

# memoria 2012

Dirección General de Comunicación / Oficina del Portavoz del Gobierno

# introducción

La **Dirección General de Comunicación / Oficina del Portavoz del Gobierno** está adscrita en la legislatura 2011-2015 al Departamento de Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales. Sus funciones y estructura vienen determinadas en **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 y Medios Audiovisuales
- Sección de Portal y Tecnologías de la Comunicación



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

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

- La empresa pública Nasertic, que complementa 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. Es una encomienda realizada por la Dirección General de Interior y que coordina la Dirección General de Comunicación.
- La empresa multimedia “In the middle”, que nos aporta su conocimiento en la gestión técnica de contenidos de [www.navarra.es](http://www.navarra.es)
- La empresa “Telesonic”, que se ocupa de la gestión de la Sala de Prensa.
- La empresa “Coonic”, que se ocupa de las traducciones al vascuence, inglés y francés de los contenidos del portal [www.navarra.es](http://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.
- La empresa “Nelsol Estrategia y Publicidad”, adjudicataria del concurso de gestión de publicidad ordinaria para 2012.
- La empresa “Gap’s Comunicación Pamplona”, adjudicataria del concurso de gestión de publicidad creativa para el año 2011, contrato prorrogado para 2012.

# ejecución presupuestaria

La Ley Foral de Presupuestos Generales de Navarra de 2012 consignó a esta Dirección General una disposición de gasto de **4,13 millones de euros** (ver detalle en pags. 319 a 321), un 13,69% inferior al techo de gasto del ejercicio anterior (de 4,82 millones).

La disponibilidades presupuestarias de la Dirección General, sin embargo, sufrieron variaciones durante el ejercicio. En primer lugar, una modificación al alza de casi 31.800 euros en el capítulo de personal, para ajustar las retribuciones del personal a lo inicialmente presupuestado. Sin embargo, se observará que la ejecución en ese capítulo rondó finalmente el 90%, dada la supresión de la paga extraordinaria correspondiente al mes de diciembre.

Además, dentro de las medidas de contención de gasto público, el Gobierno de Navarra acordó en junio modificar a la baja el presupuesto de la Dirección General de Comunicación en 600.000 euros, ajustando para ello la partida de subvención a ayudas a la producción audiovisual (550.000 euros) y la de publicidad (50.000 euros).

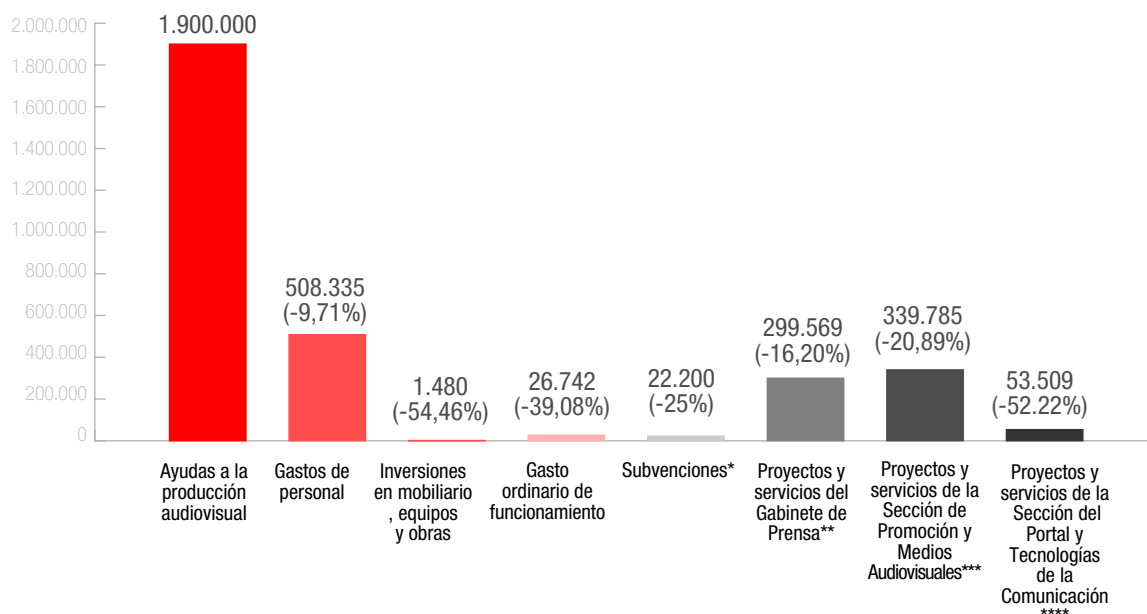
Es decir, que el presupuesto consolidado de la Dirección General de Comunicación para 2012 ascendió a 3,53 millones de euros, aunque en el mes de octubre, por Orden Foral 701/2012 de la Consejera de Economía, se dictaron instrucciones de restricción de ese gasto presupuestado (autorizando sólo ejecutar los gastos esenciales y de obligación legal), que conllevaron una ejecución presupuestaria final del 89,2% del gasto habilitado tras el ajuste del mes de junio. La inejecución se centró principalmente en los proyectos de, por un lado, publicidad y promoción; y, por otro, de actualización del portal en internet.

Por su impacto presupuestario (60% del presupuesto ejecutado), destaca la partida de ayudas a la producción audiovisual de las televisiones navarras con licencia para emisión digital, que sumó finalmente 1,9 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 2011):

- gastos de personal: 508.335 (-9,71%)
- gasto ordinario: 26.742 (-39,08%)
- inversiones en mobiliario y equipos: 1480 euros (-54,46%)
- subvenciones: 22.200 euros (-25%)
- proyectos y servicios Gabinete de Prensa: 299.569 euros (-16,20%)
- proyectos y servicios Sección de Promoción y Medios Audiovisuales: 339.785 (-20,89%)
- proyectos y servicios Sección de Portal y Tecnologías de la Comunicación: 53.509 (-52,22%)

## Ejecución Presupuestaria 2012



Subvenciones\*: Asociación de la Prensa de Pamplona/Asociación de Periodistas de Navarra: 22.200 euros.

Proyectos y servicios del Gabinete de Prensa\*\*: suscripción a agencias de noticias y medios de comunicación, seguimiento de noticias sobre Navarra, 173.467 euros; fotografías e imágenes de TV, 51.950 euros; gestión técnica de la sala de prensa y limpieza, 60.833 euros; estudio de audiencia Cies y prensa local: 13.319 euros.

Proyectos y servicios de la Sección de Promoción y Medios Audiovisuales\*\*\*: publicidad, 339.785 euros.

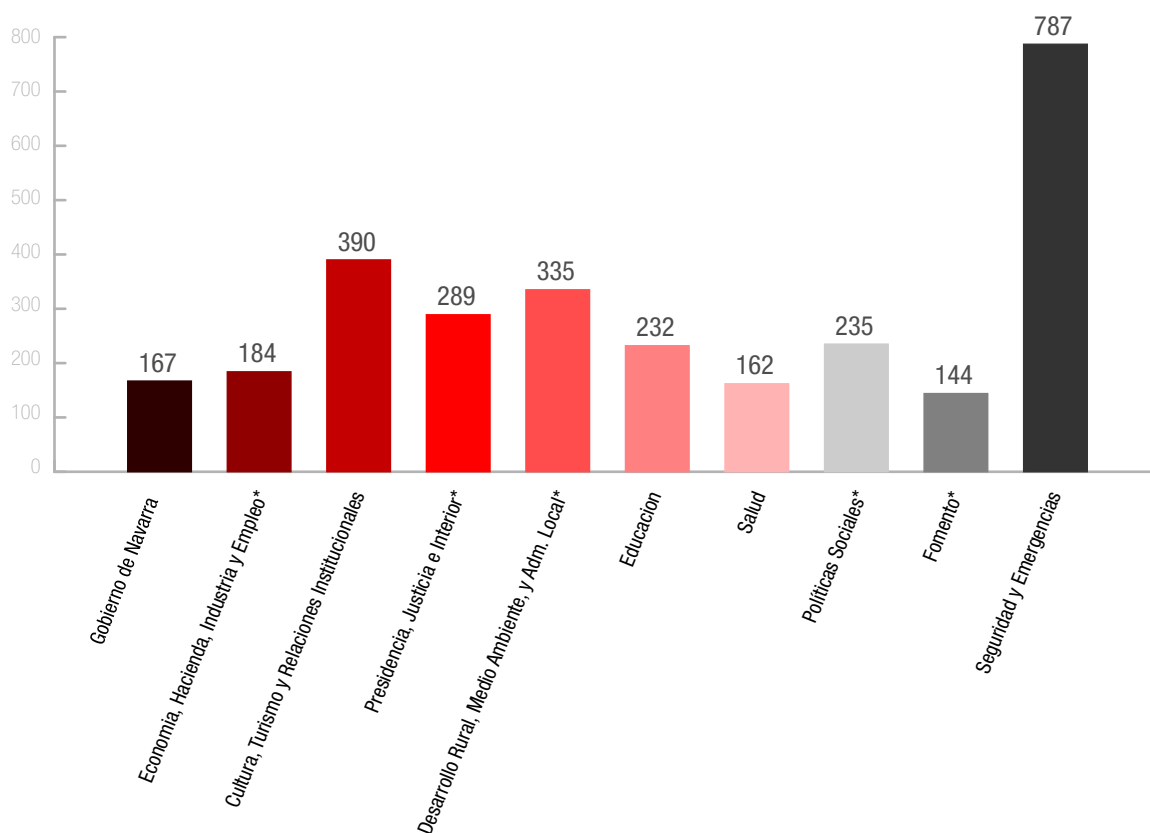
Proyectos y servicios de la Sección del Portal y Tecnologías de la Comunicación\*\*\*\*: traducción multilingüe del portal web del Gobierno de Navarra, 23.146 euros; actualización y mantenimiento de la página web, 23.544 euros; incorporación material fotográfico y vídeos a la página web: 6.819 euros.

# gabinete de prensa

## Notas de prensa

El pasado año 2012 el Gabinete de Prensa elaboró un total de 2.925 notas de prensa. Su distribución, **por departamentos** fue la siguiente:

■ Notas de prensa por departamentos 2012

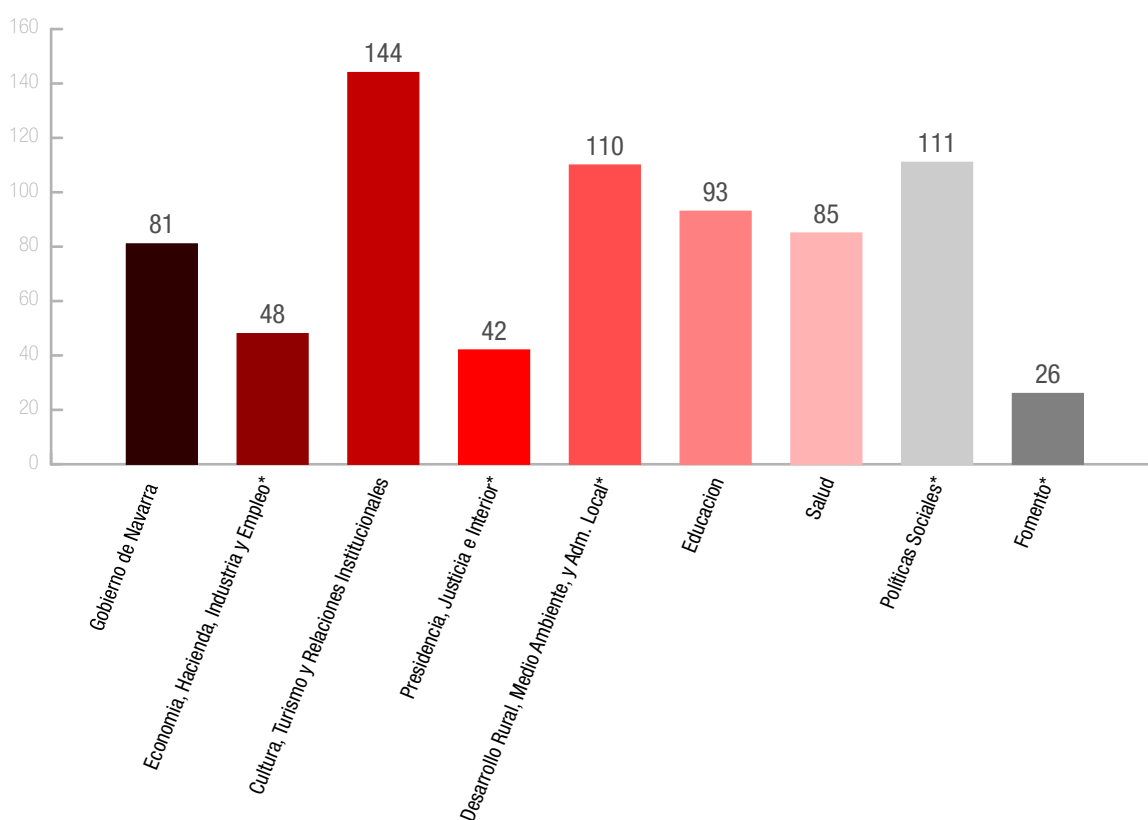


Nota: los departamentos con asterisco muestran la denominación vigente a partir de julio de 2012 en los cinco departamentos afectados por la remodelación de Gobierno efectuada en esa fecha. Se mantuvo el mismo número de departamentos, ocho, que los establecidos a inicio de legislatura, en julio de 2011, pero reasignó competencias en cinco de esos departamentos.

## 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 740 convocatorias para cubrirlos. La distribución **por departamentos** fue:

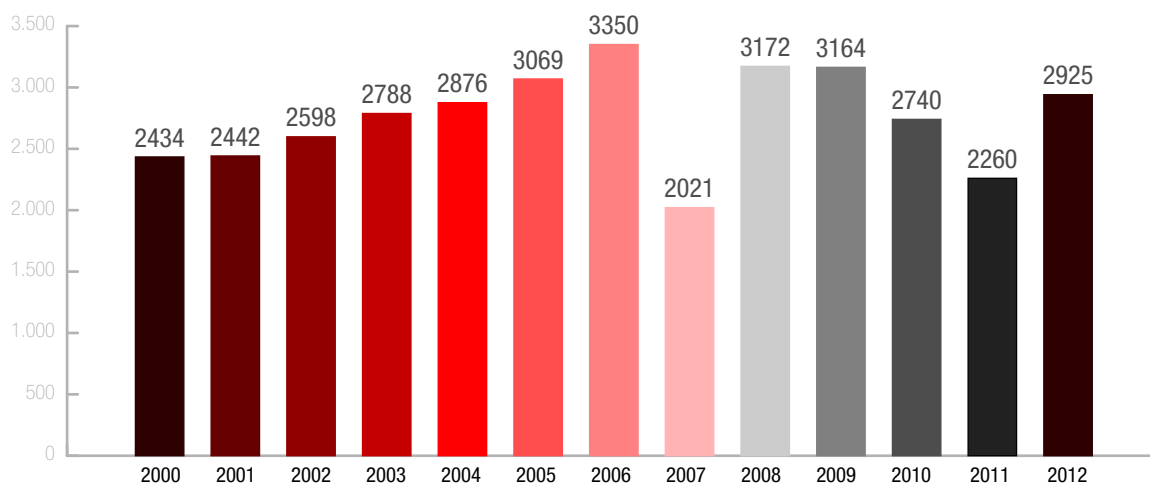
### Convocatorias por departamentos 2012



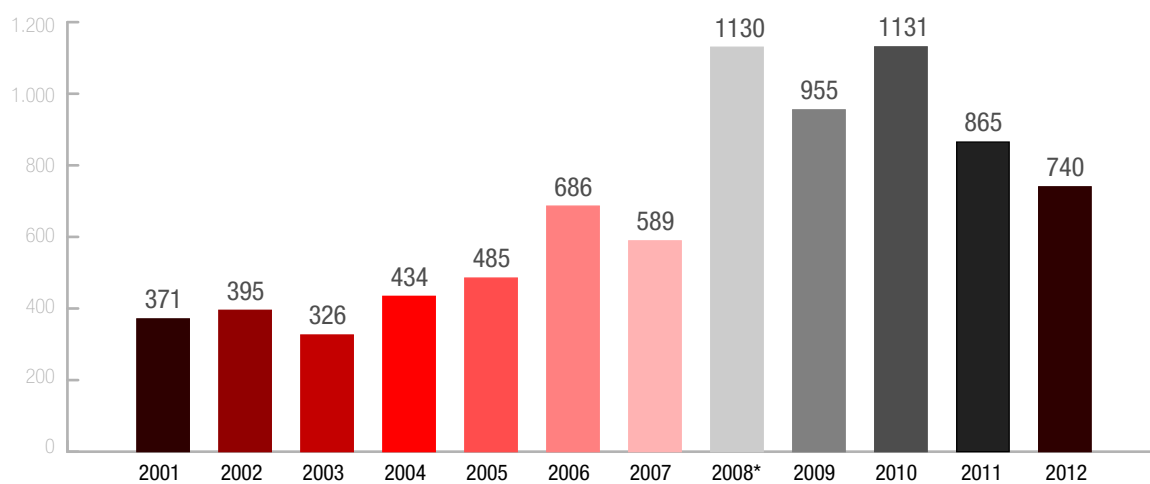
Nota: los departamentos con asterisco muestran la denominación vigente a partir de julio de 2012 en los cinco departamentos afectados por la remodelación de Gobierno efectuada en esa fecha. Se mantuvo el mismo número de departamentos, ocho, que los establecidos a inicio de legislatura, en julio de 2011, pero reasignó competencias en cinco de esos departamentos.

## Histórico de notas y convocatorias desde el año 2000

### ■ Notas de prensa por años



### ■ Convocatorias por años



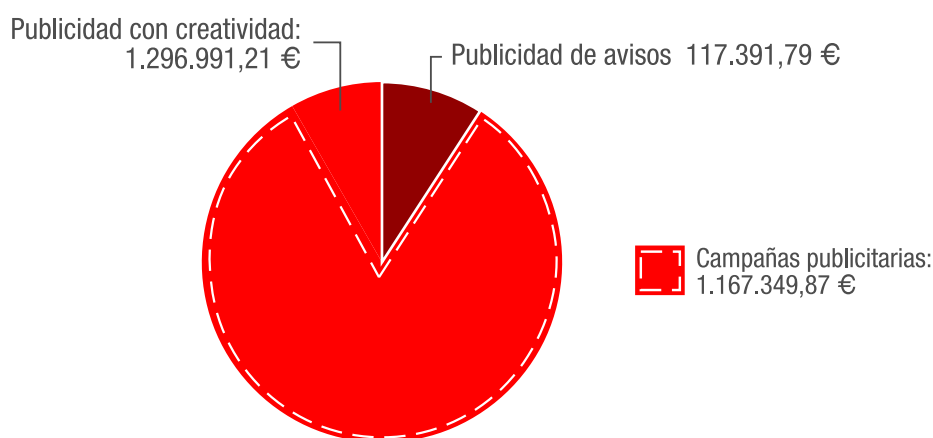
Nota: A partir de este año 2008 se incluyen también en el apartado "convocatorias" las denominadas "notas convocatorias" que, anteriormente, se computaban como "notas".



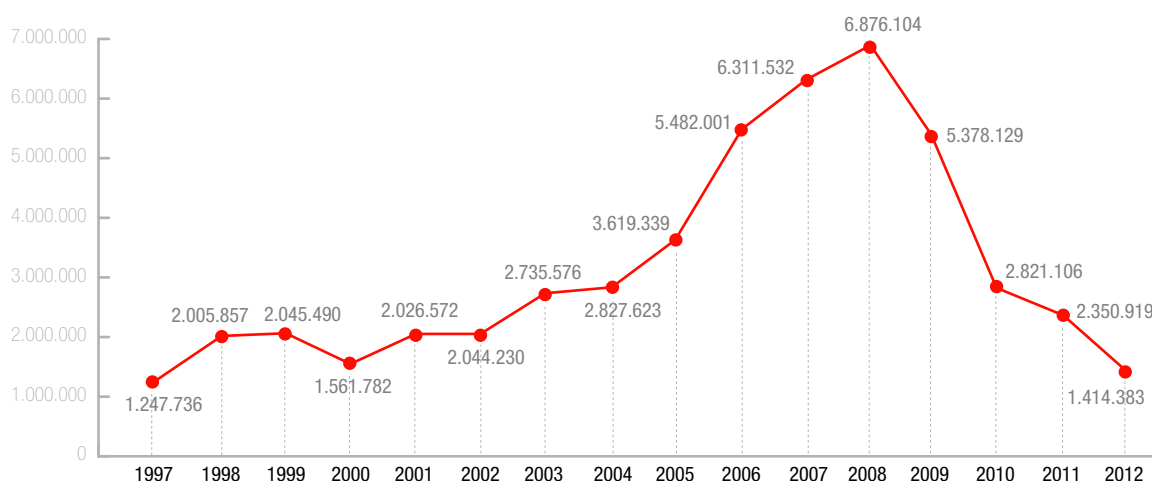
# publicidad institucional

El Servicio de Medios de Comunicación gestionó durante el año 2012 la inversión de **1.414.383 euros, IVA incluido**, en actuaciones de publicidad institucional del Gobierno de Navarra, un 39,84% menos que la inversión registrada en el ejercicio anterior (2.350.919,10 euros). Se trata del cuarto año consecutivo en el que se reduce la inversión, de forma que, desde 2008, el gasto ha descendido en un 79,43%.

## Distribución de la publicidad 2012



## Evolución de la inversión publicitaria



**Publicidad de avisos**

Del total de la inversión, 117.391,79 euros (el 8,30%) correspondieron a publicidad ordinaria o de avisos. Se trata de anuncios compuestos únicamente de texto y referidos a contrataciones, procedimientos expropiatorios, plazos de convocatorias públicas, etc. La cifra contratada en 2012 supone un descenso del 61,21% respecto al año anterior.

**Publicidad con creatividad**

Un total de 1.296.991,21 euros (-36,68% que en 2011) se destinó 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 es la siguiente:

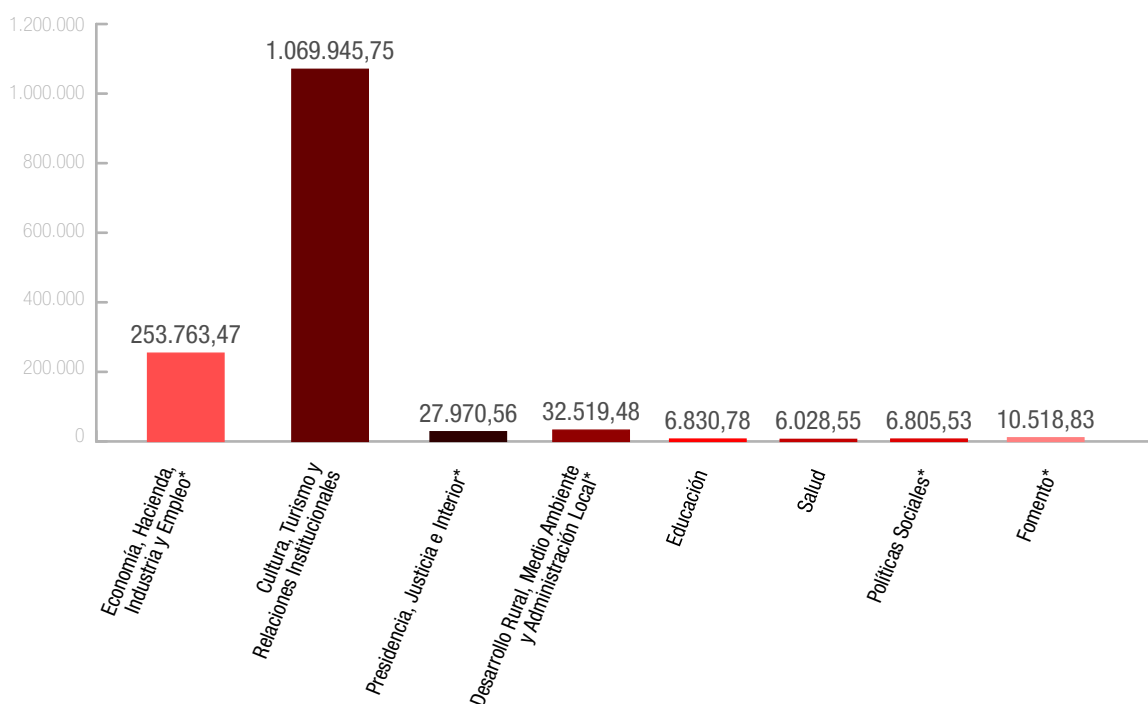
- Promoción de la marca turística del Reyno de Navarra: 645.510,42 euros
- Fomento de la reactivación económica y el empleo: 98.810 euros
- Campaña de la Renta: 92.394,34 euros.
- “En Verano, Cultura”: 39.486,23 euros (aglutina los programas Cultur, Festival de Teatro Clásico de Olite y Semana de la Música Antigua de Estella).
- Día de Navarra: 28.400,06 euros.

## 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 él 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 ascendió a 1.069.945,75 euros.

La inversión del resto de departamentos (\*) fue la siguiente:

### ■ Inversión en publicidad por departamentos



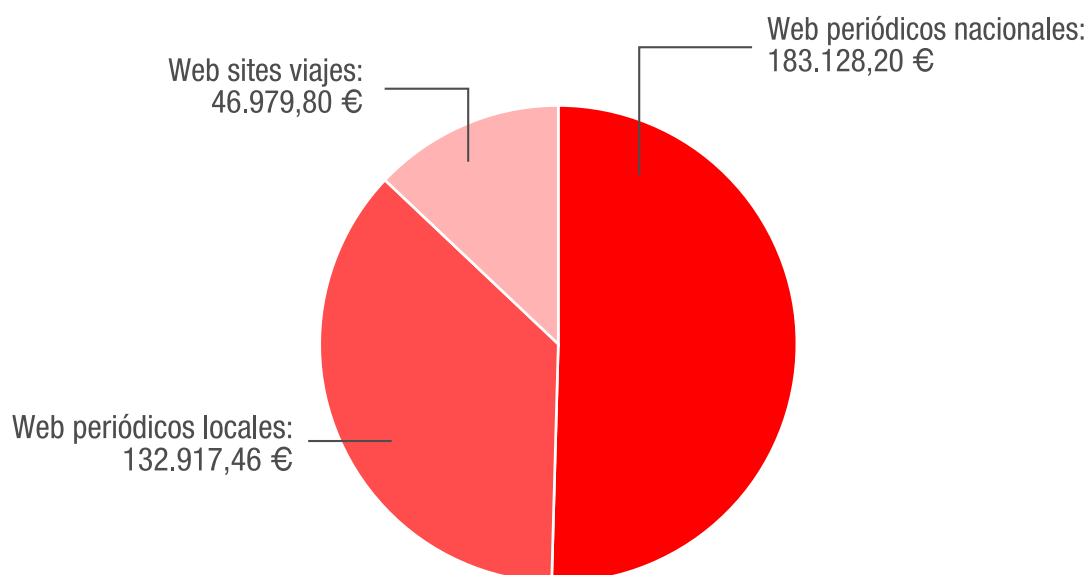
(\*) En el caso de los nuevos departamentos creados el pasado año, la cuantía presentada es el resultado de sumar la inversión de los departamentos hasta julio, además de la que posteriormente han realizado ya en su nueva configuración. Esta operación ha sido posible aplicarla sólo en los departamentos que se han fusionado, no en los que han experimentado cambios únicamente en alguna de sus direcciones generales, porque no hay datos de facturación de direcciones generales.

Aunque el gasto en un departamento determinado varía mucho de un año a otro en función de que promuevan o no una campaña publicitaria, el descenso ha sido generalizado e importante en prácticamente todos los departamentos y especialmente llamativo en Educación.

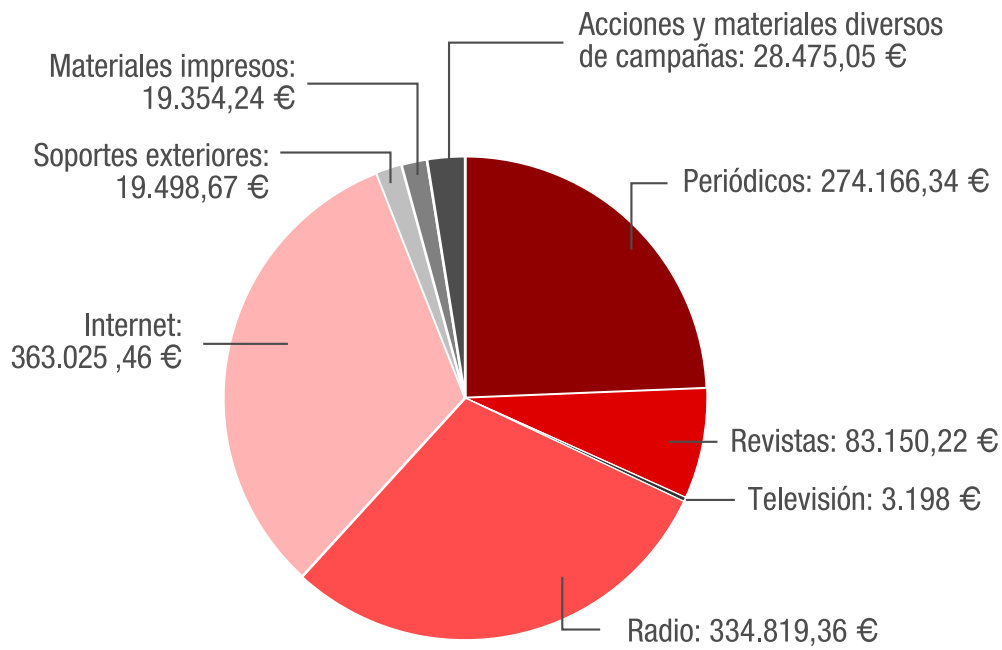
## Por canales de difusión

Internet fue el único canal de difusión que creció en 2012. El resto de soportes vio descender la inversión, siendo la televisión (93,20% y la prensa (54,58%) los sectores más castigados. Consecuencia de todo ello es que la prensa pierde el primer puesto como grupo de medios con más inversión a favor de internet, que acapara el 25% del gasto. Le siguen la radio (23,67%), prensa (19,38%) y ya a gran distancia las revistas (5,88%). La televisión, con un 0,23% de la inversión, prácticamente desaparece.

### ■ Inversión en Internet



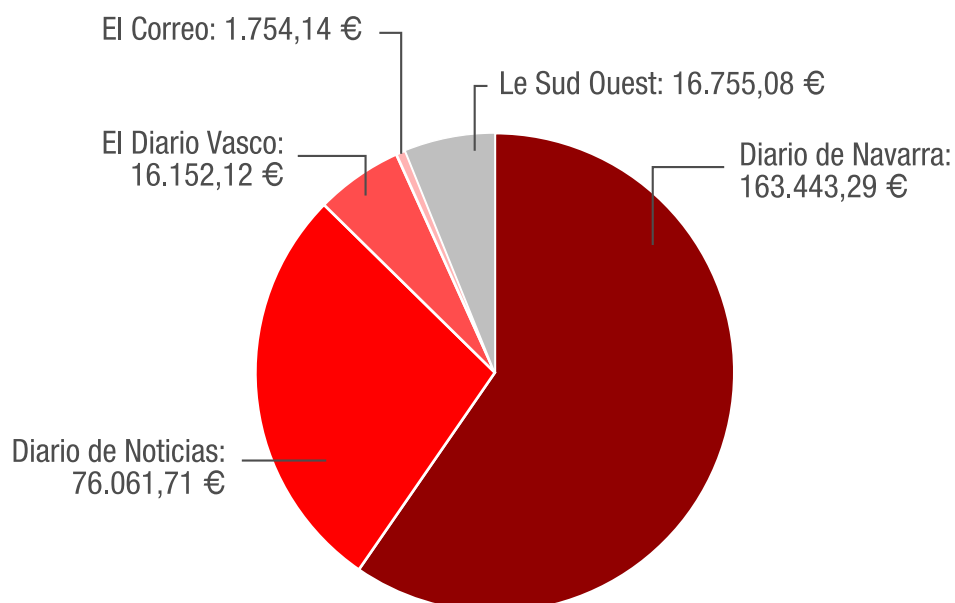
■ Inversión por soportes



### Prensa escrita

Por medios, la inversión en Diario de Navarra fue de 163.443,30 euros y en Diario de Noticias alcanzó los 76.061,71 euros. En prensa fuera de Navarra, se incluyeron anuncios en el Diario Vasco (16.152,12 euros) y en el Correo (1.754,14 euros). Además, se invirtieron 16.755,08 euros en el periódico francés Le Sud Ouest.

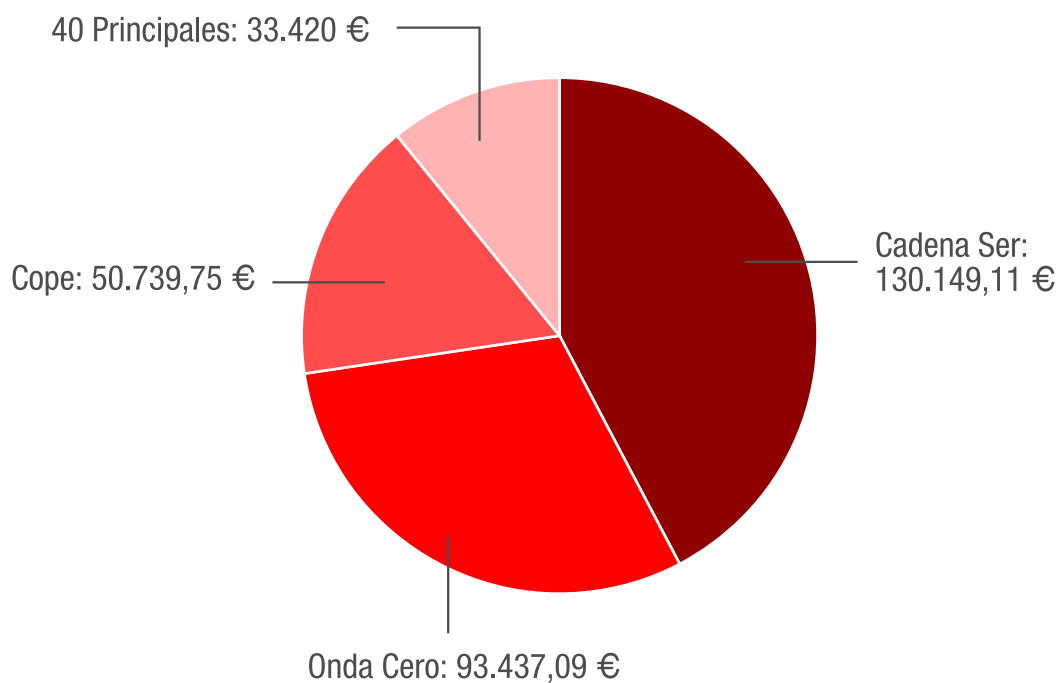
#### ■ Inversión en periódicos



Por su parte, las revistas tuvieron una inversión de 83.150,22 euros, de los que de 42.786,88 euros correspondieron a revistas locales, 27.724,72 a revistas nacionales y 12.638,62 euros a revistas internacionales.

## Radio

### ■ Inversión por emisoras



# portal [www.navarra.es](http://www.navarra.es) y redes sociales

La Sección de Portal y Medios Audiovisuales (desde el mes de julio red denominada Sección de Portal y Tecnologías de la Comunicación) ha desarrollado en 2012 las siguientes funciones y trabajos:

- 1) Intervenciones en el portal del **Gobierno de Navarra en internet** ([www.navarra.es](http://www.navarra.es))
  - Edición y aprobación de los contenidos propuestos por las unidades administrativas para las webs de los departamentos del Gobierno de Navarra, así como la actualización, de oficio, de estos sitios (9.707 operaciones en este año).
  - Gestión de banners promocionales en la página principal del portal a solicitud de los departamentos (309 solicitudes atendidas en 2011).
  - Creación o adaptación de websites determinados para promociones de actos y proyectos institucionales (Vuelta Ciclistas a España, Sanfermines, Día de Navarra, campaña “Queremos darle la vuelta”, entre otros)
  - Adecuación de los contenidos del portal [navarra.es](http://www.navarra.es) y de las webs departamentales a la nueva estructura del Gobierno tras los cambios registrados en el mes de julio.
  - Esta Sección presta asesoramiento a las unidades administrativas que lo solicitan en la creación y publicación de contenidos web, y especialmente, materiales gráficos. Las solicitudes se realizan por vía telefónica o a través de una herramienta instalada en la Intranet del Gobierno de Navarra. En este ámbito, en 2012 se realizaron 230 diseños gráficos que corresponden a 557 imágenes con distintas funciones de comunicación en la web del Gobierno. De modo especial, se ha prestado soporte a la página web de la Presidenta del Gobierno, cuyo mantenimiento está a cargo de la Sección del Gabinete de Prensa.
- 2) Intervenciones en **Twitter**
  - Mantenimiento del perfil en Twitter, *@navarragob*, que administra la Oficina del Portavoz del Gobierno y publica noticias y seguimiento de eventos del Gobierno de Navarra. En este año se publicaron en este perfil 3.724 tuits, tiene 4.765 seguidores registrados y se devuelve el seguimiento a 4.129.
  - En la versión en euskera de este perfil, *@nafarroagob*, se publicaron 680 tuits y se registraron 82 seguidores, de los que se devuelve el seguimiento a 62.
  - La Sección del Portal hace un seguimiento de las cuentas que tienen abiertas en Twitter las unidades administrativas del Gobierno de Navarra y reproduce en el perfil *@navarra* los mensajes más relevantes publicados en estas cuentas, especialmente los publicados en el perfil *@infonavarra* de la Oficina de Atención y Participación Ciudadana.



- 3) Esta Sección se encarga de las tareas de **colaboración con la Dirección General de Gobierno Abierto y Nuevas Tecnologías**. A este fin ha participado en las reuniones celebradas para la puesta en marcha del **nuevo portal de Gobierno Abierto** (<http://gobiernoabierto.navarra.es>).

# medios audiovisuales

El principal hito en materia audiovisual del ejercicio de 2012 es la aprobación del **Decreto 5/2012, de 25 de enero, sobre Servicios de Comunicación Audiovisual de la Comunidad Foral de Navarra**, la norma que regulará durante los próximos años el sector de la radio y la televisión en el ámbito local y autonómico.

## Actuación en materia de radios

A partir de la publicación de este Decreto Foral, la Dirección General de Comunicación promovió en el mes de marzo la licitación pública de los concursos correspondientes a 44 licencias de radios en FM, todas las licencias audiovisuales contenidas para Navarra en el Plan Técnico Nacional de 2005 y dos más que quedaron desiertas en el último concurso de FM, que databa de los años 1997 y 1998.

El número de licencias a concurso duplicaba las veinte licencias para operadores privados existentes hasta la fecha. De estas emisoras, 27 darán cobertura a localidades y valles que no contaban con emisoras comerciales en FM: Améscoa Baja (4 licencias), Baztan (3), Bera (4), Burguete (4), Isaba (4), Larraun-Baraibar (1), Leitza (3) y Ochagavía (4). Las otras 17 radios se ubicarán en municipios y comarcas que verán ampliada su oferta radiofónica: Alsasua (3 nuevas licencias), Estella (2), Pamplona (2), Peralta (3), Tafalla (3), Tudela (1) y Sangüesa (3).

La mesa de valoración creada en el marco de este concurso estudió y baremó 117 proyectos radiofónicos.

## Actuación en materia de televisión

En el panorama televisivo, la mayor novedad del ejercicio residió en los cambios introducidos en la gestión de las ayudas públicas a la producción audiovisual navarra. Al contrario que en años precedentes, cuando las tres televisiones navarras de TDT contaban con una asignación nominativa en los Presupuestos Generales de Navarra, en 2012 se impulsó, al igual que se hizo con carácter general en el Departamento de Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales, una convocatoria que detallaba una parrilla de programación de interés general y buscaba la concurrencia entre las televisiones para subvencionar a una sola televisión para cada bloque de contenidos.

En definitiva, se trataba de buscar una programación de calidad y sin duplicidades o triplicidades a la hora de financiar programas iguales y gastos estructurales de los operadores de televisión.

Visto el cambio en la gestión de las ayudas, uno de los tres operadores, Canal 4 Navarra, decidió cesar sus emisiones y devolver los dos canales autonómicos que tenía asignado.

Los otros dos operadores, Canal 6 Navarra y Popular TV, que resultaron beneficiarios de la convocatoria de ayudas resuelta en marzo de 2012 (dos millones de euros), acordaron un mes después impulsar conjuntamente el proyecto “Navarra Televisión”, que daría continuidad a los compromisos de programación e inversión adquiridos por separado en la citada convocatoria. La Dirección General de Comunicación, en aplicación de las instrucciones de reducción de gasto que el Gobierno dictó en junio, pactó en julio con la operadora de televisión reducir en 100.000 euros la subvención final para 2012, que por tanto, quedó en 1,9 millones de euros.

Los resultados de la encuesta CIES 2012 (2ª oleada) sobre audiencias de televisión muestran el respaldo de la ciudadanía navarra a esta apuesta empresarial, con 58.000 televidentes diarios, la cuarta televisión más vista tras las grandes cadenas La 1 (de TVE), Telecinco y Antena 3, y por delante de cadenas como Cuatro, La Sexta, La 2 (TVE) o los dos canales autonómicos vascos (ETB).

Fruto de las renunciadas de Canal 4 Navarra y Popular TV, y al amparo del nuevo Decreto Foral sobre el sector audiovisual, en el mes de agosto se promovieron sendos concursos para licitar los canales de TDT local (veinte licencias, cuatro canales por cada una de las cinco demarcaciones que el Plan Técnico Nacional asigna a Navarra) y TDT autonómica (dos licencias de una canal), respectivamente.

Se presentaron 7 ofertas: tres para emitir en la demarcación local de Pamplona y una cuarta en la de Tafalla; y otras tres para las dos licencias autonómicas.