# PLAN DE COMUNICACIÓN 2020: RETOS Y RESULTADOS

## UNIDAD DE CULTURA CIENTÍFICA-OTRI UCM



Vicerrectorado de Investigación y Transferencia
Universidad Complutense de Madrid

# QUÉ HACEMOS

La Unidad de Cultura Cientifica se encarga de la elaboración de noticias, entrevistas, artículos de opinión, crónicas, material audiovisual y monográficos sobre temas científicos, así como de la coordinación de la participación de los investigadores complutenses en los principales eventos de divulgación científica que se desarrollan en la Comunidad de Madrid.

Nuestra misión es aumentar el interés y el conocimiento de la sociedad española sobre la ciencia y la investigación desarrollada en la Universidad Complutense de Madrid.

Nuestros principales destinatarios son la comunidad científica, los estudiantes, los medios de comunicación y el público en general.

# QUÉ PRESENTAMOS

El informe que presentamos a continuación es un balance de la actividad desarrollada por el equipo durante el año 2020 y una reflexión acerca de los objetivos marcados para 2021.

Cualquier sugerencia que pueda mejorar nuestro trabajo y su alcance, será bien recibida.

Pueden contactar con nosotras a través de nuestro correo uccucm@ucm.es o bien en nuestras redes sociales

# QUIENES SOMOS



ANA CASADO



MARÍA MILÁN



MARÍA MARÍN

# OBJETIVOS 2020

**Incrementar** la **producción** de artículos científicos difundidos.

**Maximizar** la **difusión** de las publicaciones científicas de investigadores UCM y de las actividades de Cultura Científica.

Utilizar todos los **canales** disponibles: web, prensa, redes sociales.

Consolidar la conversación sobre **ciencia** y **divulgación** entre nuestra comunidad.

**Fortalecer la red** de contactos.

Ganar **visibilidad** y **confianza** entre la comunidad científica complutense.

Con la llegada del **confinamiento**, dar voz a la comunidad científica para **proporcionar** a la sociedad un mejor **entendimiento** y afrontar la situación desde sus diferentes áreas de conocimiento



# ESTRATEGIA 2020

Crear nuevos canales de comunicación: envío del **Boletín de Información Científica** a través de listas de distribución del correo.

Optimizar nuestra presencia en **redes sociales** con una agenda sólida incluyendo todas las actividades promovidas por la Unidad de Cultura Científica de la OTRI-UCM.

Definir un **hashtag propio** para cada uno de los eventos.

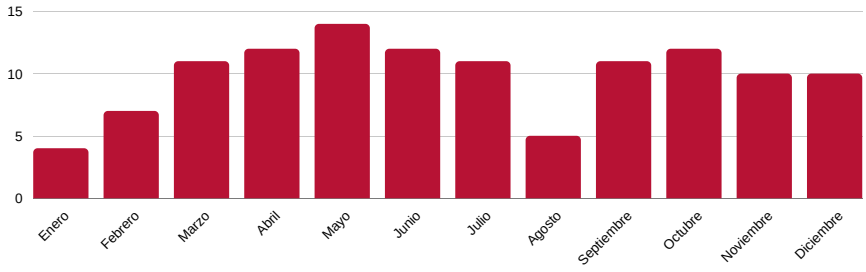
**Retransmitir eventos** destacados (protocolo COVID)

Utilizar **nuevos formatos**: diseño gráfico, video, infografías.

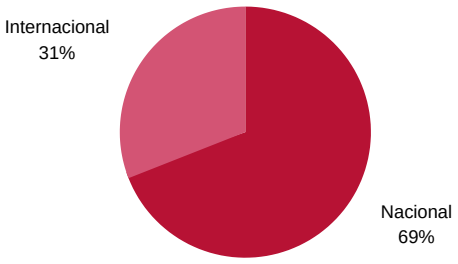
# INFORMACIÓN CIENTÍFICA: RESULTADOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Durante 2020 se han publicado **117 piezas** informativas, de las cuales 59 fueron noticias sobre resultados de investigación publicados en revistas científicas de alto impacto con un impacto en los Medios de Comunicación de 1.314 réplicas de nuestros trabajos.

## artículos publicados por mes




## impacto en medios




## Noticias con más impacto:

Un té amazónico fomenta la formación de nuevas neuronas: **110** publicaciones en medios

Demuestran la existencia de células conceptuales en el cerebro de la mano de Beethoven: **80** publicaciones en medios

Construyen la primera retina artificial con biomaterial de seda para tratar una degeneración de la mácula: **72** publicaciones en medios

## Artículo de opinión con más impacto:

No todo vale: la intervención de Madrid desde la perspectiva constitucional: **27** publicaciones en medios

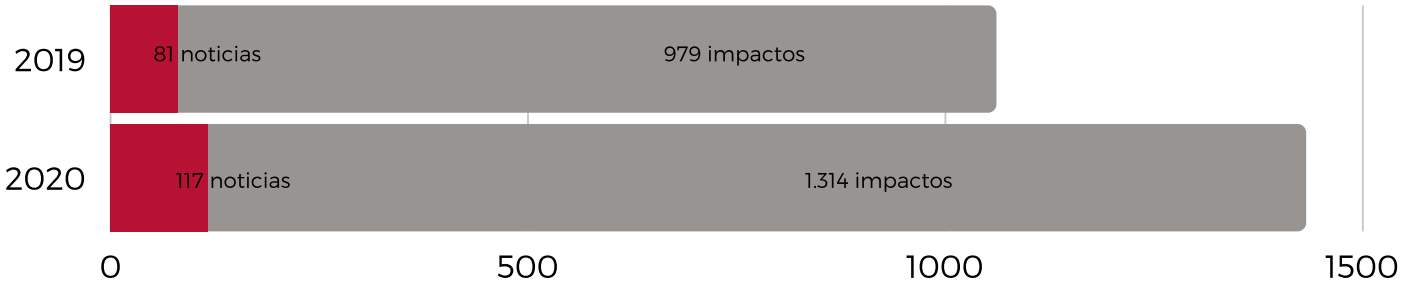
## Entrevista con más impacto:

"En el aislamiento en casa, cuanto más tiempo estemos ocupados, menos lo estaremos preocupados": **27** publicaciones en medios

## Conclusiones:

El cerebro es el tema que más interesa de nuestras notas de prensa, mientras que en artículos de opinión los más valorados por los medios son los relacionados con temas de humanidades y ciencias sociales.

## 2019 VS 2020




Durante 2020 hemos aumentado un 44% la producción de piezas de información científica y un 34,21% su impacto en medios de comunicación nacionales e internacionales.

## IMPACTO INTERNACIONAL NOTICIAS TRADUCIDAS AL INGLÉS Y PUBLICADAS EN EL PORTAL DE EUREKALERT

Mediante la suscripción anual con la agencia EurekAlert de la *American Association for the Advancement of Science*, se han publicado en su portal 7 artículos con el siguiente impacto:

| Title | Post Date/ Emb. Date | Total Page Views | Graph |
|---|---|---|---|
| Are we the same person throughout our lives? In essence, yes | 25-Nov-2020 | 5,772 | |
| The keys to the squirrel's evolutionary success in the face of climate change have been identified | 25-Nov-2020 | 4,213 | |
| An Amazonian tea stimulates the formation of new neurons | 6-Nov-2020 | 4,837 | |
| The applications of liquid crystals have been extended to drug encapsulation | 6-Nov-2020 | 3,294 | |
| An app monitors cancer patients' health status and rewards participation | 25-Sep-2020 | 4,430 | |
| An area of the brain where tumor cells shelter from chemotherapy in childhood leukaemia | 25-Sep-2020 | 3,638 | |
| Reading in company boosts creativity | 22-Sep-2020 | 1,866 | |
| | Totals 7 items | 28,050 | Each unit (–) represents 288 hits |

# EVENTOS DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

## XX Semana de la Ciencia y de la Innovación

Adaptación a la nueva realidad con más de **200** actividades organizadas mayoritariamente en formato online.
Participación de todas las facultades complutenses



- Publicada crónica del evento
- Editado un video resumen
- Más de 50 tweets hablando de nuestras actividades.
- Casi 500 cuentas de Twitter interaccionando.

**#SemanaCienciaUCM**

## Noche Europea de los Investigadores e Investigadoras

- Actividades previas a la celebración: grabación de videos, notas de prensa, fotografías...
- Crónica del evento
- Editado un video resumen
- Más de 30 tweets hablando de nuestras actividades.
- Más de 100 cuentas de Twitter interaccionando.

**#NocheUCM**

Organizada en la Facultad de C. Biológicas, se desarrollaron 6 actividades relacionadas con la celebración del **Año Internacional de la Sanidad Vegetal**



# REDES SOCIALES: UCC_COMPLUTENSE

**La estrategia en Redes Sociales se puso en marcha a partir del último cuatrimestre de 2020 con la incorporación de un nuevo miembro en el equipo.**

El incremento de actividad en redes sociales así como las nuevas estrategias con aumento de contenido audiovisual, nos han llevado a presentar muy buenos resultados que trataremos de mejorar y consolidar durante 2021

## Twitter




*Consideramos el valor del crecimiento de nuestra Unidad de Cultura Científica a través de las redes sociales. Centraremos nuestros esfuerzos en incrementar nuestra base de seguidores y participar en el diálogo sobre Ciencia.*

# TWITTER EN CIFRAS

En esta red se han realizado más de 350 tweets durante este periodo. Con ello hemos obtenido más de 5.000 interacciones (likes, comentarios,...) casi 400k impresiones y un incremento de seguidores del 15%







## COMPARATIVA ANUAL

**NOVIEMBRE** 2019 2020

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Tweets** | 29 | 113 | **290 %** |
| **Impresiones** | 45,6 K | 183 K | **314 %** |
| **Visitas al perfil** | 343 | 3.352 | **877 %** |
| **Seguidores** | 29 | 91 | **355 %** |

**OCTUBRE** 2019 2020

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Tweets** | 20 | 119 | **495 %** |
| **Impresiones** | 37K | 235K | **535 %** |
| **Visitas al perfil** | 250 | 2.258 | **803 %** |
| **Seguidores** | 4 | 216 | **5.300 %** |

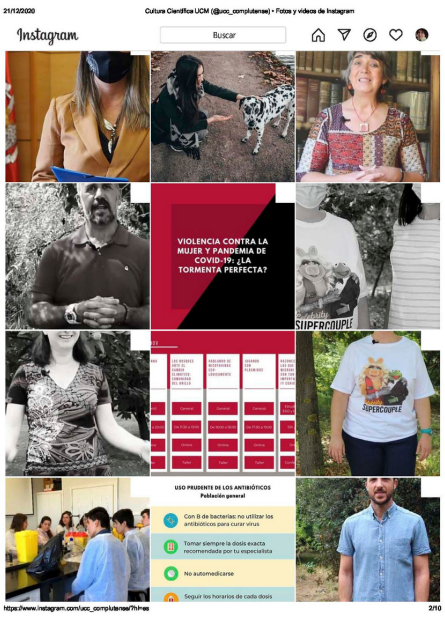
# INSTAGRAM EN CIFRAS

Las publicaciones más destacadas (síntomas de covid e importancia de los líquenes), surgieron de la nueva estrategia de redes sociales, en la que se implementó una infografía (en el caso de la noticia de 'síntomas de covid') y un carrusel de fotos (en el caso de la noticia sobre los 'líquenes').

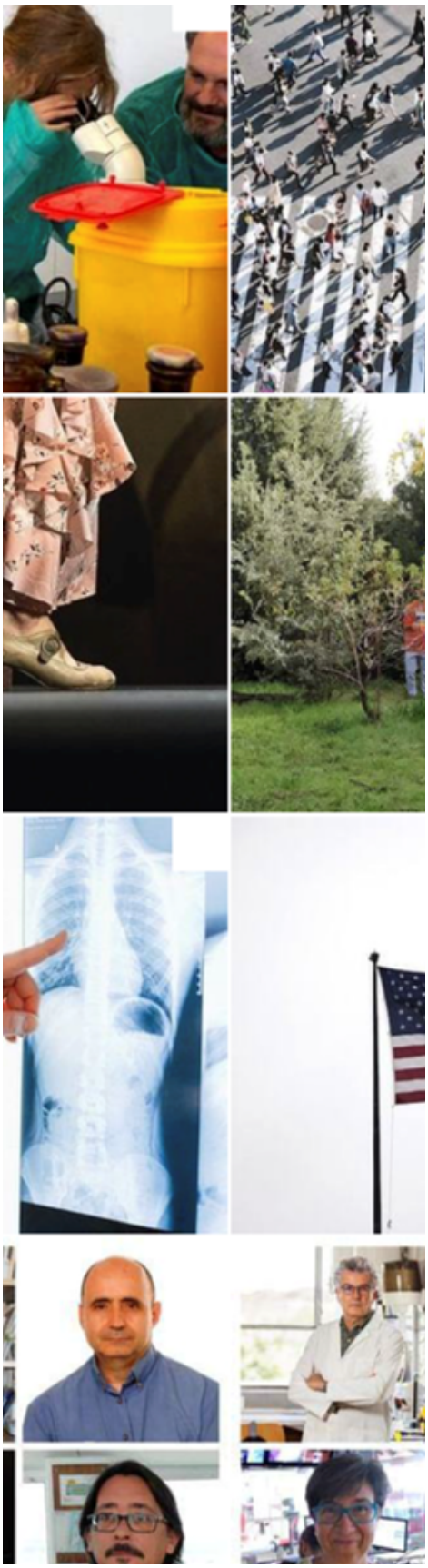










# OBJETIVOS 2021

Continuar con la **producción** de **artículos** de divulgación científica en todos los formatos.

Establecer **colaboraciones** con otras unidades de la UCM, más allá de las facultades, que puedan proporcionarnos un mayor conocimiento de nuestros investigadores y un mejor alcance a nuestros públicos.

Continuar con la **estrategia** en **redes sociales.**

Incrementar la **producción** de **contenido audiovisual.**

Continuar con la **organización** de **eventos** de **divulgación científica,** adaptándolos a nuevos formatos según las circunstancias.

Constituirnos como el principal **canal** de **comunicación** entre los medios y nuestra comunidad científica complutense.

Fortalecer nuestra **reputación** como principal referente de divulgación científica de la UCM.

Impulsar la **formación** de nuestros investigadores **en herramientas de la comunicación** a través de cursos, seminarios y publicaciones especializadas




UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

di vul ga ción
cien ti fi ca
com plu ten se

OTRI
OFICINA DE TRANSFERENCIA DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID