

20

22



Comunicación
e imagen

Comunicación e imagen

Donostia Kultura estrenó web. Principal vehículo de la estrategia de comunicación de la entidad, **Donostia Kultura estrenó nueva plataforma digital en 2022**. La web paraguas de la entidad respondía a su misión de acercar la cultura a la ciudadanía, a través de sus múltiples públicos. De forma proactiva, mejoró las interrelaciones con servicios culturales troncales como son *ticketing*, la atención de las/os socios DK, la gestión de los cursos o la consulta del catálogo bibliotecario. Desde entonces, por un lado, todo el ecosistema DK (más de 10 sitios web) comparte las ventajas de una nueva y fortalecida Agenda DK, que – por cierto – es el servicio más demandado por las y los donostiaras. Y, por otro, cada una de las trece marcas que alberga la marca-paraguas Donostia Kultura adquieren ahora mayor autonomía y visibilidad digital.

672.016 fueron las personas usuarias de la web en 2022, lo que implica un incremento del 20% respecto al año anterior. Asimismo, fueron 1.403.717 las sesiones abiertas y **seis millones las páginas web consultadas** (lo que implica subidas del 11 y del 7 por ciento respectivamente).

Además, ya son **37.735 las/los socios/ os registradas a través de la web** que se benefician de las mayores ventajas entre los servicios y la programación de Donostia Kultura. Ellos conforman el rango de población mas cercano a la entidad.



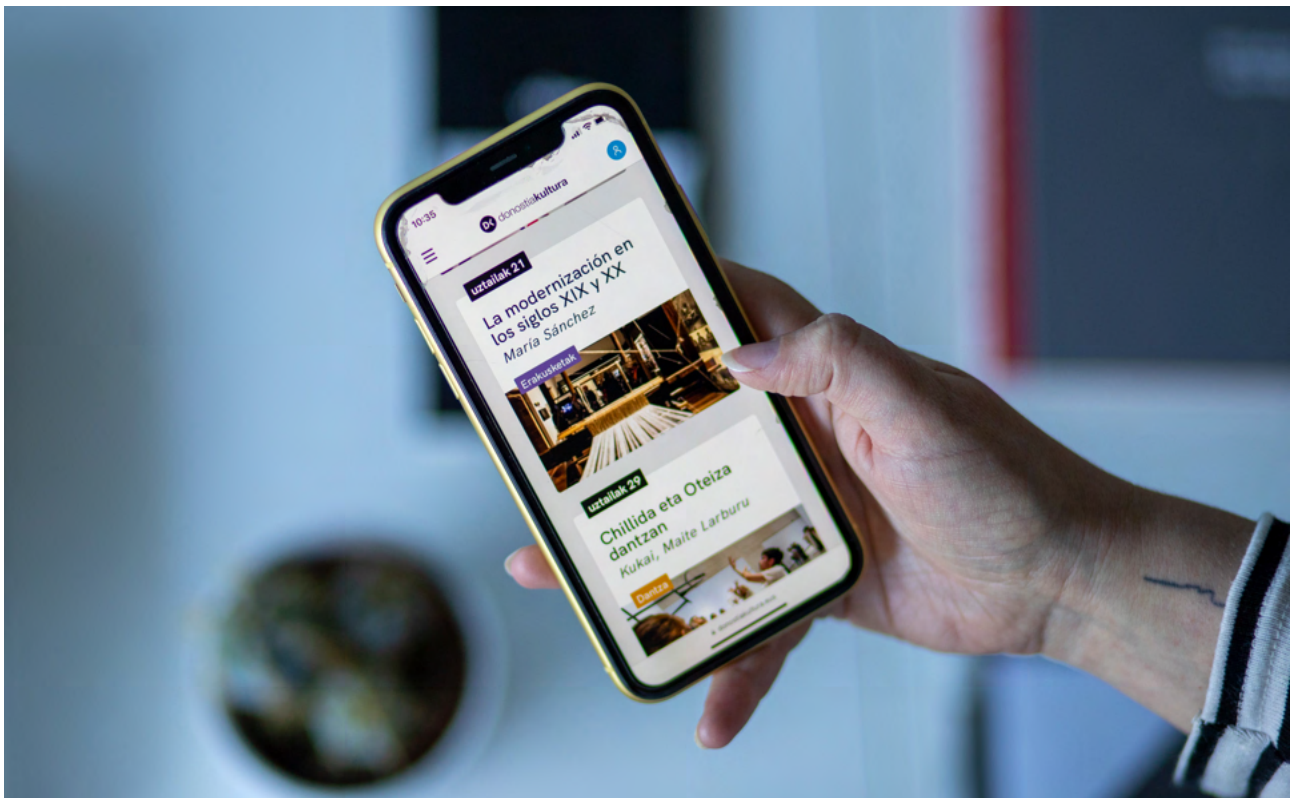
Cabe señalar por último que 20.000 personas reciben la agenda semanalmente, lo que implica un incremento del 80% respecto a la situación anterior.

En cuanto a la presencia en **redes sociales**, **177.641** son las personas seguidoras en las casi 30 cuentas que posee Donostia Kultura en los distintos canales: Twitter 79.879, Facebook 58.868, Instagram 36.335, LinkedIn 2.559; lo que implica la incorporación de 8.816 nuevos seguidores en 2022.

Por último, Youtube superó las 2100 suscripciones, y dentro de los contenidos online ofrecidos en 2022 por DK ON! destacó la conferencia sobre Ucrania celebrada en el **Museo San Telmo** cuyas visualizaciones superaron las 370.000.



Gozatu
Disfruta
**Donostia
Kultura**
donostiakultura.eus





DK OFFLINE

En lo que al resto de vías de comunicación, promoción y marketing se refiere, Donostia Kultura celebró 108 ruedas de prensa en 2022, además de 140 presentaciones literarias. Algunos datos más: 300 anuncios en prensa escrita, 229 dossiers temáticos abiertos, 50 newsletter enviadas y 130 folletos o programas.





DONOSTIA KULTURA IRRATIA

Donostia Kultura Irratia mantiene su identidad, con un fuerte contenido cultural y la apuesta por la formación en torno a los soportes audio. En 2022, además, se afianzó el programa **Ispilu Beltza** con 7.600 visitas, un auténtico espejo de la vida cultural donostiarra. DK Irratia, a su vez tuvo más de 4.000 visitas online.

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 streaming en la dirección irratia.donostiakultura.eus. Su web ofrece todos los programas grabados y numerosos podcasts de DK. En 2022 se renovaron los equipos de la radio mediante la cual se emitieron 13 programas propios y 7 de producción externa.

LARROTXENE BIDEO

En el 2022 se celebró la tercera edición de **Oihua!**, donde se premió a **Igor Salutregi** con **Azken Partida**; así como la décimo cuarta edición de **Bideoaldia**, donde puede verse la cosecha cinematográfica del año. En el plano formativo, 70 fueron las/os alumnas/os que han participado en algunos de los cursos de autor/a especializados en cine. Son destacables también el proyecto **Medialab** de relatos digitales con la metodología **Learning by Doing**, y el servicio de asesoramiento que recibió 300 solicitudes de apoyo técnico.



TARJETA DK

Activo comunicacional de primer orden, el club de socias y socios Donostia Kultura **alcanzó los 116.745 miembros, 3.913** más respecto al año pasado. Gestionado desde el departamento de Comunicación e Imagen, la satisfacción y fidelización de este colectivo es vital para la entidad. Por ello se abrió un nuevo punto de gestión de la tarjeta en la hasta ahora taquilla del **Teatro Victoria Eugenia**.

En este aspecto, en el 2022 se mantuvieron las ventajas de la tarjeta, con descuentos en la oferta cultural de la ciudad de la mano de otros agentes: **Zinemadia, Dock of The Bay, Aquarium, BCC Basque Culinary Center**, etc.

