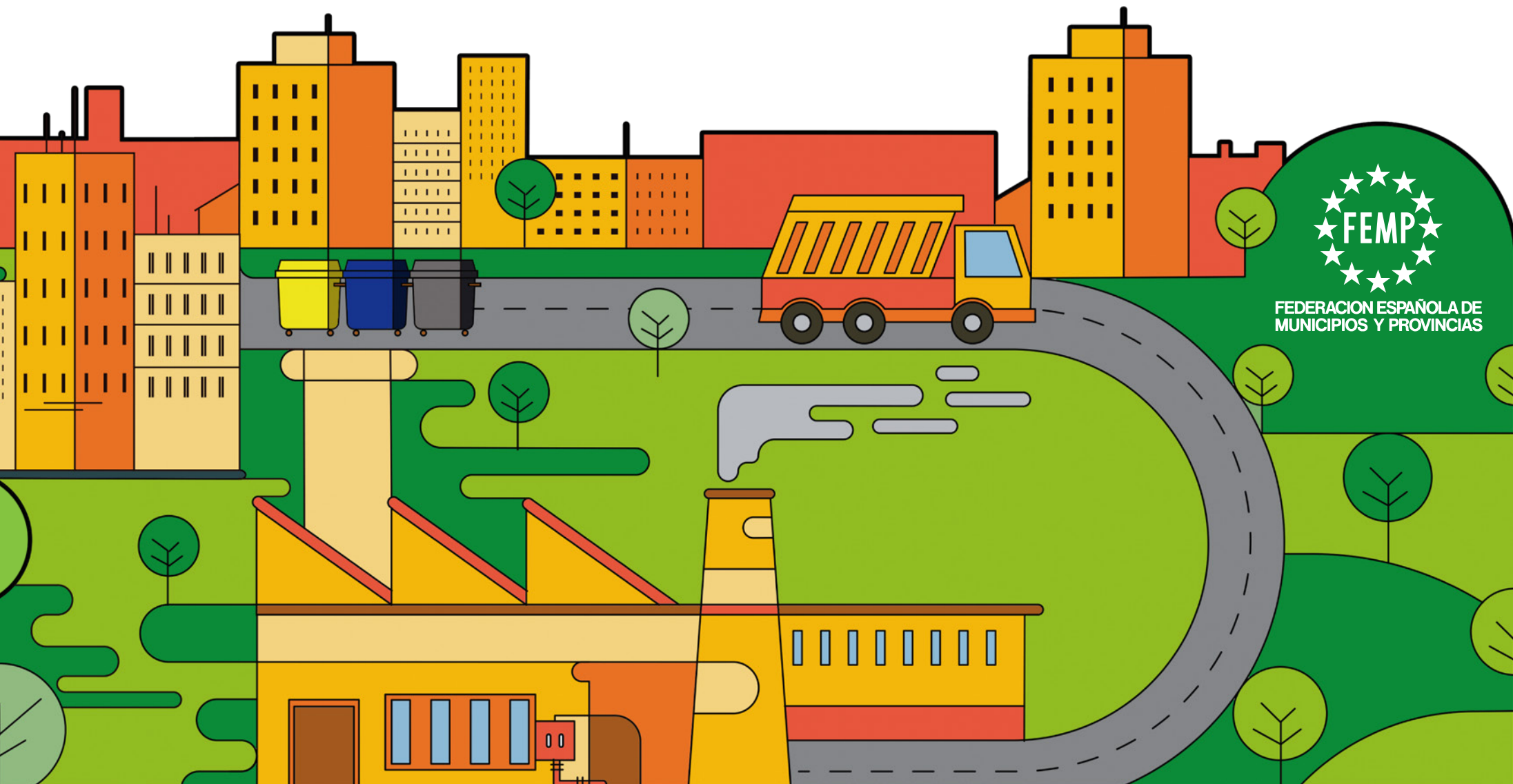


TOKI-ERAKUNDEENTZAKO HONDAKINEI BURUZKO GIDALIBURU TEKNIKO



FEDERACION ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS



AURKIBIDEA

1. GIDALIBURUAREN AURKEZPENA	4
2. UDALERRIKO INFORMAZIO GARRANTZITSUENA	8
2.1. Kalitatezko gutxieneko baldintzak	8
2.2. Estetika irizpideak	16
3. ZER JAKINARAZI BEHAR DA HONDAKINEN INGURUAN?	20
4. NOLA GAUZATU NIRE UDALAREN WEB ORRIAN?	26
5. TERMINOEN GLOSATEGIA	28

GIDALIBURUAREN AURKEZPENA

Hiriko hondakinen kudeaketak bilakaera handia izan du azken urteetan, ingurumen alorreko **legedia zorrotzagoa** baita, hondakinak biltzeko eta tratatzeko **teknologia berriak** baitaude eta hiritarrek komunikatzeko informazioaren **zabalkunde eta komunikazio aukera** anitz baitaude, izan ere, hiritarrek sistemaren funtzionamendu egokian paper garrantzitsua dute.

Hiritarren eta toki-erakundearen esku dago birziklatze tasa gizartearen ingurunearekiko kontzientzia eta jokabide iraunkorraren erritmo berean handitzea:

- **Hiritarren** esku dago, izan ere, haiek baitira haien etxeetan hondakinak gaika banatzearen eta edukiontzi egokietan eta modurik hoberenean sailkatzearen arduradunak.
- **Udalen** esku dago, etxeko hondakinen bilketa kudeatzeko arduradunak direlako; **hiritarren eta hondakinen kudeaketaz arduratzen diren entitateen arteko funtsezko lotura dira.**

Gaur egun, hainbat ikerlanek eta txostenek ohartarazi dute hiritarrei heltzen zaien informazioaren alorrean **hobetzeko ibilbide luzea falta dela**; izan ere, batzuetan, helarazten informazioa eskasa edo okerra da edo ez da egoki zabaltzen.



Hori, hasiera batean konponbide erraza duen arazo bat dirudien arren, epe laburrean gure hondakinak kudeatzeko sisteman ondorioak izan ditzake, beste batzuen artean, hurrengo arrazoiak direla eta:

✓ INTERESA GALDU DUTEN HIRITARRAK

Hondakinekin egin behar dutenaren inguruan eta haien jokabide arduratsuak izango duen onuraren inguruan **informazio gutxi jasotzen dutela sentitzen dute hiritarrek**. Horrek hondakinen bereizketa sistemaren eta aurretik etxean gaika sailkatu diren hondakinen azken xedearen balioari buruzko zalantzak izatea eragin dezake. Azkenik, horrek biztanleen sistemaren hobekuntzan **interesa galera, konpromiso falta eta pasibotasuna** eragin litzake.

✓ HIRITAR ZALANTZATIAK

Batzuetan **hiritarregana heltzen den informazioa okerra da edo ez da zehatza, ez da guztiz fidagarria edo ez dago eguneratua**, eta horregatik hiritarrak galduta sentitzen dira eta etxean birziklatzeko ideiarekin identifikatuta ez sentitzea eragiten du. Ondorioz, Udalen hondakinen bereizketarako kostuak handitu daitezke.

✓ INFORMAZIOZ GAINEZKA DAUDEN HIRITARRAK

Hiritarren ehuneko handi batentzat **birziklatzea ekintza konplexua izan daiteke**, izan ere, mugikorregana gero eta lotuagoak daude, inoiz baino informazio gehiago dute eskura eta, batzuetan, informazioak “gainezka” egiten die. Horren ondorioz, hiritarrek etxeko hondakinak gaika bereizteko orduan izan ditzaketan oztopo arrazional eta irrazionalak ugariak izan litezke. Onurak ondo helaraztea, informazioa guztion eskura egon dadin, ahalik eta gehien bakuntzea eta modu erakargarria eta errazean ematea funtsezkoa da. Argitalpen batzuek, esaterako, *“Recycling Directories: What Works, What Doesn’t”* birziklapena sustatzeko lan egiten duen Earth911 Fundazio amerikarrarena, baieztatzen dute birziklatzea, hein handi batean, hiritarrekin komunikatzeko egiten diren ahaleginen mende dagoela.



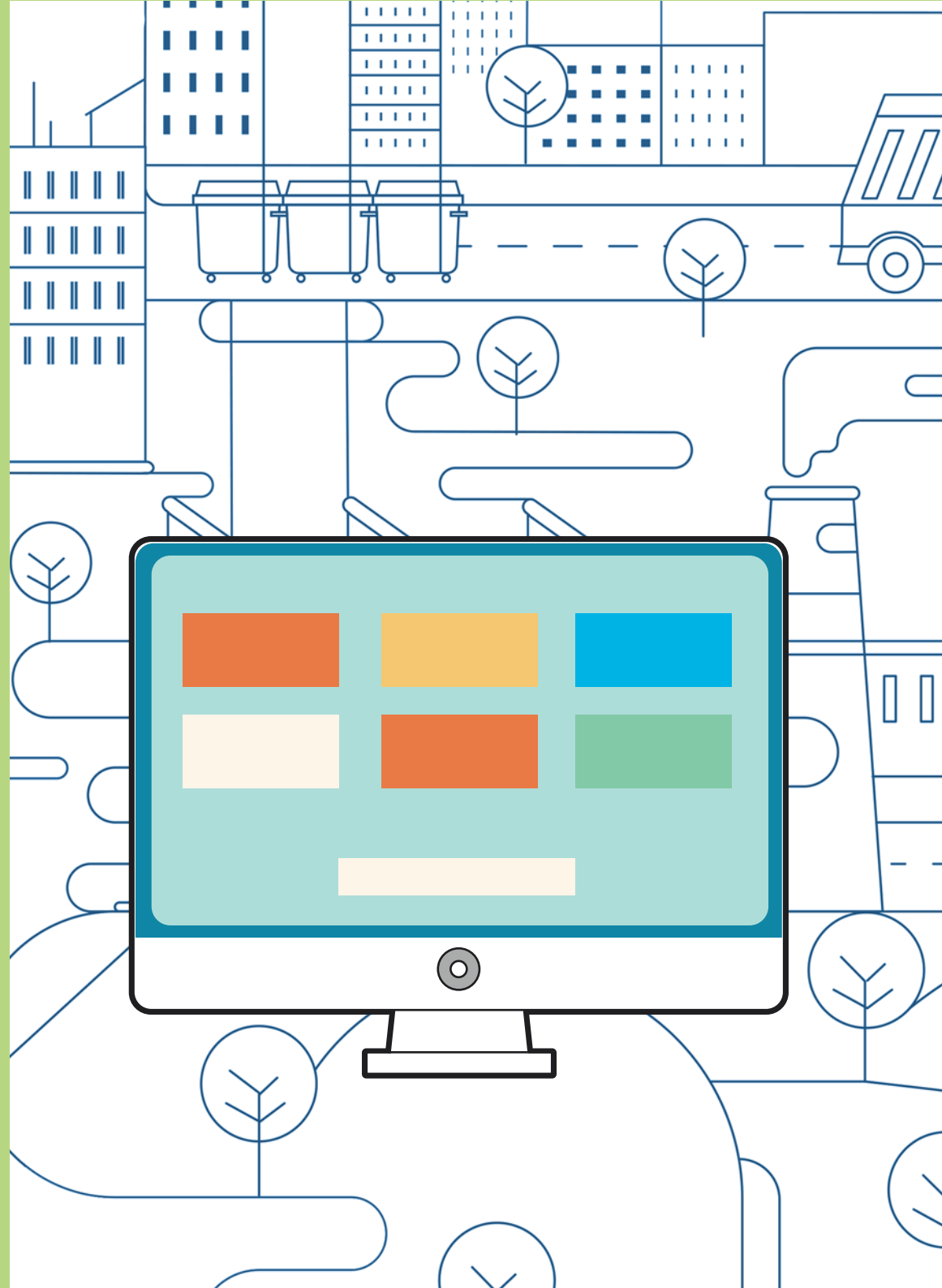
Udalek hondakinen kudeaketa eta tratamenduaren inguruko komunikazioan eta gardentasunean aipatutako lanak egiten jarraitu behar dutela argi dago. Izan ere, hiritarrek nola birziklatzen den eta hondakinen kudeaketa sistemak nola funtzionatzen duen jakitea sustatzeko modu bakarra da tokiko informazio osoa eta zehatza, kanal argi eta zuzen baten bidez helaraztea da.

Zentzu horretan, internet oinarritzko tresna bilakatu da, izan ere, harekin batera komunikazio prozesuetan hobekuntza garrantzitsuak izan dira.

Gidaliburu tekniko honek, **FEMP-ek sustatua, Ecoembes-ekin lankidetzan**, Espainiako toki-erakundeek hondakinen udal teknikarien komunikazio eta informazio digitalen alorreko eredua izatea du helburu.

Gidaliburuaren azken xedea etxeko hondakinen kudeaketari buruzko informazioa sistematizatzea da, interneteko edozein plataforman azkar eta garden eskaini ahal izateko.

Dokumentu honetan tokiko hondakinei buruzko web orrietan zer informazio argitaratu eta nola gauzatzearen inguruko oinarritzko gomendioak eskainiko dira; hiritarrei informazioa modu egokian helarazi dadin, haiek jatorrizko hondakinak sailkatzerakoan **jokabide arduratsuagoa** izan dezaten.



GIDALIBURUAK HONAKO ATALAK DITU:



Lehenengo atala: Hondakinei buruz **UDALAK ESKAINITAKO INFORMAZIOAK JASO BEHAR DITUEN OINARRIZKO EZAUGARRIEN** inguruko informazioa.



Bigarren atala: HONDAKINEN INGURUAN KOMUNIKATU BEHAR DENA tokian tokiko, hau da, zein eduki diren hiritarrentzako interesgarriak.



Hirugarren atala: NOLA GAUZATU KOMUNIKAZIO ERAGINKORRA hondakinen inguruan nire udaleko web-orrian.

UDALERRIKO INFORMAZIO GARRANTZITSUENA

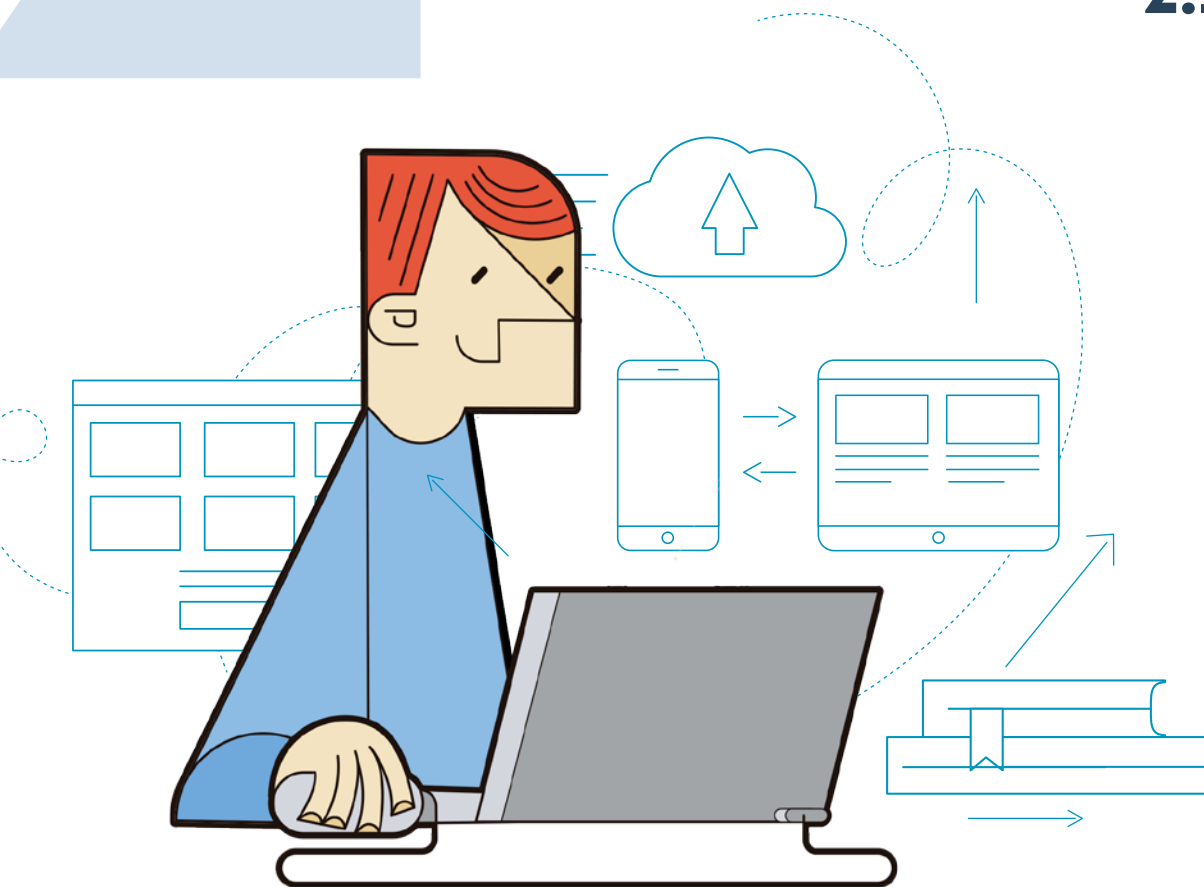
2.1 KALITATEZKO GUTXIENEO BALDINTZAK

Gaur egun, Espainiako toki-erakundeek web-orrietan ageri den hondakinei buruzko informazioari falta zaio, kasu batzuetan, hiritarrak informatuta eta behar besteko interesarekin mantentzeko behar diren kalitatezko irizpideak.

Bestetik, hiritarren zalantzak erantzuteko eta kezak eta iradokizunak kudeatzeko komunikazio-kanal irekiak falta dira sarritan. Udalek hiritarren aldetik atzeraelkadura jarraitu bat izatea oztopatzen da; informazioa bi norabideetan sortuko balitz ekidingo litzateke.

Hiritarrek hondakinen kudeaketa egokiarekin euren buruak identifikatzea eta sistemaren funtzionamendu egokian parte hartzea beharrezkoa da.

Horregatik, jarraian **udaletako informazioak** kalitate maila egokia izateko **bete beharreko gutxieneko baldintzak** bildu eta jaso dira. Honakoak dira:



ESKURAGARRIA

- Udaleko web-orrian sartzean, hiritarrek **hondakinen inguruko informazioa erraz aurkitu** behar dute: menu nagusian, bestelako menuetan, banner-etan, botoietan, eta abar. Komunikatzeko orduan, erabiltzailearen erosotasunak lehentasuna izan behar du. Horregatik, web-orrian bertan informazioaren antolamendua argitzen duen **web-orriaren eskema** bat egotea gomendatzen dugu.
- Erabiltzaileek informazioa intuitiboki aurki dezaten, hura **zehatza eta osoa** izateaz gain, **bilduta eta ondo sailkatuta** egon behar da. Erabiltzeak nahi duten lekuetara gidatuko dituen **nabigazio eraginkorra** duen sistema bat sortzea garrantzitsua da, erabiltzailearentzat intuitiboa den nabigazio logiko eta argia, eta ulertzeko eta jarraitzeko erraza dena. Hau da, web-orriko hondakinen atalean **erabilgarritasuna** lantzea.
- Hiritarrari eskainitako zerbitzua, udaleko araudia, kontsultarako dokumentazioa, eskaera edo kexa inprimakiak, etab., **logikoki kokatuta** egon behar dute eta izenburuek barne hartzen duten edukia adierazi behar dituzte.
- Hiritarrek **informazioa ahalik eta azkarren aurkitu behar dute**, hau da, nabigatzean ahalik eta pauso urrien erabiliz. Hasierako orrialdetik abiatuta hiru klik eginez bakarrik, erabiltzaileak web orriko informazio guztia aurkitu behar du ("*Hiru kliken araua*").
- Web-orriak **bilatzaile** bat izatea interesgarria da, hasierako orrialdean erabiltzaileak nahi duena aurkitzeko laguntza izatea. Hala ez bada, gutxienez, informazioa ondo antolatuta eta erraz aurkitzeko moduan egon behar da.
- Hondakinen kudeaketaz arduratzen diren **udaleko enpresen web orrietara zuzenean sartzeko esteka zuzenak** egon behar dira eta alderantziz. Izan ere, bi erakundeek dute tokiko hondakinen kudeaketari buruzko informazioa. Horrela bi erakundeen arteko koordinazioa irudi bat isladatuko da.

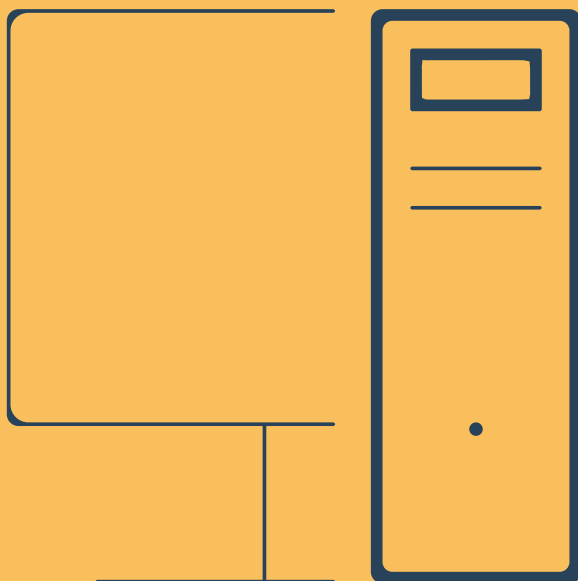


HIZKUNTZA EGOKIA

- **Idazketak zorrotza izan behar du**, baina aldi berean, hiritar gehiengoarentzat **ulergarria den hizkuntza batera moldatuta** aurkeztu behar da. Hiritar guztiengana heltzea xede duten udalen web orriak izanda, informazioa ez da hitz teknikoekin eta esaldi korapilatsuekin josi behar.
- Erabiltzaile guztiekin konektatzeko moduko hizkuntza bat erabili behar da, hiritarren parte-hartzea handitzeko; eta horretarako **eduki erabilgarriak eta garrantzitsuak** eskainiko dira eta erabiltzaileen **arakatzeko prozesua errazteko moduan emango da informazioa**. Erabiltzaileentzat interesgarria den kalitatezko eduki dibulgatzailea zabalduz lortuko dugu gure xedeak betetzea.
- Informazioa, berez, gazteleraz agertu behar da, baina Erkidego Autonomiko ezberdinetako bestelako hizkuntza ofizialek moldatzeko aukera ere oso interesgarria da. Halaber, turismo-zonetan informazioa ingelesez eta beste hizkuntza handi batzuetan, esaterako, alemanez, frantsesez, etab. aurkezteko aukera egon beharko litzateke.

ATSEGINA ETA GARRANTZITSUA

- Web orriko atala erabiltzailearentzat atsegina izateko eta lehen begiradan erabiltzailean erantzun ezkorra ez sortzeko moduan maketatuta egon behar du, horregatik **diseinu eta koloreen oinarritzko estandarrak jarraitzea** gomendatzen dugu (ikusi 2.2. "Estetika irizpidea" atala). Atal hau erabiltzaileentzako erakargarria eta atsegina izango da.
- Informazioa eduki guztiaren irakurketa errazteko moduan egon behar du, **hiritarra ezin da inoiz "galduta sentitu"**. Interesgarria izan daiteke **nabigazio menu** bat izatea, erabiltzaileak une oro non dagoen jakin dezan.
- Testua kontatu nahi dena laburbiltzen duten eduki bisualarekin, **irudiak edo infografiak**, batera aurkeztea garrantzitsua da, erabiltzailearen esperientzia eta parte-hartzea hobetuko baitute, edukiaren irakurketa eta ulermena erraztuko baitute eta informazioa denbora luzeagoz iraungo baitu erabiltzaileen oroimenean. **Infografia erabiltzeko arrazoi nagusiak** honakoak dira:



- ✓ Erabiltzaileak estimulatzeko dituzte, erakartzen dituzte, interesa pizten dute eta emozioak eta estimulak eragiten dizkiete.
- ✓ Beste komunikazio batzuekin alderatuz gero, burmuinak informazioa azkarrago, eraginkorrago eta errazago prozesatzen du.
- ✓ Erabiltzaileak errazago gogoratzen ditu haien esanahia egiaz ulertzen baitu.
- ✓ Sare sozialetan eta blogetan partekatzeko errazak dira.
- ✓ Erraz interpretatzen dira, gainerakoan informazioa irakurriko ez luketen erabiltzaile gehiagorengana helduz.
- ✓ Jende gehiago barne hartzen dute eta sarean irismen handiagoa dute.
- ✓ Edukia eta udalaren irudia lotzen dute.
- ✓ Sektorean autoritatea, izaera, kultura, balioak, gaiaren inguruko esperientzia eta buruzagitza irudi bat aditzera ematen dute.



Gure udaleko web-orrian erabiltzeko irudi argigarrien ereduak edo ideiak hartzeko doako eta ordaindu beharreko irudi-banku ugari daude:

DOAKOAK

- Freepik
- Flickr-Ecoembes
- Pixabay
- Morguefile
- Freeimages
- Potorack
- Stockvault
- Unsplash

ORDAINDU BEHARREKOAK

- Shutterstock
- Dreamstime
- Depositphotos
- Gettyimages
- 123rf
- Fotolia
- Istockphoto

Infografiak garatzeko erremintei dagokienez, honakoak nabarmentzen ditugu:

- Piktochart
- Easely
- Infogram
- Genially

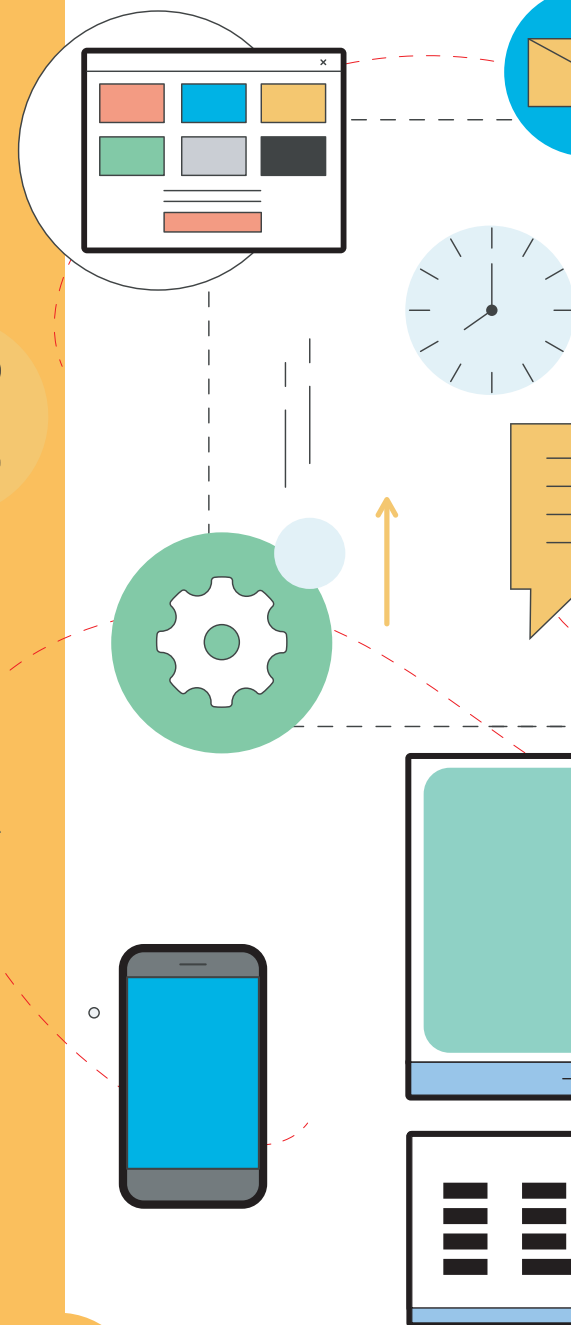
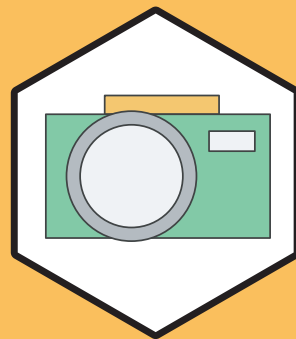
- Murally
- Canva
- Venngage

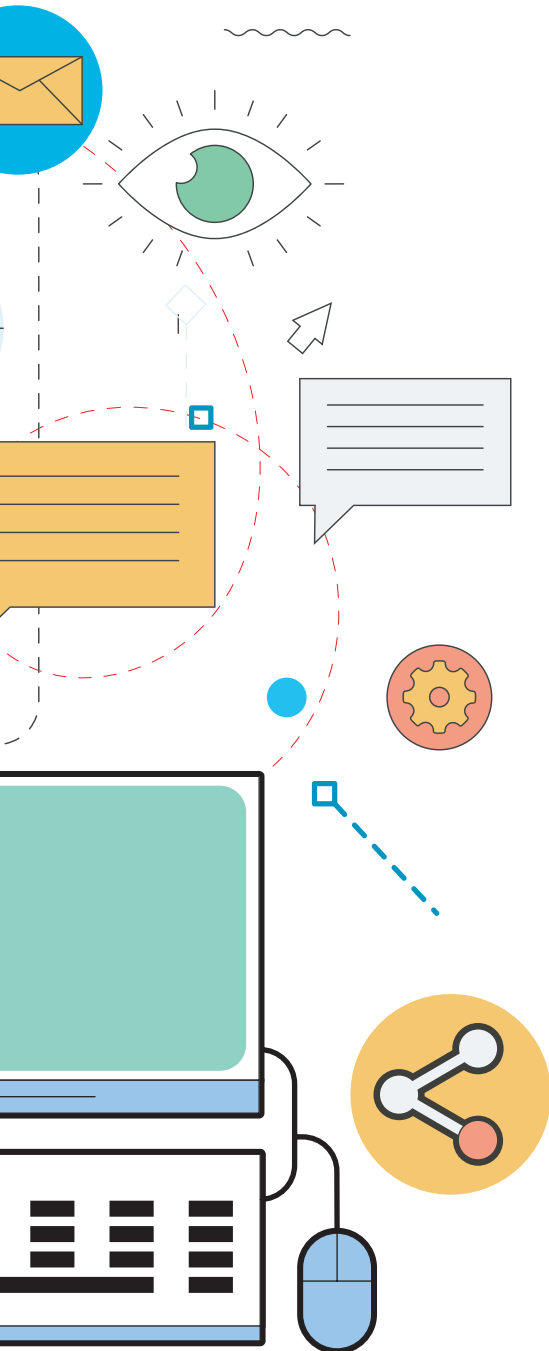
ATSEGINA ETA GARRANTZITSUA

- Komunikatzerakoan, “*storytelling*” teknika erabiltzea gomendatzen da (adibidez: “*Danger so fracking*”), erabiltzailearen arreta bereganatzen duen istorio bat kontatzen da eta hark istorioan parte hartzen du. Marketin teknika batzuk erabiliz erabiltzailearekin lotura emozional bat sortzea da xedea. Horretarako, gaurkotasunezko gaien “atzean” gertatzen dena, bitxikeriak, askotan lehen begiratuan nabaritzen ez diren zehetasun interesgarriak, eta abar kontatzen da.
- **Zenbakizko-datuak** grafiko errazen bidez irudikatu behar dira, erabiltzailea uxatu eta ulermena zailtzen duten testu jarraitu eta taula amaigabeak ekidin behar dira. Datu ulerterrazak, zehatzak eta garrantzitsuak eskaini behar dira. Gauzen bilakaera ezagutzea eta informazio hori erraz aurki daitekeen eremu zehatz batean egotea interesgarria da.
- Ahal den guztietan errespetatu beharko da, tokiko-erakundeen **identitate grafikoa**, erakutsitako komunikazio elementu ezberdinak bateratuz.
- **Deskarga daitezkeen dokumentuak** korapilatsuegiak eta luzeegiak izatea ekidin behar da. Informazioa zuzenean web-orrian edo dokumentu bakunetan egon behar da.

Ez dugu ahaztu behar komunikatzeko moduak eta lineako inguruneak asko aldatu direla azken urteetan, eta informazioa irakurtzeko erabiltzaileek duten pazientzia gutxitu da, batez ere sare sozialen indarraren eta arreta soilik izenburuetan arreta jartzeko ohituraren ondorioz. Baina, hein batean, zein da egoera hau izatearen arrazoia? Funtsean, “informazioz gainezka gaudela”, izan ere, egunean 100.000 hitz jasotzen ditugula kalkulatzeko da eta, web-orrialde bat bisitatzen duen erabiltzaileek, batez beste, %28a soilik irakurtzen duela.

- **Elementu edo baliabide multimedialak eta interaktiboak** erabiltzea gomendatzen da, hala nola, bideoak, gifak edo sekuentzia animatuak, kalkulagailuak, gida interaktiboak, eta abar. Izan ere hiritarrak birziklatzera hurbiltzeko laguntzen dute eta haien arreta erakartzen dute. Orokorrean, baliabideak luzeegiak ez izatea ona da, horrela erabiltzaileak “amaierara arte” heltzeko xedean amore eman ez dezan.





Web-orriko hondakinen atalean elementu interaktiboak erabiltzean, **mezu erakargarriagoa** helarazteaz gain, erabiltzaileak jasotzen duen informazioarekiko **jarrera aktiboago** batekin lotuta daudela nabarmendu behar da. Biztanleek informazioa hobeto bereganatuko dute eta birziklapenean **modu aktiboago batean parte hartzea** eragingo du, baina zergatik? **Neuromarketin alorreko honako 10 datuek** gure burmuinak elementu horien aurrean duten erantzunaren inguruan jarduten dute:

- Gure burmuinaren %50a ikusmen-pertzepzioari lotuta dago.
- Informazio gehiegi jasotzen dugu, gutxi gorabehera, 100.000 hitz egunero.
- Web orri batera sartzen den erabiltzaileak, batez beste, bertako hitzen %28 irakurtzen dituela kalkulatu da.
- Irudi bat 0,1 segundotan ulertzeko gai gara.
- 0,15 segundotan sinbolo bat prozesatzen dugu eta 0,1 segundotan esanahia ematen diogu.
- Koloreak irakurtzeko alde aurreko nahia %80an handitzen dutela egiaztatuta da.
- Jarraibideak irudiekin batera aurkezten direnean %323 hobe ulertzen ditugula frogatu da.
- Ikerlan batek, ahozko aurkezpenetan hitzaldiak irudiekin batera burutzen direnean jendeak %17 gehiago sinesten dituela frogatu zuen.
- Jendeak entzuten duenaren %10a gogoratzen du, irakurtzen dutenaren %20a eta ikusten eta egiten duenaren (interakzioa) %80a.
- Infografia interaktiboak ulerterrazagoak dira, partekatzeko dibertigarriagoak eta oso dinamikoak.

Eduki aberastuak eskuratzeko edo garatzeko erreminta anitz daude: Honakoak zerrendatzen dira:

- | | |
|------------------------------|-------------|
| - Ecoembes-en Youtube kanala | - Periscope |
| - Powtoon | - Pixabay |
| - Vine | - Giphy |
| | - Gifmania |

- **“Esteka hautsiak” ekidin** behar, hau da, funtzionatzen ez duten estekak edo edukirik gabeko sail edo ataletara eramaten gaituztenak.
- **Informazioa** haren garrantziaren arabera **sailkatuta egongo da**; horrela, garrantzia gutxieneko informazioa ikusteko klik gehiago beharko dira. Modu horretan, garrantzirik gabeko gauzetan ez luzatzeko orduan koherentziaz jardutea lortzen dugu eta hiritarrentzako berebiziko garrantzia duten gaiak edo tokian toki garrantzitsuak diren gaiak aipatu gabe uztea ekiditen da.

EGIATIA

- Informazio **egiatia eta zehatza** izan behar da, hondakinen kudeaketa egokiaren aldeko argudio frogagarriak eskaintzen dituen. Informazio eza jardute okerra da, edozein kontakizun ekiditen du, baina zehatza ez den informazioak tokiko-erakunde baten izen ona zalantzan jar dezake.
- Datuen eta bitxikerien **jatorria aipatu behar da eta testuinguruan jarri behar dira**, eskaintako informazioaren iturria nabarmentzea garrantzitsua da. Kasu bakoitzean hiritarrak ondorio egokietara gidatzea lortzeko esangura izan beharko dute.
- **Birziklatzetik eratorritako onura eta abantailen** inguruko informazioa ikerketa tekniko fidagarrietatik atera behar dira, **egiaztatutako datuak** erabiliz beti, arlo zehatzetara zuzenduak, hurbilketa edo aipu teorikoak ekidinez.

EGUNERATUA

- Informazioa eguneratuta egon behar da eta **datu zaharkiturik ez da eman behar**.
- Zintzotasuna eskaintzeko informazioa **maiz eguneratu** behar da. Ez da ahaztuta utzi behar.
- Hiritarrei eskaintako **datuak eguneratzean uniformetasuna** egon behar da, atal edo sail batzuetan eguneratze gradu ezberdina duen informazioa ez dagoela ziurtatuz.
- Informazioa **eguneratzeko protokolo** bat ezartzea gomendatzen da, bertan eguneraketa epeak, landuko diren atalak eta arreta berezia behar duten gaiak zehaztuko dira.

ONDO KOKATUA

- **SEO irizpideak** definitzea interesgarria da, udaletako web-orriak bilatzaile nagusietan hobeto ager daitezen. Gaur egun interneten dagoen informazio ugaria dela eta, garrantzitsua da Google gisako bilatzaileak gure udalerriko web-orria ondo indexatzea. Lineako komunikazio alorrean esan ohi denez: “Googlen agertzen ez bazara, ez zara existitzen”.
- **SEO kokapena** web-orri batek bilatzaile nagusietan duen berezko kokapena da, beste modu batean esanda, bilatzaileek gure web-orria konfiantzazko web-orritzat hartzeko eta aurkitzeko duten erraztasuna. Kokapen on batek webgune batetan aipatutako trafikoa zuzenean erakarriko du. Aipatutako kokapena lantzeko xedea hiritar batek udalerrri jakin batean “hondakinei buruzko informazioa” hitz gakoak erabiliz bilaketa bat egiten badu, udalerrri horren web-orria zuzenean agertzea da eta klik bakarrarekin bilatzen ari dena aurkitzea.
- **SEOa lantzea ez da “egun batean egiten den lana”**, ezta behin bakarrik egiten den zerbait. Bilatzaileek beren bilaketarako irizpideak aldatzen dituzte noizean behin eta, beraz, gure kokapena hobetzeko bete beharreko baldintzak aldatzen dira. Bestalde, **oinarri batzuk beti izan behar dira kontuan** eta gure web-orria Googlen edo “bilatzaileen artean bilatzaile nagusian” ahalik eta hoberen indexa dadin lagunduko dutenak:



KONTUAN IZAN BEHARREKO IRIZPIDEAK

- Hitz gakoak **IDENTIFIKATU** eta web orrian zehar modu egokian erabili.
- Web-orriko atal bakoitzari izenburu ezberdinak **JARRI**, beren edukiekin bat egiten dutenak eta hitz gakoak kontutan izanda.
- Web-orrialdeko atal bakoitzarentzat pertsonalizatutako "xedeak" **SORTU**.
- Hitz gakoak goiburuetan **ERABILI**.
- Barneko eta kanpoko esteketan testu koherenteak **ERABILI**.
- Bilatzaileek "ulertzen ez dituzten" teknologien erabilera **GUTXITU**, esaterako, Flash, AJAX, frames, etab.
- Edukirik garrantzitsuena azpimarratzeko Letra lodia **ERABILI**.
- Irudiei zena **JARRI** eta deskribatu, bilatzaileentzako gakoak izango baita.
- Web-orrialdeko informazioa aktibo **MANTENDU**, modu erregulatuan eguneratu dadila.
- Beste web-orri edo foroetan kanpoko estekak **JARRI**, erabiltzaileak gure orrialdera zuzenduko dituztenak.
- Informazioa sare sozialetan **ZABALDU**, web-orriko estekak jarritz. Sare sozialetan aktibo egotearekin lortu nahi den xedeetariko bat da.
- Web-orrialdea "*responsive*" maketazioarekin **DISEINATU**, hau da, edozein gailurekin (smartphonak eta tabletak) ikusteko moldatuta dagoen modua.

Esteka honek SEOari buruzko gida bat duen blog batera zuzenduko zaitu:

- **SEO gida praktikoa**
(www.40defiebre.com/guia-seo)

2.2 ESTETIKA IRIZPIDEAK

Atal honetan, gure web-orrialdeko hondakinen sailean itxura erakargarria lortzeko bete beharreko irizpideetan kontuan izan beharreko puntu batzuk zerrendatzen dira.

LETRA-TIPOAK ETA ZURIUNEAK

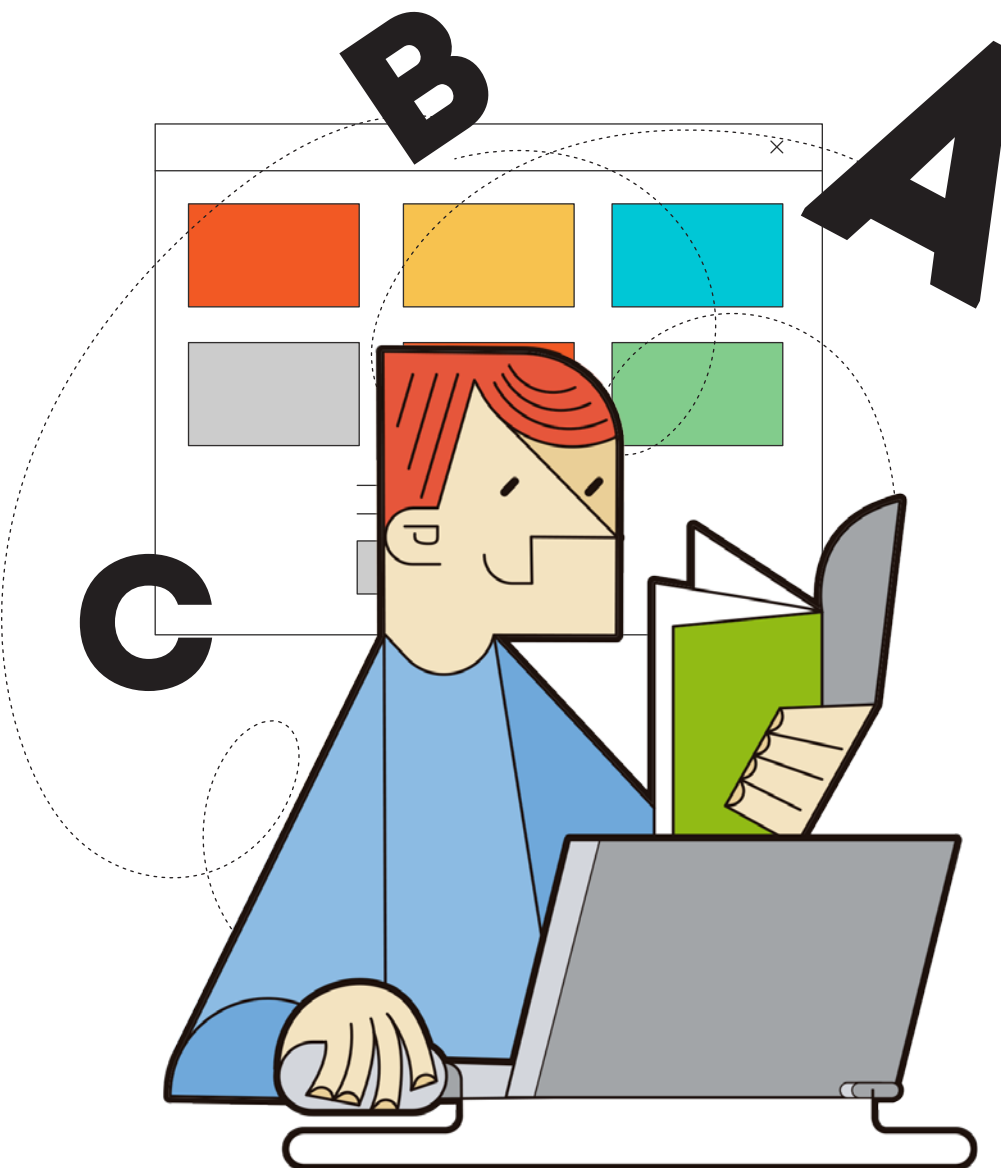
Konposizioan bi letra-tipo erabiltzen dira normalean eta testuen irakurgarritasuna kontuan izan behar da. Behean jarraibide batzuk aipatzen ditugu:

- **Izenburua:** artistikoa, handiak.
- **Laburpena:** irakurterraza, handia.
- **Azpitituluak:** artistikoa, handia.
- **Gorputza:** irakurterraza, ertaina.
- **Bigarren mailako izenburuak:** artistikoa, irakurterraza eta txikia. Testuaren lerroak 35 eta 80 karaktere bitartean izango dituzte.

KOLOREA ETA KONTRASTEAK

Kolore ilun bat, tarteko kolore bat eta argi bat erabiltzea gomendagarria da, kolore bero (gorriak, laranja, horiak, marroiak, etab.) edo hotzen (urdinak, lilak edo purpurak) en artean hauta daiteke, berdeak kolore neutraltzat hartuko ditugu.

Web-orriko hondakinen atalean, kontraste paleta bati izatea beharrezkoa da hondoak ondo ikusten direla ziurtatuz (%10 eta %15-eko opakutasuna egokia izan ohi da).



KOLOREAREN KONBINAZIOARI DAGOKIONEZ, HONAKO 5 ARAUAK KONTUTAN HARTU:

1 ZURE WEB-ORRIALDEA ERABILIKO DUTEN ERABILTZAILE MOTA IDENTIFIKATU

“Gustuatarako, koloreak”... Esaldi hori entzuten ohituak gaude, baina ezaugarri soziodemografikoen arabera koloreak komunikazio baten arrakasta edo porrota suposa dezakeela egia da. Halaber, kolorearen erabilera hain da garrantzitsua, ezen %90ean baldintzatu dezakeen erabaki bat.

Generoa aintzat hartzen badugu, teoriar, arrosa femeninoa da, eta urdina, maskulinoa, baina izokin-kolorea biekin lotzen da. Urdina gizonezkoen (%57) kolore kutunena, baina emakumeen artean %35ak soilik du kolore hori gustuko. Berdeak bi generoetan eragin bera du. Orokorrean, emakumeek tonu suabeak nahiago dituzte; gizonezkoek, ordea, kolore biziagoak eta distiratsuagoak nahiago izaten dituzte.

Formak ere pertzepzioei loturik daude: karratua kolore gorriarekin eta ospearekin lotuta dago, borobila urdinarekin eta zehaztasunarekin, hirukia horiarekin eta maskulinitasunarekin, lila obalo eta emetasunarekin.

Adinaren arabera, hurrek nahiago izaten dituzte tonu laranja, gorriak edo moreak; gazteek gustukoago dituzte gorriak (neskak) edo urdinak (mutilak); helduek hori argiak, marroiak, grisak eta urdina eta berdea frogatzea nahiago izaten dute. Zenbat nagusiagoak izan, jendeak hobeto hautematen ditu kolore hotzak (urdina, morea) eta kolore beroek eragin txikiagoa izaten dute haiengan (goriak, laranja, horiak).

Koloreen konbinazioak ere ezberdinak dira. Gazteek nahiago izaten dituzte kontrajarritako koloreak, erabiltzaile helduagoek antzeko koloreak nahiago dituzten bitartean.

2 EMOZIOAK “PIZTU”

Emozioak transmititzen dituztela da koloreen bereizgarrietako bat. Koloreek gure burmuina estimulatzen dute eta lasaitasuna, segurtasuna, konfiantza, misterioa, eta abar sentiarazten digute.



BIZITASUNA, EKINTZA, MAITASUNA, GRINA



SORMENA, GOGOBEROTASUNA, DIBERTSIOA



INDARRA, NAHIA, ARRISKUA, BAIKORTASUNA



ITXAROPENA, NATURA, BIZITZA, FRESKOTASUNA



MONOTONIA



HOTZA, LASAITASUNA, GARBITASUNA, BARETASUNA



INTUIZIOA, JAKITURIA



LASAITASUNA, MISTERIOA, ZINTZOTASUNA, HERIOTZA



TRISTURA, ANKERKERIA, DOTOREZIA



GARBITASUNA, ARAZTASUNA

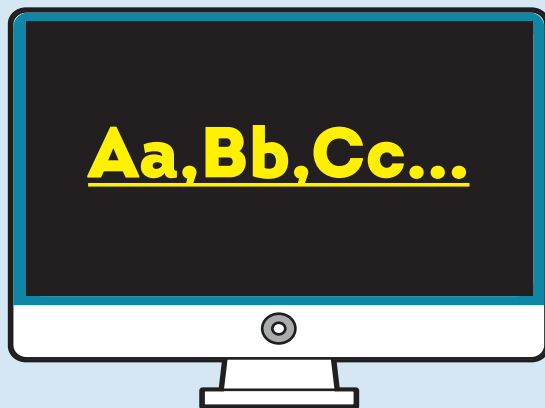
3 KOLOREAK ONDO HAUTATU

Koloreen armonia eta orekak diseinua egokiagoa edo desagokiagoa bihurtzen du. Baina, zer kolore hautatu behar ditugu? Orokorrean, **hiru arau** hauetako bat errespetatzea gomendatzen da:

- **Gama kromatiko bereko koloreak**, hau da, kolore beraren tonu ezberdinak.
- **Kolore osagarriak**, gama kromatikoan bata bestearen hurbil dauden koloreak.
- **Kolore kontrajarriak**, gama kromatikoaren punta bakoitzean dauden koloreak eta kontrastea eragiten dutenak.

4 KOLOREAREN ERAGINKORTASUNA KONTUTAN IZAN (KONTRASTEAK)

Koloreen kontrastea loturarik ez duten koloreak elkartzean ematen den fenomeno da. Horrela, esaterako, testuak edo irudiak nabarmendu daitezke. Kolore argiak eta ilunak konbina itzazu ikusmen efektu hori lortzeko.



5 KONPOSIZIOAN ETA KOLOREEN GARRANTZIAN ARRETA JARRI

Kolore eta formei esker erabiltzaileen begirada gida dezakegu eta horrela elementu batzuk nabarmendu. Konposizioan, kolore beroek, ilunek edo “lur-koloreek”, kolore hotzak edo argiek baino pisu gehiago dutela esaten da. **Zure web-orrialdearen diseinuan harmonia eta oreka bilatu** eta erabiltzaileen begirada erakartzeko, zenbait elementu nabarmenduz.

Horretarako oinarritzko hiru arau hauek bete itzazu:

- **Orrialdean ikusizko inpaktua duen puntu bakar bat sortu**, hau da, begirada bideratzeko puntu bat.
- **Irakurlearen begirada errespetatu**, ezkerretik eskuinera eta goitik beherakoa.
- **Lekua eta hutsuneak utzi**, begiradak atsedean har dezan.

DISEINUAREN ESTANDARRAK

Zaindu gabeko diseinua erabiltzen badugu edukirik interesgarriena eta datu sinesgarri eta zehatzenak ere ondo komunikatu gabe gera daitezke, eta horrek komunikazioaren kalitatean eragin handia izango du. **Zure mezua modu egokian zabaltzeko eta erabiltzaileak erakartzeko eta harrapatzeko diseinu egokia funtsezkoa da.**

Hori dela eta, ondoren zure **web-orrialdeko hondakinen atalean kontuan izateko oinarritzko irizpide** batzuk aipatzen dira:



KOLOREA: Diseinu bakarrean 5 kolore baino gehiago ez erabiltzea gomendatzen da, koloreak neurritz erabili behar dira informazioa nabarmentzeko. Kolore oso bizia duten hondoen gainean idazten saihestu, horrek irakurketa zaildu eta begirada nekatuko baitu. Hondo zuri edo argien gainean idaztea hobe izaten da beti.



TIPOGRAFIA: Letra-tipo guztiak irakurterrazak eta komunikazio estiloarekiko egokiak izan behar dute. Izenburuetan letra-tipo kamuts bat eta gorputzean beste tipografia bat erabiltzea gomendatzen da, 12 tamainakoa gutxienez eta kolore neutroan. Web-orrialdean edo atal berdinean ez dira tipografia mota asko erabili behar.



PARAGRAFOA: Paragrafo eta esaldi oso luzerik ez erabili. Puntu eta jarraian duten paragrafoak gomendatzen dira, haien artean 1,5-eko edo hutsune bikoitza (lerroartea), beste batzuen artean.



DISEINUA: Hierarkia logiko bati jarraituz hiritarrak gidatuko dituen eguneratutako edukia sortzea gomendatzen da. Koherentzia mantentzen lagunduko du diseinuan elementuen arteko lerrokatzeak.



INFORMAZIO GARRANTZITSUENA: informaziorik garrantzitsua nabarmentzeko hitz lodiak erabili, azpimarratu, hitzak, zenbakiak edo bestelako ikur adierazkorrak erabili.



IRUDIAK: ahal duzun guztietan testua irudiekin batera aurkeztu. Irudiak edukia hobetzen duen edo gutxienez, laburbiltzen duen informazio osagarria izatea gomendatzen da.



IKONOGRAFIA: erabilitako ikonoak bakunak, ulerterrazak eta unibertsalak izan behar dira. Haien xedea ulermena hobetzea da, ez irakurlearen arreta galaraztea.



HUTSUNEAK: ahal den heinean, tarte egokiak erabili, izan ere, diseinu edo web-orrialde batean informazio gehiegi aipatzen denean mezua nahasia edo koherentziarik gabea bihur daiteke.



DATUAK: Garrantzitsua da datu bakoitzeko grafikoekin hiritarra ez zoratzea garrantzitsua da, interesgarriagoa da, ahal den heinean, konbinatzea.

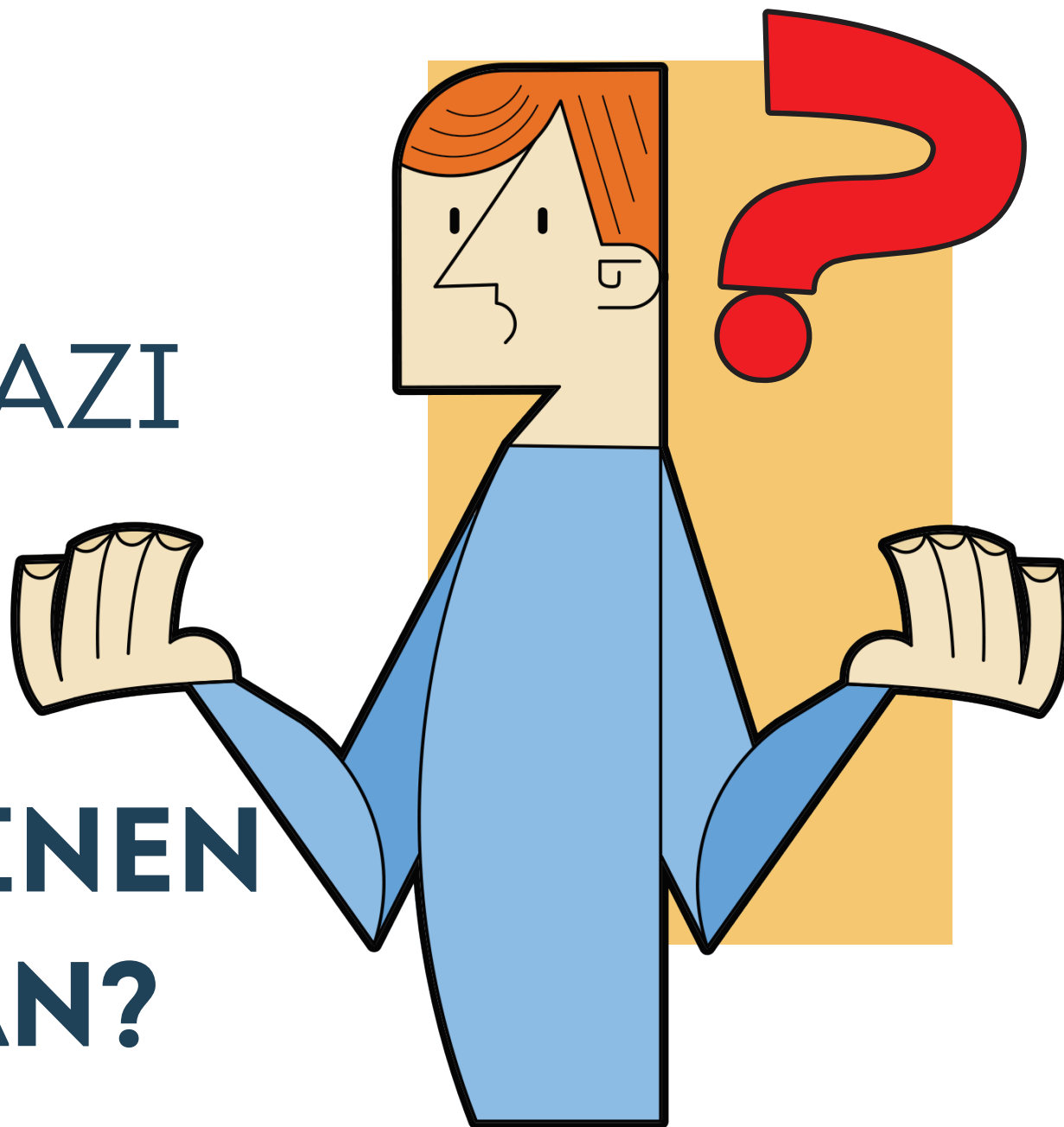


PROPORTZIOA: begiak ikusizko efektuen bidez engaina dezake. Edukia osatzen duten elementuak datuen irudikatze guztietan ondo dimentsionatuta ageri direla ziurtatu. Xedea ez da datuak lerratuta daudela ez iruditzea.



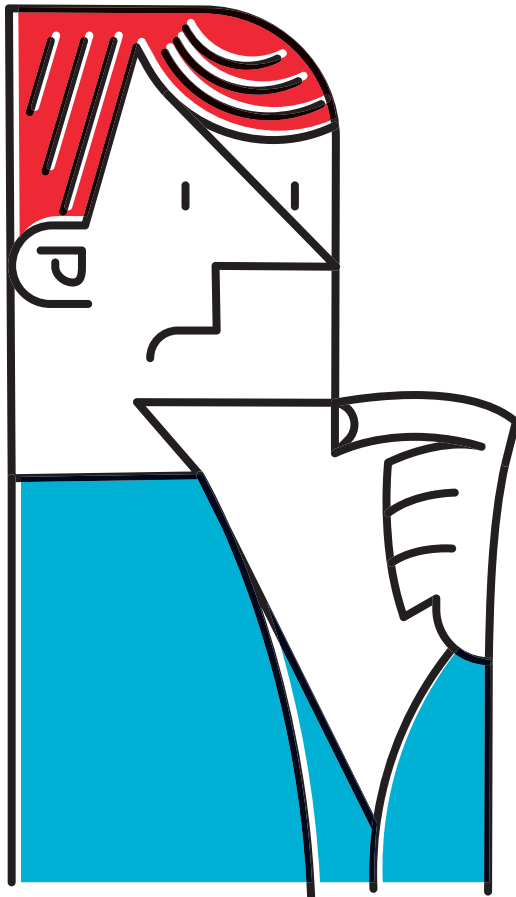
SOILTASUNA: beharrezkoak ez diren diseinuak ekidin, esaterako, 3D grafikoak, irudi apaingarriak edo elementu arraroak.

3 ZER JAKINARAZI BEHAR DA HONDAKINEN INGURUAN?



Atal honetan **HIRITARREI WEB-ORRIALDEKO HONDAKINEN ATALEAN JAKINARAZI BEHAR ZAIEN EDUKI EGOKIA ZEIN DEN** zehazten da, azken xedea udaleko hondakinen kudeaketan hiritarren interesa eta parte-hartzea handitzea da.

Hala, **5 multzotan bana daiteke oinarrizko informazioa:**



1 ZER HONDAKIN KUDEATZEN DITU NIRE UDALAK?

Hiritarrek haien **udalerriaren zaborren gaikako bilketak zer hondakin barne hartzen dituen** jakitea interesgarria da. Udaletxeetan materia organikoa, errefusa, ontzi arin, papera eta kartoia, erabilitako olio, etab. asko biltzen dira, eta horietariko bakoitzari buruzko informaziorik garrantzitsuena biltzea beharrezkoa da. Horri buruz, honako gaiak aipatzea aholkatzen dugu:

- Edukiontzien **erreferentziazko kolorea**.
- Bakoitzera **bota daitezkeen hondakinak**.
- Hondakinak botatzeko moduari buruzko **ohitura arduratsu batzuk**.
- **Lehentasuneko ordutegia**, hiritarrek hondakinen bilketa egiten unetik ahalik eta hurbilen bota ditzaten hondakinak, kalean beharrezkoak ez diren pilaketak egotea ekiditeko.

Webeko erabiltzaileek hondakin bakoitza nora bota behar duen jakin dezaten interesgarria izango litzateke **lineako hondakinen bilatzaileraren bat estekatzea** eta horrela hiritarrak gauza bakoitza zer edukiontzira bota behar duen jakingo luke, edo helbide jakin bat sartu eta bilatzaileak edukiontzirik hurbilena zein den jakinaraziko dio (adibidez: Residuonvas o dondelotiro.com).

Gainera, hiritarrei informazio "pilulen" bidez etxean sortutako hondakinak birziklatzean izaten diren **akatsik ohikoenak** sarritan oroitaraztea ondo dago.

Azkenik, **baliabide interaktiboak** gehi daitezke, erabiltzaileari jatorrian hondakinak nola banatu behar diren lagunduko diotenak. Horretarako, **galdetegi edo jolas** anitz daude, guztiontzat onuragarriak diren jokabide arduratsua hobetzeko bikainak diren aukera ugari daude (*gamifikazioa*).

2 ZER PROZESU JARRAITZEN DITUZTE HONDAKINEK ETA ZER BITARTEKO DAUDE?

Hiritarrek hondakinak sailkatzeko berebiziko garrantzia dute baina, haiek hori egin ondoren, hondakinekin zer gertatzen den jakin dezatela garrantzitsua da. Hori dela eta, udalek **hondakinen bilketa eta tratamendu prozesuen garapenari buruzko informazioa eskaini behar dute, hiritarrek informazioa hura eskuratu ahal dezaten, haien ezagutza handi dezaten eta sistemaren funtzionamenduaren inguruko interesik gal ez dezaten.**

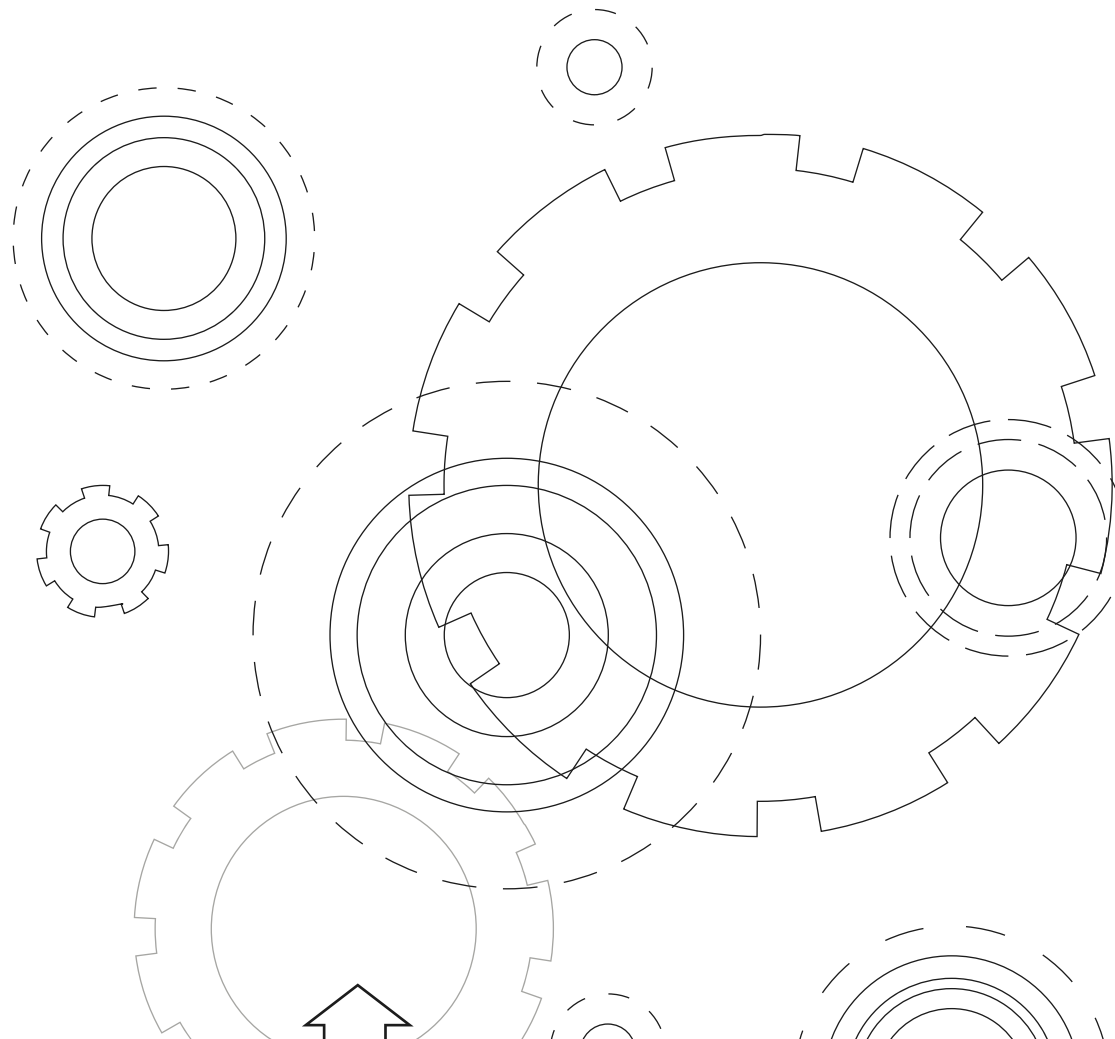
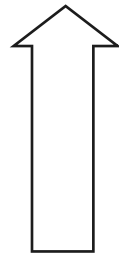
Bilketaren inguruan, honakoa aipatzea ondo legoke:

- **Edukiontzi mota eta kopurua** frakzio bakoitzeko.
- **Bilketa modalitate** zabalduenak eta nire udalerrian burutzen direnak. Bilketa bereziei buruzko zerbitzuaren deskribapen laburra eman beharko litzateke eta informazio erabilgarria eskaini, hiritarrek zerbitzua eskatu edo sistemarekin bat egin dezaten.
- Parte hartzen duten **ibilgailu-flota**.
- **Erakunde arduradunak** kasu bakoitzean.
- **Geoerreferentziatzko datuak dituen mapa**, edukiontziak non dauden ikusi ahal izateko. Interesguneak irudikatzen dituzten maparen argazki edo irudiek ere balio ahal dute.

Hondakinen kudeaketako beste etapa batzuetarako, esaterako, **garraioa, banaketa eta sailkapena, birziklatzea, eta abar, zein instalazioetan burutzen den fase bakoitza eta zeintzuk diren kasuan kasuko kudeatzaileak** aipatu behar da. Kudeaketa lanetan aritzen diren enpresen lana goraipatzea da xedea eta gainera, udalean bertan burutzen badute lana hiritarren sistemaren parte direlako sentimendua handituko da eta parte-hartzea igoko da.

Prozesua ixteko, hondakin bakoitzaren tratamenduaren amaierara arte heltzea eta kudeatutako **hondakin ezberdinen azken emaitza** zein den aipatzea garrantzitsua da.

Orobat, **Kudeaketa sistema integratuen (SIG)** laguntza eta parte hartzeari buruzko oinarritzko informazioa ematea garrantzitsua da: Ecoembes, Ecovidrio, Ecopilas, Sigre, eta abar.



3 ZEIN DA NIRE LANKIDETZAREN EMAITZA?

Hondakinen sailkapena hiritarren esfortzua eta norbanakoaren konbentzimendua behar duen lana da. Interesgarria da bere Udalak ematen duen zerbitzuaren inguruko **informazioa eskaintzen duten datuak kontsultatu** ahal izatea eta horrela, **bere esfortzuak “pena merezi duela” eta gizarte osoarentzako mesedegarria** dela konturatuko da. Bestalde, toki-erakundeentzat euren zerbitzueta gardenetasuna eta sinesgarritasuna eskaintzeko baliogarria da.

Aipa daitezkeen datuak multzo hauetan bana daitezke: **teknikoak, ingurumenari buruzkoak eta ekonomikoak**. Jarraian daturik interesgarrienak aipatzen dira:

✓ **DATU TEKNIKOAK**, bertan ratio bakoitza lortzeko zein faktore izan behar diren kontuan azaldu behar da. Hobekuntza jarraitua sustatzeko informazio oso baliagarria da, batez ere alderaketak egiten badira (batezbesteko nazionalarekin, autonomikoarekin eta probintziakoarekin, tasak edo ratioak biztanle bakoitzeko, etab.):

- **Urtero frakzio bakoitzeko bildutako hondakinak.** Kilogramotan edo tonetan bildutako hondakinen batukaria.
- **Hondakin kopurua biztanleko eta frakzioko urtean.** Biztanle bakoitzak urtero edukiontzi bakoitzean botatzen dituen hondakinen kilogramoen batz bestekoa.
- **Urteroko bilakaera frakzioko hondakinen bilketan.** Bildutako hondakinen kilogramo edo tonen batukarien aldea urterik urte. Ehunekoen bidez adieraz daiteke.
- **Urtero edukiontzi bakoitzeko dagoen huts kopurua.** Hiritarrek edukiontzi okerretara botatako hondakin kopurua.
- **Hondakinensailkapenaren (birziklatze tasa) ehunekoa urtean.** Gaikako bilketan batutako frakzio bakoitzaren kantitatea zati frakzio horren tratatutako totala.

✓ **INGURUMENARI BURUZKO DATUAK**, biztanleei inplizituki eta indartsu esateko: “nire etengabeko lanarekin eta zure laguntzarekin klima-aldaketa aurre egin diezaiokegu”. Ikerlan zorrotzetan oinarritutako ingurumenari buruzko datuak gure ohiturek ingurumenarentzat dituen onurak eta zergatia jakitera emateko marketin baliabide egokia dira. Honakoak aipatu daitezke:

- **Saihestu den CO₂ emisio kopurua** Materialen eta energiaren berreskurapenari esker atmosferara isuri ez diren CO₂ kilogramo kopurua edo “karbono bahiketa”. Iturria: “CO₂ ZW: Carbon Footprint Tool for Waste Management in Europe, User Guide” (2013ko urria)
- **Urtean zuhaitzek xurgatzen duten CO₂-arekin baliokidetasuna egin.** Unitate honekin atmosferara bidaltzea ekidin den CO₂-aren emisioak erabiltzaile orok ulertzeko moduan irudikatzea da asmoa. Iturria: PNUMA-xurgatzearen batz bestekoa, 12 kg CO₂/ urtean zuhaitz bakoitzeko
- **Beste baliokidetasun batzuk.** Halaber, beste baliokidetasun batzuk egin ahal dira egunero erabiltzen diren unitate energetikoen bidez “erregai litroak”, “zirkulaziotik kendutako ibilgailuak”, “autoz edo hegazkinez egindako kilometroak”, eta abar.

- ✓ **DATU EKONOMIKOETAN**, balio bakoitzaren benetako esanahiari erreferentzia egiten dion testu deskribatzailea egon behar da. Puntu honetan garrantzitsua da jakitea, marketin alorrean, hiritarrentzako lagungarriagoa izango dela birziklatze tasaren hobekuntzak eragindako aurrezkiak ezagutzea, onurarik aditzera ematen ez duten zenbakizko datu soilak ezagutzea baino. Zentzu horretan, honako balioak ager daitezke:

- **Hondakinen bilketak eragindako urteko kostu finkoak edo aurreztutako dirua**, edukiontzien eta bilketa automobilen amortizazioa, langileen gastua, instalazioen alokairua eta erabilera, material informatikoa, aseguruak eta zergak, komunikazioak, etab.
- **Urteko zabor bilketaren urteroko kostu aldagarriak edo izandako aurrezkiak**, zerbitzua eskaintzeko erabilitako erregaia, elektrizitatea, ibilgailuak mantentzea, bilketa gauzatzen duten langileak eta ibilgailuen gidariak, etab.
- **Hondakinen tratamenduko urteko kostuak**. Urtero udalerrian sortzen diren hondakinen tratamenduak eragiten dituen kostuak.



Datu edo adierazleen kasuan garrantzitsua da marketineko “**erakarri, limurtu eta informatu**” araua betetzea: erabiltzailearen arreta bereganatu, limurtu eta motiba dadin konbentzitu edo datu horrek benetan adierazi nahi duena zer den jakitera eman.

Normalean erabiltzaileek denbora gutxi izaten dutenez, **adierazle nagusien bilakaerari buruzko informazioa** grafiko errazetan (barra grafikoak, sektoreenak, etab.) irudikatzea da onena. Gutxienez, datuak taulen bidez aurkeztea gomendatzen da.

Beste puntu interesgarri bat **argitaratzen diren datu edo ratioak aipatzea da**, parte-hartzea hobetzeko eta jende gehiagoren partaidetza lortzeko.

Horretarako, **konparazioak** erabili daitezke, esaerako, neurri nazionalak, uneko araudiak ezarritako baloreak, gure eskualdeko edo probintziako batezbesteko mailak, etab.

Atal honetan, nire udalerriko kudeaketako datu nagusiez gain, beharrezkoa da **hondakinak sailkatzea zergatik den garrantzitsua aipatzea**. Horrela, hiritarrak hondakinen oinarritzko banaketaren funtsezko onurak eta birziklatzearen kultura ezagutzea lortzen da, ingurumenean birziklatutako tona bakoitzeko onurari buruzko baieztapen eta datu interesgarri batzuk ezagutzeaz gain (bitxikeriak).

Aipatutako datu eta baieztapen horiek gaiari buruzko **ikerlan sakonetatik ateratakoak eta haietan oinarrituta** egon behar dute eta ez dira inoiz begizko kalkuluak izan edo testuingururik gabeko informazioa izan.

Azkenik, garrantzitsua da baita ere hiritarrei **uste oker batzuekin amaitzeko** edo hondakinen sistematik urruntzea eragiten duten izan ditzaketen oztopo irrazional batzuk alde batera uzteko informazioa eskaintzea baita ere.

NOLA GAUZATU NIRE UDALAREN WEB ORRIAN?

Ondo komunikatzeko kalitatezko irizpideak (2. atala) eta hondakinei buruzko informaziorik garrantzitsuenak (3. atala) aipatu ondoren, **beharrezkoa udalerriko web-orrietan modu egokian gauzatzea. Webeko hondakinei buruzko atala garatzea erraztuko duen baliabide teknologiko erraz** bat baino ez da behar, eta nahi den kalitatezko irizpideak beteko direla bermatuko duena.



TERMINOEN GLOSATEGIA

AJAX: Asynchronous Javascript and XML-ren akronimoa da, aplikazio interaktiboak sortzeko web orrien (guneak) garapen teknika da.

Banner: web-orrian dauden grafikoak dira, normalean irudiak edo animazioak dituzten laukizuzenak dira, arreta deitzeko edo azpimarratzeko edo informazio gehiago lortzeko beste web-orriei lotzeko esteka gisa balio dute.

Blog: autore batek edo batzuek aldizka gai jakin baten inguruko artikulak eguneroko moduan argitaratzen dituzten webgunea da. Testuak irudiak edo hiperestekak izan ditzakete.

Blogger: googlen plataforma honetan edukiak sortu eta argitaratu ahal dira lineako nabigazio-egunkaria da. Erabiltzaileak ez du koderik idatzi behar ezta zerbitzari edo scripting programarik instalatu beharrik.

Bilatzailea: bilatzen ari den gaiari buruzko informazioa duten orrialdeen helbideak erakusten dituzten web-orrialdeak dira (Yahoo, Google, Bing, etab.).

CO₂eq: karbono dioxidoarekin alderatuta, negutegi efektuko gas bakoitzaren berotze globaleko ahalmena adierazteko neurketa unitatea da. Karbono dioxidoa ez diren negutegi efektuko gasak (nagusia oxido nitrosoa (N₂O), metanoa (CH₄), eta ozono (O₃) direlarik), euren karbono dioxido baliora (CO₂eq) pasatzen dira gasaren masa bere berotze globaleko ahalmenari biderkatuz.

Drupal: edukien kudeaketarako plataforma kasik edozein motatako web-orriak sortzeko balio duena, blog eta mikro guneetatik, kolaboraziozko komunitate sozialetara.

Esteka hautsiak: interneten dagoeneko kontsultatu ezin daitezkeen edo euren edukia zerbitzarietan gordeta ez duten web-guneetarako estekak dira.

Flash: sektore grafikoak sortu eta manipulatzeko baimentzen duen teknologia, animazioak eta eduki interaktiboak sortzeko balio duena.

Frames: euskaraz 'Markoak', web diseinuan beste web-orrialde handiago baten barruan web-orrialde bat kargatzen duen eremu laukizuzena da.

Web foroa: linean eztabaidak edo iritziak idazteko balio duen web aplikazioa da. Gaika antolatuta egoten da.

Gamifikazioa: sare sozialetan, bitarteko digitaletan edo web korporatiboetan pertsona taldeak motibatze eta haiengan eragina izateko estrategia bat da.

Genially: programatzen jakin gabe eduki interaktiboak (irudiak, posterrak, aurkezpenak, gidalerroak, katalogoak, etab.) sortzea baimentzen duen web aplikazio bat da.

Eduki-kudeatzailea: edukiak sortzeko eta kudeatzeko euskarri egitura (framework) bat sortzea baimentzen duen programa informatikoa da. Batez ere administratzaileek, editoreek, parte hartzaileek eta gainerako erabiltzaileek web-orrietan sortu eta kudeatzeko dira. Web-orrialdeko edukia duen datu base bat edo batzuk kontrolatzen dituen interfaze batetan datza.

Gif: irudi-truketarako formatua, interneten asko erabiltzen den formatu grafikoa da, bai irudietarako bai animazioetarako.

Interaktibotasuna: erabiltzaileen eta sistema informatikoen arteko parte hartze harremana da. Diseinuan esfortzu bat suposatzen duen komunikazio prozesua da pantailen arteko nabigazioa planifikatzeko, erabiltzaileak aplikazioa kontrolatzen eta maneiatzen duela benetan senti dezan. Erabiltzaileak aplikaziotik nabigatzean aske sentitu behar du.

Joomla: webgune dinamiko eta interaktiboak garatzea baimentzen duen eduki-kudeatzaile sistema bat da; administrazio panel baten bidez webgune batetako edukia erraz sortu, aldatu edo ezabatu.

Esteka: webgune batetako elementu honek automatikoki webgune bereko beste leku batera automatikoki pasatzea baimentzen du.

Metak: meta etiketak edo meta tags-ak bilatzaileentzako eta web nabigatzaileentzako web-orriaren edukia laburtzeko. Hau da, web zerbitzu ezberdinek ulertzeko moduan deskribatzen dute web-orrialdea.

Microsite: web bakarra da edo web-orrialde multzo txiki bat dira, existitzen den web-orrialde baten barruan entitate diskretu bat bezala edo lineaz kanpoko ekintza bat komentatzeko balio dutenak.

Neuromarketing: marka bat edo beste bat aukeratzean, produktu bat erostean edo iragarki bat ikustean burmuinaren funtzionamendua neurtzen duen zientzia da. Kontsumitzailearen portaera iragartzea da bere helburua, marka eta bezeroen arteko konexio emozional positiboak errazten dituzten komunikazio estrategiak diseinatzea baimenduz, sor litekeen erantzun ezberdinak behatuz.

Webeko hitz gakoak: bilatzailean informazioa edo web-orrialde zehatz bat aurkitzeko erabiltzen diren hitzak edo esaldiak dira. Web-orrialde berri bat ezagutzeko oso erabilgarriak dira, beraz, zurea bezalako produktu edo zerbitzu bat bilatu eta aurkitzeko hitz orokorrak erabiliko dituzte.

Txantiloia: aurretik diseinatutako ereduak dira, egitura finkoa dutelarik. Beraz, webguneak edo bere osagarriak neurritan egindako diseinuetan (zerotik hasten diren proiektua) baino askoz arinago eta azkarrago garatzea baimentzen dute.

Hiru klikek araua: leku batetako informazioa haren eduki guztia gehienez 3 klikekin topatu ahal izateko moduan.

Responsive: responsive web-diseinua edo moldatua, gailu ezberdinetan (ordenagailuak, tabletak eta mugikorrak) webgunea ondo ikusi ahal izatea bilatzen duen web diseinu teknika bat da.

SEO (“Search Engine Optimization”): SEO hitzek erabilgarriago bihurtzen dute webgunea, bai erabiltzaileentzat bai bilatzaileentzat ere, izan ere orrialde bakoitza zeri buruzkoa den ulertzen laguntzen diete bilatzaileei eta erabiltzaileentzat erabilgarria den edo ez jakitea.

Smartphone: telefono mugikor adimenduna da, platarorma informatikoa duena, datuak biltzeko gaitasun handiagoa du eta funtzio gehiago ditu eta internet konexioko aukera handiak eskaintzen ditu.

Iraunkortasuna: iraungarria izatearen ezaugarria, zehazki, uneko beharrak baieztatzen dituzten baina etorkizuneko belaunaldietako beharrak jokoan jartzen ez dituzten garapenaren ezaugarriak dira. Iraunkortasunak kontutan hartzen ditu inguruneko, gizarteko eta ekonomiako harmonia.

Tableta: tableta telefono adimenduna baino handiagoa edo txikiagoa den ordenagailu mugikorra da eta ukimenezko pantaila bat du eta harekin elkarreragiten da atzamar edo makilatxo baten bidez; ez du ez teklaturik ez sagurik.

Storytelling: istorioak modu desberdinean eta beti ere narratiboki kontatzeko erabiltzen den teknika da. Teknika honek balio gehigarria duten edukiak partekatzeko balio du eta sarri, web-orrialdeak eta haien erabiltzaileak maila emozional batean lotzen ditu.

Letra-tipo kamutsa: san serif izenarekin ere ezagutua, tipografia erromatarren antitesia da, estilo garbia, funtzionala eta hotza baitu. Beste hitz batzuetan, irakurtzeko tipografiarik onena da.

Web-a: interneten edo World Wide Web-en (www) eskuragarri dagoen dokumentua, estandar batzuen arabera kodifikatuta eta HTML gisa ezagutzen den hizkuntza zehatza duena.

Wordpress: edozein gune sortzeko bideratuta dagoen edukien kudeaketa sistema bat da eta blogak sortzeko erabili ohi da. Sistema hori edukien administrazioa edo kudeaketarako duen erraztasunagatik bereizten da.



FEDERACION ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS