

X.2

EJE DIRECTOR X. COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA UNA SOCIEDAD DIGITAL

FOMENTO DE LA DIVULGACIÓN CULTURAL Y CIENTÍFICA**■ Objetivo X.2.1. Impulsar la divulgación cultural y científica y el acceso a la información de carácter institucional**

- Incrementar la divulgación de la actividad institucional, científica y cultural y mejorar la integración y coherencia de las actividades desarrolladas

Los datos registrados ponen de manifiesto un incremento de la actividad de divulgación muy por encima de los objetivos inicialmente propuestos, especialmente en lo relativo al desarrollo y difusión de notas de prensa y comunicados. Más difícil ha resultado sin embargo cumplir con los objetivos relativos al desarrollo de actos presenciales (ruedas de prensa y presentaciones), como consecuencia de las limitaciones conocidas.

- Potenciar la presencia y el impacto de las actividades institucionales, culturales y de investigación de la UGR en los medios de comunicación tradicionales y digitales

El incremento considerable de estos indicadores, muy por encima de las medidas de referencia definidas, en parte, es coyuntural. Está relacionado con un mayor uso de los medios sociales con fuente de información inmediata en torno a la UGR en el contexto de la crisis sanitaria del COVID-19. En un contexto futuro en el que se recupere la normalidad académica se antoja difícil volver a superar esos niveles de crecimiento.

- Potenciar la cartelería digital multimedia y los sistemas de newsletter

En 2020 se han publicado 128 carteles (en el curso pasado: 156). Desde el cese de la actividad presencial en las Facultades y Escuelas, se ha limitado al máximo el uso del sistema de cartelería digital

- Desarrollar y potenciar el uso de nuevas fórmulas y nuevos canales de comunicación e interacción con los periodistas para la difusión de información y convocatorias

Se ha potenciado el uso de grupos de WhatsApp y Telegram que ha permitido flexibilizar y agilizar la comunicación bidireccional con un creciente conjunto de medios de comunicación.

Esta ha sido sin duda una de las fórmulas que nos ha permitido incrementar el número de entrevistas organizadas (por encima incluso de lo previsto) y sustituir a los habituales eventos de networking que resultaban tan difíciles de organizar en las condiciones actuales. Así mismo, esta comunicación directa e inmediata ha hecho menos necesaria la preparación y envío de boletines de previsiones informativas.