

SERVICIO DE COMUNICACIÓN

El Servicio de Comunicación del Ayuntamiento de Pamplona envía a los medios de comunicación en 2020 un total de 1.549 notas de prensa, un 10% menos que el año anterior cuando se remitieron 1.705 informaciones municipales. Los meses con más notas enviadas son junio, con más de 170 y enero con 150. Los meses de marzo, abril y junio la media de notas es de 109.

Según el cómputo total, el Área de Cultura baja de peso en la comunicación de este año ya que sus notas suponen un 25% de las emitidas frente a años anteriores en los que representaban la tercera parte del total. Ascende en 2020 la cifra de informaciones de las áreas de Seguridad Ciudadana y Acción Social, Desarrollo Comunitario y Deporte (ver COVID-19).

Durante este año se realizan 106 convocatorias de medios para diferentes actos, aperturas, visitas, exposiciones o ruedas de prensa, entre otros eventos.

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
Notas de prensa	1.844	1.913	1.891	1.705	1.549
Convocatorias de medios	281	270	287	189	106

*Los meses de abril y mayo no se realiza ninguna convocatoria y en el mes de junio se producen únicamente dos.

Este año 2020 se inicia, tras el verano, un nuevo sistema de redacción y envío de notas de prensa a los medios con textos enlazados mediante el empleo de direcciones url, dando prioridad temporal al reflejo de las notas en la web municipal y reestructurando la forma de presentar los contenidos. A los tradicionales adjuntos de documentación gráfica complementaria para los informadores, se les añade a partir del mes de septiembre un nuevo servicio de videonoticias para información ciudadana directa (web municipal, perfiles sociales de la institución y canal del Ayuntamiento de Pamplona en YouTube). Estas producciones también se envían a los informadores para facilitar el trabajo de los medios audiovisuales y digitales.

SEÑALES INSTITUCIONALES

Este año el Servicio de Comunicación no realiza ninguna señal institucional de actos extraordinarios (ver COVID-19).

En 2020 servicio comienza a realizar la gestión exclusiva de la retransmisión en streaming y la puesta a disposición on-line de las ruedas de prensa que tienen lugar en la Sala de Prensa de la Casa Consistorial que en 2020 son 86.

PÁGINA WEB

En febrero de 2020 la nueva web municipal cumple un año. En este año la web municipal pamplona.es es visitada por 2.206.451 usuarios, 200.000 más que en los datos registrados en febrero de 2019. Según datos de la herramienta de analítica web Google Analytics, 2,2 millones de internautas acceden en 2020 a 3.725.888 páginas de pamplona.es en 2.680.849 sesiones. En cada sesión los navegantes consultan una media de entre una y dos páginas, con una duración media por sesión de 51 segundos. Atendiendo al origen de la navegación el 95% de los visitantes provienen de España mientras que, entre los visitantes internacionales, la mayor cantidad de consultas llegan desde Estados Unidos (1%) y Francia (0,7%). Teniendo en cuenta el dispositivo desde el que se navega el 49% de los accesos se llevan a cabo desde un teléfono móvil, el 47% desde un ordenador y el 3% restante desde una tablet. La página más visitada de pamplona.es es la portada, con el 11% del total de accesos. Le siguen la agenda de actividades, la información sobre el Centro de Atención de Animales (CAA), el apartado turístico, la información institucional, y las noticias del Consistorio (ver COVID 19).

IMAGEN CORPORATIVA

Dentro del trabajo del servicio en torno a la imagen corporativa de la institución en 2020 se realiza, como cada año, la memoria municipal del año anterior (2019) que es navegable on line y descargable en .pdf. Así, desde 2008 el Servicio de Comunicación centraliza y resume de forma accesible a los ciudadanos el trabajo realizado ese año por todas las áreas del Ayuntamiento de Pamplona ofreciendo una visión global de la institución.

Como ejemplos de trabajo en el campo de la imagen corporativa, la suspensión de los Sanfermines lleva a realizar la campaña de comunicación integral "Los viviremos", una acción con repercusión internacional, nacional y local que busca minimizar el impacto de la noticia en la "marca de ciudad" (ver COVID 19). Otros ejemplos de trabajo de supervisión corporativa realizados este año son la imagen gráfica de la 'Red pública de aparcamientos de bicicleta N-Bici', seis elementos cuyo tamaño y ubicación en el espacio público les confieren un importante impacto visual, o la gestión del rotulado de 11 ascensores urbanos de la ciudad.

SERVICIOS FOTOGRÁFICOS Y VIDEOGRÁFICOS

En junio de 2020 se adjudica el concurso para el servicio de fotografía del Ayuntamiento de Pamplona, un contrato que tiene por objeto realizar los diferentes trabajos fotográficos encomendados por el Consistorio sobre sus proyectos, actuaciones y actos, para difundirlo por los canales municipales y para la puesta a disposición de los medios de comunicación. El contrato, de un año prorrogable a otros tres, tiene un presupuesto de 39.930 euros y es adjudicado al equipo de profesionales formado por Cristina Núñez Baquedano y Jesús Garzaron.

El septiembre de este año el Ayuntamiento de Pamplona inicia un servicio experimental de videonoticias. Inicialmente dirigidas a los ciudadanos de forma directa a través de la web municipal, las redes sociales y el canal del Ayuntamiento de Pamplona en YouTube, las videonoticias también se envían a los medios de comunicación. El primer audiovisual producido tiene como contenido 'Visitas guiadas a la Casa Consistorial por el Privilegio de la Unión'. Desde el 1 de septiembre hasta final de año se realizan un total de 52 audiovisuales, una media de 14 al mes.

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

En 2020 se licitan dos procedimientos vinculados a la publicidad institucional como mensaje que pretende informar al conjunto de la ciudadanía de las actividades que desarrolla la institución y los servicios que pone a su disposición. Los concursos tienen como objetivo que la ciudadanía obtenga la mayor rentabilidad social de esa información y mejorar la eficiencia para el Ayuntamiento en términos de proyección, penetración y difusión.

Así, por un lado, se licita un nuevo acuerdo marco para el diseño de publicidad y materiales de comunicación, es decir, todo lo relacionado con la creatividad de publicidad, carteles, folletos, etc. con el objetivo de conseguir la mejor calidad posible a precios competitivos y lograr una unidad de imagen corporativa. El contrato regula durante un año la contratación de campañas y acciones de publicidad institucional y diseño de materiales y soportes para imagen, promoción y difusión de actividades y servicios. El presupuesto base de licitación es de 484.000 euros. La adjudicación se hace en 2 lotes, el primero para trabajos por encima de los 4.000 euros y para todos los trabajos cuyo destino sea la publicidad institucional (se adjudica a La Llorona- Hasitago) y un segundo lote para trabajos por debajo de ese importe en el que se seleccionan 11 empresas que trabajan de forma rotatoria.

Por otro lado, en enero se adjudica el acuerdo marco para 2020 para la compra de espacios de publicidad en medios de comunicación privados de ámbito local, agrupando medios en lotes diferentes según su tipología. El contrato establece un presupuesto máximo de 600.000 euros en inserciones, un 25% menos que los 800.000 euros de gasto en ejecución del 2019. La adjudicación recae en en Brandok Comunicación (Diario de Navarra) y Zeroa Multimedia (Diario de Noticias) en prensa escrita y en las ediciones digitales de ambas empresas y en Glocal Influence (navarra.com) para prensa digital. Asimismo, se insertarán cuñas de radio en la Sociedad Española de Radiodifusión/SER y Radio Popular Cadena Cope. En lo relativo a spots de televisión es adjudicataria la Editora Independiente de Medios de Navarra/Navarra Televisión.

El Servicio de Comunicación desde 2020 se encarga de coordinar las campañas municipales en 18 edículos de aparcamientos subterráneos, ubicados fundamentalmente en el centro de la ciudad. Desde el año 2003 hace esa misma función con los 52 mupis estáticos en el espacio público. A finales de 2020 se comienza a trabajar en el diseño y producción de contenidos y en la adquisición de un nuevo elemento de comunicación en el espacio público: un mupi digital que se ubicará en la plaza del Castillo.

OTROS ESPACIOS INFORMATIVOS

El Ayuntamiento de Pamplona en 2020 redefine el microespacio de información ciudadana 'Día a día tu ciudad' destinándolo únicamente para radio. Este se configura como un sistema de cuñas de información-servicio que se inició como tal en 2005. 'Día a día tu ciudad' tuvo también un corto periodo de vida en prensa escrita y durante unos años se emitió también en televisiones locales. Este año se emite exclusivamente en radio, tanto en castellano, como en euskera, de lunes a viernes. El microespacio se inserta en las principales emisoras de la ciudad.