

2.1.2.

KOMUNIKAZIO-ZERBITZUA

Iruñeko Udaleko Komunikazio Zerbitzuak 1.549 prentsa-ohar igorri zituen 2020an komunikabideetara, aurreko urtean baino % 10 gutxiago (1.705 udal-informazio igorri zituen orduan). Nota gehien bidali diren hilabeteak ekaina (170 baino gehiago) eta urtarrila (150) dira. Martxoan, apirilean eta ekainean, prentsa-oharren batez bestekoa 109 da.

Gutzizko zenbaketaren arabera, Kulturako Alorrak pisu gutxiago du aurtengo komunikazioan; izan ere, igorritako prentsa-oharren % 25 dira Alor horretakoak, eta aurreko urteetan, berriz, guztizkoaren herena. 2020an gora egin zuen Herritarren Segurtasuneko Alorrari eta Gizarte Ekintza, Komunitate Garapen eta Kiroleko Alorrari buruzko informazio kopuruak (ikus COVID-19).

Urte honetan, 106 deialdi egin zitzaizkien komunikabideei, besteak beste ekitaldi, inaugurazio, bisita, erakusketa eta prentsaurrekoetarako.

URTEA	2016	2017	2018	2019	2020
Prentsa-oharrak	1.844	1.913	1.891	1.705	1.549
Hedabideen deialdiak	281	270	287	189	106*

* Apirilean eta maiatzean ez zen deialdirik egin, eta ekainean bi baino ez ziren egin.

2020an, uda ondoren, prentsa-oharrak idatzi eta hedabideei bidaltzeko sistema berri bat abiatu zen, testuak estekatuta url helbideen bidez eta denboran lehentasuna emanez prentsa-oharrak Udalaren webgunean agertzeari, eta edukiak aurkezteko modua berregituratuz. Informatzaileei bidali ohi zitzaizkien agiri grafiko erantsiei, irailetik aurrera, bideoalbisteen informazio zerbitzu berri bat gehitu zitzairen, herritarren informazio zuzenerako (udal-webgunea, instituzioaren sare sozialetako profilak eta Iruñeko Udalaren YouTubeko kanala). Ekoizpen horiek ere informatzaileei bidaltzen zaizkie ikus-entzunezko komunikabideei eta digitalei lana errazte aldera.

SEINALE INSTITUZIONALAK

2020an Komunikazio Zerbitzuak ez du ezohiko ekitaldien seinale instituzionalik egin (ikus COVID-19).

2020an zerbitzua Udaletxeko prentsa-aretoan egiten diren prentsaurrekoen streaming bidezko hedapenaren kudeaketa eksklusiboa egiten eta horiek online eskuragarri jartzen hasi zen. 2020an 86 izan ziren.

WEBGUNEAK

2020ko otsailean Udalaren webgune berriak urtebete egin zuen. Urte horretan zehar Udalaren pamplona.es webgunea 2.206.451 erabiltzailek bisitatu zuten, 2019an erregistratutako datuak baino 200.000 gehiago. Google Analytics webguneak aztertzeako tresnaren datuen arabera, 2,2 milioi internauta sartu ziren 2020an pamplona.es webguneko 3.725.888 orritara 2.680.849 saiotan. Saio bakoitzean erabiltzaileek batez beste orri bat edo bi kontsultatzen dituzte, batez beste, 51 segundoz.

Internauten jatorriari dagokionez, bisitarien % 95 Espainiakoak dira, eta nazioarteko bisitariak dagokienez, kontsulta gehienak Estatu Batuetatik (% 1) eta Frantziatik (% 0,7) datoz. Zein gailutik nabigatzen den kontuan hartuta, % 49 telefono mugikorretik sartzen da, % 47, ordenagailutik eta % 3, tablet batetik.

pamplona.es-eko azala da gehien bisitatzen den orria, sarbide guztien % 11rekin. Jarraian datoz jardueren agenda, Animaliak Hartzeko Zentroari buruzko informazioa, turismoaren atala, informazio instituzionala eta Udalaren albisteak (ikus COVID-19).

SARE SOZIALAK

Iruñeko Udala beste bide digital batzuen bidez komunikatzen da herritarrekin: Udalak sare sozialetan dituen profilak, zeinek 2020an jarraipen maila handia baitute ere. Udalak Facebook, Twitter, Instagram eta YouTube dituen kontuek 42.000 jarraitzaile baino gehiago dituzte. Horien % 30 erabiltzaile berriak izan dira 2020an. Komunikazio Zerbitzuak urte horretan, guztira, 9.300 post argitaratu zituen (3.800 argitalpen Facebooken, 1.800 Instagramen eta 3.700 txio Twitterren).

Irailaz geroztik Udalak ikus-entzunezko edukiak sortzeko zerbitzu berri baten aldeko apustua egin zuen. Bideo horiekin, udal-prentsaurrekoen zuzeneko emankizunekin eta sareetan partekatutako edukiekin, guztira 458 bideo argitaratu dira Udalaren YouTubeko kanalean. Udalak sare horretan duen kanalak 1.650 harpidedun ditu.

Facebookeko eta Instagrameko argitalpenak guztira 6,5 milioi konturengana heldu dira, eta herritarrek 10.758 aldiz iruzkindu dituzte, hiru sareak batuz gero. Halaber, 144.0000 like jaso dituzte, gutxi gorabehera, eta 400 aldiz partekatu dira.

IRUDI KORPORATIBOA

Zerbitzuaren 2020ko lanaren barruan, instituzioaren irudi korporatiboari dagokionez, urtero bezala, aurreko urteko (2019) udal-memoria egiten da. Memoria hori online nabigagarria da eta PDFn deskarga daiteke. Hala, 2008az geroztik, Komunikazio Zerbitzuak Iruñeko Udaleko alor guztiek urte horretan egindako lana zentralizatu eta laburbiltzen du, herritarrei modu irisgarrian eskainiz erakundearen ikuspegi orokorra.

Irudi korporatiboaren arloan egindako lanaren adibide gisa, sanferminak bertan behera uzteak "Biziko ditugu" komunikazio-kanpaina egitea dakar, nazioartean, nazioan eta tokian-tokian oihartzuna duen ekintza, albisteak "hiriaren markan" duen eragina minimizatzea bilatzen duena (ikus COVID-19). Aurten egindako gainbegiratze korporatiboaren beste adibide batzuk dira 'BiziZ bizikleta-aparkalekuen sare publikoaren' irudi grafikoa (sei elementu horien tamainak eta kokapenak inpaktu bisual handia ematen diete) edo hiriko 11 hiri-igogailuren errotuluen kudeaketa.

ZERBITZU FOTOGRAFIKOAK ETA BIDEOGRAFIKOAK

2020ko ekainean, Iruñeko Udalaren argazkigintza-zerbitzuko lehiaketa adjudikatu zen. Kontratu horrek xede du Udalak bere proiektu, jarduketa eta ekitaldiei buruz agindutako argazki-lanak egitea, udal-kanaletan hedatzeko eta komunikabideen eskura jartzeko. Kontratua urtebetekoa da eta beste hiru urtez luzatu daiteke, 39.930 euroko aurrekontua du eta Cristina Núñez Baquedano eta Jesús Garzaron profesionalek osatutako taldeari adjudikatu zaio.

Urte horretako irailean Iruñeko Udalak bideoalbisteen zerbitzu esperimentalak abiatu zuen. Hasiera batean, herritarrei zuzenean zuzenduta, udal-webgunearen, sare sozialen eta Iruñeko Udalaren YouTubeko kanalaren bidez, bideoalbistek komunikabideei ere helarazten zaizkie. Ekoiztu zen lehen ikus-entzunezkoaren edukia da 'Bisita gidatuak Udaletxean barna Batasunaren Pribilegioaren karietara'. Irailaren 1etik urtea amaitu arte guztira 52 ikus-entzunezko egin ziren, batez beste 14 hilean.

PUBLIZITATE INSTITUZIONALA

2020an, publizitate instituzionalari lotutako bi prozedura lizitatu ziren, herritar guztiei instituzioak egiten dituen jardueren eta eskura jartzen dituen zerbitzuen berri emateko. Lehiaketen helburua da herritarrek informazio horren errentagarritasun sozial handiena lortzea eta Udalarentzako efizientzia hobetzea, proiektioari, sartzeari eta hedapenari dagokienez.

Horrela, alde batetik, esparru-akordio berri bat lizitatzen da publizitatea eta komunikazio-materialak diseinatzeko, hau da, publizitatearen, kartelen, liburuxken eta abarren sormenarekin zerikusia duen guztia, ahalik eta kalitaterik onena lortzeko prezio lehiakorretan, eta irudi korporatiboaren batasuna lortzeko. Kontratuak publizitate instituzionaleko kanpainak eta ekintzak kontratatzea arautzen du urtebetez, bai eta jardueren eta zerbitzuen irudi, sustapen eta hedapenerako materialak eta euskarriak diseinatzear ere. Lizitazioaren oinarritzko aurrekontua 484.000 eurokoa da. Adjudikazioa 2 lotetan egin zen, lehena 4.000 eurotik gorako lanetarako eta publizitate instituzionala xede duten lan guztietarako (La Llorona-Hasitagori adjudikatu zitzaion), eta bigarrena, zenbateko horretatik beherako lanetarako, non txandaka lan egiten duten 11 enpresa hautatzen baitira.

Bestalde, urtarrian, tokiko komunikabide pribatuetan publizitate-espazioak erosteko 2020rako esparru-akordioa esleitu zen, eta hedabideak lote desberdinetan multzokatu ziren, tipologiaren arabera. Kontratuak 600.000 euroko gehieneko aurrekontua ezartzen du publizitate-txertatzeetan, 2019ko 800.000 euroko gastua baino % 25 gutxiago. Idatzizko prentsan, Brandok Comunicacion (Diario de Navarra) eta Zeroa Multimedia (Diario de Noticias) egunkariei adjudikatu zitzaion, eta prentsa digitalean, bi enpresen edizio digitalei eta Glocal Influenceri (navarra.com). Halaber, irati-iragarkiak jarri ziren Sociedad Española de Radiodifusión/SER eta Radio Popular Cadena Cope irratiaren. Telebistako iragarkiei dagokienez, Editora Independiente de Medios de Navarra/Navarra Televisión da adjudikazioduna.

2020az geroztik, Komunikazio Zerbitzua batez ere erdiguneko lurrazpiko aparkalekuetan dauden 18 edikuluetakoko udal-kanpainak koordinatzeaz arduratzen da. 2003az geroztik, funtzio bera betetzen du espazio publikoko 52 mupi estatikoekin. 2020. urtearen amaieran edukiak diseinatu eta ekoizteko eta espazio publikoan komunikazio-elementu berri bat eskuratzeko lanari ekin zitzaion: Gazteluko plazan kokatuko zen mupi digital bat.

BESTE INFORMAZIO-GUNE BATZUK

Iruñeko Udalak, 2020an, 'Zure hiria egunez egun' herritarren informaziorako mikroespazioa birdefinitu eta irratira soilik bideratu zuen. Informazio-zerbitzuko kuña-sistema gisa konfiguratu zen, 2005ean sortu zenetik. 'Zure hiria egunez egun' saioa ere denbora labur batez idatzizko prentsan argitaratu zen, eta urte batzuez tokiko telebistetan eman zen. Urte horretan irratiz igorri zen bakarrik, euskaraz eta gaztelaniaz, astelehenetik ostiralera. Mikroespazioa hiriko irratsaio nagusietan txertatzen da.