

Comunicación y difusión en los proyectos Horizonte 2020



Ministerio de Ciencia,
Tecnología e Innovación Productiva
Presidencia de la Nación

Comunicación ≠ Difusión

Comunicación	Difusión
Sobre el proyecto y los resultados	Sobre los resultados solamente
Múltiples públicos Trasciende la comunidad propia del proyecto (incluye los medios y el público)	Públicos que pueden usar los resultados en su propio trabajo, p. ej., colegas (comunidad científica o la comunidad propia del proyecto), la industria y otros actores comerciales, organizaciones profesionales, formuladores de políticas
Informar y llegar a la sociedad , mostrar los beneficios de la investigación	Habilitar el uso y la incorporación de resultados
Art. 38.1 del acuerdo de subvención	Art. 29 del acuerdo de subvención
Comienza al inicio del proyecto	Cuando los resultados están disponibles

- ❑ La **comunicación** consiste en promover la acción suministrando a múltiples públicos (incluidos los medios y el público general) información dirigida, en forma estratégica y efectiva, y con la posible participación en un intercambio bidireccional.

- ❑ La **difusión** consiste en compartir resultados de investigación con posibles usuarios: colegas en el campo de la investigación, la industria, otros actores comerciales y formuladores de políticas. Estos resultados alimentarán la **explotación** (el uso de resultados con fines comerciales o en la formulación de políticas públicas).

¿Porqué es importante la comunicación?

- Responsabilidad: dinero de los contribuyentes
- Crear consciencia
- Se relaciona con las prioridades/objetivos políticos de la CE
- Impacto en vidas cotidianas
- Rol de la CE: dar mayor visibilidad



Nuevas obligaciones contractuales: el acuerdo de subvención

ARTÍCULO 38 — PROMOVER LA ACCIÓN – VISIBILIDAD DE LA FINANCIACIÓN DE LA UE

- 38.1 Actividades de comunicación por parte de los beneficiarios
 - 38.1.1 Obligación de promover la acción y sus resultados
 - 38.1.2 Información sobre financiación de la UE. Obligaciones y derecho de usar el emblema de la UE.
 - 38.1.3 Cláusula de eximición de la responsabilidad de [la Agencia y] la Comisión

Acuerdo de subvención

“Los **beneficiarios deben promover la acción y sus resultados** proporcionando a **múltiples audiencias** (incluidos los medios y el público) información **dirigida**, en forma **estratégica** y efectiva”. [...]

“Antes de iniciar una actividad de comunicación que se espera que tenga un impacto mediático importante, los beneficiarios deben informar a la [Comisión] [Agencia] (ver Artículo 52).”

(Artículo 38.1.1 Obligación de promover la acción y sus resultados)

Actividades de comunicación

Promover la acción y sus resultados con un plan de comunicación integral que defina objetivos claros (adaptados a distintos públicos objetivo relevantes) y establezca una planificación concreta para las actividades de comunicación (incluida la descripción y el momento cronológico de cada actividad, durante el transcurso de toda la acción).

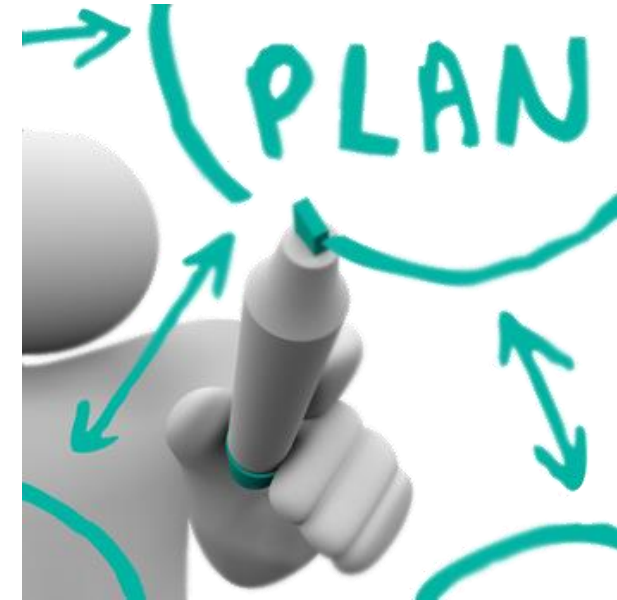
“Promover la acción” significa suministrar a múltiples públicos (incluidos los medios y el público) información dirigida, en forma estratégica y efectiva, y con la posible participación en un intercambio bidireccional.

Ejemplo

- Armar una gacetilla de prensa para el público en general al comienzo de la acción;
- Gestionar alguna entrevista en un medio de prensa (radio, digital, diario o TV) después de un logro importante de la acción;
- Organizar un evento, por ejemplo en un *shopping*, que muestre de qué manera los resultados de la acción son relevantes para nuestras vidas cotidianas;
- Organizar talleres sobre la acción dirigidos a públicos para quienes la acción es de interés;
- Producir un folleto que explique el trabajo de la acción para estudiantes y demostrar qué tan interesante puede ser este tema de investigación específico.

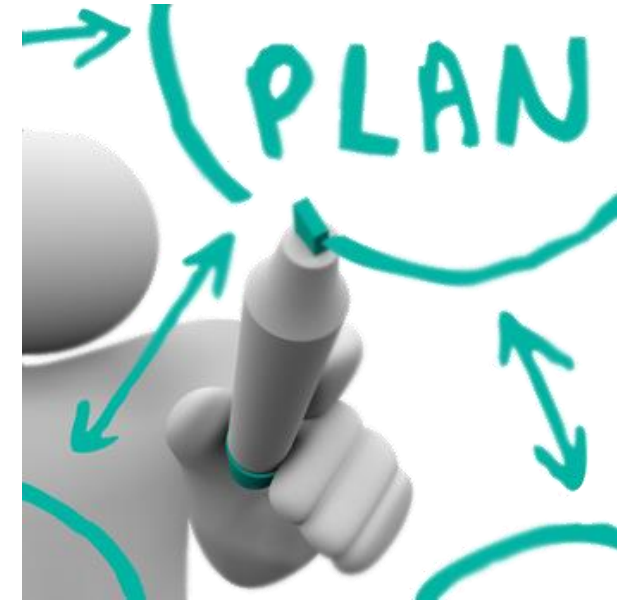
Un buen plan de comunicación

- Empezar desde el inicio y continuar durante todo el **ciclo de vida del proyecto**.
- Planificar estratégicamente.
- Identificar y establecer **objetivos** de comunicación claros.
- **Dirigirse a públicos** más allá de la propia comunidad.
- Elegir **mensajes** pertinentes.
- Usar el **canal** y los medios **adecuados**.
- Definir un **plan integral** de comunicación.



Un buen plan de comunicación

- Incluir en la propuesta un **Paquete de trabajo (WP) para comunicación**. *P. ej. WP comunicación, difusión y explotación.*
- Abordar la **perspectiva de política pública** con sus actividades de comunicación.
- Mantener la **proporcionalidad** de las medidas de comunicación respecto de la escala del proyecto.
- Libertad **de elegir los tipos de actividades de comunicación**.



La hoja de ruta de la difusión y la comunicación

- **Planificación de actividades:** Identificar la estrategia y el plan de comunicación y difusión para asegurar el mejor impacto de sus resultados proyectados.
- **Fase de implementación:** Producir un conjunto integral de herramientas (soportes y canales) para difundir los mensajes clave obtenidos a partir de los resultados de investigación a los grupos objetivo, de forma que los aliente a incluir las implicaciones de la investigación en su trabajo.
- **Monitoreo de actividades:** Analizar y evaluar el impacto y el éxito de las actividades de difusión en relación con indicadores clave de desempeño.
- **Sustentabilidad:** Identificar y establecer los mecanismos necesario para asegurar una visibilidad permanente y duradera de los resultados del proyecto.

Estrategia de difusión

Las actividades de **difusión** deben servir de respaldo de todos los **paquetes de trabajo** con el objeto de asegurar la máxima visibilidad, accesibilidad e impacto de las actividades del proyecto.

La **estrategia de difusión** debe cubrir:

- ✓ Objetivos de las actividades de difusión.
- ✓ Actores de la difusión.
- ✓ Públicos objetivo de la difusión.
- ✓ Mensajes para difundir.
- ✓ Herramientas y canales de difusión.

Objetivos de las actividades de difusión

Las actividades de **difusión** deben diseñarse para que los **resultados del proyecto sean visibles y accesibles**.

- **Identificar objetivos, mensajes, herramientas y canales.** Crear un plan de difusión adecuado y efectivo para asegurar el mejor impacto de los resultados del proyecto.
- Producir **herramientas de difusión**. Diseñar un conjunto integral de materiales de difusión para asegurar una fácil identificación del proyecto y una considerable exposición.
- Usar los **canales de difusión** (tanto internos como externos). Organizar eventos relacionados con el proyecto y participar en talleres, conferencias y reuniones internacionales/de la CE.
- Asegurar una **visibilidad** permanente y **duradera** de las actividades y los resultados del proyecto.

Actores de la difusión

Establecer quién será el **líder** de las **actividades de difusión** del proyecto acorde a la estrategia de difusión definida.

El líder de la difusión:

- ✓ Establecerá los mecanismos y las herramientas más adecuadas para la máxima visibilidad y el máximo impacto.
- ✓ Se asegurará de que todos los socios contribuyan a las actividades de difusión.
- ✓ Evaluará los resultados de la difusión.

Crear de una **matriz** con detalles de las **tareas** y las responsabilidades de cada **socio** respecto de las actividades de difusión.

Público objetivo de la difusión

Los socios deben **identificar** varios **grupos de interesados** que probablemente estén interesados en los resultados del proyecto e incluirlos en las actividades de difusión.

GRUPOS OBJETIVO	MIEMBROS
Formuladores de políticas	Comisión Europea Organizaciones regionales Gobiernos y parlamentos nacionales Organizaciones internacionales de financiación Directores de instituciones importantes de investigación y educación
COMUNIDAD EDUCATIVA Y DE INVESTIGACIÓN	Comunidades internacionales de investigación Organizaciones científicas nacionales Instituciones de investigación y educación
SECTOR PRIVADO	Organizaciones privadas de investigación Asociaciones comerciales, empresas, PYME, grupos
OTROS	Usuarios finales, ciudadanos, estudiantes, familias, pacientes
PROYECTOS E INICIATIVAS RELACIONADOS	Proyectos de H2020 en SPACE, TIC Proyectos de cooperación UE-América de H2020 Otras iniciativas pertinentes

Mensajes a difundir

Su proyecto debería producir una serie de resultados.

Establezca una lista que incluya los resultados principales para difundir a los distintos grupos objetivo identificados durante la vida del proyecto.

Herramientas y canales de difusión

- ✓ Herramientas y canales online e interactivos.
- ✓ Herramientas y canales no electrónicos.
- ✓ Herramientas y canales físicos interactivos.

Herramientas de difusión: Esto significa todos los soportes materiales utilizados para presentar el contenido de su proyecto a un público externo.

Canales de difusión:

- ✓ Sitio web del proyecto, foro de usuarios en la web.
- ✓ Otros sitios web (sitios web de socios, servicios de la CE, etc.)
- ✓ Redes sociales y redes profesionales.
- ✓ Eventos del proyecto y otros eventos relacionados (congresos, jornadas de intermediación, etc.)
- ✓ Publicaciones objetivo y revistas científicas
- ✓ Medios de comunicación (radio, TV), bases de datos.

Diferencia entre comunicación y divulgación

DIVULGACIÓN

- Las actividades de divulgación se desarrollan para **atraer a un público amplio** respecto de un tema específico, principalmente al público en general.
- Las actividades de divulgación pueden desarrollarse en diversas formas: **presentaciones en escuelas, talleres, charlas**, visitas a laboratorios, etc.
- El objetivo es explicar los **beneficios de la investigación** a un **público** amplio (principalmente ciudadanos que pagan nuestra investigación con sus impuestos).
- La divulgación implica **interacción** entre el investigador y el destinatario, existe una relación entre ambos, y la comunicación que se mantiene es un “ida y vuelta”.

Diferencia entre comunicación y divulgación

COMUNICACIÓN

- La **comunicación** solo presenta una dirección, del investigador al receptor.
- Por comunicación se entiende **artículos en periódicos** o revistas **generalistas, TV** o radio.
- Una comunicación exitosa requiere un **lenguaje claro**, un **tema** científico **atractivo** en el que se destaquen resultados interesantes para **atraer la atención** tanto del público general como de los medios.

Consejos

- **¿Para quién? Elija el público** (niños, adolescentes, adultos, etc.).
- **¿Por qué? Explique el problema** que está resolviendo o el tema que está investigando.
- **¿Cómo? Provoque curiosidad, sea innovador,** explique los beneficios de su investigación.
- **Use un lenguaje sencillo.**
- **Experiencia: No presuponga** que tienen experiencia en el tema que va a explicar.



Recursos para la comunicación y difusión de la ciencia

Cómo comunicar la Investigación e Innovación en la EU: Guía para los participantes de proyectos
http://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/gm/h2020-guide-comm_en.pdf

El Plan de Explotación y Difusión de los Resultados en H2020

https://www.iprhelppdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/FS-Plan-for-the-exploitation-and-dissemination-of-results_1.pdf

Actividades de divulgación y comunicación en las MSCA en H2020

http://ec.europa.eu/assets/eac/msca/documents/documentation/publications/outreach_activities_en.pdf

Pautas sobre acceso abierto a las publicaciones científicas y los datos de investigación en H2020

https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/grants_manual/hi/oa_pilot/h2020-hi-oa-pilot-guide_en.pdf

Acceso abierto en H2020

<https://www.openaire.eu/h2020openaccess/>



<https://www.youtube.com/watch?list=PLvpwIjZTs-Lhe0wu6uy8gr7JFfmv8EZuH&v=4E8rXg3Nv7U>

¡MUCHAS GRACIAS!



Dirección Nacional de Cooperación e Integración Institucional
Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva
Godoy Cruz 2320, 4º piso. CABA

abest@mincyt.gov.ar



Ministerio de Ciencia,
Tecnología e Innovación Productiva
Presidencia de la Nación