniciativas publicitarias en unos casos o colaboradora en la financiación en otros. Concretamente, el gasto realizado por el nuevo departamento en 2011 ascendió a 1.794.793,44 euros.

La inversión del resto de departamentos fue la siguiente:

■ Inversión en publicidad por departamentos



Aunque el gasto en un departamento determinado varía mucho de un año a otro en función de que promuevan o no una campaña publicitaria, la contención del gasto se dejó notar también significativamente en 2011 de forma que todos los departamentos menos uno —el de Desarrollo Rural, Industria, Empleo y Medio Ambiente— disminuyeron su factura publicitaria, continuando así la línea descendente de los últimos años.

Por canales de comunicación

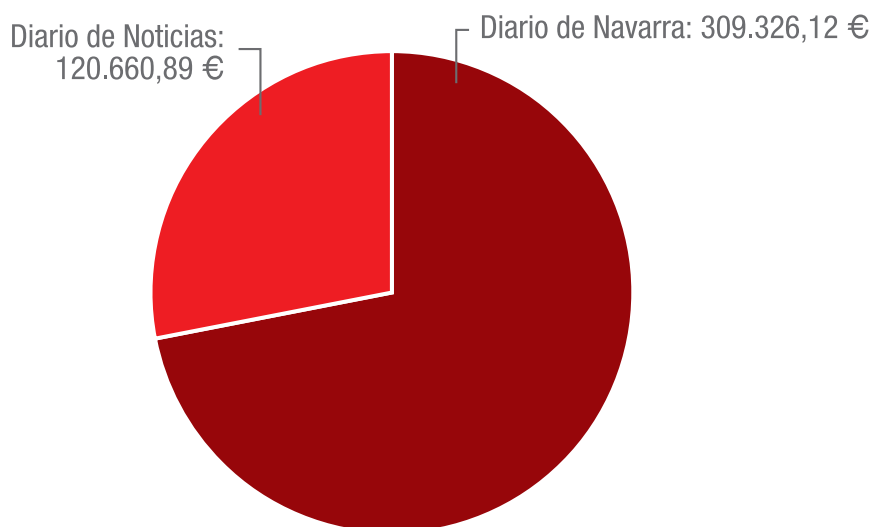
Las cifras de inversión que se ofrecen a continuación no incluyen los gastos de diseño y producción de los originales, ni tampoco el IVA.

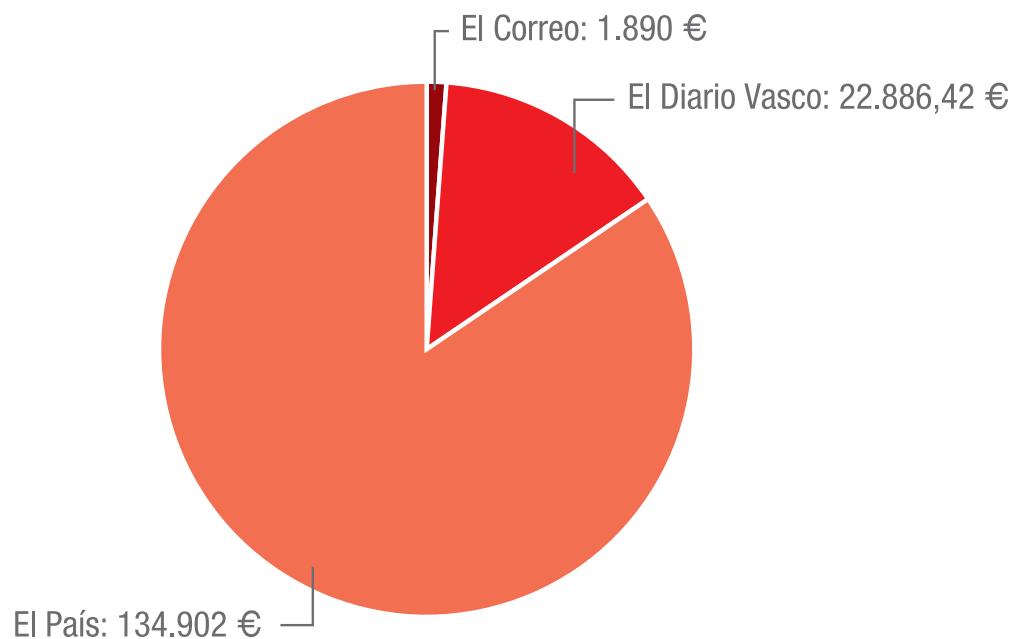
Prensa escrita

Los anuncios en periódicos alcanzaron los 603.690,94 euros: 429.987,03 euros en prensa local (el 71,23% del total) y 173.703,91 euros en prensa nacional). El gasto disminuyó un 11,73% respecto de 2010 debido al descenso en prensa local (-25,52%), mientras que la prensa nacional aumentó (+63,74%).

Por medios, la inversión en Diario de Navarra fue de 309.326,12 euros y en Diario de Noticias alcanzó 120.660,89 euros. En lo que respecta a la prensa nacional, el periódico que obtiene la mayor inversión es El País, con 134.902 euros en anuncios de turismo, lo que supone un 76,01% del apartado. Le siguen El Diario Vasco, con 22.886,42 euros y El Correo, con 1.890 euros.

■ Inversión en publicidad en prensa escrita (mercado foral)



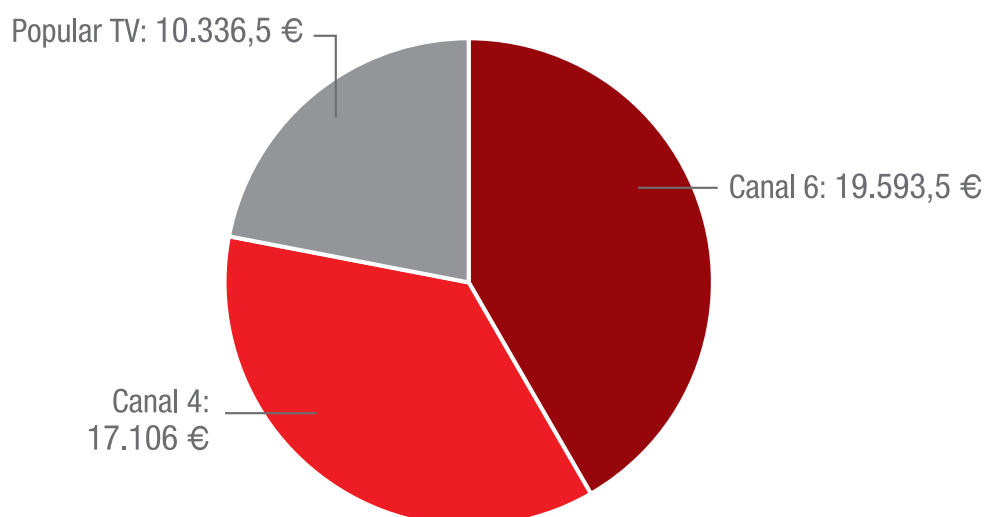
Inversión en publicidad en prensa escrita (mercado nacional)

Por su parte, las revistas en su conjunto (locales, nacionales e internacionales) tuvieron una inversión de 126.185,7 euros, de los que 55.485,92 euros correspondieron a revistas locales, 51.927,67 euros a revistas nacionales y 18.272,11 euros a publicaciones de carácter internacional.

Televisiones

Las televisiones contabilizaron el siguiente gasto:

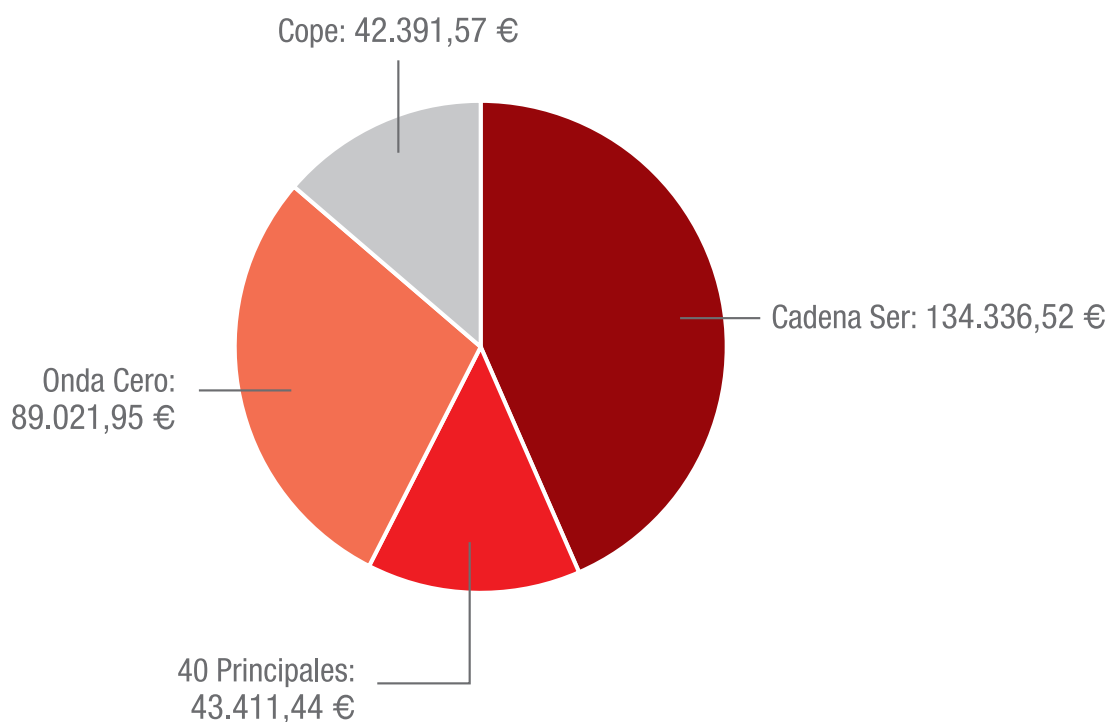
■ Inversión en publicidad en televisionas navarras



Radio

La radio, por el contrario, subió ligeramente, debido a que se incluyeron las principales emisoras nacionales dentro de la planificación de medios de la marca turística.

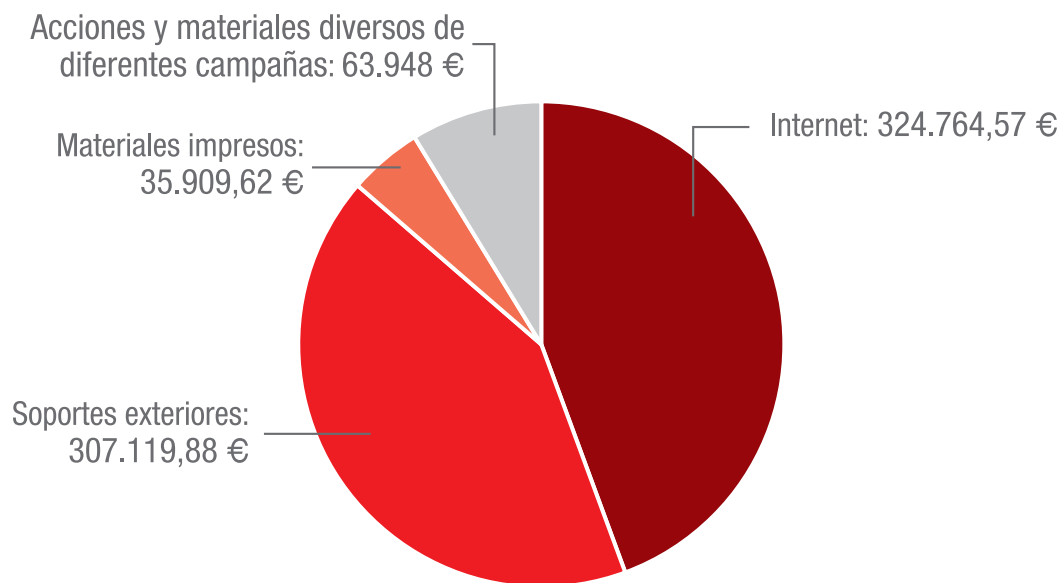
■ Inversión en publicidad en emisoras de radio



Con cantidades ya mucho menores (por debajo de 3.000 euros) aparecen otras emisoras musicales (Kiss FM, Cadena 100) o locales (Beleixe, Xorroxin Irratia).

Otros canales de comunicación

■ Inversión en otros soportes



sección del portal y medios audiovisuales

La Sección de Portal y Medios Audiovisuales ha desarrollado en 2011 las siguientes funciones y trabajos:

- 1) En materia del portal del **Gobierno de Navarra en internet** (www.navarra.es)
 - Edición y aprobación de los contenidos propuestos por las unidades para las webs departamentales, así como la actualización, de oficio, de estos sitios (5.660 operaciones en el año).
 - Gestión de banners promocionales en la página principal del portal a solicitud de los departamentos (350 solicitudes atendidas en 2011).
 - Creación o adaptación de websites determinados para promociones de actos y proyectos institucionales (Elecciones, Sanfermines, Día de Navarra...), y adecuación de los contenidos de Navarra y departamentales a la nueva estructura del nuevo Gobierno tras las elecciones de mayo. También se ha remodelado el apartado de “Actualidad”, en el “Area profesional”, con simplificación del mismo y renovación de los elementos gráficos que acompañan los boletines.
 - Puesta en marcha de perfil en Twitter, @navarragob, coincidiendo con el inicio de la actividad del nuevo Portavoz del Gobierno. El perfil ha registrado un crecimiento constante en número de seguidores, de modo que a 31 de diciembre eran ya 2.142 y se habían publicado 1.322 tuits. Paralelamente se abrió otro perfil en euskera, @nafarroagob, con tuits en dicha lengua (34 seguidores al finalizar el año). Asimismo, en la Sección se ha elaborado un documento –que se actualiza mensualmente– de seguimiento de los perfiles que tienen abiertos en Twitter unidades administrativas y responsables del Gobierno.
 - Asesoramiento a unidades en la creación y publicación de contenidos web, y préstamo y facilitación de materiales gráficos a ese fin. Asimismo, se ha establecido el procedimiento para tramitación y gestión de estas solicitudes por las unidades a través de intranet, publicando en ella los formularios correspondientes.
 - De modo especial, se ha prestado soporte a la página web de quien ejerce la Presidencia del Gobierno, en páginas en las que se incluyen de manera actualizada las intervenciones, noticias y fotografías que afectan al titular de esta institución.
- 2) También en relación con el portal, se ha llevado a cabo una línea de trabajo en colaboración con la Dirección General de Gobierno Abierto y Nuevas Tecnologías para la **creación de un nuevo portal**. En concreto por parte de la Sección se ha efectuado para ello un análisis de las webs establecidas inicialmente como modelo u horizonte,

las del Estado de California y el Gobierno del Reino Unido. Al mismo tiempo se ha iniciado un proceso de radiografía y levantamiento del mapa del actual sitio web www.navarra.es, como herramienta para un mejor diseño de los contenidos del nuevo y la migración al mismo, y se ha establecido de partida la relación de 14 temas en que podría ordenarse los contenidos del nuevo portal.

- 3) En otro orden de cosas, se han mantenido las **relaciones con el Consejo Audiovisual de Navarra y el Consejo de RTVE en Navarra** (organismos suprimidos el pasado 1 de noviembre). En el caso del Consejo Audiovisual, tras su supresión, el Servicio de Comunicación del Gobierno, a través de la Sección de Portal y Medios Audiovisuales, ha pasado a asumir algunas de las funciones de aquel que le ha atribuido el Gobierno, y para ello la Sección se ha hecho cargo paralelamente de determinados recursos humanos y técnicos específicos.
- 4) Finalmente, la Sección de Portal y Medios Audiovisuales se ha encargado, en materia de medios audiovisuales, de **gestionar las subvenciones a las televisiones navarras con licencia de TDT** (Canal 4 Navarra, Canal 6 Navarra y Popular TV Navarra) y de poner en marcha los procedimientos para el **nuevo concurso de ayudas** a la producción audiovisual y para el concurso de 44 licencias de frecuencias de FM.