

memoria 2013

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 el **Decreto Foral 67/2012**, de 25 de julio, modificada parcialmente por el **Decreto Foral 11/2014**, de 29 de enero.

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 contó en 2013 con un único Servicio, a cuyo frente estuvo un periodista y del que dependen seis periodistas, así como tres secciones, dirigidas también por periodistas, que se encargaron 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 estuvo auxiliado por un Negociado de Secretaría en el que trabajan cuatro empleados.



Además, la Dirección General de Comunicación contó 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 del portal 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 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 “Zosmamedia”, adjudicataria del concurso de gestión de publicidad ordinaria para 2013.
- La empresa “Gap’s Comunicación Pamplona”, adjudicataria del concurso de gestión de publicidad creativa para el año 2013.

Desde febrero de 2014, y en aplicación del citado Decreto Foral 11/2014, el Servicio de Comunicación ha reordenado su estructura orgánica y pasa a contar con cuatro secciones y el Negociado de Secretaría. Las secciones son:

- Sección de Gabinete de Prensa
- Sección de Promoción
- Sección de Portal navarra.es
- Sección de Atención Ciudadana

La nueva estructura da cobertura a las nuevas competencias de la Dirección General de Comunicación para prestar la atención ciudadana del Gobierno de Navarra y dirigir la presencia del Ejecutivo en internet y las redes sociales.

En cuanto a personal, se dota al Servicio de seis nuevas empleadas, dos jefas para las secciones de Portal navarra.es y de Atención Ciudadana, una técnico superior de Organización especializada en atención ciudadana y tres telefonistas, que se encargan de la centralita del Gobierno de Navarra. También se suman tres nuevos apoyos externos para la ejecución de las tareas asignadas:

- La empresa CyC, para la gestión del catálogo de servicios en el Portal navarra.es
- La empresa pública Tracasa, para la prestación del servicio telefónico 012 Infonavarra.
- La empresa pública Nasertic, para la gestión de la Oficina de Atención Ciudadana del Gobierno de Navarra en Tudela.

ejecución presupuestaria

Los Presupuestos Generales de Navarra para 2013, prorrogados de 2012, consignaron a esta Dirección General una disposición de gasto de **2,87 millones de euros**, un 31% inferior al techo de gasto del ejercicio anterior (de 4,13 millones).

En el mes de octubre, por Orden Foral 352/2013 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 90,76% del gasto.

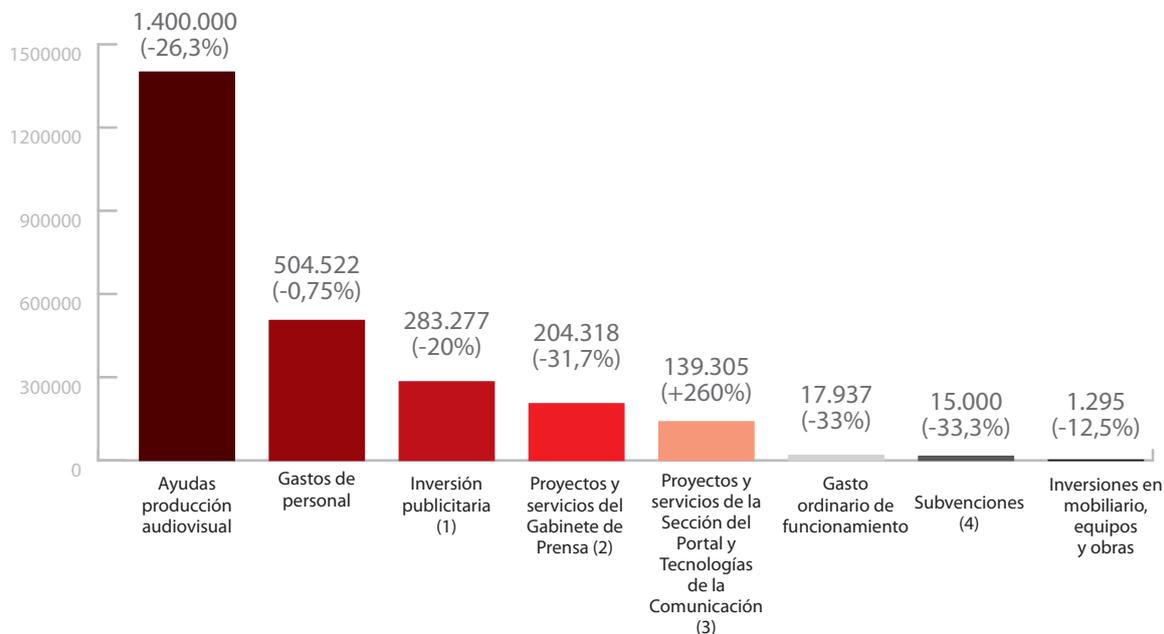
Por su impacto presupuestario (53,2% del presupuesto ejecutado), destaca la partida de ayudas a la producción audiovisual de las televisiones navarras con licencia para emisión digital, que sumó 1,4 millones de euros.

Y por ser la única partida de gasto que se incrementó respecto del ejercicio anterior, destaca la inversión en los proyectos de la Sección de Portal y Tecnologías de la Comunicación, que prácticamente triplica la dotación económica del ejercicio anterior al haberse licitado los trabajos de diseño del nuevo portal en internet navarra.es, con una inversión cercana a los 85.000 euros.

Resumidamente, el resto de gastos sobre el presupuesto ejecutado se desglosa así (se indica porcentaje de variación sobre el ejercicio de 2012):

- ayudas producción audiovisual: 1.400.000 (-26,3%)
- gastos de personal: 504.522 (-0,75%)
- inversión publicitaria: 283.277 euros (-20%)
- proyectos y servicios Gabinete de Prensa: 204.318 euros (-31,7%)
- proyectos y servicios Sección de Portal y Tecnologías de la Comunicación: 139.305 euros (+260%)
- gasto ordinario: 17.937 (-33%)
- subvenciones: 15.000 euros (-33,3%)
- inversiones en mobiliario y equipos: 1.295 euros (-12,5%)

Ejecución Presupuestaria 2013



(1) Inversión publicitaria: 283.277 euros.

(2) Proyectos y servicios del Gabinete de Prensa: suscripción a agencias de noticias y medios de comunicación, 74.061 euros; seguimiento de noticias sobre Navarra, 14.157 euros; fotografías e imágenes de TV, 41.900 euros; gestión técnica de la sala de prensa, 40.680 euros; estudio de audiencia Cíes y prensa local: 8.000 euros.

(3) Proyectos y servicios de la Sección del Portal y Tecnologías de la Comunicación: traducción multilingüe del portal web del Gobierno de Navarra, 22.643 euros; actualización y mantenimiento de la página web, 22.760 euros; incorporación material fotográfico y vídeos a la página web: 8.960 euros; proyecto nuevo portal Navarra.es: 84.942 euros

(4) Subvenciones: Asociación de la Prensa de Pamplona/Asociación de Periodistas de Navarra: 15.000 euros.

gabinete de prensa

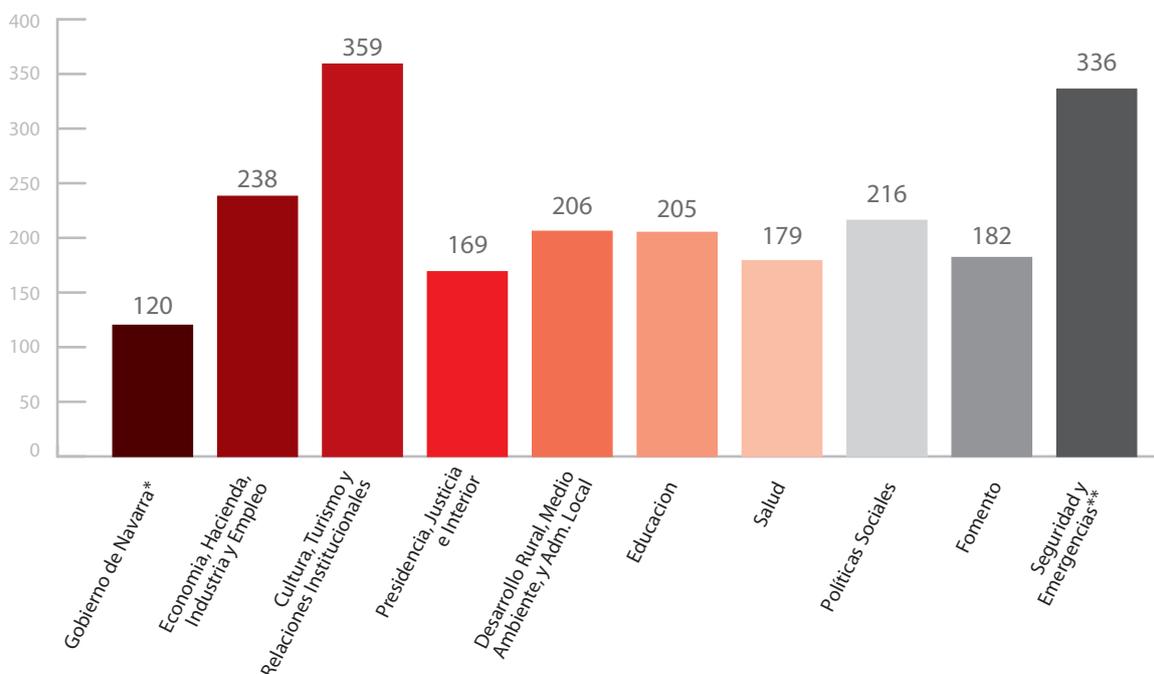
Notas de prensa

El pasado año 2013 el Gabinete de Prensa elaboró un total de **2.228 notas de prensa**, de ellas 1.892 de carácter institucional (-11,5% respecto a 2012, ejercicio en el que sumaron 2.138) y 336 referidas a actuaciones de sus servicios de Seguridad y Emergencias (-57,4% respecto a 2012, en el que se difundieron 787 notas de este ámbito).

El descenso en el número de informaciones difundidas sobre Seguridad y Emergencias es debido, principalmente, a que desde 2013 sólo se redactan notas informativas relativas a siniestros que hayan tenido, al menos, heridos graves; no obstante, se continúa informando a los medios de comunicación, por teléfono y correo electrónico, de actuaciones con heridos leves o sin heridos, pero sin darles publicidad a través del Portal navarra.es, como sí ocurre con las notas de prensa sobre sucesos de gravedad.

La distribución de notas de prensa por departamentos fue la siguiente:

■ Notas de prensa por departamentos 2013



* Se agrupan aquí las notas de prensa de actividades de la Presidenta de Navarra y/o protagonizadas por varios departamentos.

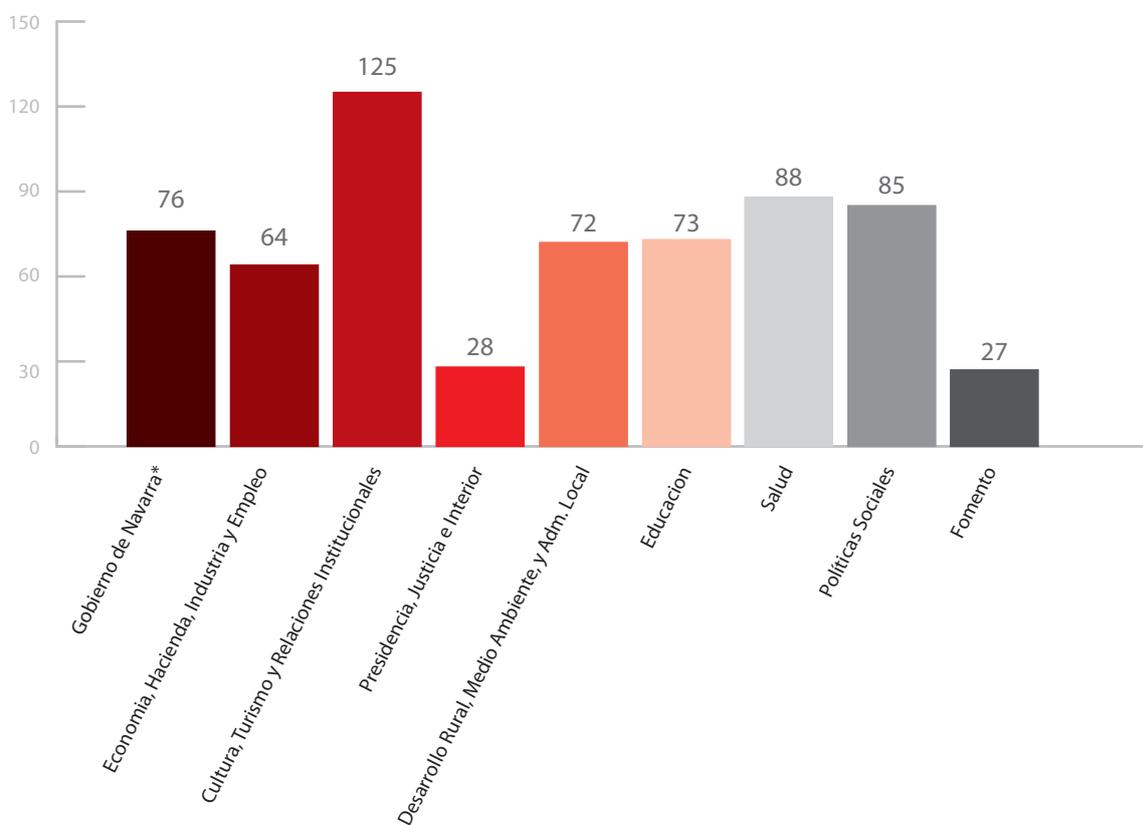
** Además de las 336 notas, se difundieron 58 correos y 74 alertas por SMS.

Convocatorias de actos informativos

Por su parte, durante el pasado año la actividad de la Administración Foral generó un total de **638 convocatorias de ruedas de prensa y otros actos informativos**, lo que supone un 13,78% menos que en el 2012.

La distribución por departamentos fue la siguiente:

Convocatorias por departamentos 2013



*Se agrupan aquí las notas de prensa de actividades de la Presidenta de Navarra y/o protagonizadas por varios departamentos.

Material audiovisual

El Gabinete de Prensa retransmitió desde www.saladeprensa.navarra.es durante el pasado año 163 actos informativos en directo, todos ellos celebrados en el Palacio de Navarra. De éstos, 133 fueron ruedas de prensa celebradas en la Sala de Prensa y otros 30 actos tuvieron como escenario otros salones de la Planta Noble (Salón del Trono, Salón Verde, etc).

Esos actos informativos quedan archivados en el citado sitio web de sala de prensa y enlazados también desde las correspondientes notas de prensa que difunde el Gabinete de Prensa. Y de todas las grabaciones de actos informativos, se extractaron 217 vídeos-resumen que se subieron al canal Vimeo de Gobierno de Navarra y fueron embebidos en las notas de prensa correspondientes.

Asimismo, el Gabinete de Prensa ofreció a través del canal Vimeo otros 47 vídeos de interés informativo tomados fuera del Palacio de Navarra, bien a través del contrato vigente con la agencia Europa Press (para actos celebrados fuera de Navarra), como otros grabados por los propios funcionarios del Gobierno de Navarra en el ejercicio de sus funciones (Policía Foral, Bomberos...).

Finalmente, es importante reseñar que el Gabinete de Prensa ofrece este mismo material audiovisual, en alta calidad y para su uso profesional por parte de las emisoras de televisión acreditadas ante el Gobierno de Navarra, a través de su servicio de FTP. En 2013 se ofrecieron por esta vía 251 vídeos.

Por su parte, las notas de prensa difundidas en 2013 fueron acompañadas de 302 fotografías, obtenidas tanto por la empresa adjudicataria del servicio de fotografía para Navarra (Talluntxe Cincuentaynueve S.L.), como la agencia Europa Press para encargos de fuera de Navarra, como los propios empleados del Gobierno de Navarra en el ejercicio de sus funciones.

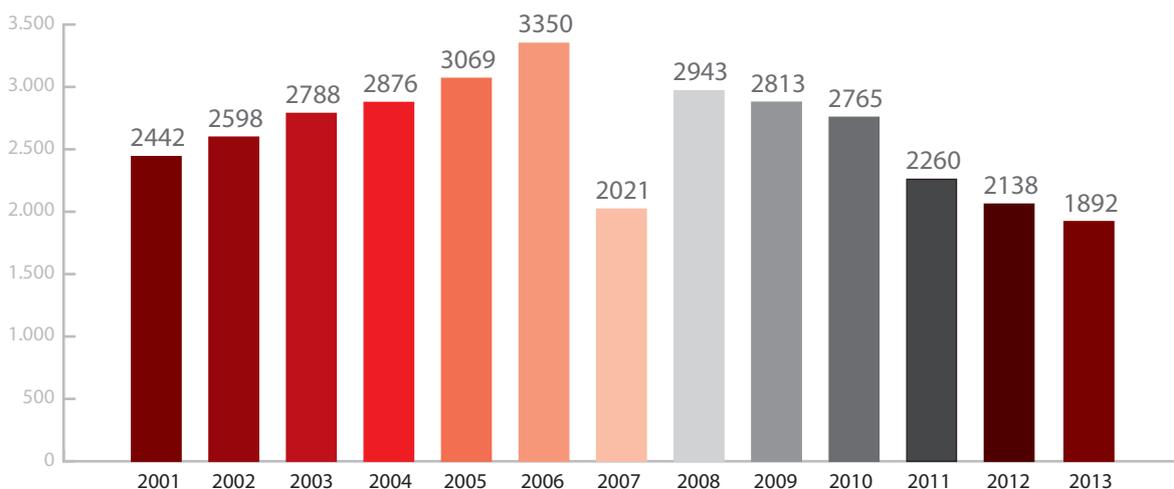
Periodistas acreditados

Los periodistas acreditados ante el Servicio de Comunicación en 2013 ascendieron a 458. De ellos, 132 son de diarios, 129 de televisiones, 82 de radios, 75 de medios digitales, 23 de revistas y 17 de agencias de noticias. Durante el año 2013 se produjeron 63 bajas y 73 altas en este registro de acreditados.

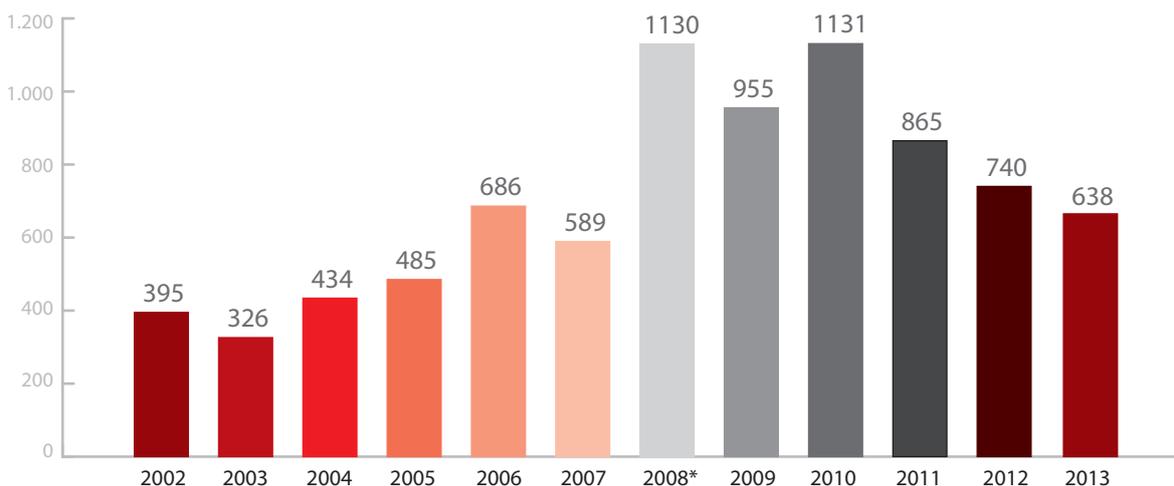
Actividad comparada por años

La crisis económica, que ha conllevado una menor acción y novedad en las actuaciones del Gobierno, ha tenido también un reflejo en la estadística acumulada de actividad del Gabinete de Prensa.

Notas de prensa institucionales

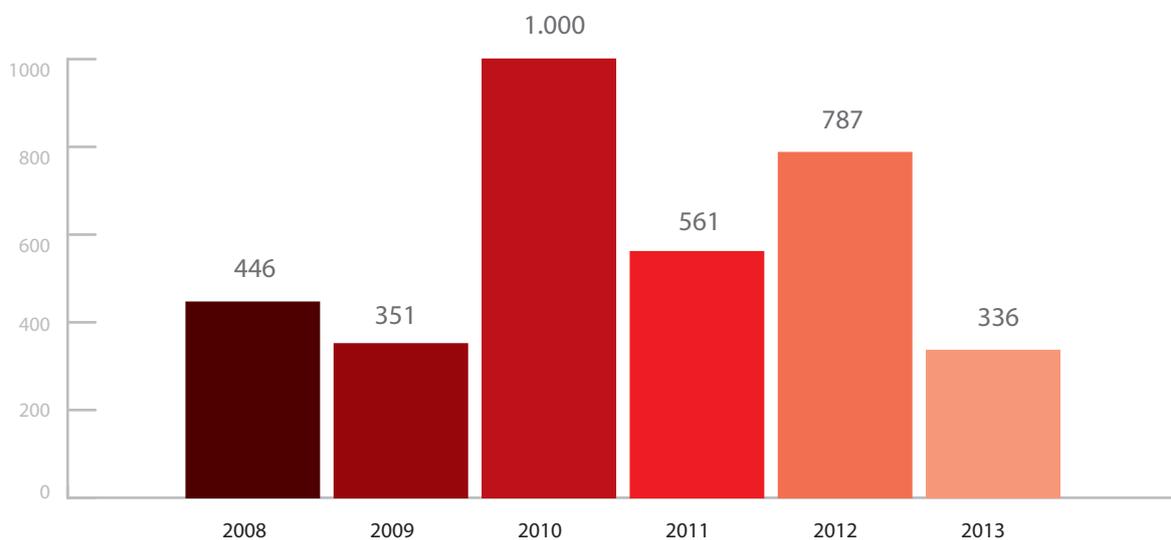


Convocatorias por años



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

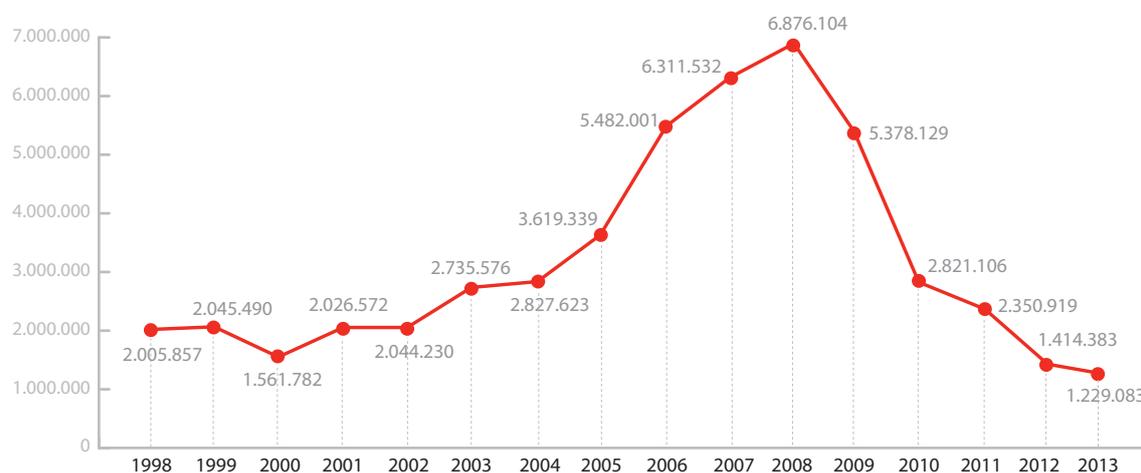
■ Notas de prensa seguridad y emergencias



inversión publicitaria

El Servicio de Comunicación gestionó durante el año 2013 una inversión de **1.229.083,26 euros**, IVA incluido, en actuaciones de publicidad del Gobierno de Navarra, un 13,10% menos que la inversión registrada en el ejercicio anterior (1.414.383 euros). Se trata del quinto año consecutivo en el que se reduce la inversión, de forma que, desde 2008, la inversión ha descendido en un 82,13%.

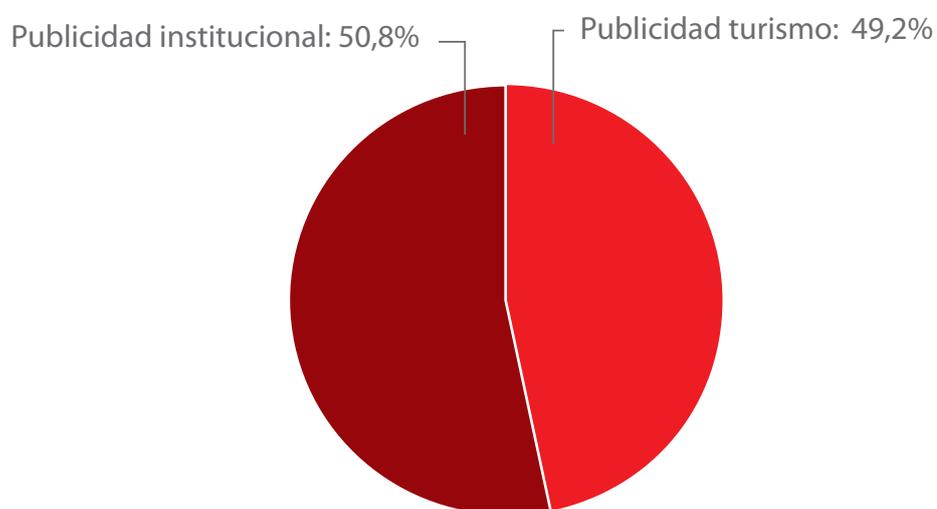
Evolución de la inversión publicitaria



De dicha cantidad, 624.408,90 euros (el 50,8%) correspondieron a iniciativas publicitarias institucionales del Gobierno de Navarra: las que realiza la Dirección General de Comunicación con carácter corporativo, así como los departamentos sobre iniciativas y campañas de su ámbito de actuación. La publicidad en los medios de comunicación se inserta conforme a los criterios establecidos en la **Orden Foral 1/2003**, de 11 de noviembre, del Consejero de Administración Local, como Portavoz del Gobierno de Navarra, por la que se determinan las directrices de contratación de la publicidad institucional de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra. Dicha norma fija en sus artículos 6 y 7 tales criterios, vinculando las inserciones publicitarias a la difusión de los medios de comunicación.

La inversión restante, 604.674,44 euros (49,2% del total), corresponde a la promoción turística de Navarra, que gestiona directamente la Dirección General de Turismo y Comercio, de acuerdo a la planificación estratégica del sector y los planes de acción aprobados anualmente para las actividades de promoción de marca en los mercados de mayor interés para la Comunidad Foral.

■ Distribución de la publicidad 2013



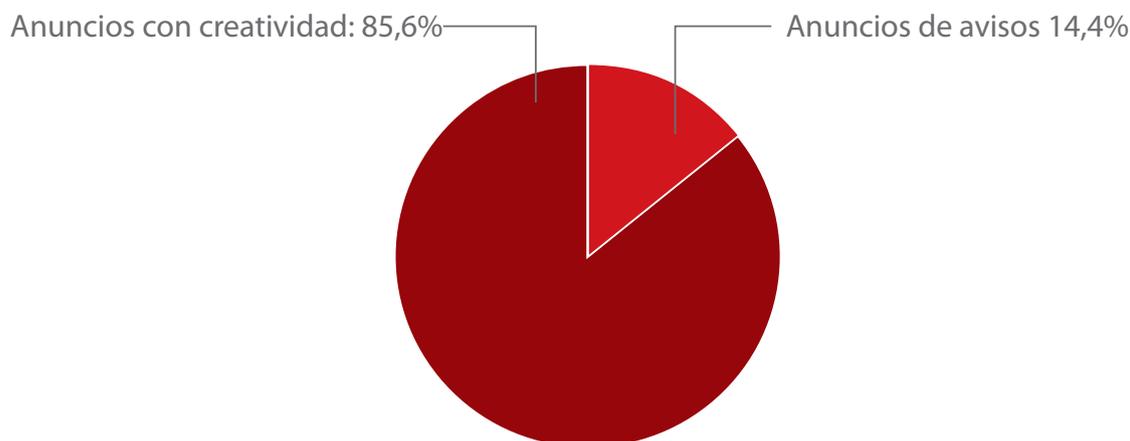
Publicidad institucional del Gobierno de Navarra

La inversión publicitaria institucional del Gobierno de Navarra en 2013, como ya se ha indicado, ascendió a 624.408,90 euros. Esa cantidad se divide en dos tipos de publicidad:

- **la publicidad de avisos** (anuncios en prensa compuestos únicamente de texto y referidos básicamente a procedimientos expropiatorios, además de otros anuncios menores de avisos). La inversión gestionada en 2013 para este tipo de publicidad ascendió a 90.025,74 euros (el 14,4% de la publicidad institucional). Las normas estatales en materia de expropiación establecen la obligatoriedad de esta publicidad e indica en qué diarios (habitualmente sólo regionales) debe realizarse.
- **la publicidad con creatividad.** Corresponde a publicidad especial o con creatividad (anuncios con imagen o diseño, campañas con presencia en soportes publicitarios variados) y supuso una inversión de 534.383,16 euros (el otro 85,6% de la publicidad institucional). Durante 2013, las actuaciones de publicidad con creatividad más reseñables fueron:
 - la campaña "Detección Precoz del Cáncer de Colon – Elige90": 150.109,30 euros.
 - las campañas de los programas culturales (Cultur, Olite, Danza Escena): 47.298,98 euros.
 - difusión de los actos programados para el Día de Navarra (33.483,64 euros).

Asimismo, es necesario precisar que de la inversión en publicidad institucional ya citada, 14.872,12 euros (2,4%) fueron destinados a financiar las labores de creatividad, mientras que el resto del gasto, 609.536,78 euros (97,6%), correspondió a inversión publicitaria propiamente dicha (medios de comunicación y otros soportes).

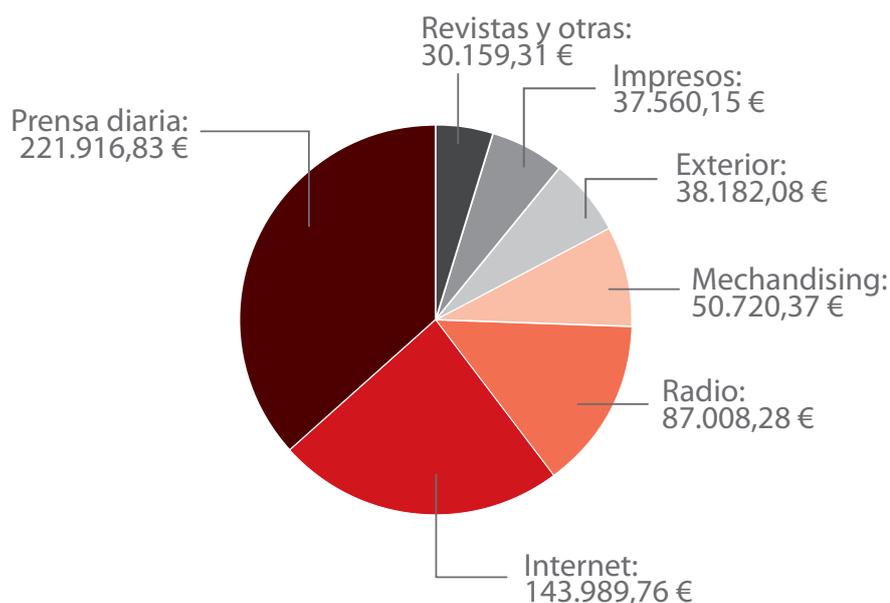
Publicidad institucional



Distribución del gasto por canales de comunicación

La inversión de la publicidad institucional en los diferentes soportes, como ya se ha explicado, ascendió en 2013 a 609.536,78 euros y tuvo la siguiente distribución:

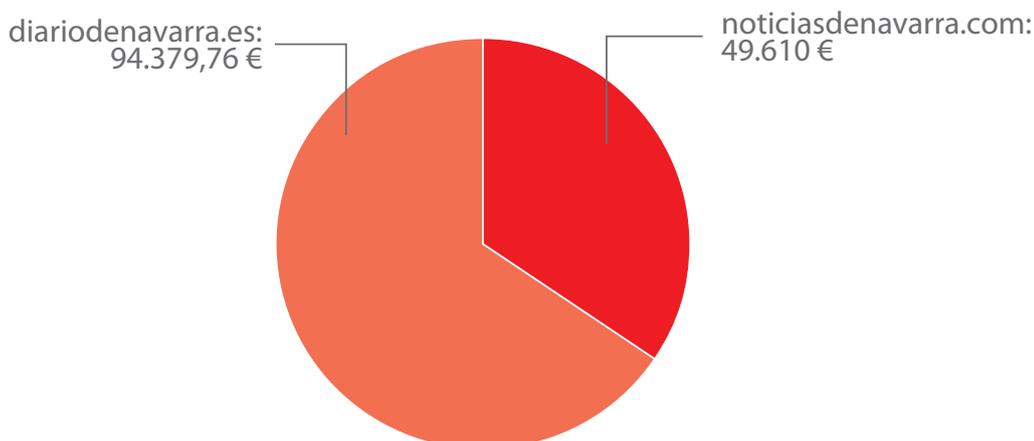
■ Inversión por canales de comunicación



Distribución del gasto por medios de comunicación

La distribución del gasto en publicidad institucional en los principales medios de comunicación (diarios digitales, prensa diario y radio) es la siguiente:

■ Inversión en Internet

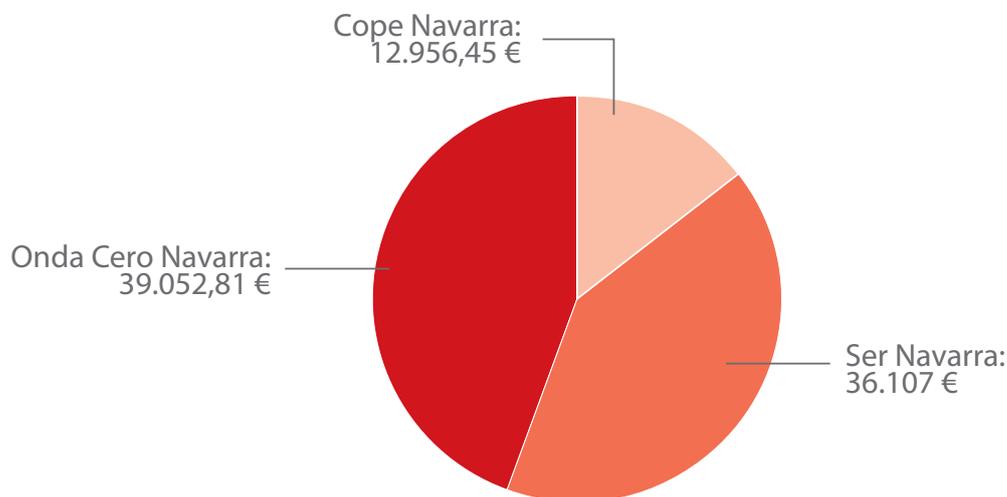


■ Inversión prensa diaria publ. avisos



■ Inversión prensa diaria publ. creativa

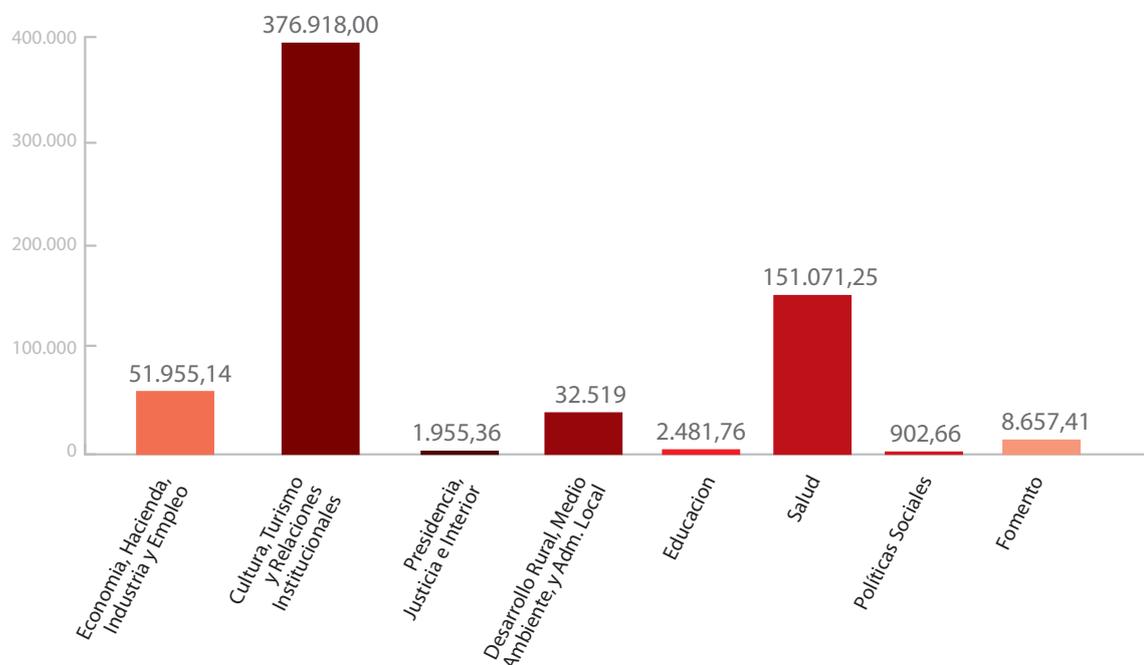


Inversión radio**Distribución del gasto por departamentos**

Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales fue en 2013 el departamento del Gobierno de Navarra más inversor en materia de publicidad institucional, dado que en su estructura radica esta Dirección General de Comunicación – Oficina del Portavoz del Gobierno, que es la unidad que realiza las inversiones publicitarias de carácter corporativo.

El segundo departamento inversor, el de Salud, empleó 150.000 euros de los 151.071,25 euros abonados en 2013 en una sola campaña: la de promoción de la campaña de prevención de cáncer de colon.

■ Inversión en publicidad por departamentos



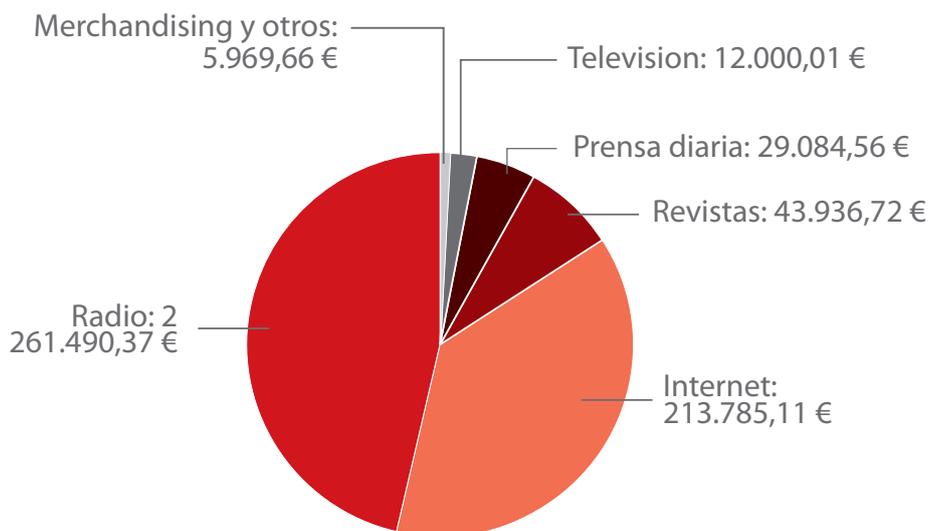
Promoción de la marca turística de Navarra

La inversión publicitaria correspondiente a la marca turística "Navarra" ascendió en 2013 a 604.674,44 euros. De esta cantidad, 38.408,01 euros (6,35%) fueron destinados a financiar las labores de creatividad, mientras que el resto del gasto, 566.266,43 euros (93,65%), correspondió a inversión publicitaria propiamente dicha (medios de comunicación y otros soportes).

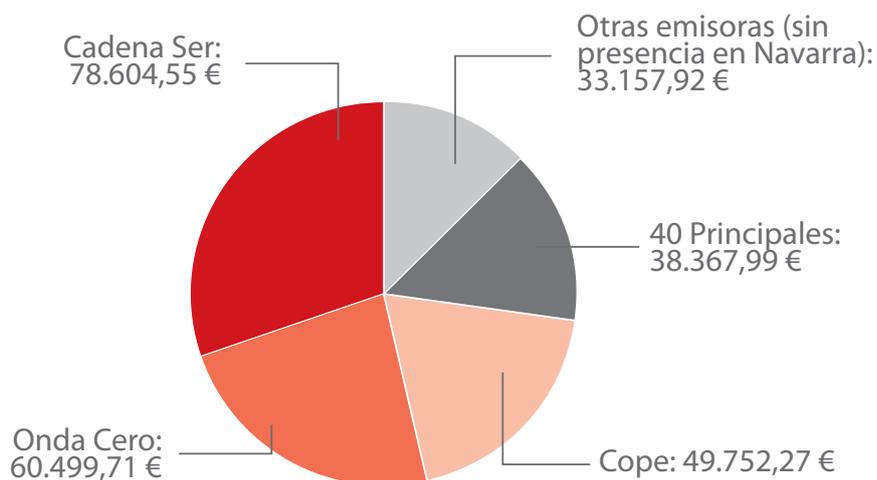
Distribución del gasto por canales y principales medios de comunicación

La inversión de la publicidad de Turismo Navarra en los diferentes soportes, como ya se ha explicado, ascendió en 2013 a 566.266,43 euros y tuvo la siguiente distribución entre los distintos canales y en los medios de comunicación de esos canales principales (radio y medios on-line):

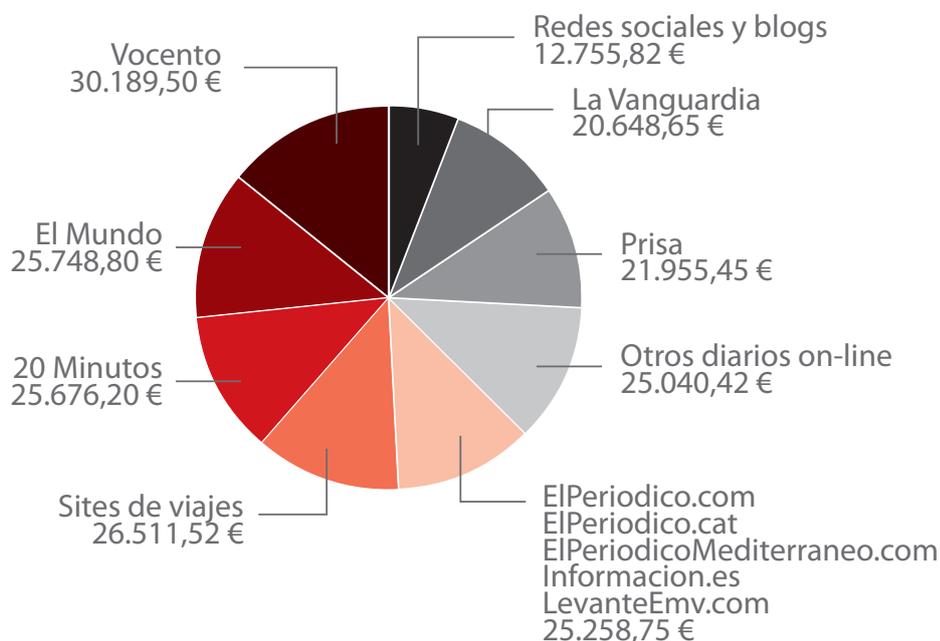
Inversión turismo por canales



Inversión turismo radio



Inversión turismo internet



portal www.navarra.es y redes sociales

La Sección de Portal y Tecnologías de la Comunicación ha desarrollado en 2013 las siguientes funciones y trabajos principales:

- 1) Intervenciones en el portal del **Gobierno de Navarra en Internet** (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 (7.538 aprobaciones en este año).
 - Gestión de banners promocionales en la página principal del portal a solicitud de los departamentos. Se realizaron 316 diseños gráficos que corresponden a 456 imágenes con distintas funciones.
 - Creación o adaptación de websites determinados para promociones de actos y proyectos institucionales. Entre los más destacados cabe citar la web de Sanfermines; del libro-proyecto "Relatos de plomo", que recoge el testimonio de las víctimas de ETA hasta 1986; y las campañas promocionales sobre menores en acogida, "No me da igual" en torno a la violencia contra las mujeres, y "Elige 90", la campaña de prevención del cáncer colorrectal.

- 2) Registro de cuentas oficiales del Gobierno de Navarra en las redes sociales: se ha creado un registro y se ofrece soporte a las distintas unidades del Gobierno que quieren participar en las redes sociales. La relación de iniciativas puede consultarse en esta dirección:
http://www.navarra.es/home_es/Gobierno+de+Navarra/Organigrama/El+Gobierno/Portavoz+del+Gobierno/Redes+sociales/

3. Gestión de los perfiles [@navarragob](#) y [@nafarroagob](#) en la red social **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. A lo largo del año 2013 se publicaron en este perfil 2.199 tuits, con 8.315 seguidores registrados y con seguimiento de 6.272 cuentas.
 - En el perfil en euskera, [@nafarroagob](#), se han publicado a lo largo del año 2013 un total de 457 tuits, con 142 seguidores y seguimiento de 74 cuentas.

- La Sección de Portal y Tecnologías de la Comunicación 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 Ciudadana.
- 4) Esta Sección ha participado a lo largo de 2013 en la puesta en marcha del nuevo portal en Internet del Gobierno de Navarra, habiéndose desarrollado el modelo conceptual del nuevo navarra.es y se ha **convocado la licitación del diseño del nuevo portal**:
<http://hacienda.navarra.es/sicpportal/mtoAnunciosModalidad.aspx?Cod=1310101330227B6C3E96>

medios audiovisuales

Los principales hitos del ejercicio 2013 en materia de medios audiovisuales son las resoluciones de los concursos de licencias de radio y televisión convocados en 2012 al amparo de la normativa foral que en ese año se aprobó para la regulación del sector audiovisual **Decreto 5/2012, de 25 de enero, sobre Servicios de Comunicación Audiovisual de la Comunidad Foral de Navarra**.

Además, la Dirección General de Comunicación gestionó en 2013 una nueva convocatoria de las ayudas a la producción audiovisual dirigidas a las televisiones navarras, por importe de 1,4 millones de euros.

Concurso de radios

Por **Orden Foral 14/2013**, de 22 de febrero, del Consejero de Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales, se resolvió el concurso público para el otorgamiento de 44 licencias para la prestación del servicio de comunicación audiovisual de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia en la Comunidad Foral de Navarra.

De acuerdo con ello, un total de 17 empresas radiofónicas obtuvieron 42 nuevas licencias de FM, distribuidas en 15 localidades. Otras dos licencias, en Burguete, quedaron desiertas por falta de ofertas. De las 17 empresas que resultaron beneficiadas por el concurso, 12 carecían de licencia de radio en Navarra y 5 ya estaban presentes en localidades distintas.

A la convocatoria habían concurrido 142 ofertas procedentes de 26 personas físicas o jurídicas, de las que finalmente se analizaron 117 proyectos. Con este concurso, Navarra duplicó en 2013 la oferta radiofónica de licencias de FM existente hasta esa fecha, que sumaba 20 emisoras y se posibilitaba el acceso a las emisiones en FM en ocho demarcaciones que carecían de oferta de emisoras privadas hasta entonces: Améscoa Baja, Burguete, Baztan, Bera, Isaba, Larraun/Baraibar, Leitza y Ochagavía.

Concretamente, los nuevos adjudicatarios son los siguientes: Abian Komunikazioa S.L. (9 emisoras), Radio Popular S.A. (6 licencias), Kiss Radio S.A. (4) y Zeroa Multimedia S.A. (3). Por su parte, con dos licencias cada uno figuran Agrupación Radiofónica S.A.U., Asociación Cultural Xorroxin Elkartea, Radio Amanecer S.A., Radio Publi S.L., Radiodifusora Navarra S.A.U., Radiodifusión del Principado S.L., y Uniprex S.A.U. Finalmente, obtienen una licencia Libertad Digital S.A., Sauzal 66 S.L., YRI Multimedia Comunicación S.L., Pevesa Comunicación S.L., Unidad Editorial S.L., y Asociación ONG Pausu Media.

Concurso de TDT, local y autonómica

Por medio de las **órdenes forales 48/2013** y **49/2013**, de 28 de agosto, del Consejero de Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales, se resolvieron los concursos público para el otorgamiento de licencias para la prestación del servicio de comunicación audiovisual de televisión digital terrestre (TDT) en Navarra, tanto el correspondiente a canales de cobertura local como autonómica.

Respecto al concurso para los dos canales vacantes en el múltiple autonómico de Navarra, las licencias correspondieron a Abian Komunikazioa S.L., por su proyecto de televisión generalista NBR TV, y al grupo multimedia Vaughan, especializado en programación temática para el aprendizaje de inglés.

La primera de las propuestas fue presentada por la mercantil Abian Komunikazioa, adjudicataria también en el concurso de emisoras de radio FM de nueve licencias. Es una mercantil que no tiene aún actividad y que presentó una propuesta televisiva de carácter generalista, con dos tercios de su programación con contenidos referidos a la Comunidad Foral y una vocación eminentemente informativa. Una cuarta parte de su programación será en vascuence.

La segunda licencia fue otorgada a la mercantil Vaughan, que ya está presente en la Comunidad Foral a través de la oferta radiofónica anexa a los canales nacionales de TDT. Esta empresa promoverá una oferta televisiva temática para el aprendizaje del inglés, con una parrilla con contenidos segmentados para las audiencias conforme a su nivel de dominio de esa lengua y programación especial para el público infantil a la hora del desayuno y la merienda. También ofrecerán programación propia elaborada en Navarra y sobre la Comunidad Foral, de lunes a viernes, con una duración inicial de treinta minutos diarios.

Por su parte, la Asociación Cultural Xaloa, que presentó un proyecto televisivo autonómico que fue propuesto con la segunda mejor puntuación por la Mesa de Valoración, renunció a desplegar esta televisión, a favor de la televisión local que va a realizar para la Comarca de Pamplona. Xaloa fue una de las adjudicatarias de canal local de TDT para la Comarca de Pamplona, junto con las realizadas por la mercantil vasca Hamaika Telebista Hedatzeko Taldea S.A. y la ya mencionada Abian Komunikazioa S.L., que presentó un segundo proyecto televisivo para la demarcación de la capital navarra.

Xaloa va a extender a la Comarca de Pamplona el proyecto de televisión de proximidad que ya explota en la comarca de Baztan-Bidasoa desde 1998 con el objetivo de fomentar el uso del vascuence. Para esta nueva licencia ha previsto una programación propia de servicio ciudadano de 39,5 horas semanales y una parrilla bilingüe castellano-euskera.

La segunda licencia para la demarcación pamplonesa fue la realizada por Hamaika Telebista Hedatzeko Taldea S.A., una mercantil vasca que ya gestiona una decena de televisiones locales en la comunidad vecina y que está promovida por tres grupos de prensa diaria: los del Noticias (editores de Diario de Noticias y Deia); Berria e Hitzaz; y EKHT (editora de los diarios Gara y Le Journal du Pays Basque). Presentó una oferta generalista con 131 horas de programación propia (el 78,5% del total) íntegramente en vascuence.

Además, la tercera licencia de emisión para Pamplona y su comarca fue para la mercantil Abian Komunikazioa S.L., que presentó un proyecto televisivo muy similar que el que le mereció una licencia autonómica, con un tercio de los contenidos centrados en el ámbito local de su difusión.

Finalmente, la demarcación de Tafalla también contará con una oferta de televisión local, Zona Media Televisión, que presentó un particular, Francisco Javier Ramos Cizaurre. Es una oferta generalista que procurará 32 horas de producción semanal centradas en la Merindad de Olite, íntegramente en castellano.

Ayudas a la producción audiovisual de las televisiones

El Gobierno de Navarra acordó el 20 de febrero de 2013 autorizar a la Directora General de Comunicación para la concesión directa a Editora Independiente de Medios de Navarra S.A. de una subvención de 1.400.000 euros para la promoción de contenidos audiovisuales durante 2013.

La autorización del Gobierno era preceptiva dado que se trata de una ayuda pública que se otorga sin concurrencia, lo que se justifica por ser el único operador de televisión con licencia de TDT para Navarra y porque la cuantía de la ayuda supera el millón de euros, de acuerdo con la dispuesto por la Ley Foral 11/2005 de Subvenciones.

De acuerdo con las bases de la subvención, se garantizó para 2013 una parrilla de programación semanal con los siguientes contenidos mínimos:

- informativos diarios
- debate político y social
- reportajes informativos
- programa cultural y de ocio
- programa magazine
- programa deportivo
- programa sobre federaciones y Juegos Deportivos de Navarra

Además, recibieron financiación pública cuatro programas más de carácter semanal propuestos por Navarra Televisión, dos de ellos también en vascuence (duplicando la programación anterior en dicha lengua).