



Memoria de Actividades 2011

PAMPLONA, OCTUBRE 2011

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
INDICADORES DE ACTIVIDAD DEL CoAN EN 2011	9
MEMORIA DE ACTIVIDADES DEL CoAN EN 2011	11
1. Cumplimiento de la legislación audiovisual en Navarra.....	12
1.1. Cumplimiento de la legislación por parte de los operadores audiovisuales	12
1.2. Actuaciones del CoAN respecto al seguimiento de los contenidos emitidos por los operadores navarros de radio y televisión	17
1.3. Seguimiento de la publicidad institucional y de los acuerdos realizados por las Administraciones Públicas con los medios de comunicación audiovisuales.....	20
2. Contribución a la calidad de los contenidos ofrecidos por los medios audiovisuales navarros.....	22
2.1. El ‘Código de correulación para la calidad de los contenidos audiovisuales en Navarra 2011’ (“Código CoAN”)	22
2.2. Certificado de Calidad Audiovisual.....	28
2.3. Recomendaciones del CoAN sobre la cobertura informativa del periodo electoral por los medios de comunicación audiovisuales de ámbito regional.....	31
2.4. Informe sobre la presencia del euskera en las emisiones realizadas por los prestadores de servicios de comunicación audiovisual que operan en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra	36
2.5. Estudio sobre las emisiones por géneros de programas en las televisiones regionales	38
3. Relación entre los ciudadanos y los medios audiovisuales navarros	42
3.1. La Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA)	42
3.2. Campaña ‘Familia y Pantallas Audiovisuales’	45
3.3. El CoAN y la protección de menores	49
4. Impulso del sector audiovisual en Navarra	52
4.1. Barómetro Audiovisual de Navarra 2010	52
4.2. Convenios de colaboración	55
4.3. Foro de la Comunicación de Navarra	56
5. Funcionamiento interno del CoAN	58
5.1. Composición y personal	58
5.2. Presupuesto e Inventario de bienes y derechos.....	60
5.3. Agenda institucional en 2011	62

INTRODUCCIÓN

El Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN) presenta la memoria que recoge las principales acciones que ha desarrollado durante los meses comprendidos entre enero y octubre de 2011.

De este modo, y sumada a los Informes Anuales elaborados entre 2002 y 2010, queda recogida y documentada toda la labor que ha desempeñado esta institución desde su constitución el 22 de febrero de 2002 hasta su supresión con la aprobación en el Parlamento de Navarra de la Ley Foral 15/2011, de 21 de octubre, por la que se deroga la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra.

En total han sido casi diez años de actividad en los que el CoAN ha trabajado con vocación de servicio, transparencia e independencia consiguiendo, por qué no decirlo, grandes logros. Sirvan de ejemplo tres de ellos:

En primer lugar, el CoAN ha sido pionero en nuestro país en implantar un sistema de corregulación audiovisual. Así se ha ganado una fama de regulador amable pero eficaz. No ha sido un órgano censor, sino todo lo contrario: ha trabajado desde el diálogo, la corresponsabilidad y la eficacia.

En segundo lugar, a iniciativa del CoAN, y también gracias a su insistencia, Navarra se dotó de una regulación específica para proteger al menor de los contenidos televisivos nocivos para su desarrollo físico, mental o moral. De este modo, nuestra Comunidad se adelantaba un año a la normativa que luego se aprobó a nivel nacional mediante la Ley General de la Comunicación Audiovisual.

Estas y otras acciones de inspección, control, informe, recomendación y requerimiento han permitido que las televisiones regionales cumplan escrupulosamente las normas de protección del menor vigentes en Navarra.

En tercer lugar, el CoAN ha liderado la educación audiovisual y la formación mediática de la población, en especial de las familias. En su ánimo ha estado siempre beneficiar al conjunto de la sociedad, puesto que en una sociedad

democrática deben vivir ciudadanos informados y críticos, no meros telespectadores pasivos.

Estos resultados pueden avalar, por sí solos, la necesidad de contar en Navarra con un Consejo Audiovisual. Pero hay más razones. Porque, como es lógico, una administración independiente está más capacitada para ordenar sectores con problemas estructurales –por ejemplo, el radiofónico regional–. Una regularización que los sucesivos y cambiantes Gobiernos no han acometido por no afrontar problemas globales y consolidados en el tiempo, por falta de tiempo o de priorización de estos asuntos, por la negativa imagen pública que podría acarrear la toma de determinadas decisiones, o por no dejar descontentos a alguna empresa o medio.

Asimismo, la experiencia del CoAN en estos años ha constatado que un sector como el audiovisual navarro necesita de un organismo que lo coordine e impulse, que aporte continuidad en el tiempo y no cambios continuos según los plazos electorales, con una visión global de las necesidades del conjunto del sector.

Por otra parte, el CoAN, como ha quedado patente, aporta seguridad jurídica, conocimiento y dedicación completa en todas las actividades que ha desarrollado. Además, la única vez que se ha preguntado explícitamente a los navarros por la necesidad de un Consejo Audiovisual, un 82% respondió afirmativamente a la cuestión de la existencia del CoAN como “órgano independiente que vigile y regule el sector”.

Aun así, la realidad es tozuda y no se puede cambiar: el mismo Parlamento que creó al Consejo Audiovisual de Navarra en 2001 ha decidido ahora suprimirlo.

Sin embargo, en el camino quedan cuestiones relativas al sector audiovisual que todavía no se han solucionado, algunas de ellas reseñadas reiteradamente por el CoAN y que ahora quedarán pendientes de resolver. La distribución de competencias entre el Gobierno de Navarra y el CoAN ha impedido al Consejo liderar todas las acciones en aquellos ámbitos donde podía haber aportado soluciones. La solución prevista y más adaptada a la regulación jurídica de nuestro entorno pasaba porque el CoAN asumiera la mayor parte de las funciones relativas a la regulación del sector; la solución elegida, con la supresión del CoAN, supone un retroceso democrático en la medida que se gubernamentalizan cuestiones relacionadas con los medios de comunicación.

Lo más necesario es realizar un diagnóstico completo del sector para encontrar debilidades, localizar fortalezas y plantear campos de acción que faciliten que las próximas decisiones que afecten al conjunto del sector sean las más apropiadas. Posteriormente es básica la implantación de un plan de impulso del sector audiovisual en la Comunidad Foral, cuestión que ya fue propuesta al Gobierno de Navarra hace cuatro años. Este plan no tiene por qué implicar más coste sino, en gran medida, una racionalización del esfuerzo y el gasto y una batería de medidas concretas y decididas.

La efectiva regulación del sector radiofónico es una de las asignaturas pendientes desde hace años. Si bien el CoAN ha conocido que el Gobierno de Navarra ha iniciado los trámites pertinentes para empezar a aplicar soluciones con el Proyecto de Decreto Foral sobre Servicios de Comunicación Audiovisual en la Comunidad Foral de Navarra, este es sólo el punto de partida de un proceso que debe conducir hacia la configuración de un mercado plural, en el que se respete la legalidad vigente y adaptado a las demandas ciudadanas del siglo XXI.

En todo caso, es conveniente que antes de convocar el concurso de adjudicación de las licencias de radiodifusión que el Plan Técnico Nacional de 2006 concedió a Navarra, el Gobierno solicite al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio la redistribución de las frecuencias disponibles en el conjunto de la geografía foral para habilitar más en Pamplona y Tudela. Actualmente, únicamente están contempladas dos en cada ciudad, claramente insuficientes ante la demanda que se espera cuando se inicien los concursos.

Además se deberá clarificar si, con el nuevo marco jurídico establecido con la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual, se mantiene la obligación a los prestadores del servicio de radiodifusión de cumplir el contenido de las propuestas que realizaron en los concursos en los que obtuvieron la correspondiente concesión, hoy licencia.

El Gobierno de Navarra también deberá dar una solución al problema que plantean las emisoras radiofónicas que emiten sin licencia y deberá clarificar el actual régimen de las radios municipales, asunto sobre el que el CoAN ha señalado reiteradamente que debe ser abordado por el ejecutivo foral.

En cuanto al sector televisivo, es necesario reformar el sistema de ayudas a la producción audiovisual, implantado en 2006 a propuesta del CoAN, para evitar

duplicidades y conseguir que cumpla un verdadero fin de servicio público y de proximidad.

Sobre el ámbito de la televisión local, el CoAN ha recibido en los últimos meses consultas de empresarios interesados en optar a una licencia para emitir en alguna de las cinco demarcaciones de TDT local. Ante la posibilidad técnica de realizarlo, es preciso que el Gobierno de Navarra lo considere. Asimismo, es necesario buscar una solución de la demanda que existe para prestar el servicio de TDT local en la zona Norte de Navarra, ya sea a través de demarcaciones específicas o ampliando y modificando las ya existentes.

Respecto a la programación en la televisión, el CoAN ve interesante recuperar la propuesta que realizó en 2008 al Ministerio de Industria para que unificase los sistemas de señalización y calificación de los contenidos televisivos, de los videojuegos y demás productos audiovisuales.

Por otra parte, el Consejo Audiovisual de Navarra continúa considerando, tal y como lo expresó su presidente, Ramón Bultó, en sede parlamentaria en junio de 2010, que la captación de la ETB en Navarra a través de la TDT ya debería de estar solucionada.

Asimismo, todavía queda pendiente la iniciativa legislativa que el CoAN propuso al Gobierno de Navarra de regular la publicidad institucional y que todavía no se ha materializado en su correspondiente proyecto de ley. El CoAN sigue considerando relevante y necesario definir el concepto de publicidad institucional y establecer los criterios, requisitos y principios que obligatoriamente deban observarse en su práctica y contratación por las Administraciones Públicas integrantes del sector público de Navarra. Esta iniciativa fue trasladada al Gobierno de Navarra por última vez el año pasado.

También con la supresión del CoAN se cancelarán diversas actividades de alfabetización mediática que realizaba esta institución. Este tipo de formación está siendo impulsada en los últimos años por la Unión Europea y surge ante la necesidad de dotar a la población de aquellas habilidades, conocimientos y capacidades de comprensión que les permitan utilizar con eficacia y seguridad los medios audiovisuales.

Por ello, el CoAN cree necesario que sean otras Administraciones Públicas y entidades de la sociedad civil de la Comunidad Foral quienes continúen y potencien la campaña “Familia y pantallas audiovisuales”, iniciada en 2006, cuyo objetivo es que los menores hagan un uso y consumo responsable de la televisión, Internet, videojuegos y teléfonos móviles.

Es imprescindible también que se inicien en centros educativos acciones destinadas a formar a los alumnos en un uso positivo de las TIC. A modo de ejemplo, el CoAN había empezado la elaboración de una unidad didáctica destinada a alumnos de 5º de Educación Primaria en la que se les enseñaba desde un punto de vista positivo los beneficios de las TIC atendiendo, también como es lógico, a cómo mitigar los riesgos. De esta manera se les formaba en competencias digitales, uno de los retos de la educación del siglo XXI.

Otro proyecto que el CoAN no ha podido finalizar es la elaboración de una “Guía para el buen uso y consumo de los medios”. Iba a ser una publicación realizada por reconocidos expertos de ámbito nacional en el que de manera accesible se explicaba a los ciudadanos cómo hacer un mejor uso, más crítico, de los medios de comunicación. Todo ello con el objetivo de que su acceso a las ofertas de información, entretenimiento y publicidad fuera más libre.

Finalmente, el CoAN, a través del ‘Foro de la Comunicación de Navarra’, había comenzado a trabajar directamente con los profesionales. Por ello, se podría considerar la posibilidad de facilitar, más que ejecutar, prácticas que redunden en beneficio de los profesionales de la comunicación, de la mano de la Asociación de Periodistas de Navarra o de cualquier otra agrupación con dedicación a estos temas. Algunos asuntos de interés son la formación, la divulgación y el impulso del emprendimiento en el sector.

Son muchas cuestiones pendientes y relacionadas con un sector que está siendo especialmente sensible a la actual crisis económica. La fragmentación de las audiencias, la disminución de la inversión publicitaria y el aumento de la oferta hacen que el sector audiovisual de Navarra se encuentre en un momento especialmente sensible y que, sin duda, marcará su futuro más inmediato.

INDICADORES DE ACTIVIDAD DEL CoAN EN 2011

La actividad que ha desarrollado el Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN) durante los meses de enero y octubre de 2011 se puede ver reflejada de modo detallado y exhaustivo en el siguiente cuadro de indicadores:

<ul style="list-style-type: none"> • Informes, Documentos y Publicaciones: 85 • Reclamaciones tramitadas (Oficina de Defensa de la Audiencia): 33 • Familias participantes en talleres de alfabetización mediática: 510 • Organización, participación y asistencia a reuniones y eventos: 50 	
Cumplimiento de la legislación audiovisual en Navarra	
Seguimiento de la programación de las <u>televisiones</u> que cuentan con título habilitante en la Comunidad Foral (365 días al año las 24 horas del día)	27
<ul style="list-style-type: none"> • 27 Informes periódicos cuantitativos sobre seguimiento de contenidos 	
Seguimiento de la programación de las <u>radios</u> que cuentan con título habilitante, mediante grabaciones e instancias a los operadores	7
<ul style="list-style-type: none"> • 7 Informes sobre seguimiento de contenidos 	
Informes sobre aspectos concretos de <u>contenidos de programación</u>	3
<ul style="list-style-type: none"> • Balance de volúmenes de obras navarras y europeas • Balance de géneros de programación 	2 1
Informes sobre aspectos concretos de <u>contenidos de publicidad</u>	4
<ul style="list-style-type: none"> • Informe sobre publicidad en franjas de protección reforzada • Informe sobre patrocinio en televisiones regionales • Informe jurídico sobre comunicaciones comerciales de naturaleza política • Informe sobre comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas 	1 1 1 1
Otros informes:	2
<ul style="list-style-type: none"> • Informe sobre proporcionalidad en informativos durante campaña electoral • Informe en relación con la presencia del euskera en las emisiones realizadas por los prestadores de servicios 	1 1
Propuestas al Parlamento y al Gobierno de Navarra	4
Seguimiento y control de publicidad institucional y acuerdos suscritos por las <u>Administraciones Públicas</u> con los medios de comunicación audiovisual	8
<ul style="list-style-type: none"> • Control del volumen de publicidad institucional de administraciones 	8
Acciones relacionadas con la potestad <u>sancionadora</u>	11
<ul style="list-style-type: none"> • Requerimientos 	11
Relación entre los ciudadanos y los medios audiovisuales navarros	
Oficina de Defensa de la Audiencia	
<ul style="list-style-type: none"> • Reclamaciones presentadas y tramitadas 	33
Campaña de alfabetización "Familia y Pantallas Audiovisuales 2010/2011"	
<ul style="list-style-type: none"> • Talleres formativos impartidos en el año 2011 • Aula virtual (ediciones/participantes) en el año 2011 • Familias participantes 	19 4/120 480

Contribución a la calidad de los contenidos ofrecidos por los medios audiovisuales navarros	
Código de Corregulación (“Código CoAN 2011”)	8
<ul style="list-style-type: none"> • Informes de seguimiento del Código • Reuniones del Comité de Vigilancia • Concesión del Certificado de Calidad Audiovisual 	1 1 6
‘Recomendaciones del CoAN sobre la cobertura informativa del periodo electoral por los medios de comunicación audiovisuales de ámbito regional’	
Impulso del sector audiovisual en Navarra	
‘Barómetro Audiovisual de Navarra 2010’	
<ul style="list-style-type: none"> • Presentación pública del ‘Barómetro Audiovisual de Navarra 2010’ • Publicación del ‘Barómetro Audiovisual de Navarra 2010’ 	1 1
Foro de la Comunicación de Navarra	
<ul style="list-style-type: none"> • Convenio de colaboración con la Asociación de Periodistas de Navarra • Cursos de formación para profesionales 	1 3
Seguimiento de la evolución de la TDT e información a la población navarra	2
<ul style="list-style-type: none"> • Participación en el Foro de la TDT en Navarra • Notas de prensa sobre la TDT 	1 1
Otras acciones e indicadores de actividad	
Informes solicitados por la Administración	3
<ul style="list-style-type: none"> • Por el Gobierno de Navarra • Por el Parlamento de Navarra 	2 1
Actividades internas	2
<ul style="list-style-type: none"> • Aprobación del Plan de Gestión del CoAN 2011 • Carta de Servicios del CoAN 	1 1
Registro de Titularidad de los Medios de Comunicación Audiovisuales	17
<ul style="list-style-type: none"> • Actualización de inscripciones 	17
Relaciones con otras autoridades de regulación	4
<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de la Plataforma de Autoridades de Regulación Europea (EPRA) • Reuniones de la Conferencia Ibérica de Consejos Audiovisuales (CICA) • Reuniones con otros Consejos españoles y con el Ministerio de Industria 	1 1 2
Otros eventos organizados y/o patrocinados por el CoAN	3
<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del ‘Barómetro Audiovisual de Navarra 2010’ • IV Encuentro de la Conferencia Ibérica de Consejos Audiovisuales 	
Reuniones con entidades, personas y agentes implicados en el sector	23
<ul style="list-style-type: none"> • Con responsables de operadores regionales • Con otras Administraciones y otros agentes del sector • Con representantes de partidos políticos 	9 10 4
Convenios de colaboración	2
<ul style="list-style-type: none"> • Con la Asociación de Periodistas de Navarra • Con la Asociación de Empresas Navarras de TIC (ATANA) 	1 1
Participación y asistencia a jornadas, cursos y congresos	8
Sesiones celebradas por el CoAN	19
Comparecencias ante el Parlamento de Navarra	1

Parte I: MEMORIA DE ACTIVIDADES

El Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN) aprobó para el periodo 2009-2011 su segundo Plan Estratégico.

Los **objetivos estratégicos** aprobados para este trienio son cinco:

- I. Contribuir al impulso del sector audiovisual en la Comunidad Foral de Navarra.
- II. Vigilar el cumplimiento de la legislación en los medios de comunicación audiovisuales.
- III. Velar por el incremento de la calidad en los contenidos ofrecidos por las empresas de comunicación audiovisuales.
- IV. Proteger la correcta relación entre los ciudadanos y los medios audiovisuales navarros.
- V. Consolidar el funcionamiento del Consejo Audiovisual de Navarra.

Los objetivos estratégicos se concretan en doce operativos, susceptibles de ser revisados anualmente y se delimitan en cada ejercicio en un Plan de Gestión anual.

Así, a lo largo de estos meses de 2011, el CoAN ha enmarcado su actividad dentro de los objetivos definidos en su Plan Estratégico trianual, cumpliendo con las funciones atribuidas en el artículo 26 de la Ley Foral de 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra. De este modo, y con el fin de ofrecer una mayor claridad, **la estructura de la presente Memoria de Actividades sigue la línea marcada por los cinco objetivos estratégicos.**

CAPÍTULO 1

CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN AUDIOVISUAL EN NAVARRA

El Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN) era “el órgano competente para velar por el cumplimiento de la legislación, las reglamentaciones o cualesquiera otras normas reguladoras de la producción, programación y publicidad en el sector audiovisual en Navarra”, según se establece en el artículo 20.3 de la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra.

En cumplimiento de esta labor, el CoAN realizaba un seguimiento continuo de los contenidos de programación y publicidad de los operadores televisivos y radiofónicos sobre los que tiene competencia.

1.1. CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN POR PARTE DE LOS OPERADORES AUDIOVISUALES

Los servicios técnicos del CoAN desarrollaban un seguimiento sistemático de los contenidos emitidos por los operadores televisivos regionales con título habilitante, grabando las 24 horas de programación los 365 días del año, y llevando a cabo controles aleatorios de la programación de las emisoras radiofónicas con título habilitante en Navarra. Esta diferenciación en el tratamiento se debía al mayor desarrollo normativo que existe para el medio televisivo frente al radiofónico, al mayor número de emisoras de radio que de televisión, y al mayor impacto de la programación televisiva que la radiofónica en la sociedad en general, y en los menores en particular.

1.1.1. CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN POR PARTE DE LOS OPERADORES DE TELEVISIÓN

El CoAN elaboraba **informes mensuales sobre las infracciones cometidas por los operadores televisivos, que les eran remitidos para su consideración y corrección de las irregularidades detectadas**. Del balance general de la evolución de infracciones desde enero a septiembre de 2011 cabe realizar las siguientes apreciaciones:

- No se ha producido ninguna infracción respecto a la **‘Emisión de programas para mayores de 18 años en horario protegido’**. De este modo, se consolida la tendencia registrada en 2010, año en el que tampoco hubo ninguna infracción (en 2009 fueron 69).
- Por su parte, las infracciones referidas a la **‘Emisión de programas no recomendados para menores de 13 años en franjas de protección reforzada’** han desaparecido en estos nueve meses de 2011. Cabe recordar que en 2010 se cometieron 13 infracciones de este tipo y en 2009 se alcanzaron las 193.
- Las infracciones englobadas dentro de la categoría **‘Tiempo de emisión dedicado a la publicidad y a la televenta’** continúan reduciéndose respecto a años anteriores y se han aproximado en los últimos meses a su completa desaparición.

Por lo tanto, **el balance de los meses transcurridos de 2011 en cuanto al seguimiento de contenidos de programación y publicidad es satisfactorio**, pues se ha consolidado la ausencia de infracciones de emisiones de programas para mayores de 18 años, se han erradicado las infracciones de emisiones de programas no recomendados para menores de 13 años en las franjas de protección reforzada y han prácticamente desaparecido las irregularidades en cuanto al tiempo de emisión dedicado a la publicidad y a la televenta.

Estudio del volumen de obras navarras

Durante el presente año el CoAN ha continuado verificando el grado de **cumplimiento de las exigencias de emisión de un volumen mínimo de obras navarras**, recogido en la Ley Foral 18/2001, por parte de las televisiones regionales. Así, el artículo 4.1 de dicha Ley señala que *“los operadores de televisión deberán reservar el 10 por 100 de su tiempo de emisión anual a la difusión de obras audiovisuales navarras”*; y el artículo 6.1 lo completa al indicar: *“A los efectos de los artículos anteriores de este capítulo, no se computará como tiempo de emisión el dedicado a informaciones, transmisiones deportivas, concursos o juegos, publicidad, televenta y servicios interactivos y de teletexto”*.

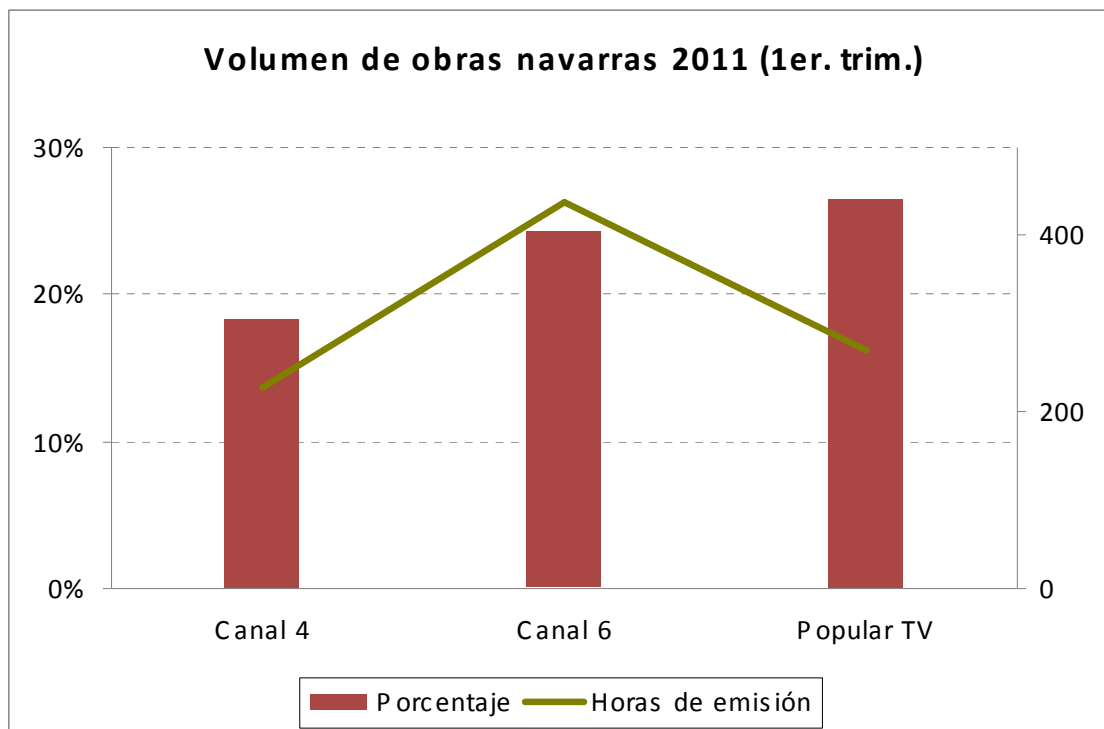
En años anteriores, el CoAN obtenía la media anual para este estudio analizando los meses de enero, febrero, marzo, septiembre, octubre y noviembre. No

obstante, en esta ocasión únicamente ha sido posible realizar un único informe examinando el primer trimestre de 2011. En dicho informe se ha analizado el volumen de contenidos de producción navarra emitidos por los tres prestadores del servicio de televisión digital terrestre, tanto de ámbito autonómico –Canal 4 Navarra y Canal 6 Navarra– como local –Popular TV Navarra–:

- **Las tres televisiones regionales cumplen la obligación de emitir un mínimo del 10% de obras navarras en sus programaciones**, exigida por la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio.
- A la hora de valorar los porcentajes es preciso acompañarlos del total de horas emitidas, pues la conjunción de ambas variables es la que ofrece la descripción real de la oferta de las televisiones regionales navarras:

Porcentaje de emisión y volumen total de obras navarras emitidas en el primer trimestre de 2011 en las televisiones regionales		
	Porcentaje	Horas de emisión
Canal 4 Navarra	18,32%	227
Canal 6 Navarra	24,18%	439
Popular TV Navarra	26,38%	269

El gráfico muestra visualmente que Canal 6 Navarra fue la televisión regional que más tiempo de obras navarras emitió en su programación (439 horas), aunque su porcentaje sea menor que el de Popular TV Navarra (269 horas).



Estudio del volumen de obras europeas

El CoAN también ha realizado un **estudio del volumen de obras de origen europeo** que los prestadores del servicio de televisión autonómica y local en Navarra han incluido en su programación del primer trimestre de 2011, a efectos de determinar si cumplen lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

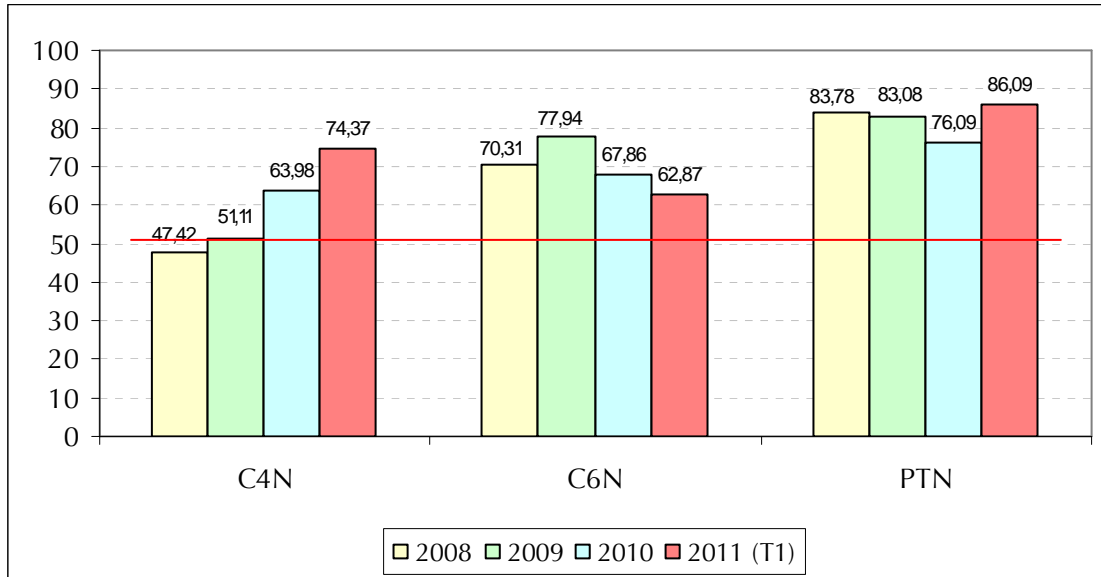
En concreto, el punto 2, dedicado al 'derecho a la diversidad cultural y lingüística', señala: *"Para la efectividad de este derecho, los prestadores del servicio de comunicación televisiva de cobertura estatal o autonómica deben reservar a obras europeas el 51% del tiempo de emisión anual de cada canal o conjunto de canales de un mismo prestador con exclusión del tiempo dedicado a informaciones, manifestaciones deportivas, juegos, publicidad, servicios de teletexto y televenta"*.

Por su parte, la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, no mencionaba expresamente ninguna obligación relativa a la inclusión de una cuota mínima de obras de origen europeo en las emisiones de los agentes habilitados para la prestación del servicio de televisión en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra. Sin embargo, la disposición adicional cuarta de la ley navarra indica que *"las obligaciones contenidas en el capítulo II de la presente Ley Foral son complementarias de las establecidas en el capítulo II de la Ley 25/1994, de 12 de julio, que también deberán cumplir los operadores de televisión sujetos a la presente Ley Foral"*. El artículo 5.2 de la mencionada Ley Audiovisual de 2010 traslada los preceptos contenidos en el capítulo II de la derogada norma de 1994.

De los datos extraídos, basados en el análisis de los datos de emisión registrados durante los meses de enero, febrero, marzo de 2011, se deduce que **los tres operadores superan ampliamente el umbral del 51% de obras europeas que la normativa vigente establece**.

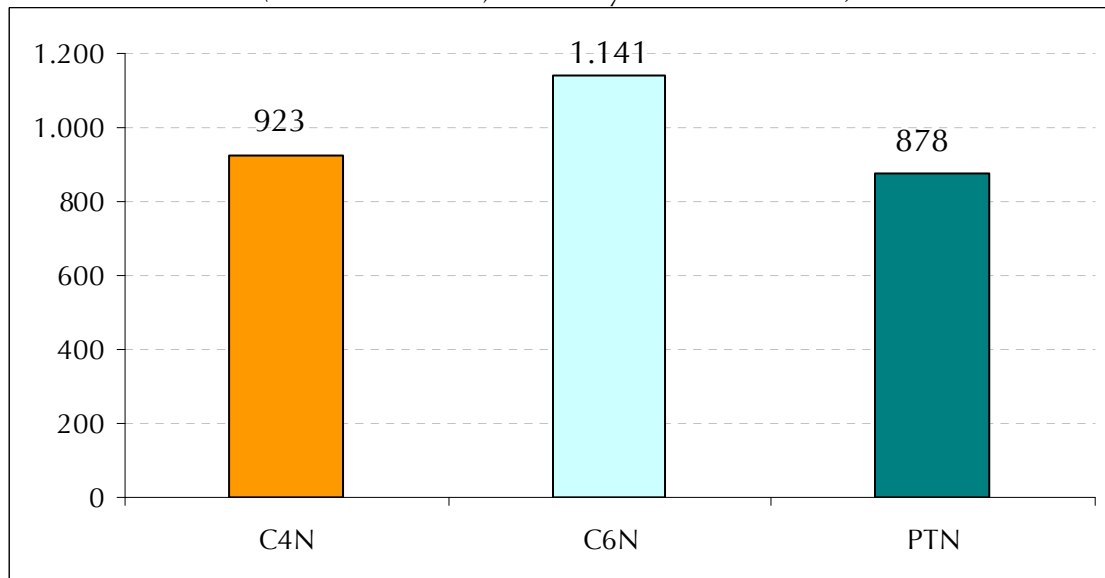
El gráfico que se inserta a continuación representa las cuotas alcanzadas por los operadores habilitados para la prestación del servicio de televisión en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra, en relación con la emisión de obras o producciones de origen europeo, tanto en el primer trimestre de 2011 como en 2008, 2009 y 2010:

PORCENTAJES DE OBRAS EUROPEAS EN LAS TELEVISIONES NAVARRAS
(Datos del primer trimestre de 2011 y comparación con 2008, 2009 y 2010)



Respecto al número total de horas de obras europeas emitidas, Canal 6 Navarra es el operador que más ha programado en el primer trimestre de 2011, seguido por Canal 4 Navarra.

HORAS DE OBRAS EUROPEAS EMITIDAS EN LAS TELEVISIONES NAVARRAS
(Datos de enero, febrero y marzo de 2011)



1.1.2. CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN POR PARTE DE LOS OPERADORES RADIOFÓNICOS

El CoAN, para dar cumplimiento a las funciones que tiene asignadas, ha seguido realizando, a lo largo de estos meses de 2011, un **seguimiento de los contenidos de programación y publicidad ofrecidos por los operadores con título habilitante en Navarra**. No obstante, este año no ha sido posible realizar dicho seguimiento a todas las emisoras.

En los seguimientos realizados se detectó una irregularidad por la **emisión en un operador radiofónico de una cuña publicitaria de bebidas alcohólicas al término de la emisión de un programa de carácter informativo sobre temas de interés público**. Por esta razón, y por Acuerdo del Pleno del CoAN de 28 de abril de 2011, se le requirió a dicho operador que ajustase sus contenidos publicitarios a la normativa vigente en esta materia.

Dejando al margen esta irregularidad, **no se han detectado infracciones de los contenidos de programación que deben regir las emisiones radiofónicas en Navarra**, según lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, que regula la actividad audiovisual en Navarra y crea el Consejo Audiovisual de Navarra.

1.2. ACTUACIONES DEL CoAN RESPECTO AL SEGUIMIENTO DE LOS CONTENIDOS EMITIDOS POR LOS OPERADORES NAVARROS DE RADIO Y TELEVISIÓN

El artículo 26.3 de la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula el sector audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra, otorgaba al CoAN poderes de propuesta o recomendación, requerimiento, informe, inspección y control, y de sanción para poder desempeñar correctamente la competencia que tiene en exclusiva de velar por el cumplimiento de la legislación audiovisual en Navarra.

1.2.1. EXPEDIENTES SANCIONADORES

Durante los meses transcurridos de 2011, y al igual que en el año 2010, no ha sido necesario que el CoAN abriera ningún periodo de información previa ni

iniciara ningún expediente sancionador, tal y como faculta al Consejo el artículo 18.2 de la Ley Foral 18/2001.

1.2.2. REQUERIMIENTOS

Durante 2011, el CoAN ha realizado **11 requerimientos**, por diversos motivos, a las empresas con licencia para la emisión de servicios audiovisuales en Navarra:

- Por Acuerdo 9/2011, de 24 de febrero, se requirió a ocho operadores, tanto televisivos como radiofónicos y en cuyos contenidos publicitarios se habían detectado mensajes de carácter político, para que se ajustasen a las exigencias marcadas por la normativa aplicable y extremasen los mecanismos de control para evitar que se repitiesen las situaciones de irregularidad constatadas.
- En virtud del Acuerdo 13/2011, de 24 de marzo, el CoAN requirió a un operador radiofónico que la inclusión en su programación de cuñas publicitarias se ajustase a las exigencias contenidas en la normativa aplicable y extremase los mecanismos de control oportunos. Se da la circunstancia de que se había detectado, en su programación de finales del año anterior, la inclusión de dos mensajes publicitarios de bebidas alcohólicas al término de la emisión de un programa de carácter informativo sobre temas de interés público.
- El 28 de abril, por el Acuerdo 22/2011, se realizó otro requerimiento, en el mismo sentido que el anterior, a otro operador radiofónico que también había emitido mensajes publicitarios de bebidas alcohólicas durante el transcurso de un boletín informativo.
- Por último, por Acuerdo 41/2011, de 25 de agosto, el CoAN requirió a un operador televisivo el cumplimiento de la legislación vigente en lo relativo a los tiempos de emisión de publicidad.

Como se puede observar, diez de los once requerimientos hacen referencia a comunicaciones comerciales de naturaleza política y de bebidas alcohólicas. Estas cuestiones fueron estudiadas detenidamente por el CoAN a través de dos informes jurídicos.

El primero de ellos hacía referencia a las **comunicaciones comerciales de naturaleza política** y en él se recogía la novedad que había significado la entrada en vigor de la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) en cuanto que se prohibía estas comunicaciones comerciales tanto las televisivas como las radiofónicas. Esto constituía un cambio significativo respecto a la regulación anterior, que sí permitía la emisión de estos mensajes publicitarios en la radio. Sin embargo, en el mes de marzo las Cortes Generales aprobaron una modificación de la LGCA que anulaba la prohibición de emitir comunicaciones comerciales de naturaleza política en radio.

El segundo informe jurídico se refería a las **comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas** en radio y constataba que, a pesar de que la LGCA no permitía expresamente la publicidad de bebidas alcohólicas en televisión, la Ley Foral 10/1991, de 16 de marzo, que regula la prevención y limitación del consumo de bebidas alcohólicas por menores, disponía la prohibición de emitir publicidad de bebidas alcohólicas durante los programas de carácter informativo sobre temas de interés público tanto de radio como de televisión.

1.2.3. COMUNICACIONES

Durante estos meses de 2011, se han realizado dos comunicaciones genéricas a los operadores radiofónicos y televisivos de Navarra, además de las comunicaciones ordinarias que se mantienen habitualmente.

La primera de ellas se envió a todos los operadores, tanto de televisión como de radio, el 17 de marzo. En ella se daba cuenta de la modificación, citada anteriormente, que habían introducido las Cortes Generales en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y mediante la cual se suprimía la prohibición, vigente desde el 1 de agosto de 2010, de emitir publicidad de naturaleza política en el medio radiofónico. Esta supresión había entrado en vigor, con efectos retroactivos, el 1 de marzo de 2011.

La segunda comunicación se envió el 28 de septiembre a los tres operadores televisivos con licencia en Navarra. En ella se les trasladaba unas consideraciones sobre la aplicación del principio de proporcionalidad en los informativos emitidos por las televisiones privadas durante la campaña electoral.

1.3. SEGUIMIENTO DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Y DE LOS ACUERDOS REALIZADOS POR LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS DE NAVARRA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES

El CoAN, al ser la institución encargada de garantizar el cumplimiento de la normativa audiovisual en la Comunidad Foral, también debía observar **la adecuada relación de la Administración con los medios de comunicación audiovisuales.**

Así, el artículo 26.1.e de la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, señalaba que el CoAN tiene que *“ser informado de los acuerdos suscritos entre la Administración Pública y los medios de comunicación audiovisuales en los que, directa o indirectamente, éstos reciban ayudas o subvenciones públicas o utilicen bienes o servicios de titularidad o dominio público”*. Asimismo, entre las atribuciones del CoAN se contempla el *“controlar y seguir los acuerdos de colaboración entre las Administraciones Públicas de Navarra y los medios de comunicación”* (artículo 26.1.f.) y *“controlar y seguir los volúmenes de publicidad institucional en los medios de comunicación”* (artículo 26.1.g.).

1.3.1. CONTROL DEL VOLUMEN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL POR PARTE DE LOS ÓRGANOS INTEGRANTES DEL SECTOR PÚBLICO DE LA COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA

En 2011, el CoAN se propuso controlar el volumen de publicidad institucional contratada, durante el año 2010 y en medios audiovisuales, por parte de los siguientes órganos integrantes del sector público de la Comunidad Foral: Gobierno de Navarra, Parlamento de Navarra, Universidad Pública de Navarra, Agencia Navarra de Emergencias, Ayuntamiento de Pamplona, Ayuntamiento de Tudela, Ayuntamiento de Estella-Lizarra, Ayuntamiento de Tafalla y Ayuntamiento de Sangüesa.

Cabe señalar, sin embargo, que debido a la aprobación del proyecto de Ley Foral que prevé la supresión del Consejo Audiovisual de Navarra, no ha sido posible realizar el estudio de esta cuestión ya que estaba previsto realizarlo en el último trimestre de 2011.

Asimismo, a principios de este año se informó a diferentes Administraciones Públicas de la Comunidad Foral que en 2012 se les controlaría el volumen de inversión publicitaria que hubieran realizado en medios audiovisuales durante este año 2011. Además de los organismos anteriormente citados, se iban a incluir en dicho estudio a la Hacienda Tributaria de Navarra, al Servicio Navarro de Salud y a los Ayuntamientos de Barañáin, Burlada, Ansoáin, Egüés, Milagro, Villava y Zizur Mayor.

Por último, **el CoAN continúa expresando la necesidad de dotar a la Comunidad Foral de Navarra de una ley reguladora de la publicidad institucional** que defina el concepto y establezca los criterios, requisitos y principios que obligatoriamente deban observarse en su práctica y contratación por las Administraciones Públicas integrantes del sector público de la Comunidad Foral, como ha puesto de manifiesto en diferentes ocasiones.

1.3.2. AYUDAS A LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DURANTE 2011

A la fecha de elaboración del presente Informe Anual, el CoAN no ha recibido ninguna comunicación del Gobierno de Navarra sobre las ayudas a la producción audiovisual que, desde 2006, concede a las tres televisiones regionales.

No obstante, cabe recordar que en los Presupuestos Generales de Navarra para 2011 figuraban tres partidas nominativas de 950.000 para cada una de las televisiones regionales. No obstante, según el ajuste presupuestario que el Gobierno de Navarra realizó en 1.334 partidas el pasado 28 de septiembre de 2011, estas partidas se redujeron en 150.000 euros cada una quedando ahora en 800.000 euros.

CAPÍTULO 2

CONTRIBUCIÓN A LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS OFRECIDOS POR LOS MEDIOS AUDIOVISUALES NAVARROS

Uno de los objetivos estratégicos del CoAN era contribuir, con su trabajo, a incrementar la calidad de los contenidos de programación y publicidad que se emiten en Navarra, proporcionando a los operadores herramientas concretas para que pudieran prestar un mejor servicio a los ciudadanos.

A lo largo de 2011 este empeño ha cristalizado en la actualización del ‘Código de correulación para la calidad de los contenidos audiovisuales en Navarra’ (“Código CoAN 2011”), la creación de un Certificado de Calidad Audiovisual, la elaboración de unas recomendaciones para la cobertura informativa del último proceso electoral, un informe sobre la presencia del euskera en los medios audiovisuales que operan en Navarra y un estudio sobre los géneros de los programas emitidos en las televisiones regionales.

2.1. CÓDIGO DE CORREGULACIÓN PARA LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN NAVARRA (“CÓDIGO CoAN 2011”)

Con el comienzo del nuevo año entró en vigor el **‘Código de correulación para la calidad de los contenidos audiovisuales en Navarra’** (“Código CoAN 2011”). Esta iniciativa de correulación supera a las anteriores fórmulas de autorregulación y regulación audiovisual y continúa siendo la única iniciativa formalizada en España. Asimismo, existen muy pocos referentes a nivel europeo.

Este nuevo texto incorporó al de 2010 tres actualizaciones relacionadas con la creación de una certificación de calidad audiovisual, con el derecho de información de los telespectadores y con la calificación de los programas televisivos. Son las siguientes:

- Al punto 1.1 del Código se añade el siguiente párrafo: *“En aras a ofrecer a los telespectadores una programación de creciente calidad, el CoAN y los operadores acordarán la creación de una certificación que distinga en*

positivo los espacios que presenten características dignas de especial mención”.

- El punto 3.9, de nueva creación, indica: *“Para un efectivo cumplimiento de lo dispuesto en la normativa sectorial vigente sobre la señalización y calificación de contenidos de programación en general, y la protección del menor en particular, los operadores pueden solicitar al CoAN un dictamen previo a la emisión de un programa o una serie en el que se propondrá una calificación por edades determinada, y que deberá ser asumida por la propia televisión e incluida antes de iniciar la emisión o después de una interrupción publicitaria”.*
- Por último, al punto 8.3 del Código se añade el siguiente párrafo: *“Como medida complementaria a los servicios ofrecidos por los operadores, el CoAN habilitará un espacio en su página web en el que se ofrezca la programación completa de las televisiones regionales, de tal forma que los telespectadores dispongan de un canal adicional de información sobre la oferta completa de programación de los operadores navarros”.*

Estas tres actualizaciones fueron acordadas por unanimidad en la segunda reunión del Comité de Vigilancia del “Código CoAN”, celebrada en noviembre de 2010 y en la que participaron tres representantes del CoAN y los tres directores de las televisiones regionales de Navarra.

Cabe recordar que todo el contenido recogido en el Código hace referencia a prácticas que van más allá de lo establecido en la actual regulación y son asumidas, voluntariamente, por los operadores firmantes; por tanto, los aspectos relacionados en el Código no colisionan con la libertad editorial y de empresa de la que los operadores disfrutan y que deben desarrollar. Conviene por ello destacar el **compromiso de los operadores televisivos regionales de ir más allá del contenido de las propias leyes** para emitir contenidos de calidad y adecuados al público infantil en los horarios de protección, y en otros aspectos como el pluralismo o el derecho a la información de los telespectadores.

Asimismo, este Código no menoscaba, de ninguna manera, las competencias del Consejo Audiovisual de Navarra referidas a la inspección, control y sanción de los contenidos de programación y publicidad. Es más, **el CoAN vela por el cumplimiento de lo establecido en el Código y realiza estudios periódicos** sobre

el cumplimiento del articulado íntegro y de las diversas partes que lo forman, comunicando los resultados obtenidos a los propios operadores y a la sociedad en general.

El “Código CoAN” está compuesto por un preámbulo, diez apartados (Derechos de los usuarios de los medios audiovisuales; Alfabetización mediática; Protección de menores; Pluralismo; Procesos electorales; Procesos judiciales; Inmigración; Información de los telespectadores; Publicidad; y Participación en concursos), y un anexo compuesto por unos criterios orientadores para la calificación de programas televisivos.

La adhesión al Código estaba abierta a todos aquellos operadores televisivos que dispongan de la correspondiente licencia administrativa para la emisión de servicios de radiodifusión televisiva, cualquiera que sea el medio de transmisión empleado, y cuya cobertura no sobrepase los límites territoriales de la Comunidad Foral de Navarra, incluyéndose las emisiones de cobertura limitada al ámbito geográfico regional realizadas por medios de comunicación cuyo espacio de cobertura sea superior.

Comité de vigilancia, seguimiento y actualización

El 14 de junio se reunió, en la sede del CoAN, el **Comité de Vigilancia del “Código CoAN”**. Este órgano, previsto en el propio Código de correulación, era el encargado de supervisar el cumplimiento de los acuerdos y compromisos recogidos en el texto y también el lugar donde se podían adoptar medidas complementarias o adicionales que reforzaran la eficacia del Código.

En dicha reunión participaron un miembro de cada operador y un número de miembros del CoAN igual que el del conjunto de televisiones. En concreto, estuvieron presentes: Ramón Bultó, presidente del CoAN; María Victoria Bernad, consejera del CoAN; Borja Mora-Figueroa, director-gerente del CoAN; José M^a Tejerina, director de Localia Canal 4 Navarra; Roberto Cámara y Josu Álvarez, director y gerente, respectivamente, de Canal 6 Navarra; y Jokin San Julián, director de Popular TV Navarra.

Durante el encuentro las tres televisiones regionales se comprometieron a **respetar criterios éticos en la cobertura de los encierros taurinos de las fiestas populares de Navarra**, en línea con las recomendaciones que elaboró el CoAN en 2010. Este acuerdo adoptaría la forma de actualización en el “Código CoAN 2012”, que entraría en vigor el 1 de enero del próximo año.

El principal objetivo de las recomendaciones que asumían voluntariamente los operadores televisivos regionales es que las imágenes captadas en cada uno de los encierros taurinos, especialmente los de San Fermín por su gran repercusión, respeten escrupulosamente la normativa vigente al tiempo que sean acordes con los mejores estándares deontológicos.

En concreto, versan tanto sobre el contenido y la calidad de las imágenes que se difunden, como sobre la labor pedagógica que los medios audiovisuales pueden realizar para concienciar a los espectadores de la importancia de observar las normas de seguridad recomendadas ante el evidente riesgo que tiene un encierro.

Por otra parte, el CoAN mostró en el seno del Comité de Vigilancia del “Código CoAN” su satisfacción por la ausencia de irregularidades en los cuatro primeros meses del año en cuanto a la protección del menor y el respeto del horario infantil y de las franjas de protección reforzada, consolidando una tendencia que ya venía del año anterior.

También, el CoAN valoró positivamente y reconoció el esfuerzo que las tres televisiones regionales habían realizado durante el periodo electoral del mes de mayo, destacando las entrevistas, debates y programas que se ofrecieron a los telespectadores navarros para acercarlos los programas de los partidos políticos. Esta labor pudo ser realizada a pesar de las limitaciones que parecía establecer la normativa electoral, con la imposición a las televisiones privadas en su actividad informativa durante la campaña electoral de los mismos criterios de proporcionalidad aplicables a la televisión pública.

Es por ello por lo que las tres televisiones regionales solicitaron al CoAN un estudio en profundidad de las novedades legislativas en cuanto a la cobertura informativa en televisión de la campaña electoral.

Estudio de la reforma de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General

En el mes de enero, las Cortes Generales aprobaron la reforma de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General (LOREG) y, consecuencia de ello, la Junta Electoral Central emitió un mes más tarde una instrucción mediante la que se interpretaban las novedades introducidas respecto a la proporcionalidad y neutralidad informativa de los medios de comunicación en periodo electoral.

Por ello, y tras revisar todos los Acuerdos emitidos en 2011 por la Junta Electoral Central, el CoAN comprobó que este organismo no había tenido la oportunidad de pronunciarse, ni por vía de consulta ni de resolución de recurso, sobre si la aplicación de la nueva legislación debía traducirse, en el caso de las televisiones privadas, en una mayor o menor flexibilidad en la exigencia del principio de proporcionalidad en la información de la campaña electoral que respecto a las televisiones públicas.

Como consecuencia de ello, los servicios jurídicos del CoAN elevaron consulta a la Junta Electoral Central sobre esta cuestión. Una consulta que fue respondida a los veinte días por el vicepresidente, en funciones de presidente de este organismo.

De este modo y según la propia Junta Electoral, su instrucción sí establece, en relación con las televisiones privadas, el necesario respeto al principio de la proporcionalidad en la información dedicada específicamente a la campaña electoral, pero *“es esta una exigencia de proporcionalidad prudencial y no aritmética como la exigida a los medios de titularidad pública”*.

Por tanto, lo que se exige a las televisiones privadas durante la campaña electoral es la realización de un esfuerzo por una cobertura informativa plural e imparcial. Lo que se excluye ahora es la obligación jurídica de respeto a una rigurosa distribución temporal en la información.

Como se recordará, durante el periodo electoral que culminó en el mes de mayo con las elecciones municipales y a diferentes parlamentos autonómicos, se generalizó entre los diversos medios de comunicación la opinión errónea de que con la nueva legislación se estaban imponiendo a las televisiones privadas los popularmente denominados “bloques informativos” en los informativos diarios emitidos durante los quince días de campaña electoral.

Estudio de la ocupación publicitaria durante las franjas horarias de protección reforzada y de las fórmulas de patrocinio empleadas en los programas informativos diarios

Además durante 2011, el CoAN continuó estudiando el grado de observancia de los compromisos asumidos por los operadores en virtud del ‘Código de correulación para la calidad de los contenidos audiovisuales en Navarra’ (“Código CoAN 2011”). En esta ocasión puso su atención en comprobar la **adecuación de la actividad publicitaria de los operadores televisivos regionales a las previsiones normativas vigentes**, así como el cumplimiento de los compromisos en relación con las normas deontológicas existentes cuando se trata de **publicidad dirigida a menores**, especialmente relativa a alimentos, juguetes y videojuegos.

Para ello, los servicios técnicos del CoAN analizaron, como muestra representativa, los contenidos publicitarios emitidos en las franjas de protección reforzada durante la semana comprendida entre los días 4 y 10 de abril de 2011, ambos inclusive. En concreto, se realizó un análisis tanto de la concentración de la ocupación publicitaria por franjas horarias como del contenido de los mensajes publicitarios.

Las principales conclusiones obtenidas de dicho estudio fueron las siguientes:

- Las especiales garantías que prevé la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) en protección de los menores en relación con el contenido de los mensajes publicitarios se establecen con carácter general y no sólo en relación con las emisiones incluidas en las franjas de protección reforzada.
- Se detectaron en el caso de dos operadores la inserción de mensajes publicitarios en relación con productos adelgazantes o relacionados con la apariencia física que, si bien no alcanzaban a incardinarse literalmente en el supuesto contemplado en el artículo 7.2 último párrafo de la LGCA, cabía solicitar a los operadores que evitasen incluirlos precisamente en las franjas más cualificadas en cuanto a la protección de los menores.
- No se apreció que la inserción de los mensajes publicitarios se realizase en atención al tramo horario en el que se insertaban. Es decir, no por tratarse

de tramos horarios de protección reforzada se constató una mayor emisión de anuncios especialmente dirigidos al público más infantil.

- En el caso de dos operadores se constató la alta ocupación de las franjas super-protegidas con mensajes y programas de televenta.
- Se confirmó la falta de sistematización por parte de los operadores a la hora de ejercer el derecho al patrocinio de sus programas en los términos establecidos en la legislación vigente.

Motivado por esta última conclusión, el CoAN realizó posteriormente un **informe específico analizando las fórmulas de patrocinio empleadas por las televisiones regionales**, focalizando la atención en las acciones de patrocinio realizadas por los operadores regionales durante la emisión de sus respectivos programas informativos diarios, abarcando las ediciones de mañana y tarde.

Con ello se pretendía comprobar la adecuación de la actividad publicitaria de los operadores televisivos regionales a las previsiones normativas vigentes, así como el grado de observancia de los compromisos asumidos por los operadores en virtud del 'Código de correulación para la calidad de los contenidos audiovisuales en Navarra' ("Código CoAN 2011"), en relación con el apartado IX del mismo relativo a la publicidad.

Fruto de este estudio se concluyó la necesidad de estandarizar las fórmulas de patrocinio utilizadas por los operadores regionales; no obstante, esta cuestión ha quedado pendiente de un mayor estudio y de someterla a consideración en el seno del Comité de Vigilancia del "Código CoAN"

2.2. CERTIFICADO DE CALIDAD AUDIOVISUAL

El Certificado de Calidad Audiovisual se creó como un reconocimiento anual que el Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN) entregaría a aquellos **programas emitidos en los medios audiovisuales navarros que se caracterizaran por ajustarse a criterios positivos de calidad en su ideación, redacción, locución y/o realización.**

La creación de esta distinción fue acordada con las televisiones regionales en el marco del Comité de Vigilancia del “Código CoAN” y fue sometida a valoración por parte de las emisoras radiofónicas que operan en la Comunidad Foral con la correspondiente licencia administrativa. Asimismo, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual pudieron proponer mejoras o sugerencias al primer borrador aprobado por el CoAN, la mayor parte de las cuales fueron aceptadas.

Según las bases finalmente aprobadas por el CoAN, podían optar a un Certificado los espacios de producción propia o de procedencia navarra emitidos regularmente en las televisiones o radios de ámbito regional o local. Asimismo, no se podía conceder el Certificado a aquellos programas emitidos por medios que no dispusieran de licencia ni a aquellos programas que tuvieran abierto un expediente sancionador por parte del CoAN. Los espacios informativos diarios de actualidad o boletines horarios tampoco podían ser distinguidos.

En concreto, el Certificado se podía obtener en una de las siguientes cinco categorías: Programas de actualidad, Magazines y programas de entretenimiento, Programas culturales, Programas dirigidos a la infancia y la juventud, e Innovación. El CoAN estaba capacitado para revisar la concesión de un Certificado y retirarlo si consideraba que habían variado sustancialmente las características del programa respecto a cuando fue otorgado.

En **la convocatoria de 2011**, la primera del Certificado de Calidad Audiovisual, se presentaron hasta nueve programas producidos y emitidos en Navarra por seis operadores de radio y televisión. No obstante, y según las bases establecidas, únicamente era posible conceder un Certificado a cada medio, a pesar de que podían presentar hasta dos candidaturas.

Una comisión formada por integrantes de los Servicios Técnicos del CoAN valoró cada candidatura presentada y obtuvieron un Certificado aquellos programas que superaron el 75% de la puntuación máxima y no consiguieron menos de un 50% en ninguno de los criterios de calificación.

Para examinar las propuestas se tuvieron en cuenta dos tipos de criterios: uno general determinado por la calidad en la producción y la realización; y tres criterios específicos que variaron según la categoría. Posteriormente, la comisión calificadora elevó al Pleno del CoAN sus propuestas de concesión del Certificado.

Programas distinguidos en 2011 con un Certificado de Calidad Audiovisual

De este modo, **el Pleno del Consejo Audiovisual de Navarra acordó conceder un Certificado de Calidad Audiovisual a los programas radiofónicos: ‘El Apuntador’ de Onda Cero, ‘Internet en la onda’ de Onda Melodía, y ‘Noticias del campus’ de 98.3 Radio; y a los televisivos ‘Kdamos’ de Popular TV, ‘La buhardilla de Alú’ de Canal 4, y ‘Más’ de Canal 6.** Todos ellos ordenados alfabéticamente.

Respecto a los programas de actualidad (‘Más’ y ‘Noticias del campus’), se valoraron su capacidad de informar de los temas noticiosos desde diversos puntos de vista; el interés de los asuntos tratados y de las opiniones de los protagonistas; y sus atributos de servicio público y oferta de información de utilidad inmediata.

En la categoría de programas culturales (‘El apuntador’) se tuvieron en cuenta el fomento de valores culturales e interés de los temas abordados; la dedicación a eventos que tengan lugar en Navarra; y la presencia y participación de los protagonistas de la actualidad cultural.

Por su parte, en los programas dirigidos a la infancia y la juventud (‘Kdamos’ y ‘La buhardilla de Alú’) se estimaron la participación de jóvenes en su elaboración; la adaptación del lenguaje y del formato al público infantil o juvenil; y la amenidad en el tratamiento de los contenidos abordados en el programa, especialmente de aquellos de carácter educativo.

Finalmente, en la categoría de innovación (‘Internet en la onda’) se destacaron la singularidad en la temática y en la presentación del contenido; la originalidad en la producción y realización; y el uso de las nuevas tecnologías en la producción, realización y comunicación con los oyentes.

Se puso también a disposición de las televisiones y de las radios una cuña radiofónica y un breve *spot* televisivo que aludía a la concesión del certificado.

2.3. RECOMENDACIONES DEL CoAN SOBRE LA COBERTURA INFORMATIVA DEL PERIODO ELECTORAL POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES DE ÁMBITO REGIONAL

Coincidiendo con la convocatoria de las elecciones municipales y autonómicas, el Consejo Audiovisual de Navarra, como autoridad audiovisual independiente de la Comunidad Foral, elaboró las '**Recomendaciones del CoAN sobre la cobertura informativa del periodo electoral por los medios de comunicación audiovisuales de ámbito regional**'. En ellas, se realizaba un breve recordatorio del régimen jurídico vigente y se reconocía el papel relevante que juegan los medios de comunicación como principal cauce para la difusión de informaciones, transmisión de opiniones y contribución a la conformación de una opinión pública libre.

Contenido de las Recomendaciones

1. Las Juntas Electorales son los órganos encargados de resolver las consultas, quejas, reclamaciones y recursos, y de corregir las infracciones, no constitutivas de delito, que se produzcan durante el período electoral. Se encomienda a la Junta Electoral Central la potestad superior de unificación de la doctrina electoral en la aplicación y la interpretación uniformes de la legislación electoral.
2. Los medios de comunicación audiovisuales, en el seguimiento informativo de las actividades desarrolladas durante el periodo electoral, velarán especialmente por separar nítidamente las informaciones de las opiniones y juicios de valor.
3. No pueden contratarse espacios de publicidad electoral en los medios de comunicación audiovisual de titularidad pública (televisiones y radios públicas), ni en las emisoras de televisión privada.

Durante la campaña electoral los partidos, federaciones, coaliciones y agrupaciones que concurren a las elecciones tienen derecho a espacios gratuitos de propaganda electoral en las emisoras de televisión y de radio de titularidad pública. La asignación y distribución de espacios gratuitos de

propaganda electoral corresponde a la Junta Electoral competente. Tales espacios son intransferibles, es decir, los titulares de este derecho no pueden ceder sus espacios a otras entidades políticas.

Las emisoras de radio de titularidad privada pueden contratar publicidad electoral. Conviene precisar que la propaganda electoral sólo puede realizarse dentro de los 15 días legalmente destinados a la campaña electoral. La campaña termina, en todo caso, a las cero horas del día inmediatamente anterior a la votación. La Junta Electoral Central tiene reiteradamente acordado que esta prohibición de difundir propaganda electoral fuera del tiempo de campaña no impide a los partidos, coaliciones y federaciones desarrollar sus actividades habitualmente realizadas en el ejercicio de sus funciones constitucionalmente reconocidas y, en particular, su derecho a la libre comunicación, expresión e información, sin que puedan las citadas actividades estar directamente encaminadas a la captación de sufragios.

Las tarifas para la publicidad electoral no pueden ser superiores a las vigentes para la publicidad comercial y no podrá producirse discriminación alguna entre las candidaturas en cuanto a la inclusión, tarifas y ubicación de esos espacios de publicidad, en los que debe constar expresamente su condición.

Sin perjuicio de que, en cada caso concreto, la Junta Electoral competente pueda verificar si el acto publicitario cuestionado constituye propaganda electoral, ha sido criterio de la Junta Electoral Central que debe primar la consideración de la libertad de expresión de los partidos, lo que exige que sean excepcionales las limitaciones a la misma. Otra interpretación implicaría prohibir todas aquellas actividades realizadas por los líderes políticos que formalmente no contienen expresa o directa petición de voto, aunque en un juicio de intenciones puede contener aquella petición.

4. La programación de los prestadores del servicio de televisión y radiodifusión sonora en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra en período electoral debe ajustarse a los principios de respeto al pluralismo político y social, así como a los valores de igualdad, proporcionalidad y neutralidad informativa. Especialmente debe observarse el respeto a tales valores en la información relativa a la campaña electoral, de modo que el seguimiento, durante la campaña electoral, de la actividad desarrollada por los diferentes partidos,

federaciones o coaliciones que concurren a las elecciones, así como la presencia de dichas fuerzas políticas y sus representantes en la programación de los medios audiovisuales, debe respetar los valores de igualdad. Se considera adecuado a tal finalidad que el tiempo dedicado a cada fuerza política sea proporcional a la representación de cada una de las candidaturas concurrentes, atendiendo al número de votos obtenidos en las anteriores elecciones equivalentes.

5. En particular, las entrevistas y los debates electorales: El CoAN considera que las entrevistas y los debates electorales son un instrumento especialmente apropiado para la exposición y confrontación de ideas y programas de las diferentes fuerzas políticas que concurren a las elecciones.

Los medios de comunicación audiovisual velarán por conseguir que en los mismos haya una participación plural y diversa, con pleno respeto al principio de igualdad de oportunidades entre candidaturas. Esta igualdad debe ser entendida en términos de “igualdad proporcional”, de modo que en la organización de los debates se mantenga una proporcionalidad razonablemente ponderada en función de los resultados electorales en los últimos comicios equivalentes.

No obstante lo anterior, no existe ningún inconveniente legal para la celebración de debates electorales entre algunos de los candidatos de las distintas entidades políticas concurrentes al proceso electoral. Si bien, en aras de garantizar el principio de pluralismo político, deben ser compensadas, por la cadena en cuestión, las demás fuerzas políticas concurrentes, en proporción a la representación obtenida en las últimas elecciones celebradas, sea mediante debates, entrevistas o una información adecuada y proporcionada de las correspondientes actuaciones de la campaña electoral.

6. Encuestas electorales: la publicación de encuestas electorales o sondeos de opinión en el período electoral está sujeta a un régimen específico. Durante los cinco días anteriores al de la votación queda prohibida la publicación, difusión y reproducción de sondeos electorales por cualquier medio de comunicación.

Desde la convocatoria de la elección hasta los mencionados cinco días anteriores al de la votación, en la publicación de las encuestas debe constar,

junto con la encuesta propiamente dicha, una serie de especificaciones: la identificación del organismo, entidad o persona que ha realizado el sondeo, así como de la entidad o persona que lo ha encargado; las características técnicas del sondeo, entre las que destacan el sistema de muestreo, el margen de error, el nivel de representatividad, procedimiento de selección de los encuestados o la fecha de realización de la encuesta; y el texto íntegro de las cuestiones planteadas, así como el número de personas que no han contestado a cada una de ellas.

La Junta Electoral vela para que los datos e informaciones de los sondeos publicados no contengan falsificaciones, ocultaciones o modificaciones deliberadas, así como por el correcto cumplimiento de las especificaciones antes detalladas. Los medios de comunicación que hayan publicado o difundido un sondeo vulnerando las prescripciones señaladas están obligados a publicar o difundir en el plazo de tres días las rectificaciones requeridas por la Junta.

7. En especial consideración, el “día de reflexión” y el día de celebración de la votación: La campaña electoral finaliza a las cero horas del día anterior a la celebración de la elección. A partir de ese momento comienza la denominada “jornada de reflexión”. Durante este día se prohíbe cualquier difusión de propaganda electoral. No obstante, sí se admite la emisión de referencias a los actos de campaña electoral que se hayan llevado a cabo en el día de cierre de la misma, siempre que dicha información sea objetiva y no constituya propaganda electoral.

Asimismo, no cabe publicar entrevistas con candidatos el día anterior al de la votación, por cuanto puede dicha publicación ser considerada acto de campaña y no se trata de actividad de información. En cuanto a quienes no sean candidatos pero ostenten cargos institucionales o estén vinculados con entidades políticas concurrentes a las elecciones, no cabe tampoco publicar entrevistas con dichas personas, si, a través de las mismas, se puede producir, de modo directo o indirecto, influencia en el sentido del voto de los electores.

Durante el día de la votación es frecuente la realización de sondeos en los colegios electorales. Estos sondeos sólo podrán hacerse públicos a partir de la terminación de la votación.

Tanto en el día de reflexión como en el de la votación los medios de comunicación deben extremar el respeto al pluralismo político y social, así como a los valores de igualdad, proporcionalidad y neutralidad informativa.

8. El derecho de rectificación electoral puede ser ejercitado cuando un medio de comunicación audiovisual difunda hechos que aludan a candidatos o dirigentes de los partidos, coaliciones o agrupaciones que concurren a la elección, que estos consideren inexactos y cuya divulgación pueda causarles perjuicio.

El ejercicio de este derecho no se encamina a acreditar la inexactitud de las noticias divulgadas sino que se dirige a hacer valer la propia versión de los hechos. Por ello, es decisiva tanto la inmediatez en la difusión de la rectificación, máxime teniendo en cuenta la brevedad del período electoral, como que se produzca con relevancia semejante a aquella con que se publicó la información que se rectifica, sin comentarios ni apostillas. La publicación de la rectificación debe producirse en el plazo de tres días, desde la recepción por el medio del escrito de rectificación.

9. Finalmente, por lo que respecta a la publicidad institucional: La normativa electoral prohíbe a los poderes públicos, durante el periodo electoral, llevar a cabo campañas de publicidad institucional salvo aquellas expresamente previstas en la normativa electoral en relación con la información sobre la inscripción en las listas del censo o la participación en las elecciones o aquellas campañas que puedan resultar imprescindibles para la salvaguarda del interés público. En cualquier caso, estas campañas no pueden influir en la orientación del voto ni hacer alusión a los logros obtenidos durante el mandato por el poder público que realice la campaña, ni referirse a actos de inauguración de obras o servicios públicos, ni incluir imágenes o expresiones coincidentes o similares a las utilizadas en las propias campañas electorales por algunos de los grupos políticos concurrentes a las elecciones.

2.4. INFORME SOBRE LA PRESENCIA DEL EUSKERA EN LAS EMISIONES REALIZADAS POR LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL QUE OPERAN EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA

Durante 2011, el CoAN realizó un informe con el objeto de ofrecer un resumen descriptivo sobre el uso que actualmente hacen del euskera los medios de comunicación audiovisual cuyas emisiones se realizan en el ámbito territorial de la Comunidad Foral de Navarra. En él se incluyeron tanto a los medios que operan amparados por el necesario título habilitante para la prestación del servicio, como a aquellos operadores que emiten contenidos en euskera, aún sin estar en posesión de la habilitación legal necesaria para la prestación del servicio.

Previamente, cabe recordar que en el 'Barómetro Audiovisual de Navarra 2010', realizado por el CoAN, y preguntados por la consideración de la cantidad de programación en euskera en los medios audiovisuales que reciben los navarros, un 8% de los entrevistados opinó que es excesiva, el 28% adecuada, el 34% escasa, mientras que un 30% no opinaba. En coherencia con estos datos, el porcentaje de los que consideran que es excesivo aumentaba en la zona Sur (15%), mientras que crecía en la zona Norte el porcentaje de los que lo consideraban escaso (59%).

Completando la información anterior, el Estudio Sociolingüístico en Pamplona y su Comarca (elaborado en 2006 por el Gobierno de Navarra) arrojaba la conclusión de que en torno al 68% de la población valoraba positivamente la presencia del vascuence en los medios de comunicación, 68,5% en el caso de la radio y 69% en el de la televisión, mientras que algo más del 15% lo valora de forma negativa.

Principales conclusiones obtenidas

Respecto a la normativa aplicable, esta no contiene previsión obligatoria alguna respecto de la utilización del euskera en los medios de comunicación social, si bien la normativa sectorial audiovisual recoge entre los principios que deben observar las emisiones “*el respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico*” y “*la promoción de los intereses de la Comunidad Foral de Navarra*”

(...) con objeto de fomentar, promover y defender la cultura y la convivencia en dicho ámbito”.

Asimismo, es necesario analizar detenidamente, en el caso de medios audiovisuales de titularidad privada, si siguen resultando de obligado cumplimiento las previsiones incluidas en los Pliegos de los concursos y sus propuestas presentadas a tal efecto, a la luz de las previsiones contenidas en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

En cuanto a las emisiones de televisión recibidas en Navarra, la presencia del euskera se encuentra fundamentalmente en el canal ETB-1, de la televisión pública vasca, que en nuestra Comunidad acumula una audiencia de 17.000 espectadores. Además, el Centro Territorial de RTVE en Navarra emite un microespacio de 4 minutos, de lunes a viernes, en el que se presentan en titulares las principales noticias del día.

Por su parte, los operadores autonómicos y locales con licencias de televisión no ofrecen ningún contenido en euskera. Las televisiones locales enclavadas en la zona Norte de Navarra y que emitían programación en euskera no tienen licencia para emitir en TDT, por lo que su actividad está desapareciendo.

En el caso de la radio, la mayoría de la oferta en euskera se concentra en emisoras que no disponen de habilitación legal –incluyendo la pública vasca Euskadi Irratia (EiTB)– y en cinco emisoras municipales de naturaleza pública –dándose la circunstancia de que dos de ellas no cuentan aún con todos los permisos necesarios para emitir–. En cuanto a las emisoras radiofónicas que cuentan con licencia, sólo 3 de 20 emiten algún programa en euskera: Xorroxin Irratia (enclavada en la zona vascofona y que emite íntegramente en esa lengua), 98.3 Radio (Universidad de Navarra) y Punto Radio-Tierra Estella.

Ante estos resultados, el CoAN determinó unas posibles líneas de actuación. En primer lugar, el CoAN considera necesario reiterar la propuesta al Gobierno de Navarra de que una de las categorías presentes en las convocatorias de ayudas a la producción audiovisual se dedique a la emisión de programas con sonido dual (castellano y vascuence).

También ve oportuno el Consejo consultar al Ministerio de Industria sobre una eventual redefinición del mapa de la TDT local, por si procede la solicitud, con el

Gobierno de Navarra, de una o dos demarcaciones específicas para la zona Norte de la Comunidad.

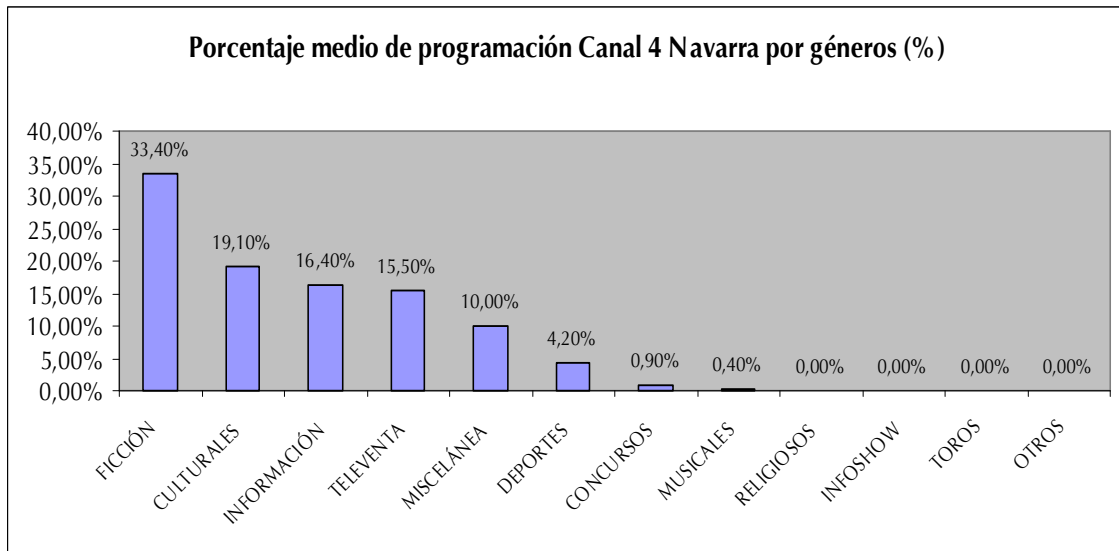
Respecto a las emisoras de radio, el CoAN quería pedir al Gobierno de Navarra que encargase un estudio técnico a Opmatel para conocer la posibilidad de solicitar al Ministerio de Industria más frecuencias en Pamplona y Tudela. Y respecto a los concursos de adjudicación de licencias que se pueden convocar para otorgar las frecuencias ya disponibles, demandaba que se pudiesen en marcha una vez iniciada la nueva legislatura y a la mayor brevedad.

2.5. ESTUDIO SOBRE LA EMISIÓN POR GÉNEROS DE PROGRAMAS EN LAS TELEVISIONES REGIONALES

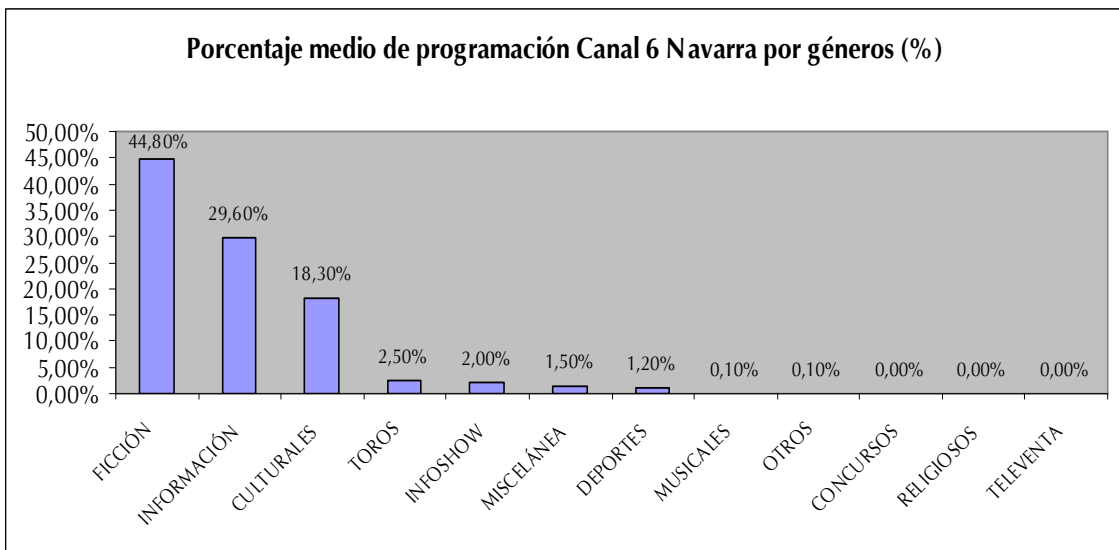
Con el objetivo de profundizar en la estructura y composición de las parrillas de programación de los operadores navarros, y conocer así el equilibrio en el diseño de los contenidos que integran sus respectivas ofertas, el CoAN realizaba también un **análisis sobre la distribución porcentual del tiempo de emisión por géneros**. De este modo se proporcionaba una información valiosa sobre el grado de satisfacción de las inquietudes, los intereses y las demandas de la potencial audiencia. No obstante, en esta ocasión los datos estudiados se corresponden únicamente al primer trimestre del año y no al primero y último trimestre como habitualmente sucedía.

A continuación se presenta la **clasificación por géneros de la totalidad de la programación y también, específicamente, de la programación regional**.

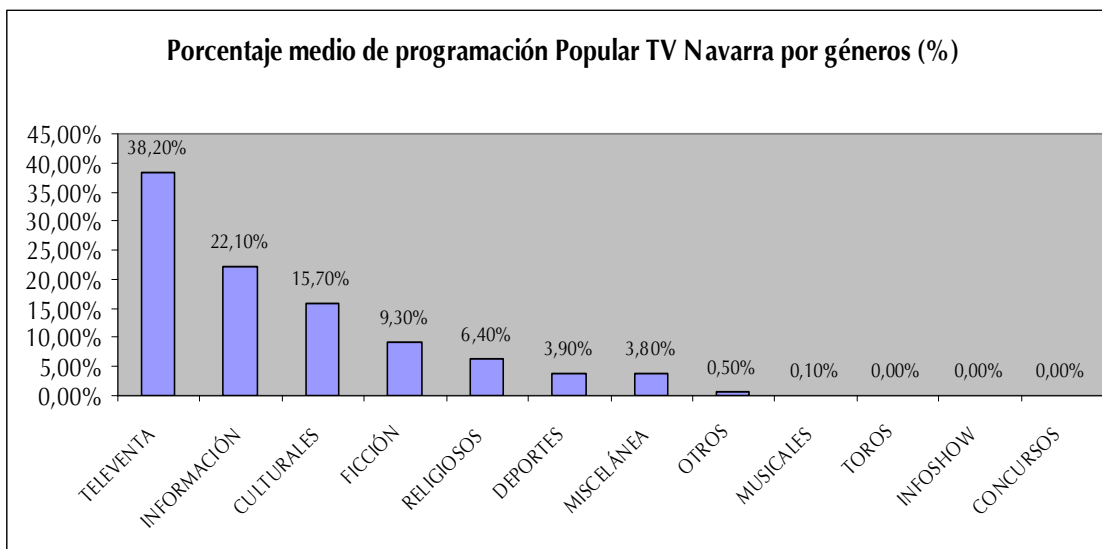
En cuanto a **Canal 4 Navarra** y de acuerdo con los datos obtenidos en los análisis realizados, se concluye que los espacios de ficción (películas y series) son los que más abundaron en la parrilla del operador (33,4%) entre los meses de enero y marzo, seguidos por los programas culturales (19,1%) e informativos (16,4%). Estos tres géneros ocuparon cerca del 70% de la programación diaria de Canal 4 Navarra.



Por su parte en la parrilla de **Canal 6 Navarra**, los contenidos de ficción (44,8%), información (29,6%) y culturales (18,3%) suponen la práctica totalidad de la programación de Canal 6 Navarra (concretamente, un 92,7%).



Finalmente, en la programación de **Popular TV Navarra**, a diferencia del resto de televisiones regionales, el género al que más espacio se dedica es al informativo (22,1%), seguido de los programas culturales (15,7%) y de ficción (9,3%). Es característica de este operador la presencia de programas religiosos, cuyo porcentaje de emisión en los meses de enero, febrero y marzo de 2011 fue del 6,4%.



Análisis en la programación regional o local

Para el análisis de la distribución por géneros centrada en la **programación regional**, se toma también como espectro muestral los datos correspondientes al primer trimestre de 2011. Las tablas comparativas incluyen además las cifras obtenidas en 2010.

De este modo, en los tres primeros meses de este año se mantiene el mismo esquema por el que en la programación de **Canal 4 Navarra** destacan los programas informativos (que aumentan 13 puntos porcentuales), así como los de entretenimiento, que bajan casi a la mitad. Los culturales aumentan un 50% su presencia respecto a 2010 y los deportes se mantienen.

Géneros de programación regional de Canal 4 Navarra en el primer trimestre de 2011 y comparación con los datos de 2010		
	2011 (1er. T.)	2010
INFORMATIVO	62,5%	49,2%
ENTRETENIMIENTO	20,0%	37,9%
CULTURAL	12,8%	8,5%
DEPORTES	4,7%	4,4%
RELIGIOSOS	0,0%	0,0%
TOTAL	100,0%	100,0%

Por su parte, en Canal 6 Navarra y respecto al año anterior hay una variación en cuanto al género líder, que pasa a ser el informativo desbancando al

entretenimiento. Con todo, se mantiene el eje información-entretenimiento como principal oferta de contenidos regionales. También destaca el aumento del peso de la cultura y el deporte. En comparación con el resto de televisiones regionales, Canal 6 otorga proporcionalmente menos peso a los espacios informativos y más al entretenimiento.

Géneros de programación regional de Canal 6 Navarra en el primer trimestre de 2011 y comparación con los datos de 2010		
	2011 (1er. T.)	2010
INFORMATIVO	47,6%	43,3%
ENTRETENIMIENTO	35,0%	44,7%
CULTURAL	13,1%	9,4%
DEPORTES	4,3%	2,6%
RELIGIOSOS	0,0%	0,0%
TOTAL	100,0%	100,0%

Finalmente, en **Popular TV Navarra**, analizando los datos relativos a la programación específicamente local, se observa una consolidación de la estructura de programación de años anteriores. Respecto al conjunto de las televisiones regionales, la programación propia de Popular TV destaca porque sacrifica minutos de espacios de entretenimiento para ofrecer una oferta más variada.

Géneros de programación regional de Popular TV Navarra en el primer trimestre de 2011 y comparación con los datos de 2010		
	2011 (1er. T.)	2010
INFORMATIVO	52,5%	52,9%
DEPORTES	15,1%	19,6%
ENTRETENIMIENTO	12,8%	11,7%
CULTURAL	12,4%	11,1%
RELIGIOSO	7,2%	4,7%
TOTAL	100,0%	100,0%

CAPÍTULO 3

RELACIÓN ENTRE LOS CIUDADANOS Y LOS MEDIOS AUDIOVISUALES NAVARROS

El CoAN vela para que la relación entre los ciudadanos y los medios audiovisuales regionales sea correcta, adecuada y respetuosa. La gestión de la Oficina de Defensa de la Audiencia, la alfabetización audiovisual y la protección del menor son los tres ejes sobre los que pivota esta tarea del CoAN.

3.1. LA OFICINA DE DEFENSA DE LA AUDIENCIA (ODA)

3.1.1. DATOS DE LA ODA HASTA SEPTIEMBRE DE 2011

Durante los nueve primeros meses de 2011 (desde enero hasta septiembre) la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) que gestiona el CoAN recibió un total de 33 reclamaciones. De ellas, 20 fueron consultas y 13 quejas.

Perfil de los reclamantes

Tal y como ocurrió el año anterior, los hombres (12) han utilizado más este servicio que las mujeres (7). Sin embargo, el mayor número de reclamaciones han sido realizadas desde colectivos o instituciones (14), que vuelven a recuperar la tendencia ascendente de pasados ejercicios (excepto en 2010).

En cuanto a la procedencia, la mayoría de las reclamaciones provienen, como es lógico, de la Comunidad Foral de Navarra (30, un 90,9%). Las otras tres llegaron desde el resto de España (Madrid, La Rioja y País Vasco).

Sobre los modos de contacto con la ODA, los reclamantes siguen prefiriendo el uso del correo electrónico y del teléfono (bien el gratuito 900 841 014 o el general del CoAN 848 421 969), con 18 y 14 entradas respectivamente. Sólo en una ocasión se recurrió a otra forma de contacto; fue a través de una visita presencial a la sede del CoAN.

Quejas

Desde enero hasta septiembre se han registrado un total de 13 quejas, lo que representa un 39,4% del total de reclamaciones presentadas en la ODA. A diferencia de 2010, donde las quejas relativas a la programación predominaron sobre las que tienen que ver con cuestiones técnicas, en 2011 se han recibido el mismo número de quejas (6) sobre ambos aspectos. Sólo una queja se ha referido a temas de publicidad.

OBJETO DE QUEJA		
	<i>Absolutas</i>	<i>Porcentaje</i>
Programación	6	46,2%
Aspectos técnicos	6	46,2%
Publicidad	1	7,6%
Total	13	100%

En lo que respecta a los motivos de las quejas presentadas, la 'Protección al menor' ha vuelto a ser, como ocurrió en el pasado ejercicio, la principal motivación de los usuarios para ponerse en contacto con la ODA (6). También la 'Cobertura de la TDT' ha sido motivo de varias de las quejas de los reclamantes (5). Además, completan este capítulo una queja sobre la deficiente recepción de emisoras de radio y otra sobre un anuncio publicitario que fomenta la discriminación por sexos.

MOTIVOS DE QUEJA		
	<i>Absolutas</i>	<i>Porcentaje</i>
Protección del menor	6	46,2%
Cobertura de la TDT	5	38,4%
Mala recepción de la radio	1	7,7%
Mala práctica publicitaria	1	7,7%
Total	13	100,0%

Todas las quejas recibidas en la ODA son objeto de estudio por parte de los servicios jurídicos del CoAN. El proceso ante las quejas recibidas es siempre el mismo, aunque el final del procedimiento varía según sean objeto de competencia territorial de CoAN o no, que interviene y resuelve las de ámbito regional, y valora y traslada, en su caso, las de ámbito nacional a otros

organismos para que se garanticen los derechos que hayan podido ser vulnerados.

ACTUACIONES DE LA ODA RESPECTO A LAS QUEJAS PRESENTADAS		
	<i>Absolutas</i>	<i>Porcentaje</i>
Estimadas y Trasladas	5	38,5%
Desestimadas	8	61,5%
Total	13	100%
<p>* Las quejas, una vez estudiadas, pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Estimadas</u>: aquellas en las que se desprende que podría existir una vulneración de la normativa, y que se refieren a los operadores que se encuentran en el ámbito de actuación geográfica y competencial del CoAN. También se pueden derivar otras actuaciones como estudios o informes específicos, elaboración de recomendaciones, realización de sugerencias, etc. - <u>Desestimadas</u>: aquellas de las que del estudio previo se desprende que no suponen ninguna vulneración. Estas son contestadas a los interesados, haciéndoles saber los motivos de tal desestimación. - <u>Trasladadas</u>: aquellas que se refieren a operadores no incluidos en el ámbito de actuación geográfica y competencial del CoAN. Estas quejas son trasladadas a los organismos que están habilitados para resolverlas; en el caso de que se aprecien indicios de vulneración de la normativa sectorial o de los códigos éticos vigentes, se realizan estudios previos para interesar, por parte de los órganos competentes, las medidas que se consideren oportunas. 		

Consultas

El número total de consultas, como ya se ha señalado al principio de este apartado, fue de 20, lo que supone un 60,6% del total de reclamaciones que recibió la ODA desde enero hasta septiembre. En lo que respecta a los motivos de las consultas, cabe señalar que los 'Aspectos legales' han acaparado la mayoría de las consultas, con un 55% del total. Del resto, destacan las consultas sobre la TDT, que representan el 25%.

MOTIVOS DE CONSULTA		
	<i>Absolutas</i>	<i>Porcentaje</i>
TDT	5	25%
Aspectos legales:	11	55%
Televisión	7	35%
Radio	4	20%
Sobre el CoAN	2	10%
Protección del menor	1	5%
Otros	1	5%
Total	20	100%

3.1.2. EVOLUCIÓN DE LA ODA EN EL PERIODO 2004-2011

La Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) que gestiona el CoAN lleva en funcionamiento desde el año 2004 y desde entonces se han tramitado un total de **513 entradas**. En números totales, las quejas suman un total de 242, mientras que las consultas y las sugerencias alcanzan 216 y 55 entradas respectivamente.

REGISTRO DE NÚMERO DE ENTRADAS EN LA ODA ENTRE 2004-2011				
AÑO	QUEJAS	CONSULTAS	SUGERENCIAS	TOTAL
TOTAL	242	216	55	513

3.2. CAMPAÑA ‘FAMILIA Y PANTALLAS AUDIOVISUALES 2010’

A lo largo de este año, el CoAN ha continuado con la **quinta edición de su campaña “Familia y pantallas audiovisuales”**. Con esta iniciativa de alfabetización mediática se daba respuesta a la demanda de aquellos padres que solicitan ayuda para mejorar el uso y consumo que hacen sus hijos de la televisión y de las otras pantallas audiovisuales.

Conviene resaltar que, en esta ocasión, ha sido el Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN) quien ha asumido íntegramente la coordinación, gestión y coste de la campaña “Familia y pantallas audiovisuales”, una vez que la Dirección General de Familia, Infancia y Consumo del Gobierno de Navarra se desligó completamente del proyecto.

La quinta edición comenzó en septiembre de 2010 y se prolongó hasta mayo de 2011 (en ediciones anteriores, cada campaña se desarrollaba dentro de un mismo año natural). Este cambio significativo, a pesar de suponer el inconveniente para el CoAN de referirse a dos ejercicios económicos diferentes, se ha realizado para ajustarse mejor a la propia dinámica de los centros educativos, ya que así la campaña ha quedado abierta prácticamente durante todo el curso escolar.

Durante esta edición se impartieron un total de 46 talleres presenciales a los que asistieron 774 personas. Asimismo, se realizaron cinco cursos *online*, formando a 150 personas. Por lo tanto, a través de la quinta edición de la campaña “Familia y pantallas audiovisuales”, el CoAN ha llevado a cabo 51 iniciativas de formación en las que han participado 924 personas.

Finalmente, a partir de enero de 2011 se realizó una evaluación entre los responsables de las diferentes APYMAS, centros escolares y Servicios Sociales de Base que solicitaban los talleres presenciales. Una evaluación similar se ha realizado también con todos los participantes en los cursos *online* del aula virtual.

Desarrollo de los talleres presenciales

En primer lugar, y a pesar de que oficialmente la quinta edición de la campaña comenzaba en octubre, durante los meses de mayo y junio de 2010 se impartieron siete talleres con el objetivo de aligerar la lista de espera formada por grupos interesados a los que no se pudo atender en la anterior edición. Asimismo, en los meses de septiembre (de 2010 y de 2011) también se impartieron dos talleres a un centro que, año tras año, lo solicita coincidiendo con el periodo de adaptación escolar del primer curso de Educación Infantil.

Desde noviembre de 2010 hasta mayo de 2011 se impartieron otros 37 talleres presenciales. En concreto, este es el resumen cuantitativo de los talleres presenciales realizados en la quinta edición de la campaña “Familia y pantallas audiovisuales”:

TALLERES	Nº	
Número de talleres realizados	46	
Número de participantes	774	
UBICACIÓN	Nº	%
Pamplona y comarca	19	41%
Resto de Navarra	27	59%
IDIOMA DEL TALLER	Nº	%
Castellano	42	91%
Vascuence	4	9%
TIPO DE TALLER	Nº	%
Infantil y Primaria	26	57%
Secundaria	17	37%
Mixto ¹	3	6%

¹ En determinadas localidades con escasa población y/o centros con poco alumnado se realizan un taller general que engloba contenidos tanto del taller “Familia, televisión y otras pantallas” como del taller “Familia y nuevas tecnologías”

A continuación se ofrecen los datos de la evaluación realizada desde el mes de enero de 2011 y a través de encuestas telefónicas a las personas responsables de los grupos que solicitaron los talleres, con el objetivo de valorar el grado de satisfacción de los colectivos atendidos y de detectar posibles áreas de mejora. El resultado ha sido el siguiente:

CUESTIONES FORMULADAS	CALIFICACIÓN (del 1 al 10)
¿Te parecieron interesantes los contenidos impartidos en el taller?	8,3
¿Y útiles?	8,1
En tu opinión, ¿cumplió el taller su objetivo de enseñar pautas educativas sobre el correcto uso de las pantallas?	7,3
¿Te pareció satisfactoria la explicación realizada por el ponente: amena, interesante, conocía perfectamente la temática?	7,7
¿Crees que pueden ser útiles los materiales entregados a cada asistente?	8,0
En conclusión, y valorando todos los aspectos, ¿qué nota le pondrías al taller en su conjunto?	7,7

Aula virtual “Familia y nuevas tecnologías”

Después de la experiencia piloto desarrollada en 2009 con el **aula virtual** “Familia y nuevas tecnologías”, durante la presente edición de la campaña “Familia y pantallas audiovisuales” se han desarrollado dos ediciones de este curso *online* de alfabetización mediática para padres.

El curso está dividido en tres módulos. En el primero de ellos se realiza un repaso al impacto que las pantallas audiovisuales tienen en nuestra vida, el papel de los padres y el uso actual que de la televisión, los teléfonos móviles, los videojuegos, Internet y las redes sociales realiza la población adolescente. En el segundo módulo se presentan aquellos aspectos que los padres deben conocer sobre estos medios. Finalmente, en la última parte del curso se enumeran una serie de pautas generales y específicas, tanto de protección como educativas, sobre las pantallas audiovisuales. La duración del curso es de dos semanas y, como se desarrolla por Internet, los participantes pueden ajustar el ritmo de la formación a su propio horario.

De este modo, se han desarrollado dos ediciones del aula virtual “Familia y nuevas tecnologías”: entre el 15 y el 26 de noviembre de 2010; y entre el 23 de mayo y el 3 de junio de 2011. En la primera edición participaron 30 personas en un único curso, mientras que en la segunda hicieron lo propio 120 personas en cuatro cursos simultáneos. En esta segunda edición, la previsión era realizar un único curso con 30 plazas, pero ante la alta demanda registrada se cuadruplicó la oferta y, aun así, han quedado 50 personas en lista de espera, aguardando una próxima edición que no ha sido posible realizar.

Estas 120 personas, durante las dos semanas que duró el curso *online* y junto con el tutor virtual que dinamizaba los cursos, realizaron un total de 347 comentarios. Este hecho da fe de una participación bastante elevada y también, a juicio del tutor virtual, de cierta calidad por el contenido de los comentarios realizados.

Por otra parte, a todos los participantes en las dos ediciones se les envió un cuestionario de evaluación con el objetivo de valorar tanto la formación impartida como la propia herramienta mediante la que se desarrolla el aula virtual. El índice de respuesta no ha sido especialmente alto, ya que de los 150 participantes únicamente han respondido 30 personas, un 20% del total. Del promedio de sus respuestas se obtienen los siguientes resultados:

CUESTIONES FORMULADAS	CALIFICACIÓN (del 1 al 10)
¿Te han parecido interesantes los contenidos del aula virtual?	8,6
¿Y útiles?	8,1
En tu opinión, ¿cumple el aula su objetivo de enseñar pautas educativas sobre el correcto uso de las pantallas?	8,1
¿Te ha resultado sencillo navegar en la página del aula virtual?	9,5
¿Crees que el aula favorece la participación de los 'alumnos'?	8,2

Resultado global de la Campaña “Familia y pantallas audiovisuales”

La campaña “Familia y pantallas audiovisuales”, una vez alcanzada su quinta edición arroja las siguientes cifras globales desde sus inicios:

ACCIONES FORMATIVAS	2006	2007	2008	2009	Sep 2010 Jun 2011	TOTAL CAMPAÑA
Nº Talleres presenciales	25	34	36	31	46	172
Nº Participantes	608	685	527	434	774	3.028
Nº Cursos online	ND	ND	ND	ND	5	5
Nº Participantes	ND	ND	ND	ND	150	150
TOTAL ACCIONES	25	34	36	31	51	177
TOTAL PARTICIPANTES	608	685	527	434	924	3.178

3.3. EL CoAN Y LA PROTECCIÓN DE MENORES

Desde su constitución, la función de protección de **la infancia y de la juventud ante la programación y los contenidos publicitarios de radio y televisión**, que tiene encomendada el CoAN por la Ley Foral 18/2001, ha sido transversal a todas las actuaciones que desarrolla el Consejo. Una labor que, además, ha sido reconocida por diferentes Administraciones y entidades especialmente cuando se hizo pública la supresión del CoAN.

Sirvan como ejemplo las siguientes declaraciones de la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes de España (ATR): *“...el Consejo Audiovisual navarro había marcado el camino a seguir para que, de verdad, se respeten las medidas (de protección a la infancia) incluidas en la Ley General de la Comunicación Audiovisual”*. Y también: *“...desde hace nueve años (el CoAN) desarrollaba sus funciones con aceptable eficacia; una de ellas, el respeto a las franjas horarias de protección a los menores frente a contenidos televisivos inapropiados para el público infantil. Ha sido un buen servicio a la parte más débil de la sociedad, en contraste con la insistencia de algunos operadores, más preocupados por captar audiencia que por la calidad de su oferta”*.

Asimismo, a lo largo de 2010 también se realizaron acciones específicas en esta materia, que a continuación se desarrollan.

3.3.1. ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE PROGRAMACIÓN

A lo largo de estos meses de 2011, el CoAN ha continuado con el seguimiento del cumplimiento de los compromisos adquiridos por las televisiones regionales en el ‘Código de corregulación para la calidad de los contenidos audiovisuales en

Navarra' ("Código CoAN 2011"). Como se recordará, este Código recoge varias disposiciones referidas a la protección de los menores.

En concreto, el apartado III está dedicado íntegramente a esta cuestión. En él se reconoce el compromiso de las televisiones regionales para instaurar en sus programaciones una serie de criterios éticos que refuercen los principios normativos que regulan sus emisiones. También en el apartado destinado a la publicidad, se recoge el compromiso de guiarse por las normas deontológicas existentes en cuanto a la publicidad dirigida a los menores, en especial la relativa a alimentos, juguetes y videojuegos. Finalmente, el Código también tiene anexados unos criterios orientativos para la calificación de los programas televisivos: programas especialmente recomendados para la infancia, programas para todos los públicos, programas no recomendados para menores de 7 años, programas no recomendados para menores de 13 años y programas no recomendados para menores de 18 años.

De este modo, y para observar el grado de cumplimiento de los compromisos asumidos por los operadores en el "Código CoAN 2011", el CoAN puso su atención en comprobar la adecuación de la actividad publicitaria de los operadores televisivos.

Para ello, los servicios técnicos realizaron un estudio utilizando como muestra representativa los contenidos publicitarios emitidos en las franjas de protección reforzada durante la semana comprendida entre los días 4 y 10 de abril de 2011, ambos inclusive. En concreto, analizaron tanto la concentración de la ocupación publicitaria por franjas horarias como el contenido de los mensajes publicitarios.

Las principales conclusiones obtenidas de dicho estudio están recogidas en el apartado 2.1. del presente Informe Anual.

3.3.2. PONENCIAS, ASISTENCIA A EVENTOS Y COMUNICACIONES PÚBLICAS RELACIONADAS CON LA PROTECCIÓN DEL MENOR

En 2011, el personal del CoAN ha participado en diferentes **foros y encuentros de expertos** donde se han debatido y tratado asuntos relacionados tanto con la protección del menor frente a los medios de comunicación audiovisuales como con la alfabetización mediática.

De este modo, Borja Mora-Figueroa, director-gerente del CoAN, asistió a la jornada “¿Se identifica la infancia con los modelos que le proponen los medios?”, organizada por la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios (iCmedia) y celebrada el 12 de abril en Madrid.

Por otra parte, el director-gerente del CoAN participó en el 1^{er} Congreso de Comunicación y Educación “Estrategias de alfabetización mediática”, celebrado en Barcelona del 11 al 13 de mayo y organizado por la Universidad Autónoma de Barcelona

Asimismo, Borja Mora-Figueroa también asistió el 30 de junio y el 1 de julio al Festival Internacional de Comunicación Infantil “El Chupete” celebrado en Valencia. Este es un Festival independiente que tiene como finalidad premiar cada año los mejores trabajos creativos con valores, dirigidos al público infantil. Se concede así un reconocimiento profesional y se premia la comunicación responsable.

Finalmente, Javier Arza, formador y autor de los textos didácticos de la campaña “Familia y pantallas audiovisuales”, presentó el 28 de octubre de 2011 en Madrid esta exitosa iniciativa de alfabetización mediática en las III Jornadas de Parentalidad Positiva organizadas por el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.

CAPÍTULO 4

IMPULSO DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN NAVARRA

El CoAN ha contribuido, junto con todos los agentes implicados, a impulsar el sector audiovisual de Navarra mediante estudios para conocer mejor la oferta y la demanda de los contenidos de programación y publicidad, y con proyectos que facilitan la formación continua y el reciclaje profesional de aquellas personas que trabajan en el sector de la comunicación de Navarra.

Asimismo, durante 2011 el CoAN también participó en la última reunión del 'Foro de la TDT en Navarra' e informó a la población de los ajustes que debían hacer para resintonizar algunos canales dentro del actual proceso de reasignación de frecuencias del espacio radioeléctrico que se está llevando a cabo desde el apagón analógico.

4.1. 'BARÓMETRO AUDIOVISUAL DE NAVARRA 2010'

El 25 de enero de 2011, el CoAN presentó la segunda edición, correspondiente a 2010, del Barómetro Audiovisual de Navarra. Se trata de un **estudio de opinión pública sobre el sector audiovisual y cuyos resultados actualizan la situación y la percepción que del sector audiovisual tienen los ciudadanos de la Comunidad Foral**. La primera edición del Barómetro se realizó en 2008 y en esta ocasión ha sido realizado por la empresa CIES, S.L. sobre una muestra de 1.200 personas entrevistadas.

Entre otras cuestiones, el '**Barómetro Audiovisual de Navarra 2010**' ofrece una visión sobre cómo valoran los ciudadanos la calidad de las televisiones y radios que emiten en Navarra. Así, casi la mitad de los entrevistados (el 44%) valora positivamente (buena o muy buena) la calidad de las televisiones regionales. El 19% la consideran regular y el 20% la califica de forma negativa (mala o muy mala). El 15% restante no se pronuncia sobre esta cuestión.

Preguntados por la **cantidad de programación sobre Navarra** que emiten los canales regionales, el 34% cree que ofrecen mucha o bastante, el 15% la adecuada, el 31% que es escasa y el 20% no sabe; es decir, entre los que opinan sobre esta cuestión, el 61% considera que es suficiente y un 39% escasa.

Asimismo, la mayoría de los entrevistados (el 53%) cree que las televisiones regionales deben **combinar la programación sobre Navarra con otro tipo de programas**, mientras que un 27% considera que hay que incrementar la programación específica sobre la Comunidad Foral. Respecto a la anterior edición del Barómetro, esta última postura ha aumentado cinco puntos en dos años.

En cuanto al sector radiofónico, el 72% de las personas entrevistadas opina que la **calidad de la radio regional** es buena o muy buena, por un 12% regular y un 8% mala. Sobre la cantidad de programación acerca de Navarra, el 37% piensa que es mucha o bastante, el 20% cree que es adecuada y el 33% escasa o muy escasa.

Alta percepción de la utilidad social del CoAN

Uno de los apartados del 'Barómetro Audiovisual de Navarra 2010' estudia la **percepción que los ciudadanos navarros tienen sobre el CoAN**. De este modo, aunque solo una tercera parte de los entrevistados había oído hablar de esta institución, **el 82% del total de personas encuestadas valoran como útil la existencia de un órgano independiente, como es el caso del CoAN, que vigile y regule el sector audiovisual de Navarra**.

También **un 65% consideraba que se le debería dotar de más competencias al Consejo Audiovisual de Navarra para despolitizar las decisiones sobre radio y televisión que se toman en la Comunidad Foral**.

Por otra parte, entre las funciones que realizaba el CoAN, la más valorada es la de formar a padres para que sus hijos utilicen responsablemente la televisión y otras pantallas audiovisuales. A esta le siguen en importancia la protección y formación de los menores y el control de los contenidos emitidos por las televisiones y radios navarras.

Estructura del 'Barómetro Audiovisual de Navarra 2010'

El 'Barómetro Audiovisual de Navarra 2010' comienza con sendos **análisis del equipamiento audiovisual** de los hogares de la Comunidad Foral y de la

utilización de los distintos medios de comunicación para informarse sobre Navarra.

A continuación le siguen **dos capítulos descriptivos monográficos sobre la televisión y la radio**. Respecto a la televisión se analizan los motivos por los que se ve la televisión, la valoración de los informativos, el tipo de programas que prefieren los navarros, la introducción de la TDT en Navarra, las televisiones navarras y la programación infantil. Sobre la radio se analizan los motivos que llevan a los navarros a escuchar la radio y, al igual que en el apartado televisivo, la cantidad y la calidad de la programación sobre Navarra, teniendo en cuenta los aspectos que los oyentes modificarían para mejorar el medio. En este mismo capítulo se incluye también la opinión sobre la presencia de los contenidos en vascuence en las parrillas televisivas y radiofónicas.

Finalmente, se destinan otros **tres capítulos a la presencia y uso de las nuevas tecnologías en los hogares donde conviven menores, a la percepción social del propio Consejo Audiovisual y a elaborar una tipología de ciudadanos navarros** en función del medio que utilizan para informarse en primer y segundo lugar.

Importancia del 'Barómetro Audiovisual de Navarra 2010'

El CoAN considera de especial importancia la realización de este estudio de opinión pública para así poder **acercarse al modo en el que la población navarra se relaciona con los medios audiovisuales**, las expectativas que deposita en ellos, las críticas que realiza y los hábitos cambiantes que adopta. Una información que, además, se complementa con otros aspectos relevantes del sector audiovisual como una segmentación de la sociedad en cuanto a consumo informativo, el equipamiento tecnológico y audiovisual de los hogares navarros o el uso de las nuevas tecnologías por parte de los menores.

Los resultados de este trabajo, además de su interés sociológico, han sido **utilizados por el CoAN como una guía para orientar el desarrollo de sus funciones de protección de la ciudadanía o promoción de sus intereses** y han supuesto un acercamiento a la realidad social que el Consejo Audiovisual de Navarra estaba destinado a atender.

4.2. CONVENIOS DE COLABORACIÓN

A lo largo de 2011, el Consejo Audiovisual de Navarra ha firmado **dos convenios de colaboración** con el objetivo de impulsar y dinamizar el sector audiovisual de la Comunidad Foral de Navarra. En concreto, fueron firmados con la Asociación de Periodistas de Navarra y con la Asociación de Empresas Navarras de TIC (ATANA).

El primero de ellos fue suscrito el pasado 14 de abril entre el presidente del CoAN, Ramón Bultó, y el presidente de la **Asociación de Periodistas de Navarra**, Miguel Ángel Barón. Con esta iniciativa, ambas instituciones **constituyeron el ‘Foro de la Comunicación de Navarra’** con el objetivo de constituir un espacio de debate e intercambio de ideas y opiniones sobre diferentes cuestiones relacionadas con el sector de la comunicación en Navarra. Todo ello con la aspiración de poder plantear e implementar iniciativas que puedan servir para mejorar aquellos aspectos sobre los que se detecten necesidades de cambio o progreso por parte de los agentes implicados.

Asimismo, con el ‘Foro de la Comunicación de Navarra’ el CoAN y la Asociación de Periodistas de Navarra también buscaban favorecer y apoyar la formación continua de los profesionales que trabajan en este sector. Por este motivo estaba previsto ofertar diversos talleres profesionales, ciclos formativos y jornadas de formación para periodistas y trabajadores del sector de la información y de la comunicación de Navarra.

El segundo de los convenios de colaboración fue firmado el 21 de julio entre Ramón Bultó, presidente del CoAN, y Miguel Ángel Latasa, presidente de la **Asociación de Empresas Navarras de TIC (ATANA)**, con el fin de promover y colaborar en el diseño, el desarrollo y la ejecución de iniciativas, proyectos o estudios de interés.

Este convenio de colaboración surgía del interés de ambas entidades por buscar un sector de la comunicación regional en el que tanto las empresas como sus trabajadores prosperen eficaz y efectivamente mediante la promoción de los intereses del mismo, en aras de un mercado próspero y rentable. De este modo, el CoAN y ATANA establecieron un contexto para canalizar el intercambio de ideas, opiniones e informaciones de interés sobre cuestiones que afecten al sector de la comunicación audiovisual en la Comunidad Foral.

Por otra parte, se quería favorecer y apoyar la formación continua de los profesionales que trabajan en el sector audiovisual de la comunicación y de las nuevas tecnologías de Navarra mediante la organización conjunta de jornadas, sesiones y/o encuentros. Asimismo, con este convenio de colaboración, las dos entidades aspiraban a poder detectar, analizar, valorar y, en su caso, implementar iniciativas que pudieran servir para mejorar aquellos aspectos sobre los que se detecten necesidades de cambio o progreso por parte de los agentes implicados.

4.3. FORO DE LA COMUNICACIÓN DE NAVARRA

Como se ha indicado anteriormente, el Consejo Audiovisual de Navarra y la Asociación de Periodistas de Navarra crearon en 2011 el 'Foro de la Comunicación de Navarra' con un doble objetivo:

- Servir de lugar de **debate e intercambio de ideas y opiniones sobre aspectos que afecten al sector de la comunicación de Navarra**, a los trabajadores que lo componen y a las empresas que lo conforman.
- **Favorecer la formación continua de los profesionales** de la información y la comunicación.

Debido al escaso margen de andadura de esta iniciativa, únicamente ha sido posible desarrollar acciones de formación a periodistas y profesionales de la comunicación. En concreto se han impartido tres cursos sobre identidad digital, de cuatro horas de duración cada uno, que se celebraron el sábado 16 de abril, el viernes 17 de junio y el sábado 24 de septiembre, respectivamente. Todos ellos han contado con la colaboración del grupo de periodistas #periodistasNAV y de Civican (Caja Navarra, Banca Cívica).

La finalidad principal del curso fue que los participantes comprendiesen la realidad comunicativa actual, donde la comunicación *online* va unida a la comunicación *offline*. Además, se enseñaron una serie de herramientas (de escucha y de comunicación) para que los asistentes aprendiesen a gestionar correctamente su identidad digital. Los tres cursos fueron gratuitos e impartidos por Diana González, coordinadora de Eidentity.

De este modo, gracias a esta iniciativa se formaron un total de 34 personas entre periodistas, profesionales de los medios, personas que desarrollan funciones de comunicación en empresas y autónomos.

Asimismo, según la evaluación realizada, el 100% de aquellos que la respondieron consideraron los cursos realizados como útiles y la práctica totalidad expresaron que el curso les sirvió para reflexionar sobre la creación de su propia identidad digital.

Por otra parte, la mitad de los participantes que respondieron a la evaluación también reconocieron que habían descubierto herramientas que desconocían y conceptos en los que no habían reparado hasta ese momento, y el 70% admitieron que habían hallado, gracias a los cursos, algunas necesidades para su propio desarrollo profesional.

Finalmente, preguntados por otros cursos de formación que pudieran ser de su interés, los temas más demandados fueron: emprendimiento en medios de comunicación, idiomas, presentaciones eficaces, tratamiento informativo de diferentes áreas de la actualidad y hablar en público.

CAPÍTULO 5

FUNCIONAMIENTO INTERNO DEL CoAN

5.1. ORGANIZACIÓN INTERNA

5.1.1. SEDE

El CoAN tiene su sede institucional, laboral y social en la calle Arrieta nº 8, séptima planta, de **Pamplona**.

5.1.2. COMPOSICIÓN

El CoAN se compone de **siete miembros**, cinco de los cuales son designados por el Parlamento de Navarra y los otros dos por el Gobierno de Navarra, tal y como establece el artículo 23 de la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra.

Los miembros del CoAN ejercen su cargo con **plena independencia**, pues no están sujetos a mandato imperativo alguno y desempeñan sus funciones con autonomía y según su criterio.

La composición del CoAN durante 2011 ha sido la siguiente:

Presidente:

D. Ramón Bultó Llevat

Vicepresidente:

D. Balbino Bados Artiz

Consejero-Secretario:

D. Juan Andrés Platero Alda

Consejeros:

D^a María Victoria Bernad Calza

D. José María Domench García

D^a Eva Laita Martínez

D. Pedro Lozano Bartolozzi

5.1.3. PLANTILLA ORGÁNICA Y PERSONAL

Por Acuerdo 6/2011, de 27 de enero (Boletín Oficial de Navarra nº 53, de 17 de marzo de 2011), el CoAN aprobó la siguiente plantilla orgánica para 2011:

A) Personal funcionario:

Puesto de trabajo	Nº	Nivel	D. excl.	Incomp	Puesto Trabajo	Complem nivel
Técnico Administración Pública (Rama Jurídica)	1	A	-	35	18,72	-
Técnico Administración Pública (Rama Jurídica)	1	A	-	35	13,72	
Técnico Superior (Periodista)	1	A	-	35	13,72	-
Técnico de Grado Medio	1	B	-	35	6,15	
Auxiliar Administrativo	1	D	-	-	13,65	12

B) Personal eventual:

Puesto de trabajo	Número	Libre designación
Secretaria del Presidente	1	X
Gerente	1	X

A la fecha de la aprobación del presente Informe Anual de 2011, estaban cubiertos de forma definitiva los puestos de trabajo previstos en la plantilla orgánica del Consejo relativos a las dos plazas de Técnico de Administración Pública (rama jurídica) y una de Técnico Superior (Periodista), en tanto que el puesto de Auxiliar Administrativo estaba cubierto en régimen temporal y la plaza de Técnico de Grado Medio se encontraba vacante.

Asimismo, por Acuerdo 40/2011, de 25 de agosto, el CoAN aprobó conceder a D. Mario Las Heras Górriz la beca de formación para licenciados en Periodismo y/o Comunicación Audiovisual, cuya convocatoria de concesión se aprobó en virtud del Acuerdo 31/2011, de 16 de junio (BON nº 136, de 8 de julio de 2011), como consecuencia de la renuncia de la anterior beneficiaria.

5.1.4. PÁGINA WEB

Durante 2011 se ha ideado y desarrollado un nuevo sitio web del CoAN. En concreto, se ha renovado por completo el anterior portal para ofrecer una imagen

más actual y más limpia. Asimismo, se ha instalado un sistema de navegación más intuitivo a través de la creación de cuatro perfiles (ciudadanos, familias, profesionales y medios de comunicación, e institucional) y se ha facilitado la convergencia de los contenidos publicados con las redes sociales y la web 2.0. Por otra parte, se ha adquirido el dominio www.coan.es con el objetivo de sustituir progresivamente el actual: www.consejoaudiovisualdenavarra.es.

No obstante, ninguna de estas acciones, a pesar de estar completamente realizadas, ha visto finalmente la luz debido a la aprobación, por parte del Gobierno de Navarra, del proyecto de Ley Foral por la que se deroga la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra.

5.2. PRESUPUESTO E INVENTARIO DE BIENES Y DERECHOS

5.2.1. INFORME DE LA CÁMARA DE COMPTOS CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2010

En relación con el ejercicio de 2010, con fecha 24 de junio de 2011 fue remitido al CoAN el **informe definitivo de fiscalización elaborado por la Cámara de Comptos** correspondiente al ejercicio de dicho año. Según concluía el citado informe, las cuentas anuales del Consejo Audiovisual de Navarra correspondientes a 2010 expresan, en todos los aspectos significativos, la situación patrimonial y financiera a 31 de diciembre de 2010, el estado de liquidación del presupuesto de dicho ejercicio, así como el resultado económico patrimonial al cierre del año 2010, de conformidad con los principios y normas contables aplicables. También expresaba que la actividad económico-financiera del CoAN se desarrolla de conformidad con el principio de legalidad.

5.2.2. PRESUPUESTO DEL COAN EN 2011

El 16 de septiembre de 2010, el CoAN aprobó su **anteproyecto de presupuesto de 2011**, para su inclusión como programa independiente en el proyecto de Ley Foral de Presupuestos Generales de Navarra, tal y como establece el artículo 31 de la Ley Foral 18/2001. A continuación se resume por capítulos de gasto:

Capítulo 1	Gastos de personal	313.500 euros
Capítulo 2	Gastos de funcionamiento	271.205 euros
Capítulo 3	Gastos financieros	200 euros
Capítulo 4	Transferencias corrientes	12.600 euros
Capítulo 6	Gastos por inversión	14.600 euros
TOTAL CONSEJO AUDIOVISUAL DE NAVARRA		612.105 euros

El CoAN aparece como programa independiente en la Ley Foral 22/2010, de 28 de diciembre, de Presupuestos Generales de Navarra para el año 2011, con una **cantidad asignada de 612.105 euros.**

5.2.3. EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DE GASTOS DE 2011

La dotación presupuestaria inicial para el ejercicio 2011 ascendió a la cantidad de 612.105 euros. Las **obligaciones reconocidas netas a 30 de septiembre de 2011, sumaron la cantidad de 320.747,18 euros**, lo que significó un grado de ejecución del 52,40% en relación con el presupuesto consolidado.

5.2.4. ESTADO DE GASTOS DE 2011

El análisis porcentual de los capítulos que integraron el estado de gastos en 2011 fue el siguiente:

CAP.	CONSOLIDADO	%	OBLIGACIONES RECONOCIDAS	%	GRADO DE CUMPLIMIENTO
I	313.500 €	51,22	180.610,33 €	56,31	29,51%
II	271.205 €	44,31	125.007,04 €	38,97	20,42%
III	200 €	0,03	51,80 €	0,02	0,008%
IV	12.600 €	2,06	7.490,00 €	2,33	1,22%
VI	14.600 €	2,38	7.588,01 €	2,37	1,24%
TOTAL	612.105 €	100	320.747,18 €	100	52,40%

5.2.5. INVENTARIO DE BIENES Y DERECHOS

En cumplimiento del Acuerdo 54/2007, de 30 de julio, del Consejo Audiovisual de Navarra, por el que se aprobó la Instrucción para la elaboración y

mantenimiento del Inventario General de Bienes y Derechos, se han anotado los siguientes movimientos de altas durante este año:

- Relativo al código 2081 “Adquisición fondos editoriales” perteneciente a la cuenta 208 “Otro inmovilizado material”, se han adquirido los conceptos que a continuación se relacionan:
 - Derecho Audiovisual. Editorial Colex (2 uds).
- Relativo al código 2180 “Inmovilizado inmaterial”, perteneciente a la cuenta 218 “Inmovilizado inmaterial”, se han realizado las siguientes anotaciones de altas durante 2011:
 - Adquisición dominio CoAN
 - Inscripción registral marca CoAN
 - Página Web CoAN

5.3. AGENDA INSTITUCIONAL EN 2011

A continuación se reseñan las principales acciones organizadas por el CoAN y los eventos a los que han asistido alguno de sus miembros. No se incluye en la siguiente relación todas las actividades ordinarias ya mencionadas a lo largo de los apartados precedentes.

ENERO

- 1 de enero: Entrada en vigor del ‘Código de correulación para la calidad de los contenidos audiovisuales en Navarra 2011’. (“Código CoAN”).
- 13 de enero: Reunión con representantes de ATANA, Asociación de empresas navarras de TIC.
- 25 de enero: Presentación, en Pamplona, del Barómetro Audiovisual de Navarra 2010.
- 28 de enero: Reunión en Madrid de miembros de los servicios jurídicos del Ministerio de Industria y de los Consejos Audiovisuales de Cataluña, Andalucía y Navarra para concretar aspectos de regulación de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual.

FEBRERO

- 4 de febrero: Reunión con la dirección del Instituto Navarro de las Artes Audiovisuales y la Cinematografía (INAAC).
- 10 y 11 de febrero: Celebración, en Pamplona, del IVº encuentro de la Conferencia Ibérica de Consejos Audiovisuales, conformada por las autoridades reguladoras de España, Portugal y Andorra.
- 17 de febrero: Participación en la 10ª reunión del Foro de la TDT en Navarra.

MARZO

- 10 de marzo: Aprobación de las Recomendaciones del CoAN sobre la cobertura informativa del periodo electoral 2011 por los medios de comunicación audiovisuales de ámbito regional.
- 23 de marzo: Participación en un encuentro profesional sobre ética periodística en la televisión organizado por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión.

ABRIL

- 12 de abril: Asistencia a la jornada “¿Se identifica la infancia con los modelos que le proponen los medios?”, organizada en Madrid por iCmedia (Federación de asociaciones de consumidores y usuarios de los medios).
- 14 de abril: Firma de un convenio de colaboración con la Asociación de Periodistas de Navarra (APN) y creación del ‘Foro de la Comunicación de Navarra’.
- 16 de abril: Celebración del primer curso de formación en identidad digital para periodistas, en el marco del ‘Foro de la Comunicación de Navarra’.

MAYO

- 11 al 13 de mayo: Participación en el Iº Congreso de Comunicación y Educación: “Estrategias de alfabetización mediática”, celebrado en Barcelona.
- 12 de mayo: Reunión en Madrid de miembros de los servicios jurídicos del Ministerio de Industria y de los Consejos Audiovisuales de Cataluña, Andalucía y Navarra para concretar aspectos de regulación de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual.
- 25 al 28 de mayo: Participación en la 33ª reunión de EPRA.

JUNIO

- 6 de junio: Adhesión, en Madrid, al manifiesto de la Fundación ONCE y del CERMI para mejorar la imagen social de las personas con discapacidad en los medios de comunicación.
- 14 de junio: Tercera reunión del Comité de vigilancia del "Código CoAN".
- 16 de junio: Aprobación de la Carta de servicios del Consejo Audiovisual de Navarra.
- 17 de junio: Celebración del segundo curso de formación en identidad digital para periodistas, en el marco del 'Foro de la Comunicación de Navarra'.
- 30 de junio al 1 de julio: Asistencia al Festival Internacional de Comunicación Infantil "El chupete", celebrado en Valencia.

JULIO

- 1 de julio: Asistencia al acto de toma de posesión de la presidenta del Gobierno de Navarra, Dña. Yolanda Barcina.
- 21 de junio: Firma de un convenio de colaboración con ATANA, Asociación de empresas navarras de TIC.

SEPTIEMBRE

- 22 de septiembre: Concesión del Certificado de Calidad Audiovisual a seis programas de radio y de televisión de Navarra.
- 24 de septiembre: Celebración del tercer curso de formación en identidad digital para periodistas, en el marco del 'Foro de la Comunicación de Navarra'.
- 27 de septiembre: Comparecencia del presidente del CoAN ante la Comisión de Economía y Hacienda del Parlamento de Navarra para presentar el Informe Anual 2010.

OCTUBRE

- 18 de octubre: Jornada "Menores, pantallas y ética", organizada por el Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales en el Senado.
- 26 de octubre: Presentación de la campaña "Familia y pantallas audiovisuales" en el marco de las III Jornadas de Parentalidad Positiva, organizadas por el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.