

# 'BLACK IS THE NEW ORANGE'

## Plan de comunicación del CiTIUS

### 2022-2025



FONDO EUROPEO DE DESENVOLVEMENTO REXIONAL 'Unha maneira de facer Europa'



## Una década de respuestas

## Introducción

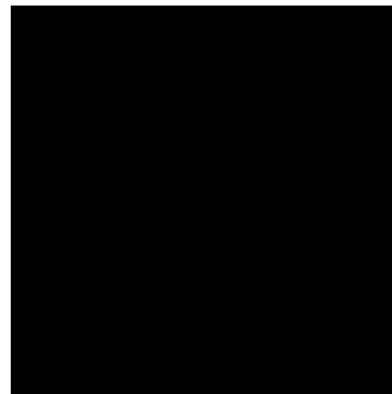


*Negro sobre blanco*: más de 12 años después de su fundación, y transcurridos 10 desde la inauguración del edificio que lo alberga en el corazón del Campus Vida de la Universidad de Santiago de Compostela (España), el [CITIUS](#) ([Centro Singular de Investigación en Tecnologías Intelixentes de la USC](#)), cambia por completo su imagen corporativa.

La estrategia de *rebranding* incluye la renovación de la página web y los elementos de identidad visual del centro, en un esfuerzo por adaptarse a los nuevos formatos y medios digitales y con el propósito de transmitir una imagen más coherente con el momento actual, dominado por las narrativas *transmedia* y el lenguaje digital.

*Amanece un renovado CITIUS en el Campus Vida de la USC*

El cambio más perceptible de esta nueva etapa se evidencia en el tratamiento cromático: el **negro** reemplaza al **naranja** como color principal en todas las aplicaciones corporativas



Y en torno a ese concepto, apostamos por una imagen completamente renovada para el CITIUS

## Nueva imagen

Tanto el nuevo logotipo como la iconografía asociada se han diseñado a partir de la evocación de un bit, representado geoméricamente en un cuadrado de aspecto digital, casi 'robótico'.



## ¿Por qué hacemos este cambio?

Alfred Hitchcock explicaba al cineasta François Truffaut en el libro *'El cine según Hitchcock'* el significado de un término acuñado por él mismo: el *McGuffin*, un elemento de suspense que se introduce en la trama para obligar a avanzar al personaje, pero sin entidad narrativa propia (*"en historias de rufianes es un collar, en historias de espías, los papeles"*, aseguraba el realizador británico). La nueva imagen del CiTIUS invita a avanzar y afrontar el futuro con ambición, pero no se presenta de manera aislada sino como parte de un complejo proceso de renovación vinculado a un proyecto con vocación de crecimiento, no solo en el terreno científico, sino también en el económico y social.

## Puntos clave

- Diseño moderno y vanguardista
- Estética tecnológica
- Personalidad propia bien definida
- Alineamiento estético con la competencia en el terreno internacional

### Rigor y cercanía

- Liderazgo
- Innovación
- Diseño
- Investigación
- Trabajo en equipo
- Un paso por delante

## Dónde estamos

## Punto de partida

Desde su constitución a finales de 2012, la Unidad de Comunicación y Prensa del CiTIUS ha asumido la misión de dar a conocer la labor desempeñada por el equipo investigador del centro, sirviéndose para ello de los canales disponibles en cada contexto histórico: tanto a través de los cauces más estandarizados (notas, comunicados de prensa) como sacando partido de los medios digitales que han ido surgiendo a lo largo de los años (redes sociales, nuevas oportunidades de comunicación *online*, etc). Paralelamente, a lo largo de la última década se han desarrollado también distintos contenidos audiovisuales que han ayudado a dar visibilidad a la actividad del CiTIUS y a *humanizar* sus resultados científicos, poniendo rostro a los éxitos alcanzados por el personal del centro.

El nuevo plan de comunicación para el período 2022-2025 tiene como objetivo principal dar un paso adelante en la estrategia de diseño, producción y difusión de contenidos de calidad y el desarrollo de acciones específicas que, desde el área de comunicación, contribuyan a enriquecer y amplificar las metas alcanzadas por el centro. La nueva estrategia pondrá en marcha distintas iniciativas que servirán de apoyo a algunos de los principales objetivos recogidos en el Plan Estratégico del CiTIUS, como son una mayor internacionalización o la mejora de las capacidades de captación de talento del centro, con especial atención al público más joven y la promoción de la figura de mujer en el sector de las Tecnologías Inteligentes.

## A dónde queremos llegar

## Objetivos

### Público objetivo

La nueva imagen del CiTIUS forma parte de una estrategia integral de comunicación destinada a aumentar el impacto de la actividad del centro entre sus distintos públicos objetivo, que hemos agrupado en 5 grandes categorías:

1. **Academia:** pares científicos y otros colegas del ámbito investigador.
2. **Talento:** estudiantes de grado, máster, investigadores predoctorales y postdoctorales, con especial atención al talento femenino.
3. **Tejido productivo y social:** empresas, centros tecnológicos, asociaciones, organizaciones y colectivos.
4. **Instituciones públicas:** órganos de decisión administrativa a nivel autonómico, nacional e internacional.
5. **Público general:** divulgación global al conjunto de la sociedad, colegios, institutos, familias, etc.



## Objetivos de este plan



Los **5 objetivos prioritarios** de este nuevo plan de comunicación se resumen en las siguientes iniciativas:

	<b>Objetivo 1</b>	<b>Mejorar la difusión de los resultados del CiTIUS, en particular en el ámbito internacional:</b> proyectos, publicaciones, emprendimiento, capacidad de captación de recursos, etc.
	<b>Objetivo 2</b>	<b>Aumentar la atracción de talento y la colaboración con el CiTIUS, aprovechando</b> las oportunidades que ofrecen los medios digitales.
	<b>Objetivo 3</b>	<b>Mejorar la comunicación con los agentes de interés, tanto públicos como privados</b>
	<b>Objetivo 4</b>	<b>Mejorar la actividad de divulgación del centro, así como el conocimiento y la percepción pública del CiTIUS</b> y su actividad divulgadora, tanto a nivel individual como colectivo.
	<b>Objetivo 5</b>	<b>Conseguir una mayor identificación con el centro,</b> tanto desde el punto de vista del <b>personal interno</b> del CiTIUS como de la <b>comunidad universitaria</b> en su conjunto.

Qué tenemos pensado para lograrlo

Acciones previstas



Objetivo 1

Difusión de resultados científicos

ACCIÓN 1

**#CiTIUSinsights:** de manera sistemática, difundiremos las **publicaciones de alto impacto** del CiTIUS (Q1 o criterio análogo) **en Twitter y LinkedIn**. Además del DOI del *paper* y un pequeño resumen del artículo, las entradas incluirán una imagen con frase y foto de la persona elegida por los autores, en la que se describirá la principal aportación del

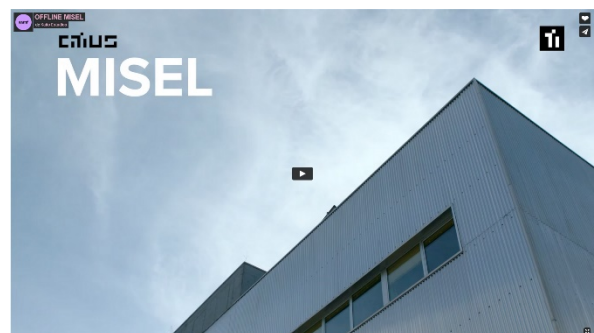


Ejemplo de publicación #MadeAtCiTIUS

trabajo.

**#MeetOurProjects:** se producirán **vídeos de calidad en inglés sobre los proyectos científicos de mayor entidad del centro** para difundir a través de las redes sociales. El objetivo de estos contenidos es mostrar capacidades y posicionar al personal investigador del CiTIUS en la esfera internacional.

Ejemplo de vídeos de proyecto #MeetOurProjects



ACCIÓN 2

ACCIÓN 3

**#EurekaCiTIUS:** con el objetivo de ampliar la visibilidad del CiTIUS a nivel global, **se seleccionarán al menos dos trabajos de alto impacto cada año para su publicación a través de EurekaAlert,** portal de referencia consultado por los grandes medios de comunicación internacionales en la búsqueda de noticias científicas. **Las notas de prensa incluirán contenido multimedia asociado,** para aumentar las posibilidades de impacto de la comunicación.

ACCIÓN 4

**#CiTIUSTalks:** **apoyo en la organización, difusión y calendarización** del programa de eventos públicos del centro, (charlas, mesas redondas, presentaciones, tesis), así como de los eventos de carácter interno (Doctoral Meeting, Research Insider, Programa de Formación, Ao Sol, etc.). **Publicación de todos lo contenidos autorizados en los canales de difusión del centro,** particularmente Youtube y Microsoft Stream (accesible directamente desde el canal propio en Microsoft Teams).

ACCIÓN 5

**#WorldWideCiTIUS:** **coordinación del área de comunicación en los congresos y seminarios científicos organizados por el CiTIUS,** tanto aquellos de carácter nacional (SISTEDES 2022) como internacional (ECAI 2024, Summer Schools, etc.).

			Indicadores de seguimiento
	Acción	Nº indicador	
1	#CiTIUSInsights	1	Número de posts difundidos en redes sociales
2	#MeetOurProjects	2	Número de vídeos de proyecto publicados
3	#EurekaCiTIUS	3	Número de notas de prensa publicadas en el portal EurekaAlert)
4	#CiTIUSTalks	4	Número de eventos públicos anunciados en web y redes sociales
		5	Número de eventos públicos difundidos en Youtubeº
		6	Número de eventos públicos difundidos en Microsoft Stream
5	#WorldWideCiTIUS	7	Número de publicaciones relacionadas en web y redes sociales



## Objetivo 2

## Captación de talento

ACCIÓN 1

**#ExcellenCiTIUS:** lanzaremos una **campaña anual de captación de talento de excelencia** (ERC o perfiles con la capacidad de concurrir a este tipo de ayudas). **Las campañas incluirán un vídeo-spot promocional**, que se lanzará como *gancho* en **campañas patrocinadas en redes sociales para la segmentación de públicos objetivo (*paid media*)**. El objetivo es atraer candidaturas elegibles a una **web específica**, donde se ampliará la información y se proporcionarán instrucciones para establecer contacto.

ACCIÓN 2

**#WomenInTech:** las redes sociales servirán de palanca para dar a conocer la labor de las investigadoras del CiTIUS. Crearemos **una sección específica de breves entrevistas biográficas con nuestras científicas** (foto de estudio + entrevista en texto o vídeo breve). Las píldoras de vídeo se subirán a una lista de reproducción específica en Youtube, que se enlazará desde Twitter, Instagram, Facebook y LinkedIn.

ACCIÓN 3

**#ADayAtCiTIUS:** desarrollaremos una sección de vídeos cortos para contar a través de **stories y/o reels en Instagram cómo es la experiencia de investigar en el CiTIUS** desde la perspectiva del personal más joven del centro.

ACCIÓN 4

**#CiTIUSMakers:** con la puesta en marcha de la *Zona Maker* del CiTIUS, crearemos una **lista de reproducción en Youtube para mostrar algunos de los proyectos que se desarrollen en el nuevo espacio**. Las piezas incluirán **contenidos a modo de tutorial ('¿Cómo se hace...?')**, y se compartirán también a través del resto de redes sociales del centro.

			Indicadores de seguimiento
	Acción	Nº indicador	
1	#ExcellenCiTIUS	1	Número de campañas lanzadas
		2	Número de impresiones de las publicaciones en redes sociales
		3	Número de clics en el enlace de la campaña
2	#WomenInTech	4	Número de vídeos publicados en la nueva sección
		5	Número de impresiones en redes sociales
3	#ADayAtCiTIUS	6	Número de <i>stories y/o reels</i> de Instagram producidos
		7	Número de impresiones en redes sociales
4	#CiTIUSMakers	8	Número de vídeos publicados en la nueva sección





### Objetivo 3

### Comunicación con industria y sociedad

ACCIÓN 1

**#CiTIUSNews:** continuaremos dando **cobertura informativa** a todos los acontecimientos de interés que se produzcan como consecuencia de la actividad del centro (publicaciones, proyectos, premios y reconocimientos, eventos, ofertas y convocatorias... etc), tanto si son de carácter externo (notas de prensa) como interno (difusión a través de la intranet y las pantallas del centro).

ACCIÓN 2

**#Videodemostradores:** se producirán **un mínimo de dos videodemostradores al año** sobre tecnologías que hayan alcanzado un estado de maduración óptimo para ser transferidas al mercado, con el objetivo de que sirvan de 'carta de presentación' del personal del centro ante nuevos socios académicos y científicos.

ACCIÓN 3

**#InsideTheLab:** con la recuperación del formato presencial de la jornada anual de presentación de resultados ante la industria, continuaremos con la producción de **teasers (videos de avance de la jornada)**, y plantearemos la **contratación de un/a youtuber especializado/a en el área** para participar como invitado y amplificar la presencia en línea de Inside The Lab, al menos en una de las cuatro ediciones que tendrán lugar en el período de vigencia de este plan.

ACCIÓN 4

**#FeaturingCiTIUS:** continuaremos dando **cobertura informativa a aquellos encuentros de alto impacto social** en los que el centro participe como organizador principal (*Jornadas IA-Medicina, European AI Regulation Week, etc.*), se celebren o no en las instalaciones del CiTIUS.

			Indicadores de seguimiento
	Acción	Nº indicador	
1	#CITIUSNews	1	Número de noticias externas publicadas
		2	Número de noticias internas publicadas
		3	Número de carteles publicados
2	#Videodemostradores	4	Número de videodemostradores publicados

3	#InsideTheLab	5	Número de <i>teasers</i> producidos (vídeos de avance de la jornada)
		6	Número de jornadas con participación de <i>Youtuber</i> invitado
4	#FeaturingCiTIUS	7	Número de eventos cubiertos por la Unidad de prensa
		8	Número de noticias y post en redes sociales



## Objetivo 4

## Divulgación científica

**#CienciaSingular:** para lograr una mayor visibilidad de la jornada en las redes sociales, programaremos la **producción en directo de vídeo-entrevistas con los participantes de Ciencia Singular en el CiTIUS**. Los clips se compartirán en todas las redes sociales y servirán de base para la elaboración de **un vídeo-resumen global, que se incluirá en las distintas memorias** de actividades que referencien el encuentro. Paralelamente, unas semanas antes de su celebración, **la Unidad de comunicación contactará con el gabinete de prensa de la consellería para lograr una mayor implicación de la Xunta de Galicia en la difusión de las jornadas en medios de comunicación.**

ACCIÓN 1

**#SpreadingCiTIUS:** realizaremos un **seguimiento de las actividades de divulgación** en la que tengan previsto participar los miembros del CiTIUS a lo largo del año. Para ello, **contactaremos con el equipo una vez al trimestre para fijar una agenda de difusión** que permita destacar en las redes sociales del CiTIUS aquellas conferencias que podrían estar pasando desapercibidas.

ACCIÓN 2

**#TechGirls:** continuaremos organizando y colaborando en actividades y efemérides que promuevan una mayor presencia de la mujer en la ciencia y la tecnología, como el **11F - Día de la Mujer y la Niña en la ciencia** o el **Día Internacional de las Niñas en las TIC**.

ACCIÓN 3

**#GlobalScienceDays:** reforzaremos la **implicación del centro en encuentros de divulgación global** en los que el CiTIUS pueda participar como altavoz de la investigación en tecnologías inteligentes, tanto a nivel internacional (**European Researchers Night**), como regional y/o local (**Pint of Science**, **Data&Beers**), e incluso institucional (**Feira de Innovación USC**, **A USC camiña**, etc).

ACCIÓN 4

**#AskCiTIUS:** **recogeremos el testigo de la campaña 'Pregúntalle ao CiTIUS'** para seguir dando respuesta a las preguntas recibidas a través del canal abierto con motivo de la celebración del 10º aniversario del CiTIUS. **Proponemos la elaboración de breves piezas audiovisuales en el plató del CiTIUS, en las que un/a especialista contestará a las dudas planteadas,**

ACCIÓN 5

en un tono puramente divulgativo que servirá para ampliar la comunidad de seguidores del centro en las redes sociales.

			Indicadores de seguimiento
	Acción	Nº indicador	
1	#CienciaSingular	1	Número de video-entrevistas de participantes publicadas
		2	Número de impresiones en redes sociales
		3	Número de visitas del video-resumen de la jornada
2	#SpreadingCiTIUS	4	Número de correos de seguimiento enviados
		5	Número de actividades detectadas y fijadas en la agenda de difusión
3	#TechGirls	6	Número de actividades organizadas
		7	Número de publicaciones relacionadas en web y redes sociales
		8	Número de impresiones de los posts en redes sociales
4	#GlobalScienceDays	9	Total de actividades de divulgación global con participación del CiTIUS
		10	Número de publicaciones relacionadas en web y redes sociales
		11	Número de impresiones en redes sociales de posts relacionados



## Objetivo 5

## Implicación del personal

ACCIÓN 1

**#SeminarioComunicación:** anualmente, celebraremos un **seminario interno de comunicación para informar al equipo sobre las herramientas y protocolos de comunicación** de las que dispone el CiTIUS, animando a la participación en todas las actividades relacionadas.

ACCIÓN 2

**#ScienceOutreach:** organizaremos **charlas y eventos motivacionales con expertos en comunicación científica**, destinadas a despertar vocaciones divulgadoras y mejorar las dotes comunicativas del personal del centro.

ACCIÓN 3

**#SocializeYourResearch:** promoveremos la **organización de un taller específico en el que se aborde el uso de las redes sociales desde un punto de vista profesional**, como herramienta útil para comunicar los resultados de investigación obtenidos en el CiTIUS.

ACCIÓN 4

**#CiTIUSOnAir:** acompañaremos al personal en la **implementación progresiva de las nuevas infraestructuras de comunicación del CiTIUS (plató + software de escenografía virtual)** entre los miembros del equipo, con el objetivo de normalizar su uso

en el centro. Se buscará la colaboración de un/a investigador/a para **elaborar un caso de uso que sirva de guía**. Asimismo, se celebrará una **jornada formativa sobre el software 'Edison'**, para facilitar que el personal pueda operar de manera autónoma en las nuevas infraestructuras.

		Indicadores de seguimiento	
	Acción	Nº indicador	
1	#SeminarioComunicación	1	Número de seminarios organizados
		2	Número de asistentes
2	#ScienceOutreach	4	Número de eventos organizados
		6	Número de asistentes
3	#SocializeYourResearch	7	Número de talleres organizados
		8	Número de asistentes
		9	Número de impresiones de posts en redes sociales
4	#CITIUSOnAir	10	Consecución de caso de uso
		11	Número de investigadores/as que realizan la formación
		12	Número de asistentes al taller con la herramienta 'Edison'

Imagen global

Acciones transversales

ACCIÓN 1

**#Videopodcast:** produciremos **una temporada anual del videopodcast 'Mentes Singulares'**, un nuevo espacio de opinión y debate sobre cuestiones relacionadas con las principales líneas científicas del CiTIUS, *Mentes Singulares* no afrontará únicamente el reto de entretener al público interesado en las diferentes temáticas que se debatirán a lo largo de la temporada (inteligencia artificial, diseño microelectrónico, realidad aumentada, etc.), sino que aspira a convertirse, también, en un altavoz de prestigio para la comunidad científica.



ACCIÓN 2

**#Newsletter:** con carácter semestral, **pondremos en marcha la primera newsletter del centro, en la que se recogerán una selección de los acontecimientos más importantes del CiTIUS en el período.** La información empezará a distribuirse a través de la base de datos de *emails* autorizados, pudiéndose ampliar progresivamente, conforme vayan incorporándose nuevas altas. El boletín se ajustará a la actualidad, e incluirá distintas categorías de ítems: noticia, evento, proyecto, publicación, demostrador, vídeo... etc.

ACCIÓN 3

**#CiTIUSArte:** desarrollaremos un **paquete de creatividades para su uso en las distintas comunicaciones del CiTIUS**, especialmente aquellas directamente relacionadas con las narrativas *multicanal* (Instagram, Youtube, Twitter...). Para ello **recuperaremos el concurso anual de fotografía, que por primera vez incluirá también una nueva sección de vídeos y/o cortometrajes.** Paralelamente, recurriremos a **contrataciones externas que nos permitan disponer de elementos fotográficos y videográficos de calidad**, como *timelapses*, fotografías creativas, así como otros elementos que sirvan de apoyo visual al relato del centro.

ACCIÓN 4

**#RedAlumni:** con el objetivo de fortalecer las relaciones con antiguos colegas y su entorno actual, ampliando así las redes de *networking* del centro, **crearemos una red de egresados/as en LinkedIn** que ayudará al desarrollo de distintas acciones previstas en los ejes de actuación de este plan, especialmente aquellas ligadas a los objetivos **2** y **3**.



			Indicadores de seguimiento
	Acción	Nº indicador	
1	#Videopodcast	1	Número de programas publicados
		2	Número de visualizaciones de cada programa en Youtube
		3	Número de escuchas y descargas de podcast de audio
2	#Newsletter	4	Número de newsletter enviadas
		6	Número de nuevas altas en el boletín
3	#CITIUSArte	7	Número total de fotografías y vídeos y producidos

