

## Módulo 4: Plan de mediación y comunicación del laboratorio

B. PLAN DE COMUNICACIÓN: Campañas de comunicación, listado de preguntas frecuentes, banco de recursos gráficos etc.

Patricia Horrillo. CEO de [ComunicaTech](#).

---

### > La importancia de la comunicación

Como con cualquier proyecto, **desarrollar un plan de comunicación adecuado** nos ayudará a conseguir los objetivos de alcance y participación que nos planteemos. El diseño de esa estrategia, su planificación y puesta en marcha, así como la selección de las herramientas más adecuadas a nuestras necesidades y posibilidades serán claves en las diferentes fases del laboratorio.

Ya que este tipo de encuentros no tienen una duración fija, establecemos FASES genéricas en el plan de comunicación que adaptaremos a la duración real de nuestra actividad. Al final del texto, encontraréis una sección de **materiales adicionales con enlaces a algunos vídeos y documentos** que profundizan sobre algunos aspectos que aparecen mencionados en este módulo.

---

**IMPORTANTE:** La comunicación, sea oral o escrita, se basa en palabras. Esas palabras deben permitirnos llegar a quienes queremos que se sumen a la iniciativa. Por ello es **FUNDAMENTAL que usemos un lenguaje directo y sencillo**. Nuestros **textos deben ser claros y de fácil lectura**: expliquemos cada aspecto como lo haríamos conversando, haciéndonos entender aunque **no escribamos expresiones coloquiales**.

---

### > Fases de un plan de comunicación

#### >> FASE 0

Esta fase es la que articulará el resto del proyecto, por lo que es importante que le dediquemos el tiempo necesario para establecer los pilares de comunicación de nuestro laboratorio. Intentaremos **dar respuesta a preguntas muy centrales** del propio proyecto:

*¿Cómo vamos a llamarlo? ¿Se entiende lo que queremos hacer con ese nombre?  
¿Está libre el dominio que queremos? ¿Qué redes sociales creemos que pueden ser más útiles para crear nuestra comunidad? ¿Qué periodistas, comunicadores y medios pueden estar interesados en este proyecto para darle difusión?*

- 
- IDENTIDAD
    - Denominación: decidir el nombre del laboratorio.
    - Descripción: quiénes somos, qué queremos, cuáles son los objetivos, quiénes pueden querer sumarse.
  - REFERENCIA ÚNICA
    - Creación de una cuenta vinculada al proyecto (Google o similar) con disponibilidad de cuenta de correo propia, canal de vídeo (YouTube) y espacio virtual para los materiales digitales (documentos de trabajo, base de datos de contactos, notas de prensa, gráfica...).
  - DIFUSIÓN
    - Creación de cuentas de redes sociales del proyecto (o creación del [hashtag](#) (etiqueta) para diferenciarlo de las publicaciones de otras actividades de la misma organización).
    - **OPCIONAL:** Podemos crear un [canal de Telegram](#) o un [canal de WhatsApp](#) donde ir publicando los hitos más importantes de los laboratorios (apertura y cierre de convocatorias, avisos urgentes...).
  - CONTACTOS DIFUSIÓN
    - Recopilación de un listado de medios, periodistas y agentes influyentes (contactos directos, a través de correos electrónicos o cuentas de Twitter, LinkedIn, Instagram...) interesados en iniciativas de innovación ciudadana así como en la temática elegida del laboratorio.
  - COMUNICACIÓN
    - Elaboración de [nota de prensa](#) (NdP) con la información básica del laboratorio:
      - Damos respuesta a las preguntas ([cinco W](#)): qué, quién, cuándo, dónde y por qué.
      - No escribimos más de 2 ó 3 párrafos y haremos textos cortos y fáciles de entender.
      - Al final, incluimos información de contacto para prensa: nombre + teléfono + correo + link a la web del proyecto.
- 

## >> FASE 1

Una vez que tenemos la definición y objetivos del proyecto necesitamos **una imagen y una plataforma que nos acompañe para darle visibilidad**. Además, para que cada paso se dé en los tiempos planeados, es recomendable hacer un **calendario con las fechas de inicio y cierre de las convocatorias** de participación y del taller de producción.

- 
- IMAGEN
    - Diseño de la parte gráfica del proyecto para la adaptación en distintos espacios: correo, documentos (NdP), web, RRSS. Si hay un evento presencial, para flyers, posters, etc.
    - **IMPORTANTE:** Si no disponemos de presupuesto para el diseño, existen muchos espacios en internet con recursos gratuitos que nos facilitan la creación de una imagen atractiva del proyecto ([Canva](#), [Piktochart](#), [Infogram](#)).
  - PÁGINA WEB
    - Desarrollo del sitio web con la información básica del laboratorio:
      - Descripción del proyecto.
      - Fases: cada una con su información relevante (fechas + objetivos) y un enlace al formulario de participación.
      - Equipo: quiénes estamos detrás del proyecto.
      - Contacto: formulario + correo.
    - **IMPORTANTE:** Podemos usar [WordPress.com](#) para crear una página web sencilla utilizando sus plantillas gratuitas aunque no tengamos conocimientos previos sobre desarrollo web.
  - PLANIFICACIÓN
    - Creamos un calendario de publicaciones de las distintas fases de la convocatoria para tener previsión sobre posibles incidencias.
- 

## >> FASE 2

2.1. Arrancamos el laboratorio con el **lanzamiento de la convocatoria de proyectos**. Elementos de comunicación a tener en cuenta:

- Publicación en la web: textos cortos y sencillos + apoyo gráfico + fechas + enlace al formulario para enviar la propuesta.
- Envío de la nota de prensa a los contactos e instituciones interesadas.
- Publicación en las RRSS del proyecto (apoyada por las RRSS de las integrantes del proyecto).

2.2. **Recepción de los proyectos**, hasta el cierre de la convocatoria.

2.3. Publicación en la web de los **proyectos seleccionados**:

- Hacer una página con un resumen de cada proyecto.
- Difusión en RRSS con resumen + link al proyecto + mención impulsor.
- **OPCIONAL:** Pedir a cada impulsor un vídeo breve hecho con el móvil en el que presenta su proyecto y anima a formar parte del mismo como colaborador.

---

## >> FASE 3

3.1. Continuamos con la **convocatoria de colaboradores** que van a participar en alguno de los proyectos seleccionados:

- Publicación en la web: remitiendo a la información de cada proyecto + fechas para inscribirse + enlace al formulario para ser colaborador.
- Difusión en RRSS de los perfiles necesarios para cada proyecto.
- **OPCIONAL:** Difusión de los vídeos breves de los impulsores (subirlos también al canal de YouTube del proyecto).

3.2. **Recepción de las inscripciones para colaborar**, hasta el cierre de la convocatoria.

3.3. **Comunicación de colaboradores asignados a cada proyecto** y puesta en contacto entre impulsores y colaboradores.

---

## >> FASE 4

Desarrollo del taller de producción:

- Difusión en RRSS de los avances que se van realizando en cada proyecto.
  - Si se dan charlas abiertas, difundirlas por RRSS + subir el vídeo de cada una al canal de YouTube.
  - **OPCIONAL:** Realizar entrevistas breves con participantes contando su experiencia (difundirlas por RRSS + subir el vídeo de cada una al canal de YouTube) / Hacer grabaciones del desarrollo del taller en grupos (planos recurso para vídeo resumen).
- 

## >> FASE 5

Una vez terminado el taller de prototipado, haremos una **convocatoria abierta para compartir la experiencia y los resultados de ese encuentro**. Es interesante avisar a periodistas o comunicadores, instituciones y agentes interesados en la iniciativa y/o temática que hemos desarrollado para que vengan a la actividad de cierre. Ese evento será el lugar de despedida y donde se verá el esfuerzo de las fases previas.

En la web del proyecto también volcaremos toda la información que ha salido del taller y que quedará como parte de nuestro **espacio de documentación** para que cualquiera pueda consultarlo. **Uno de los aspectos más importantes de estos procesos es su replicabilidad**, por lo que disponer de una documentación bien organizada puede facilitar a otros hacer nuevos laboratorios sin partir de cero.

- Nota de prensa con la información resumen del laboratorio + invitación al evento de presentación de resultados:
    - Número de proyectos recibidos + proyectos seleccionados.
    - Temáticas de los proyectos desarrollados.
    - Número de colaboradores inscritos + seleccionados.
    - Perfiles de los participantes (transversalidad).
    - Posible impacto en el medio y largo plazo de cada proyecto.
    - Enlace a cada página + contacto de cada proyecto (entrevistas + viabilidad / desarrollo de esa iniciativa).
    - información de contacto para prensa: nombre + teléfono + correo + link web proyecto.
  - Evento de presentación de resultados / prototipos:
    - Encuentro presencial con dinámicas de entre 5-10 minutos.
    - Emisión en streaming de la actividad.
    - Planos de recurso para vídeo resumen.
  - Actualización de las páginas de los proyectos con los resultados conseguidos.
  - Correo resumen a todos los implicados en el laboratorio:
    - Agradecimiento a impulsores + colaboradores.
    - Enlaces a todos los documentos relevantes de los proyectos.
    - Enlace al vídeo resumen (si se dispone de él).
    - Despedida.
  - **OPCIONAL:** Elaborar un vídeo resumen del taller (3-5 minutos).
- 
- 

## >> Materiales complementarios

- [VÍDEO] Charla: [Cómo construir una comunidad digital](#) (Festival FLC) [17 min.]
- [VÍDEO] Webinar: [Activismo digital](#) (Desafíos Comunes) [65 min.]
  - [DIAPOSITIVAS] [Presentación 'La construcción de una comunidad'](#)
- [DOCUMENTO] [Herramientas para activar la cultura local](#)