**MENSAJES, GRUPOS DESTINATARIOS Y MEDIOS DE COMUNICACION**

**Mensaje básico:**

Relacionado con la acción y sus resultados: ¿qué problemas resuelve el proyecto?

**Audiencias:**

A quien le interesan los resultados del proyecto más allá de la propia comunidad científica o consorcio

**Mensajes:**

Información dirigida a las distintas audiencias

**Medios de comunicación:**

Elegidos para hacer llegar los mensajes a las audiencias

**EJEMPLO DE PROYECTO 1 (RETO SOCIAL 1 DE H2020: SALUD)**

**Mensaje básico del proyecto:**

Capacitar a los jóvenes investigadores en investigación básica para lucha contra el cáncer de próstata.

**Audiencias:**

Decisores políticos, estudiantes, escolares, público en general, ancianos

**Mensajes:**

Ahorrando dinero para curar y cuidar,agregando calidad de vida, una perspectiva de carrera profesional, la investigación básica conduce a beneficios prácticos.

**Medios de comunicación:**

Comunicados de prensa, folletos, sitios web, medios sociales, videos, reuniones informativas, cafés de ciencia, lecciones escolares, ferias de ciencia.

**EJEMPLO DE PROYECTO 2 (LA NOCHE DE LOS INVESTIGADORES)**

**Mensajes básicos:**

Relacionados con la sensibilización sobre los objetivos de la Noche de los Investigadores:

* Los investigadores están entre nosotros;
* Los investigadores son gente común con un trabajo extraordinario;
* La ciencia es una forma de lograr el bienestar social y la paz;
* El futuro del planeta depende en gran medida del trabajo de los investigadores;
* Investigar en ciencia es invertir en futuro;
* La unión de los investigadores refuerza la unión de la sociedad civil europea;

**Audiencias:**

* Público en general independientemente de su edad y antecedentes científicos;
* Familias, estudiantes y jóvenes, asociaciones sociales y civiles;
* Jóvenes que se enfrentan a la elección de una carrera;

**Mensajes :**

Hacia estudiantes y jóvenes:

* Las carreras científicas son interesantes y divertidas;
* El futuro del planeta depende en gran medida del trabajo de los investigadores;
* La ciencia es divertida y fácil y está cerca;
* Los investigadores son personas comprometidas con su medio ambiente;

Familias:

* El futuro del planeta depende en gran medida del trabajo de los investigadores;
* Invertir en ciencia es invertir en futuro;

Organizaciones sociales y civiles:

* La ciencia es una forma de lograr el bienestar social y la paz;
* El futuro del planeta depende en gran medida del trabajo de los investigadores;
* Ser un investigador es ser un miembro activo de la comunidad;
* Los investigadores son personas comprometidas con su medio ambiente;

**Medios de comunicación:**

* Ruedas de prensa;
* Presentación de spots promocionales, anuncios, publicidad, entrevistas en varias emisoras de radio y televisión;
* Mailings directos a organizaciones sociales y escuelas;
* Visitas a estudiantes, administraciones locales y regionales;
* Presentaciones y preparación de archivos promocionales / informativos;
* Publicidad general (mobiliario urbano, locales de los participantes y patrocinadores);
* Presentación de material promocional (boletines informativos, folletos ...);
* Renovación, actualización y mantenimiento constantes de los sitios web del proyecto;
* Revisión, actualización y mantenimiento de perfiles de redes sociales (Twitter, Facebook,Flickr, YouTube, Linkedin, Divulgado, Tuenti)
* Campaña publicitaria en línea (banners y anuncios);
* Envíos por correo electrónico a la red de contactos de los participantes;