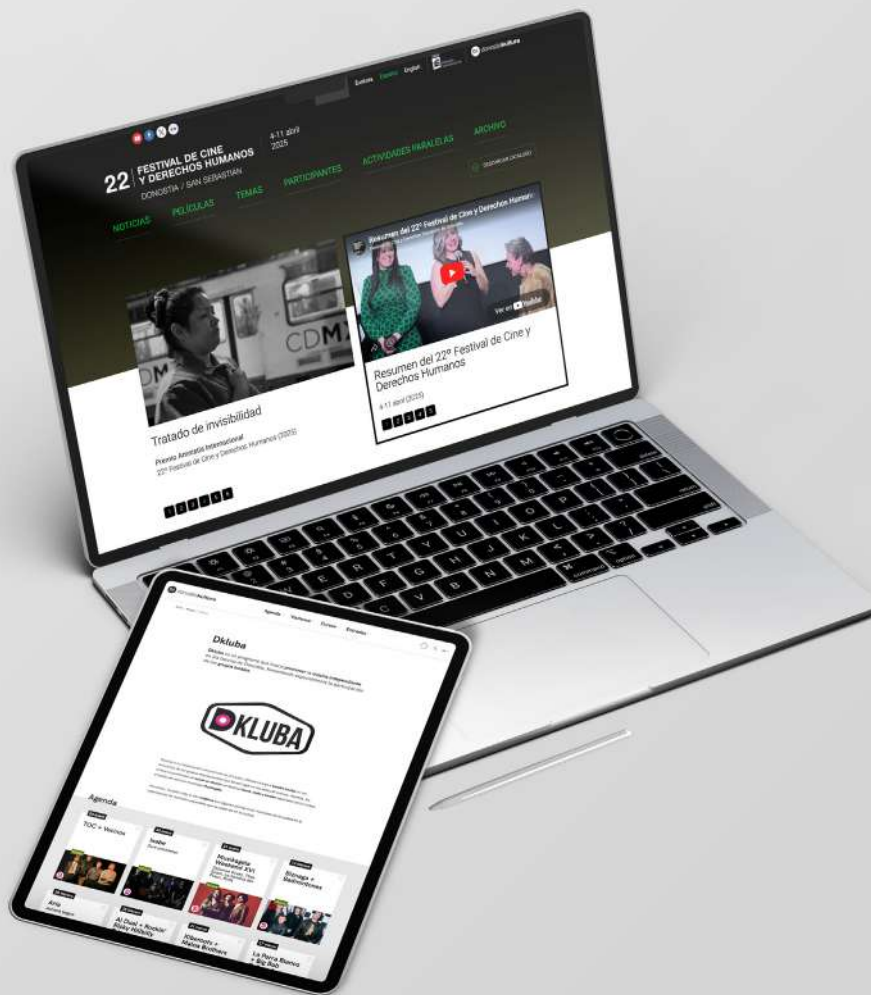


# Comunicación e imagen

20  25





## Comunicación e imagen

El año 2025 fue un año de consolidación de la nueva página web de Donostia Kultura, que centraliza la estrategia de comunicación de las casi 30 marcas englobadas bajo el logotipo-paraguas de la Entidad. Durante este ejercicio se creó un apartado web propio para el programa musical **Dkluba**.

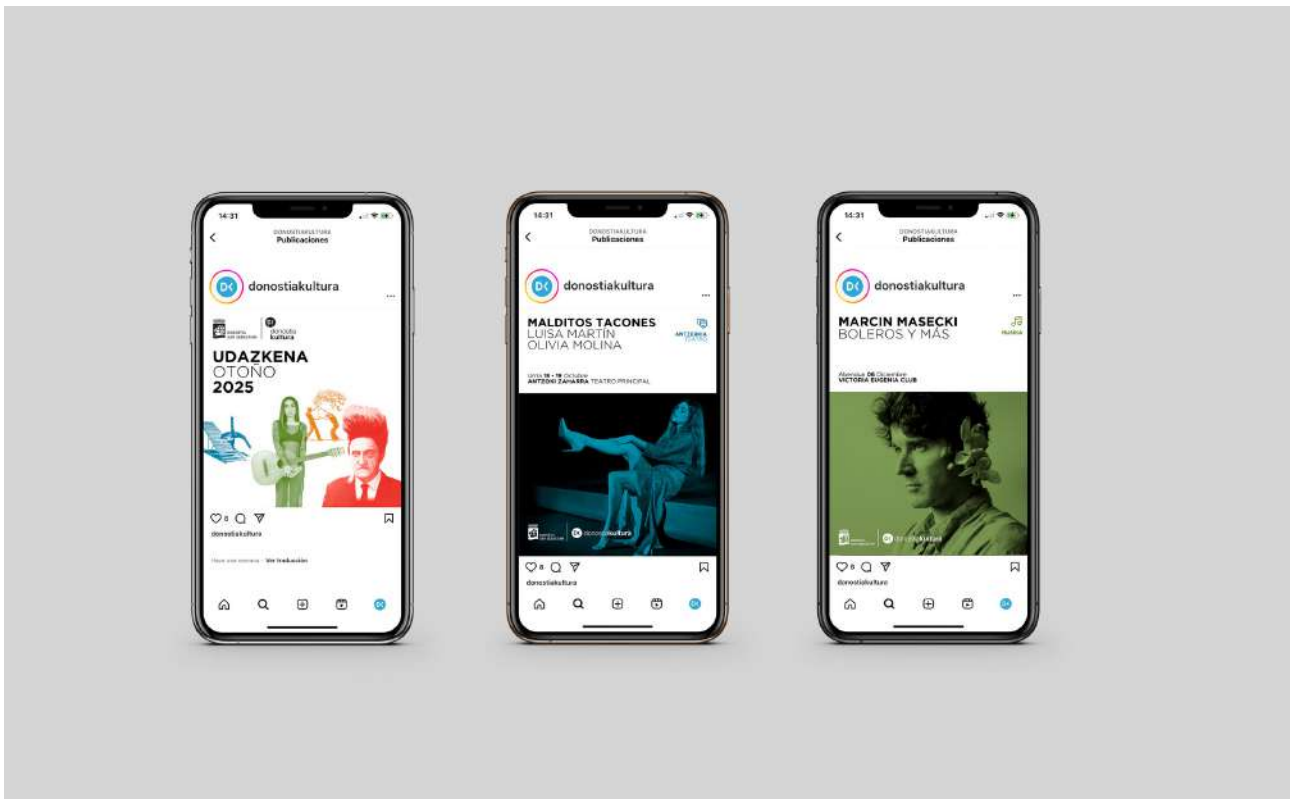
En 2025, **807.000 personas usuarias accedieron a la web**, lo que supuso un incremento del 11 %. Las sesiones web abiertas ascendieron a 1.627.439, mientras que las **páginas consultadas alcanzaron los 6,3 millones**, lo que representó **incrementos del 11 % y del 4,5 %**, respectivamente. En cuanto a los contenidos más consultados, destacaron a lo largo de todo el año las entradas relativas a la agenda y la venta de espectáculos, la oferta de cursos y las bibliotecas donostiarras.

Asimismo, durante el año 2025 se llevó a cabo el concurso para la realización de la nueva web del museo, que fue adjudicado a la empresa **Adimedia** y cuyo desarrollo se realizará a lo largo de 2026.

Se incidió de manera especial en la que constituye la principal herramienta comunicativa de Donostia Kultura: las *newsletters* o boletines informativos, especialmente aquellos dirigidos a las personas socias que, tal y como se recoge en el apartado dedicado a la tarjeta DK, superaron las **130.000 integrantes del Club Cultural Donostia Kultura**. Las personas que solicitaron la recepción de la **agenda mensual sumaron 57.090**, además de las 27.613 que requirieron dicha información de forma semanal, lo que supuso un incremento del 15 % respecto al año anterior.

En cuanto a la presencia en **redes sociales**, a finales de 2025 se contabilizaron **201.054** personas seguidoras de las casi 30 cuentas que Donostia Kultura mantiene en los distintos canales: X (antiguo Twitter), con 77.773; Facebook, con 60.239; Instagram, con 59.483; y LinkedIn, con 3.575. Estas cifras implicaron la incorporación de **6.397 nuevas personas seguidoras** en el conjunto de las plataformas, a pesar de la zozobra e incertidumbre que continuaron afectando al devenir de varias de ellas.

Por último, Donostia Kultura alcanzó las **2.532 suscripciones en YouTube**, lo que representó un incremento del 6,3 %. Dentro de los contenidos *online* ofrecidos en 2025 por **DK ON!**, destacaron especialmente las conferencias y debates del programa **Desafíos** del Museo San Telmo, así como el programa **DK Sessions**.





## DK OFFLINE

En lo que respecta al resto de vías de comunicación, promoción y marketing, Donostia Kultura celebró **110 ruedas de prensa en 2025**, además de las 245 notas de prensa enviadas y de las 100 presentaciones literarias acogidas en las bibliotecas. Algunos datos adicionales permiten completar este balance: se publicaron 318 anuncios en prensa escrita, se abrieron 202 dossiers temáticos, se enviaron 177 *newsletters* y se generaron 140 folletos o programas. Como último dato, se recogieron 2.560 impactos únicamente en los medios escritos locales.





## DONOSTIA KULTURA IRRATIA

**Donostia Kultura Irratia**, la radio de la entidad y alma de **Casares K.E.**, emite desde **Casares-Tomasene K.E.** en la sintonía **FM 107.4** y a través de *streaming*. La principal novedad fue la puesta en marcha de **DK Session**, un formato en el que se ofreció a una persona músico la grabación de una canción inédita dentro de un programa multimedia que abarcó todo el proceso de creación, incluida la grabación y la edición de un *podcast* y un *video*. **Maite Larburu, Amorante, Sua Enparantza** y **Kiliki** fueron las y los artistas seleccionados en 2025.

## LARROTXENE BIDEO

En un año espectacular, el **festival Euskal Zine Bilera de Lekeitio** seleccionó cinco trabajos para su **48ª edición**: ***Berandu*** (Lorea Azpeitia), ***Kamarada*** (Jon Hidalgo), ***Maritxu, nora zoaz?*** (Alex Altuna), la coproducción ***Olentzerori eskatu nion*** (Amaia San Sebastián) y ***Planetagatik*** (Eneko Muruzabal). Este último trabajo fue producido con motivo del proyecto ***Oihua!*** y participó en alrededor de **50 festivales** de todo el mundo durante el año.

Asimismo, el **festival Asier Errasti** seleccionó para su programación los trabajos ***Berandu, Maritxu, nora zoaz?*** y ***Olentzerori eskatu nion***, producidos en **Larrotxene Bideo**. Esta última coproducción obtuvo, además, el **premio al mejor cortometraje vasco** en la **Semana de Cine Fantástico y de Terror de Donostia**.

**Larrotxene Bideo** y la **Escuela Superior de Cine y Audiovisuales de Cataluña (ESCAC)** firmaron el pasado año un convenio para la puesta en marcha de cursos de alta empleabilidad. En **2025**, **Larrotxene Bideo** alcanzó su récord de visibilidad en redes sociales: en **YouTube**, la producción ***Hibernazioa*** superó el **millón y medio de visualizaciones**.



En cuanto a las **publicaciones**, **San Telmo Museoa** ha editado en 2025 dos publicaciones. Por una parte, el catálogo de la exposición ***Bosques de memoria***, con textos de **Mabel Tapia, Maialen Lujanbio, Jaqueline Urla** y **Santi Eraso**. Por otra, el catálogo de la exposición ***La escena oscura. Ella despierta***, de **Natalia Suárez Ortiz de Zárate**, con textos de **Nadia Barkate**.



La **unidad de cine de Donostia Kultura** editó en **2025** las publicaciones ***Dena egiteke dago, zinema tirokatu*** y la dedicada a **Billy Wilder**.

La **red de Bibliotecas de Donostia** también destacó por la edición de libros: desde la obra sobre ***Catalina de Erauso***, escrita por **Álvaro Bermejo**, mientras que las fotografías pertenecen a **Joseba Urretabizkaia**, hasta el libro ***Donostia San Sebastián postal a postal 1902-1930***, de **Gráficas Michelena**.

Por último, **Donostia Kultura** ha editado, como en años anteriores, junto con la editorial **Balea Zuria**, el **VIII Poesía Saria**, concedido este año a **Sara Uribe Etxeberria** por su libro ***Kuntzak eta Kerak***.

## TARJETA DK

Activo comunicacional de primer orden, el club de socias y socios Donostia Kultura es gestionado desde el departamento de Comunicación y Marketing y alcanzó los **131.594 poseedores de la tarjeta DK**, 4.082 más respecto al año pasado. La fidelización de este colectivo y la satisfacción de los usuarios en general es vital para la entidad, por lo que **Donostia Kultura** gestiona asimismo el único punto de venta de entradas presencial y permanente de la ciudad; concretamente, la taquilla del **Teatro Victoria Eugenia**. De hecho, son **81.000** las personas socias que reciben los boletines informativos de **Donostia Kultura**: semanales, mensuales y trimestrales o por disciplina creativa.



Además, en 2025 se reforzaron las ventajas de la tarjeta, con descuentos en la oferta cultural de la ciudad de la mano de otros agentes: **Zinemaldia, Aquarium, BCC Basque Culinary Center, Cursos de Verano de la EHU**, etc.