

# La estrategia ‘overall winner’ del equipo CEUMicroMundo/SWICEU

María Teresa Pérez-Gracia<sup>1</sup>; Carolina Galiana<sup>1</sup>; José Ignacio Bueso<sup>1</sup>; Beatriz Suay<sup>1</sup>; Elisa Marco<sup>2</sup>



<sup>1</sup> Departamento de Farmacia. <sup>2</sup> Departamento de Comunicación Periodística. Universidad CEU Cardenal Herrera. Valencia



**Foto:** Miembros del equipo CEUMicroMundo del curso 2019-20 de la Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia.

El equipo CEUMicroMundo de la Universidad CEU Cardenal Herrera inició su participación en este proyecto en el curso 2017-18. En materia de divulgación sobre el buen uso de los antibióticos, su estrategia comunicativa ha respondido a los siguientes objetivos:

1. Contar las emociones y los avances durante el desarrollo del proyecto científico de búsqueda de nuevos antibióticos y no solo el resultado final. En la divulgación científica estamos acostumbrados a dar difusión a los resultados solo cuando son definitivos, lo que impide compartir las emociones en torno a los avances obtenidos.
2. Comunicar en primera persona: convertir a los protagonistas del proyecto (los estudiantes universitarios y pre-universitarios) en divulgadores de su propio trabajo científico.
3. Combinar soportes comunicativos convencionales e innovadores, en una estrategia de difusión transmedia, detectando soportes y canales adecuados al público mayoritariamente interesado por la ciencia: jóvenes de 15 a 24 años (“generación Z”).

## MÉTODO: EN BUSCA DE UNA ESTRATEGIA GANADORA

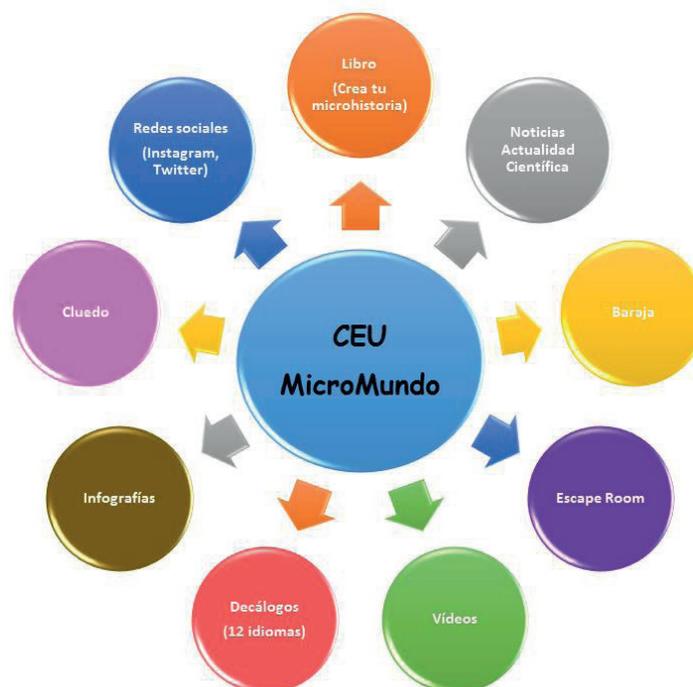
Para lograr estos objetivos, se ha seguido una estrategia de difusión basada en:

- Combinación de medios convencionales de divulgación científica (prensa y web) con contenidos multimedia y redes sociales: elaboración de notas de prensa, galerías de imágenes, infografías y vídeos con tips y decálogos.
- Diseño de formatos lúdicos y herramientas de gamificación para mejorar el aprendizaje y favorecer la creación de contenidos divulgativos de los escolares participantes: guía para la elaboración de “microhistorias con microbios” y baraja de cartas “2050 Infección”.
- Fomento de la colaboración entre Salud y Comunicación, incorporando por primera vez en esta red internacional a estudiantes de Comunicación como miembros del equipo, para apoyar en la difusión sobre la evolución del proyecto y en la concienciación sobre los antibióticos.
- Bilingüismo: uso de inglés y español en los contenidos, para incorporar los creados por estudiantes de centros bilingües y para alcanzar a una audiencia internacional.

## RESULTADOS O ALGUNAS CIFRAS RELEVANTES.

El desarrollo de esta estrategia ha dado lugar a algunas cifras relevantes sobre la difusión alcanzada:

- Más de 56.000 visitas en contenidos digitales multimedia en la web de la Universidad.
- Aumento de seguidores en redes sociales (91% en Twitter y 202% en Instagram).
- Más de 195.000 impresiones en Twitter.
- Más de 1.900 visualizaciones de los vídeos compartidos en YouTube.
- Presencia en más de 25 medios de comunicación generalistas y especializados, tanto impresos, como digitales y radiofónicos.



## CONCLUSIONES... ¡Y RECOMPENSAS!

La estrategia diseñada ha generado:

- Contenidos más emocionales, viviendo 'en directo' los avances del proyecto.
- Formatos transmedia y lúdicos, más audiovisuales y adaptados al entorno 'social media'.
- Jóvenes involucrados en la difusión de su propio proyecto, convertidos en divulgadores del buen uso de los antibióticos.
- Divulgación entre destinatarios ajenos a los directamente implicados en el proyecto, contribuyendo a concienciar a la población general.

Y también nos han regalado algunas recompensas, en forma de premios, que reconocen a nivel institucional y externo los resultados logrados:

- Premio a la Innovac(c)ión Docente 2017-18 de la Universidad CEU Cardenal Herrera.
- Ganadores 3rd Annual 'Do Something About Antibiotics' Challenge" 2018 SWI.
- 'Overall winner' de Antibiotic Awareness Campaign 2018 Tiny Earth.

- Primer premio "Mensajes de servicio público" por infografías en Twitter. Tercer premio "videos". Tercer premio "Miscellaneous", por stand instalado en campus con lema "Porque no son caramelos". Antibiotic Awareness Campaign 2019 Tiny Earth.

## RETOS PARA LA TERCERA EDICIÓN... ¡Y SIGUIENTES!

Los pasos que pretendemos dar en las nuevas ediciones del proyecto en materia de divulgación y concienciación son:

- Incorporar más idiomas en la edición de contenidos, para una mayor difusión internacional.
- Innovar en el diseño de formatos multimedia, especialmente vídeos e infografías.
- Generar nuevos formatos de gamificación, como juegos de mesa y escape room.
- Incorporar estrategias de concienciación cara a cara (campus universitario, lugares estratégicos de la ciudad y oficinas de farmacia).

## ALGUNAS PUBLICACIONES Y ACTIVIDADES GENERADAS POR EL GRUPO.

**Pérez-Gracia MT, Galiana C, Suay B, et al.** (2018). Descubrimiento de nuevos antibióticos: implantación del proyecto Small World Initiative en la Universidad Cardenal Herrera-CEU (SWI@CEU). VII Jornada de Innovación y Mejora de la Docencia. CEU UCH. ISBN 978-84-09-03231-0

**Pérez-Gracia MT, Bueso JI, Galiana C, et al.** (2019). Crea tu microhistoria. Guía para creadores de microhistorias con microbios. ISBN 978-84-09-09805-7 (español). ISBN 978-84-09-09984-9 (inglés). Universidad CEU Cardenal Herrera.

**Suay B, de Juan J, Tarín A, et al.** (2019). 2050 ¡infección!. Universidad CEU Cardenal Herrera.

**Lahoz M, Ramia De Cap J, Marco E, Pérez MT.** (2019). Proyecto SWI@CEU: estrategia de comunicación ante el reto de salud global de la resistencia a los antibióticos. 16º Congreso Internacional de Estudiantes CIE. CEU UCH. Valencia

**Marco E, Galiana C, Suay B, et al.** (2018). SWI@CEU: compartiendo las emociones de los avances de un proyecto científico. I Simposio de la Red SWI@SPAIN. D+D SEM. Madrid.

**SWI CEU UCH.** (2017-2020). <https://www.youtube.com/playlist?list=PLDt-M0gErNryEdJvK9QvGhX2GMM9UFQSu>  
**Microhistorias SWI@CEU.** (2017-2020). <https://www.youtube.com/playlist?list=PLDt-M0gErNrZKnKU9FJvUtrURX0nSBm>