

PLAN DE DIFUSIÓN EURODDIP-E (V1.1)

Coordinadora Proyecto: BEATRIZ F. NÚÑEZ ANGULO
Responsable Comunicación: MARIO ALAGUERO RODRIGUEZ

1. Presentación

El proyecto EURODDIP-E busca soluciones globales al alumnado con necesidades especiales, mediante la combinación de herramientas, dispositivos y conocimiento, a través de la investigación, para aumentar las habilidades y competencias de los maestros de escuela y otros profesionales de la educación. Es un proyecto interdisciplinar, en el que diferentes profesionales de la educación y la ingeniería trabajan para mejorar los estándares de calidad en el campo educativo, promoviendo el éxito académico de esos estudiantes y la igualdad de acceso y oportunidades para todos, en el contexto de la Unión Europea.

1.1 DAFO

Debilidades

- Este proyecto de investigación puede tener elementos complicados para su difusión, debido a su complejidad, por lo que se deberá hacer un esfuerzo para adaptar sus contenidos a la divulgación en determinados públicos objetivos.
- Es un proyecto nuevo, con escasa repercusión por su cuenta, por lo que se deberá apoyarse en los stakeholders.

Amenazas

- La comunicación del proyecto EURODDIP-E puede tener poco impacto, si no se consigue adaptar bien cada mensaje y cada hecho noticioso a cada público objetivo para su correcta comprensión y valoración.
- El hecho de tratar las nuevas tecnologías y necesidades especiales poco conocidas puede hacer que, parte del público objetivo, no comprenda y, por tanto, no valore la importancia del proyecto.

Fortalezas

- EURODDIP-E y su comunicación nacen de la colaboración de los socios miembros muy potentes y relevantes, tanto en investigación como en impacto socio-educativo, por lo que se puede aprovechar su apoyo para la difusión de mensajes.
- El equipo es sólido, motivado y está muy vinculado, por lo que los resultados derivados del proyecto tendrán una amplia difusión por su parte.

Oportunidades

- La combinación de nuevas tecnologías con personas con necesidades especiales muy específicas, es tratado a nivel global en este proyecto, por lo que puede generar un amplio interés, tanto en la comunidad de nuevas tecnologías como las relacionadas con la educación especial y con los ODS 2030.

- Los desarrollos de este proyecto tendrán un componente social y motivador, a priori, elementos con mucho potencial para su difusión viral en internet.

2. Objetivos del plan de difusión

Sensibilización de públicos objetivos

Al tratarse de un proyecto interdisciplinar existen varios tipos de públicos objetivos (analizados más adelante) que tendrán niveles de conocimiento muy dispares sobre todos los ámbitos implicados en este proyecto. Se pretende buscar la máxima sensibilización posible sobre los objetivos, metodologías y resultados de este proyecto, orientado a que los públicos objetivos puedan comprender y asimilar la verdadera complejidad de EURODDIP-E.

Ampliar el impacto de los resultados

Se pretende que este proyecto tenga un amplio impacto académico y pragmático, pudiendo aplicarse sus resultados y conclusiones a casos reales, lo que puede ser amplificado gracias a la comunicación, tratando de dar la máxima difusión posible a todos los procesos, actividades y productos derivados del proyecto.

Buscar la implicación de los miembros

El proceso de comunicación debe ser lo más amplio posible para lograr cumplir el resto de objetivos, por lo que el trabajo en equipo y la colaboración en materias de comunicación, tanto a nivel local como global, será fundamental.

Difusión de soluciones y contenidos prácticos

Los resultados obtenidos de este proyecto financiado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea son de propiedad pública, por lo que se buscará, a través de este plan de difusión, que las soluciones, contenidos y herramientas desarrolladas por EURODDIP-E estén accesibles y se consiga la mayor difusión posible para que cualquier Institución (Centro educativo, Asociación, profesional, etc.) que pueda estar interesado en aprovechar los resultados del proyecto, pueda conocerlos y utilizarlos.

Desarrollar nuevas asociaciones y redes de contacto

A través del proceso de comunicación y difusión, sobre todo a través de las nuevas tecnologías, en concreto las redes sociales, se buscará crear relaciones institucionales y redes de contactos útiles con centros, entidades e investigadores que trabajen en ámbitos similares para buscar sinergias, bien a lo largo del proyecto como a la hora de difundir los resultados.

3. Grupos destinatarios y stakeholders

EURODDIP-E es un proyecto multidisciplinar, basado en el trabajo común de investigadores de áreas complementarias, pero con públicos objetivos muy diferentes. Se han filtrado los siguientes públicos objetivos para poder personalizar cada una de las líneas de comunicación del proyecto.

- 1. El propio equipo de EURODDIP-E (comunicación interna)

El equipo de EURODDIP-E está compuesto por investigadores y profesionales de diferentes sectores con algo en común: la pasión por su trabajo. Al tratarse de un proyecto complejo y dilatado en el tiempo la comunicación interna debe ser sólida, flexible y cómoda, para que la transferencia de conocimientos, tareas y procesos de gestión no se conviertan en obstáculos para el desarrollo del proyecto. Para esto se realizarán encuentros físicos y telemáticos basados en el rigor pero también en la cercanía, pues todo el equipo tiene claro que nuestros objetivos son comunes y responsabilidad de todos los partners.

- 2. Profesores y estudiantes de las comunidades universitarias implicadas en el proyecto y que no estén relacionados con los temas de actuación de EURODDIP-E

Las universidades suelen generar una cantidad de información, noticias y eventos tan alta que puede llegar a eclipsar proyectos tan relevantes como EURODDIP-E. Para esto se utilizarán los

canales y metodologías propias de cada universidad, que tendrán la experiencia necesaria para garantizar la máxima difusión en cada comunidad universitaria. Estos públicos, al no tener relación directa con la temática que trata EURODDIP-E deben recibir una información interpretada para que pueda ser comprendida y asimilada, sobre todo, haciendo hincapié en la relevancia, novedad y objetivos del proyecto. Será complicado que este público objetivo nos siga en redes sociales, así que será importante la comunicación insitu (cartelería, rollups, actividades...) y las relaciones directas con los gabinetes de prensa locales o responsables de comunicación de cada partner.

Los mensajes para este grupo deberán ser claros y sencillos y deberán enfatizar las cualidades y objetivos del proyecto de una manera comprensible para este público objetivo. Además deberán recalcar la participación y papel que cumplen la institución a la que pertenecen dentro del proyecto.

- **3. Profesores e investigadores relacionados con los temas de actuación de EURODDIP-E de cualquier universidad**

El profesorado y alumnado que pueda estar interesado en el proyecto de EURODDIP-E será más fácilmente filtrable por temáticas de interés y puede que se muestren más activos a la hora de recibir y compartir nuestros contenidos. Este público objetivo tiene dos características base: su vocación por su profesión y su interés pragmático en los resultados del proyecto

(por ser investigaciones punteras en su ámbito). Por esto, los mensajes orientados a este público objetivo deberán entrar en detalles técnicos sobre los resultados obtenidos a lo largo del proyecto y deberán hacer hincapié en los valores positivos y emotivos de EURODDIP-E.

- **4. Sociedad**

Dentro de los objetivos de EURODDIP-E se había señalado la búsqueda de sensibilización y ampliación del impacto de los resultados. Para esto varios de los mensajes emitidos desde EURODDIP-E deberán tener una intención divulgadora y educativa, haciendo comprender a toda la sociedad la relevancia de este tipo de investigaciones y la importancia de la investigación englobada dentro de los programas Erasmus+. Los mensajes orientados a este tipo de públicos objetivos deberán tener menos datos técnicos y un matiz claramente divulgador; interpretando y simplificando las acciones y resultados de EURODDIP-E. Estos mensajes deberán distribuirse en diferentes canales, pero teniendo en cuenta la importancia de los medios de comunicación masivos y las redes sociales para llegar a toda la sociedad.

- **5. Centros educativos**

Para lograr la máxima eficacia y eficiencia en la transferencia de los resultados de EURODDIP-E es necesario comunicarse con

todos los stakeholders y, en concreto, con los centros y docentes con alumnos con necesidades especiales que puedan tener interés en este proyecto. Los resultados tangibles de EURODDIP-E que puedan ser utilizados directamente en las aulas deben tener la mayor difusión posible en este público objetivo. Para ello se localizarán los centros en los que se puedan implementar las herramientas y procesos desarrollados por EURODDIP-E y se tratará de optimizar la comunicación para dar a conocer masivamente los resultados de investigación.

4. Difusión de resultados

Este proyecto se desarrollará a lo largo de 3 años, en los que se espera obtener resultados tanto tangibles como intangibles y se pretende que, a través de una comunicación bien planificada y ejecutada, se consiga el mayor impacto tanto académico como práctico.

Dentro de los resultados se difundirán dependiendo de su posible utilidad dependiendo de públicos objetivos o ámbitos de actuación:

- Tono y filosofía

La información generada desde EURODDIP-E se basará en el rigor y veracidad científica, pero desde el diálogo y la cercanía, buscando la mayor divulgación posible. En este proyecto se tratarán temas que pueden caer en la sensiblería y la falsa emotividad, por lo que se intentará tratarlos siempre con sobriedad y discreción, centrando la

importancia de los mensajes en trabajo y avances del proyecto a través de la cercanía, pero con rigor.

- **Herramientas, productos o servicios**

Los resultados directamente aplicables al ámbito de la educación serán difundidos a través de las entidades colaboradoras, intentando que el esfuerzo derivado del trabajo conjunto durante 3 años sea lo más útil posible para la sociedad.

- **Actividades de divulgación y sensibilización**

La importancia de la divulgación de los resultados de este proyecto depende de nuestra capacidad para trasladar su importancia a los diferentes públicos objetivos, los cuales, muchas veces tendrán una actitud pasiva ante la difusión de nuestras investigaciones. Por esto, para alcanzar al mayor espectro posible del público objetivo se realizarán actividades de divulgación y sensibilización, que transmitan a todos los niveles de conocimiento la importancia del conocimiento generado en este proyecto de investigación.

- **Difusión académica de la investigación**

Los resultados serán publicados en la plataforma de resultados de proyectos Erasmus+ (E+PRP) y en cada uno de los medios donde se publiquen las diferentes investigaciones (revistas, actas de congresos, jornadas...) Además, se fomentará que los resultados lleguen al máximo número posible de investigadores que puedan estar interesados en utilizar los resultados académicos de este proyecto

para su propio trabajo a través de las redes sociales convencionales y de Researchgate y LinkedIn, como especializadas en el ámbito académico y profesional.

5. Mensajes

La comunicación en EURODDIP-E se basará en los siguientes mensajes, aunque se adaptarán en tono y lenguaje para cada caso.

- Somos multidisciplinares, un grupo de europeos trabajando juntos por un fin común.
- Buscamos favorecer la inclusión educativa mediante la personalización de dispositivos, herramientas y TIC.
- Nos basamos en las necesidades de profesorado y alumnado con docencia en niveles educativos básicos.
- El proyecto surge de creer en la inclusión educativa y su búsqueda aunando fuerzas y motivación.

5. Estrategia

5.1 Medios y canales

Para la correcta difusión de los resultados de investigación se utilizarán los siguientes medios y canales.

- **La plataforma de resultados de los Proyectos Erasmus (E+PRP)**

Se publicará toda la información de contacto y resultados del proyecto en la base de datos de la Comisión Europea para el programa Erasmus+ una vez finalizado.

- **Identidad corporativa**

Para desarrollar la identidad corporativa se partió de varios conceptos que se querían transmitir relacionados con el proyecto: Diseño para la diversidad, educación inclusiva,



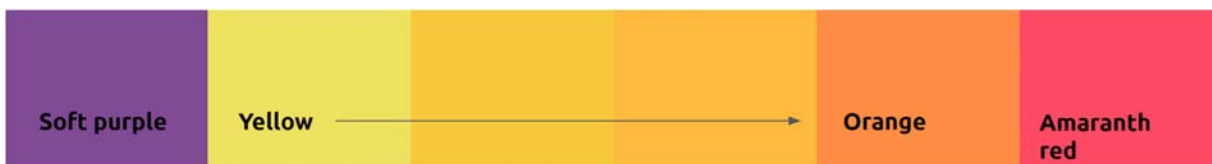
multidisciplinariedad y la mejora de la calidad de vida de los usuarios finales. Teniendo en cuenta estos conceptos se plantearon dos opciones de logo:



Siendo elegida la segunda propuesta.

Los tonos de color corporativos para todo el proyecto son los siguientes, del púrpura suave al rojo amaranto pasando por

cuatro tonos de amarillos y naranjas. Estos colores se utilizarán para la comunicación visual del grupo, siendo el púrpura suave el que tenga mayor predominancia.



La identidad corporativa se ha diseñado para que pueda ser flexible y adaptable a diferentes formatos gráficos.



- **Página web**

La página web del proyecto servirá como repositorio de información. En ella se publicará de manera organizada y accesible toda la información y documentación generada a lo largo de todo el proyecto.

Para mejorar la organización se harán las siguientes secciones:

- **Inicio:** página que mostrará un resumen descriptivo del proyecto: sus objetivos, metodologías y procesos.
- **Equipo:** página que incluirá toda la información sobre los entes colaboradores y todos los miembros del equipo
- **Noticias / investigación:** toda la información publicada por otros medios de comunicación y los informes, artículos y presentaciones realizadas a lo largo del proyecto con fines académicos.
- **Acceso a perfiles de redes sociales:** la página web, como repositorio, no incluirá toda la información actualizada o relacionada indirectamente con las novedades del proyecto. Esta información se limitará a las redes sociales para agilizar la navegación por la página web.

La página web estará disponible en inglés, aunque su página de inicio estará traducida a los lenguajes de todos los partners del proyecto.

- **Redes sociales**

Las redes sociales se utilizarán como medio de comunicación para la divulgación y las noticias del proyecto. Se tendrá especial cuidado en orientar cada publicación correctamente a su público objetivo, atendiendo a sus características y niveles de comprensión e interés.

En las redes sociales se publicarán contenidos relacionados con los avances en el proyecto, pero también noticias de cada uno de los partners, otros programas Erasmus+, actualidad en investigación y noticias relacionadas con las personas con necesidades especiales y la ingeniería.

Se buscará una presencia actualizada en las redes sociales, buscando amplificar el impacto de los resultados y difusión del

proyecto. Los contenidos que se muestren incluirán noticias, imágenes, vídeos e infografías.

Se crearán perfiles en las siguientes redes sociales:

- **Twitter**

Aunque no es la red social con más usuarios activos en la actualidad sí que es la más utilizada para temas profesionales e institucionales¹. De este modo se orientará la comunicación en esta plataforma a la transmisión de información interesante para los públicos objetivos 1, 3 y 5. Se buscará, además, el aumento del impacto de la comunicación en personas interesadas en los avances del proyecto, buscando crear contenidos que puedan ser tan interesantes como para captar seguidores.

- **Facebook**

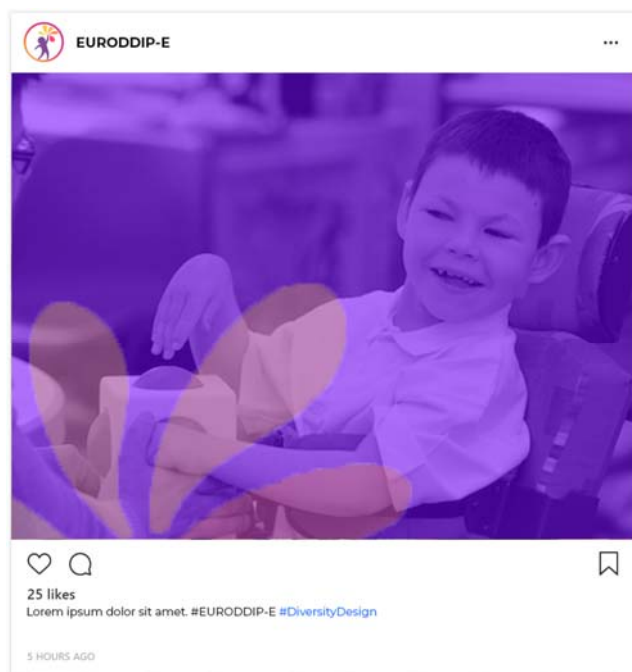
Es la red social con más usuarios, pero con temáticas algo más alejadas de temas académicos o profesionales. En Facebook se expondrán contenidos orientados a divulgación y sensibilización, creando campañas de publicaciones basadas en que el público general comprenda las ventajas del programa Erasmus+ y el proyecto EURODDIP-E.

- **Instagram**

En instagram se buscará un enfoque más basado en conceptos emotivos e inspiradores relacionados con el proyecto. Se espera que los seguidores en esta red social sean personas jóvenes (fundamentalmente estudiantes) interesadas en los avances del proyecto y con un interés vocacional. Las publicaciones en instagram se centrarán en

¹ Olofinlua, T: "Twitter: social communication in the twitter age" Information Communication and Society. 2019.

la sensibilización y la transmisión de la misión, visión y valores del proyecto.



- **Researchgate / LinkedIn**

Se crearán perfiles en estas redes sociales para recopilar toda la información académica e investigadora derivada del proyecto.

- **Medios de comunicación**

Las noticias del proyecto serán publicadas a través de medios de comunicación buscando crear el mayor impacto comunicativo posible en la sociedad en general. Estas noticias serán canalizadas desde los gabinetes de prensa y responsables de comunicación de cada socio, para que luego cada medio de comunicación pueda crear los contenidos que considere más oportunos.

- **Actividades**

Los públicos objetivos 2 y 3 pueden ser filtrados por su ubicación: los propios centros de los socios. Para esto se desarrollarán actividades divulgativas que expliquen el proyecto y la forma de trabajar en el programa Erasmus+. Se organizarán charlas, exposiciones, jornadas de puertas abiertas y otros eventos con el fin de lograr la mayor difusión posible.

- **Contactos**

Los contactos generados en este proyecto serán utilizados como medio de difusión y amplificación de los mensajes emitidos desde EURODDIP-E. Para esto se buscará la creación de contenidos con relevancia e interés para los contactos y que sean interesantes para su difusión.

6 Responsables y experiencia

El responsable del plan de comunicación y su implantación será el miembro del equipo Mario Alaguero Rodríguez, profesor en el Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Burgos.

Tiene experiencia en comunicación corporativa, compagina el trabajo profesional como freelance y asesor para empresas, así como es docente e investigador en áreas ligadas a la comunicación corporativa.

Se encargará de supervisar los diferentes canales de comunicación y hacer de intermediario entre el grupo EURODDIP-E y todos los públicos objetivos.

7. Cronograma

Se prevé la aplicación del plan de difusión una vez que comiencen a generarse los resultados de investigación del proyecto, y se distribuirán atendiendo a dos criterios:

- **Difusión de cada evento o hecho noticioso.** Cada evento o hecho que se convierta en noticia se difundirá desde todos los canales atendiendo a su posible interés para cada público objetivo diferenciado. Estos hechos se transmitirán adaptados a cada canal y público objetivo, tanto en tono, como en lenguaje como en nivel de explicación para aumentar la comprensión de su importancia.
- **Creación y difusión de contenidos relacionados con las líneas de investigación,** pero no directamente con el proyecto. A lo largo del proyecto se crearán contenidos que ayuden a la divulgación y comprensión del proyecto, aunque no sean fruto de las investigaciones sino de una intención divulgadora desde el proyecto.

8. Indicadores de control y seguimiento / Evaluación

Para la verificación del impacto, evolución del plan de comunicación y el cumplimiento de objetivos se analizarán los siguientes datos.

- Repercusión en redes sociales
- Nivel de cobertura en los medios de comunicación
- Nº de encuentros con stakeholders y agentes educativos
- Visibilidad en las redes sociales y capacidad de atracción de la página web/blog del proyecto
- Participación en congresos y actos públicos
- Impacto en las medidas políticas en los distintos niveles