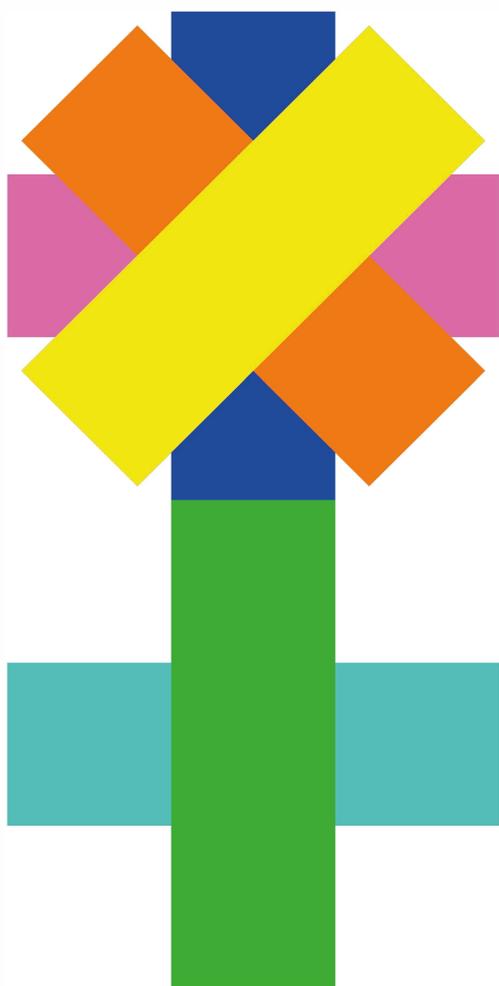


Plan de comunicación Proyecto FECYT 2022



laph.
**Divulgando
ciencia
sin barreras**

Plan de comunicación

Proyecto FECYT (diciembre 2021)

Documentación a incluir en la memoria técnica y valoraciones.

Apartado 8. Estrategia y plan de comunicación (10 puntos)

Previsión de los medios, recursos y mecanismos necesarios para desarrollar el plan de comunicación del proyecto, indicando los canales empleados, justificación de su adecuación al proyecto y la eficiencia y eficacia de canales y recursos empleados. El plan de comunicación deberá ser realista y ajustado a las características y al público objetivo del proyecto.

Que la acción o proyecto prevea los medios, recursos y mecanismos necesarios para comunicar (dar a conocer, compartir, socializar) la actividad con el público destinatario y los medios de comunicación con el fin de garantizar el éxito en el funcionamiento, la participación y la consecución de los objetivos planteados para la acción.

_Diseño de un plan de comunicación que describa las acciones y medios previstos y los materiales de promoción (4 puntos).

_Que los canales empleados sean adecuados al tipo de público al que se dirige la acción, que sea realista y ajustado a las características del proyecto (3 puntos).

_Eficiencia y eficacia en el empleo de canales y recursos comunicativos. Se valorarán aquellas estrategias de comunicación basadas en la movilización de los recursos existentes (acuerdos de colaboración con entidades, redes físicas y digitales, asociaciones, etc) (3 puntos)





Estrategia y plan de comunicación

La estrategia y plan de comunicación del proyecto se encuentran alineados con sus objetivos, permitiendo así la esperada visibilidad e impacto en la sociedad y, especialmente, su adecuada proyección en los públicos de interés.

Como medios para la difusión de las actividades se atenderá a dos vías concretas: los medios de comunicación y los canales de difusión del ámbito de la divulgación científica (portales web, revistas especializadas, foros, etc.), contemplándose, entre otras, las siguientes actividades:

- **Notas de prensa distribuidas a los principales medios de comunicación** (prensa, radio, televisión y agencias de prensa), tanto locales, como regionales y nacionales, por medio del Gabinete de Prensa de la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía y del Departamento de Comunicación del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, que cuenta con experiencia de 15 años en las relaciones directas con los medios y ofrece un envío permanente de notas de prensa, cifrado en una media de 30 al año. Se incluyen en este directorio también medios digitales, cuyo alcance y recepción es cada vez mayor en nuestras sociedades. Para la recopilación de todos los archivos de prensa sobre el proyecto a modo de hemeroteca se cuenta con acceso a la herramienta de clipping “Pandora”; además, a través de esta plataforma obtendremos datos de audiencia sobre cada una de las noticias del proyecto publicadas en medios, así como su valor económico en términos de comunicación (es decir, el coste que habría supuesto en una equiparación de espacio/tiempo publicitario).

» Actividad continua a lo largo del desarrollo del proyecto, especialmente: a inicio del proyecto, con cada progreso relevante y a la finalización del mismo (estimación: 3 notas de prensa)

- **Noticias de actualidad en el portal web del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico** (www.iaph.es), con acceso desde portada y desde el espacio específico del proyecto en el apartado para la difusión de contenidos divulgativos denominado “IAPH educa y divulga” (<https://juntadeandalucia.es/organismos/iaph/areas/formacion-difusion/iapheduca.html>). El portal web cuenta con una media de accesos próxima a las **400.000 visitas anuales**. Esta web se encuentra también disponible en versión móvil y en inglés. Como web integrada en el portal de la Junta de Andalucía es conforme también al Real Decreto 1112/2018, de 7 de septiembre, sobre accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público.

» Actividad continua a lo largo del desarrollo del proyecto, especialmente: a inicio del proyecto, con cada progreso relevante y a la finalización del mismo (estimación: 5 noticias web).

- **Gestión de reportajes y programas especiales en espacios de radio y televisivos**, especialmente los relacionados con la divulgación científica. El impacto de esta actividad podrá evaluarse mediante las cifras de difusión del medio de comunicación específico. Igualmente, para dar mayor visibilidad a esta acción, el reportaje o programa será anunciado en los canales propios, antes de su emisión; también con posterioridad se darán a conocer las grabaciones realizadas.



» Actividad programada para la segunda mitad del proyecto, cuando esté más avanzado y se puedan trasladar resultados más concretos (estimación: 2 reportajes).

- **Información en redes sociales del IAPH: Facebook, Twitter, LinkedIn y YouTube.** Los hitos del proyecto, sus acciones y avances serán comunicados puntualmente a través del conjunto de redes sociales que gestiona directamente el Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, tanto a nivel textual como gráfico (fotografía / video). La experiencia y larga trayectoria en este campo ponen a disposición de este proyecto unos canales de gran impacto tanto a nivel cuantitativo como cualitativo (compartimos una verdadera red de agentes y entidades colaboradoras y amigas). Actualmente, y sólo considerando el número de personas seguidoras, se superan las 90.000 en Facebook, las 19.000 en Twitter, las 9.000 en LinkedIn y las casi 4.000 en YouTube, para un canal que suma más de 10.000 reproducciones de videos. Se cuenta con una suscripción a la herramienta “Metricool” que permitirá la adecuada y detallada medición del impacto de las informaciones publicadas sobre nuestro proyecto.

» Actividad continua a lo largo del desarrollo del proyecto, especialmente: a inicio del proyecto, con cada progreso relevante y a la finalización del mismo (estimación: 15 posts, 15 fotografías, 2 videos).

- **Integración en el plan de comunicación de la Fundación Descubre**, de la que el IAPH es patrono por acuerdo del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía en 2015. Esta Fundación, impulsada por la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, coordina las acciones de divulgación científica en Andalucía. Su patronato está formado por 22 instituciones de avalado prestigio en investigación y divulgación de la región: universidades, centros de investigación y divulgación, asociaciones, etc. Las sinergias entre estas instituciones proporcionarán mayor visibilidad al proyecto, mediante la participación en actividades que tienen a nivel local gran impacto mediático y en el ámbito de la educación, como: Feria de la Ciencia, Café con Ciencia, Semana de la Ciencia, etc. La cuantificación del impacto vendrá dada por la repercusión general que tenga cada evento.

» Actividad continua a lo largo del desarrollo del proyecto, coincidiendo con actividades de relevancia en la región en el ámbito de la divulgación científica (estimación: participación en 2 actividades).

- **Información a Centros Educativos y Centros de Profesorado de Andalucía** a través de la plataforma de comunicación de la Consejería de Educación y Deporte de la Junta de Andalucía, de la que el IAPH es entidad colaboradora a través del Programa “Vivir y Sentir el Patrimonio”. El directorio de la Consejería alcanza el 100% de centros educativos y de profesorado andaluces, con lo que garantizamos la repercusión óptima.

» Actividad continua a lo largo del desarrollo del proyecto, especialmente coincidiendo con cada actividad relevante para este público (estimación: 3 envíos)



- **Información a entidades relacionadas con la diversidad funcional** a través de las redes de comunicación de la ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles), entidad con la que el IAPH mantiene una estrecha colaboración en materia formativa y de divulgación. El directorio de la ONCE alcanza el 100% de entidades andaluzas relacionadas con la diversidad funcional, con lo que garantizamos la repercusión óptima.
 - » Actividad continua a lo largo del desarrollo del proyecto, especialmente coincidiendo con cada actividad relevante para este público (estimación: 3 envíos)
- **Presentación del proyecto y sus resultados, a través de revista PH**, editada actualmente en formato digital (www.iaph.es/revistaph) y con un alcance global de casi 200.000 visitas y más de 300.000 descargas en 2020. Revista PH es una de las publicaciones periódicas de más prestigio en el campo científico del patrimonio cultural y su labor de transferencia ha sido continua durante 29 años.
 - » Actividad programada al inicio y al final del proyecto, a modo de lanzamiento y cierre (estimación: 1 noticia y 1 artículo).