

2020

DK memoria

COMUNICACIÓN
E IMAGEN





niábamos el año con la celebración del **30 aniversario desde la creación de Donostia Kultura** en 1990; un organismo autónomo, nacido y desarrollado con éxito como fórmula de aunar estrategias y sinergias entre los distintos agentes culturales de ámbito municipal. Creamos una imagen específica que ilustraría los eventos de dicha celebración, eventos que fueron cancelados a medida que la pandemia Covid-19 se expandía.

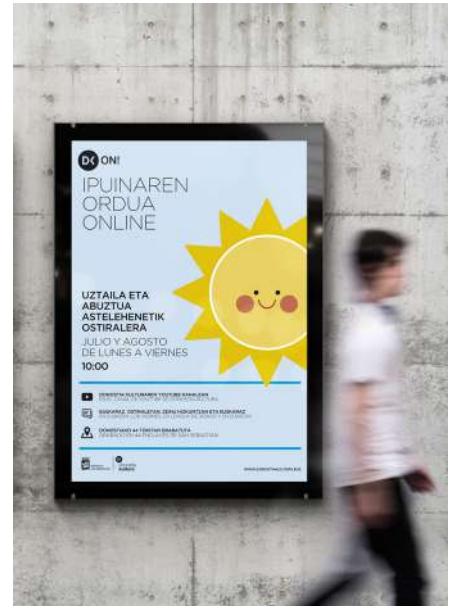
Este es sólo un ejemplo de lo complicada que fue también la gestión de la información en este ejercicio lleno de sobresaltos e incertidumbre. Y es que toda estrategia de comunicación se vio superada cuando el 14 de marzo cerraban sus puertas los 15 espacios culturales de Donostia Kultura.

Tan sólo dos días después, el mismo lunes 16, el equipo de Comunicación y Marketing de Donostia Kultura asumía la tarea de liderar un viraje radical hacia lo digital para encauzar

la programación online, con la que se decidió seguir ofreciendo contenidos culturales al entorno, además de dar voz a los y las artistas y creadores/as que, de golpe, se habían visto silenciados/as. Y, en tan sólo 15 días, presentábamos una nueva marca **DKetxean** con todo su contenido virtual.

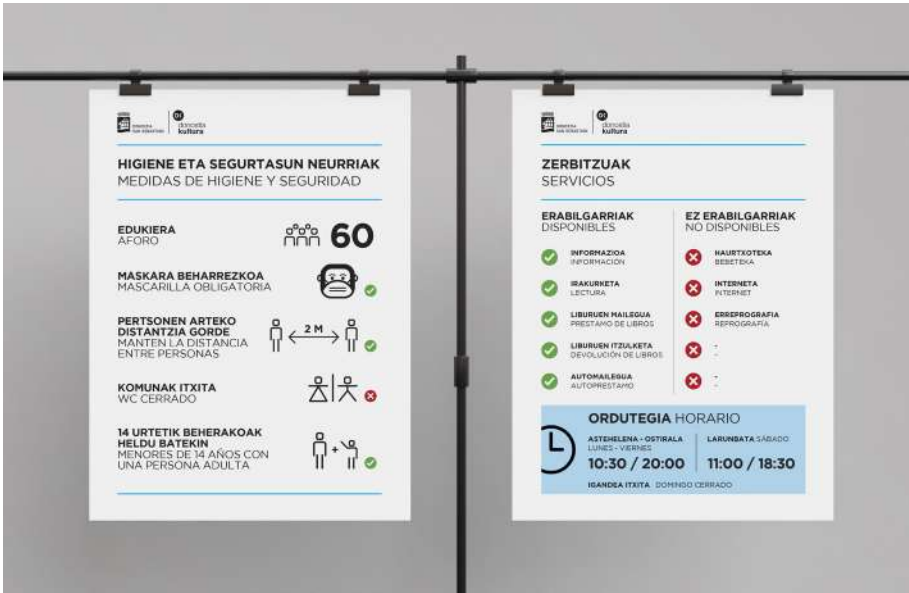
Fueron semanas de innumerables notas de prensa y entrevistas para difundir las nuevas líneas de trabajo digitales de la entidad; y para dar cuenta del aluvión de anulaciones, retrasos y novedades en torno a la programación. Durante este duro periodo nacía también el magazine radiofónico **Ispilu Beltza**, que desde entonces no ha dejado de dar voz a agentes y entidades culturales de nuestra ciudad a través de Donostia Kultura Irratia.

La “nueva normalidad” en la que entramos a partir de mayo no aminoró la presión sobre la necesidad de crear nuevas vías de comunicación y relación con nuestros públicos.



Para ello, creamos desde el primer momento **DK ON!**, la plataforma de contenidos digitales que Donostia Kultura ha creado para sus contenidos online. Además, algunos de los eventos, los más multitudinarios y festivos, quedaron suspendidos *sine die* por lo que la web y las redes sociales se convirtieron en la única vía de celebración de los mismos. Es el caso de los conciertos en la playa del Jazzaldia, de Glad is The Day... pero también de las fiestas de Semana Grande o de las de invierno, como Santo Tomás y Olentzero y Mari Domingi, para las que hubo crear el programa Abuztua Donostian y canales varios de *streaming*, charlas virtuales, etc.





La desescalada e implantación de la “nueva normalidad” supusieron, por último, la creación de unos protocolos específicos también para las ruedas de prensa, la no distribución de folletos, las promociones de artistas a través de vídeo... Cabe mencionar la señalética específica creada para la reapertura y funcionamiento “seguro” de los distintos espacios DK, además de la fuerte presencia online (las emisiones en *streaming* se triplicaron) que - en gran medida - llegaron para quedarse.



DONOSTIA KULTURA IRRATIA, 24 HORAS EN 107.4 FM

LA RADIO, LA ESTRELLA DE CASARES

Donostia Kultura Irratia mantiene su identidad, con un fuerte contenido cultural y la apuesta por la formación en torno a los soportes de audio. En 2020, además, la reforzó impulsando el programa *Ispilu Beltza*, un auténtico espejo de la vida cultural donostiarra.

Dirigido por Oier Aranzabal, y con un creciente número de colaboraciones, logró en tan sólo unos meses reflejar el paisaje, los agentes y los acontecimientos culturales del entorno, con muy buena acogida del sector y de la audiencia.

En el reparto de premios del **VI concurso de Piezas de Radio Hamaika Entzuteko!**, además de darse a conocer los trabajos premiados, hubo ocasión de gozar de radio-teatro en directo.

Donostia Kultura Irratia emite desde el Centro Cultural Casares-Tomasene, en la sintonía FM 107.4, y a través de internet en la dirección irratia.donostiakultura.eus. Su web ofrece todos los programas grabados y numerosos podcasts de DK.

LARROTXENE BIDEO

En el 2020 pusimos en marcha la iniciativa de creación **Oihua!**, con la colaboración de SS Film Commission y Gaztea, y el objetivo de potenciar el género fantástico que se rueda en euskera. Maria Fontán resultaba la ganadora de esta primera edición, en la que participaron 42 jóvenes autores/as.

Además, al recién creado programa **Medialab** (con contenidos como *Hijopotismoa* y *Antenas*) se le sumó durante el confinamiento la programación creada para DKetxean: los **tutoriales** de Adobe After Effects, **Transmediazine** y **Larrotxean zuzenekoak**, estrenándonos en un nuevo canal comunicacional, **Twitch**.





DK ONLINE

Como resultado de la amplia oferta digital ofrecida tanto en el ámbito de la cultura como en el de las fiestas, **las visitas a las páginas web de Donostia Kultura se duplicaron en 2020: con 4.915.191 visitas** frente las 2.523.887 del 2019.

Además ascendieron a **27.552 las/los socios registrados en la web** para la recepción de información personalizada.

En cuanto a las redes sociales, con un aumento del 8%, Donostia Kultura **logró 159.984 seguidoras/es en las principales:** 76.327 (+3.2%) en las diversas cuentas de Twitter y 56.015 (+6.9%) en las de Facebook, además de 25.626 (+27.7%) seguidores/as en Instagram, y 2.016 (+14.4%) en LinkedIn. En YouTube, son 1.618 los seguidores/as de Donostia Kultura, con 160.664 visualizaciones, destacando entre ellas el reto Go!azen Liburu Challenge (34.264) y el concierto que Izaro ofreció para festejar el final del confinamiento desde el tejado del Teatro Victoria Eugenia (24.077).

TARJETA DK

Activo comunicacional de primer orden, el club de socias y socios Donostia Kultura **alcanzó los 110.066 miembros**. Gestionado desde el departamento de Comunicación e Imagen, la satisfacción y fidelización de este colectivo es vital para la entidad.

En este aspecto, en el 2020 se reforzaron las ventajas de la tarjeta con la incorporación de nuevos descuentos, gracias a un acuerdo suscrito con el BCC Basque Culinary Center. Así cada persona que tiene la tarjeta DK tiene numerosos descuentos tanto en los cursos como en los espacios de restauración del BCC.

Especial seguimiento tuvieron también las actividades festivas que hubo que trasladar a un marco virtual: Noche de San Juan, Abuztua Donostian del 8 al 31 de agosto, la Bandera de la Concha (que si bien se celebró en la bahía donostiarra, hubo de ser seguida por distintos canales digitales, bajo el lema *Este año, La Concha desde casa*), y la propia llegada de Olentzero y Mari Domingi.

ESTRATEGIA

El departamento de **Comunicación e Imagen de Donostia Kultura** gestionó así en 2020 la imagen de la entidad en convivencia con la marca del Ayuntamiento donostiarra y englobando como marca paraguas a más de **16 firmas culturales:** Victoria Eugenia Antzokia, Museo San Telmo, Donostia Kultura Festak, Jazzaldia, Semana de Cine Fantástico y de Terror, Dkluba, Literaktum, dFERIA, Festival de Cine y Derechos Humanos, Musikagela, DK Irratia, *Ispilu Beltza*, Txikijazz, Larrotxene Bideo, Eguzkiteka. Además de las marcas de muy diversos programas. Teniendo que prescindir del desarrollo de la imagen **DK 30 urte!**, eso sí...

