

Komunikazio plana

Biosistemak Institutua

2025-2030

2025eko apirila

5. bertsioa

Edukia

Edukia	2
1. Sarrera	3
2. Institutuaren komunikazioaren egoeraren azterketa.....	4
2.1. Komunikazioari buruzko inkesta: emaitzen analisia	4
2.2. Benchmarking: Euskadiko ikerketa zentroetako komunikazio digitala.....	8
2.3. Adierazle digitalen azterketa	13
2.4. Komunikazioaren AMIA analisi estrategikoa	14
3. Institutuaren komunikazioaren etorkizuneko helburuak.....	17
4. Xede-publikoa	20
5. Ekintza plana.....	23
5.1. Offline komunikazioa	23
5.2. Online komunikazioa	23
5.3. Erakundeen arteko harremanak eta ezagutzaren transferentzia	24
6. Komunikazio inklusiboa	25
7. Ebaluazioa eta adierazleak	28
8. Estilo gida azkarra.....	30
9. Glosarioa	34
10. Eranskina	36

1. Sarrera

Biosistemak Institutuaren 2025-2030 Komunikazio plan honetan Institutua ikerketa aplikatua eta osasun sistemen eraldaketan erreferentzia gisa finkatzeko ibilbide-orria zehazten da, bikaintasun zientifikoa eta eragin soziala kontuan hartuz. Dokumentua [Institutuaren 2020-2024 Plan Estrategikoarekin](#) bat dator, eta lehentasunezko helburuak, publikoak, kanalak eta ekintzak zehazten ditu erakunde-nortasuna indartzeko, ikusgarritasun zientifikoa maximizatzeko eta Institutuaren eragin soziala tokiko, estatuko eta nazioarteko mailan sustatzeko.

Komunikazio-estrategia egungo egoeraren azterketa zorrotzean oinarritu da. Horretarako, guztion arteko diagnostikoa, erreferentzia diren beste zentro batzuekin konparaketa eta ekintza-adierazle nagusien berrikuspena egin dira. Prozesu horri esker, funtsezko gaitasunak, erronkak eta aukerak ikusi ahal izan dira, eta estrategia etengabe hobetzeko eta inguruneko erronka berrietara arin egokitzeko diseinatu da.

Planean Biosistemak Institutuak duen dimentsio hirukoitza hartu da kontuan: erabakiak hartzeko ebidentzia zientifikoaren sortzaile, ezagutza gizarteari transferitzeko eragile aktibo, eta Euskal Herriko osasun ikerketa sarearen barruko nodo estrategiko. Horrela, komunikazioa funtsezko tresna da lidergo zientifikoa indartzeko, hedapen digitala optimizatzeko, BIO ekosisteman sartzeko, ikertzaileak ikusarazteko eta zientzia herritarrei hurbiltzeko.

Plana burutzeko, ekintza errealista eta neurgarriak zehaztu dira, besteak beste, kanal digitalak optimizatzea, erakundearen arteko koordinazioa, dibulgazio-ekimenetan parte hartzea, ardatz transbertsal gisa komunikazio inklusiboa sustatzea.

Azken finean, Biosistemak Institutuaren 2025-2030 Komunikazio planaren bidez ezagutza espezializatua publiko guztientzako balioa bihurtu nahi da, eta osasun-politiken aurrerapenean, eta pertsonengan zentratutako osasun-sistema jasangarriago eta berritzaileagoen eraikuntzan, Institutua funtsezko eragile bihurtuz.

2. Institutuaren komunikazioaren egoeraren azterketa

Atal honetan, Biosistemak Institutuak egiten dituen komunikazio ekintzen egungo egoera aztertzen da, hau da, ikerketa zabaltzeko, erakunde-nortasuna indartzeko eta ezagutza barruan zein kanpoan transmititzeko ekintzak, kanalak, baliabideak eta prozesuak.

Azterketa hori egiteko hainbat informazio-iturri erabili dira: Institutuko langileei zuzendutako komunikazioari buruzko inkesta, euskal ekosistemako 33 ikerketa-zentrokekin konparatzeko benchmarking ariketa eta adierazle digitalen (Google Analytics, sare sozialak) eta memoria zientifikoen berrikuspena. Kontuan hartu diren adierazle nagusiak hauek izan dira: web-trafikoa, sare sozialetako engagement, dibulgazio ekintzen eragina eta komunikazioari buruz institutu barruan dugun iritzia.

Konparaketa horri esker, Institutuaren jardunbide egokiak eta hobetu behar diren gauzak aurkitu ahal izan dira, batez ere formatu aniztasunari, komunikabideetan gehiago agertzeari, ekitaldi berritzaileetan parte hartzeari eta langileek erakundeko komunikazioan parte hartzeari dagokionez.

2.1. Komunikazioari buruzko inkesta: emaitzen analisia

Barneko eta kanpoko komunikazioaren ebaluazioa funtsezko osagaia da Biosistemak Institutuaren indarguneak eta hobetzeko arloak aurkitzeko. Horretarako, Institutuko langileentzako galdera-sorta egituratua diseinatu zen eta haiei eman zitzaien. Bertan, galdera kuantitatiboak eta kualitatiboak zeuden, komunikazio- eta zabalkuntza-jarduerei buruzko pertzepzioaren ikuspegi zabala eta zehatza jasotzeko.

Galdera-sorta Biosistemak Institutuko 26 langileri bidali zitzaien, **eta 19 erantzun oso** jaso ziren, hau da, **erantzun-tasa % 73koa izan** zen. Partaidetza-maila horrek Institutuaren komunikazioaren pertzepzioari buruzko ikuspegi kualitatibo eta kuantitatibo adierazgarriagoa ematen du.

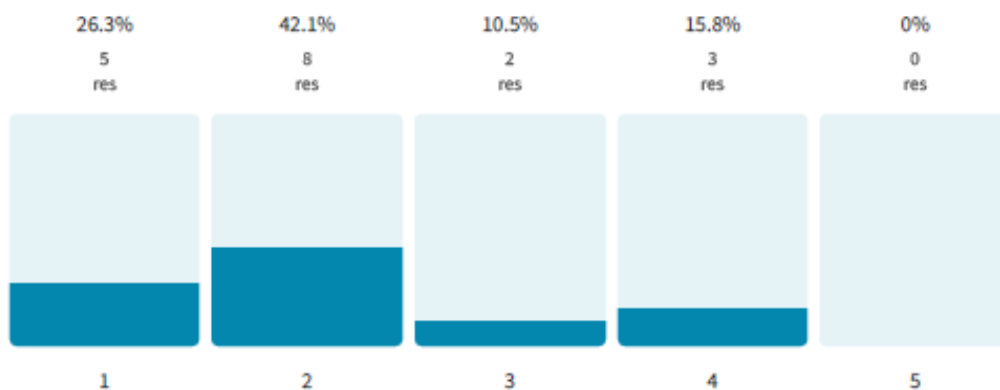
Emaitzen azterketa honen helburua ebidentzia objektiboa lortzea da, gero komunikazio planaren diseinuan eta doikuntzan erabakiak hartzeko, ekintzek taldearen benetako beharrekin eta itxaropenekin bat datoze la ziurtatuz.

Erantzunen analisi kuantitatiboa

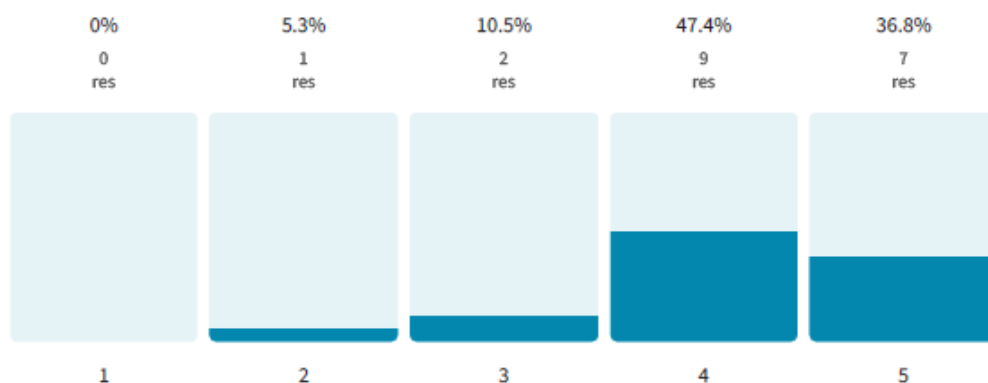
1etik 13ra bitarteko galderei 1etik 5erako balioa eman zieten, eta gero galdera bakoitzeko batezbestekoa kalkulatu zen, langileen adostasun edo desadostasun mailaren ikuspegi orokorra izateko. Batezbestekoa erakundeen inkestetan maiz erabiltzen den neurria da, indarguneak eta hobetu beharreko eremuak aurkitzeko. Ebaluazio eguneratu horrek datu argiak ematen digu, komunikazio-planerako erabakiak doitasun handiagoz sostengatzeko.

Galdera bakoitzeko batezbestekoen laburpen-taula	
Galdera	Batezbestekoa
1. Biosistemak Institutuaren irudia ezaguna da eta ondo bereizten da	3,40
2. Komunikazio sailak jarduerak argi eta garbi jakinarazten ditu	4,20
3. Emaizak eraginkortasunez komunikatzen zaizkio komunitate zientifikoari	3,70
4. Osasun-sistemako profesionalek lana ezagutzen dute	3,20
5. Euskal gizarteak Institutuaren jarduera eta eragina ezagutzen du	2,30
6. Kanpo-komunikazioko kanalak eraginkorrak dira	3,40
7. Langileek euren lana komunikatzeko tresnak dituzte	3,90
8. Langileek aktiboki parte hartzen dute komunikazioan eta dibulgazioan	4,00
9. Institutuak aurrera egin du dibulgazioan, pertsona gehiagorengana heltzeko	4,40
10. Institutuak hedapenerako teknologia eta formatu berriak erabiltzen ditu	3,60
11. Ikusgarritasuna handitzen duten elkarlanetarako ahalmena ezagutzen du	3,50
12. Dibulgazio-jarduerak herritarren interesekin bat datoz	3,50
13. Hedapenerako garrantzitsuak diren ekitaldi eta espazioetan parte hartzen du	4,20

Jarraian, batez besteko puntuazio txikiena eta handiena lortu duten galderen erantzunen xehetasunak erakusten ditugu.



5. galdera (balio txikiena lortu duena): Biosistemak Institutuak egiten duen ekintza eta euskal gizartean duen eragina ezagutzeari buruzko iritzia. Alderdi horrek ahulena izaten jarraitzen du, eta herritarrenganako hedakuntza hobetzeko aukera argia adierazten du.



9. galdera (balio altuena lortu duena): Ikerketa ezagutarazteko egindako aurrerapenei buruzko iritzia, publiko zabalago batengana iristeko; funtsezko indargunea adierazten du.

Aurretiazko ondorioak

- Teknologia berriak sartzeko, ezagutza hobeto zabaltzeko eta ekitaldi garrantzitsuetan eta sare sozialetan parte hartzeko indarguneak sendotu dira.
- Kanpoko pertzepzioa hobetzeko aukera nabarmenak aurkitu dira, bereziki euskal gizarteari eta osasun sistemari dagokienez.
- Barne tresnak eta langileen parte hartzea ondo ikusten dira, baina haien erabilera eta konpromisoa oraindik hobetu daiteke.

Erantzun irekien analisi kualitatiboa

Galdera kuantitatiboak osatzeko, galdera-sortan bi galdera ireki ere egin ziren, Biosistemak Institutuaren komunikazioari buruzko langileen iritziak, iradokizunak eta proposamen zehatzak jasotzeko:

Zure ustez, Institutuaren komunikazioaren zer alderdik funtzionatzen dute bereziki ondo?

Biosistemak Institutuaren komunikazio sailak kontuan hartu beharko lukeen iradokizunik baduzu?

Erantzun ireki nabarmenen laburpena

Hautemandako indarguneak:

- LinkedIn-en eta beste sare sozial batzuetan, sarritan kalitatezko argitalpenak jartzea, hedapenerako kanal eraginkorrak baitira.
- Institutuak hitzaldi eta ekitaldi zientifikoetan parte hartzea.
- Barneko taldeen arteko lankidetzaren informazioa komunikatzeko eta hedatzeko.

Hobetzeko iradokizunak:

- Langileek ezagutza hedatzeko ekintzetan gehiago parte hartzea, sareetan eduki propioa sortzea barne.
- Ikerketa jardueraren oinarriko profesionalengana eta beste ikerketa-zentro batzuekengana eramatea.
- Herriarrentzako espazio publikoetan aurrez aurreko ekitaldi dinamikoak (azoka zientifiko txikiak) antolatzea.
- Beste institutu eta ekosistemako beste eragileekin batera lan egitea eta baterako ikusgarritasuna bultzatzea edo indartzea.

2.2. Benchmarking: Euskadiko ikerketa zentroetako komunikazio digitala

Euskadiko 33 ikerketa zentro aztertu ziren, eta haien webguneak, sare sozialak, edukien egitura, taldeen aurkezpena, multimedia formatuak eta *engagement*-a aztertu ziren.

Adierazle nagusiak

Izena	Web menua / Hizkuntza	Home / Irudi nagusia	Ikerketa taldeak / Langileak	Edukiak / Albisteak	Irudiak	RRSS (Sare sozialak)	Engagement (jarraitzaileak)
Berrikuntza, Ikerketa eta Osasunaren Euskal Fundazioa (BIOEF)	9 atal / ES, EU	Karrusel irudi handia, 5 albisterekin	-	Albiste laburrak, 1300 karaktere	Handitu daitezkeen irudi txikiak	IN (LinkedIn)	1.639 (IN)
Bioaraba Osasun Ikerketa Institutua	6 atal / ES	Irudi handia zientzia-txostenarekin	Koordinatzaileak: argazkia, taldeak, espezialitatea, posta elektronikoa	Post ertainak (3.200 karaktere)	Handitu daitezkeen irudi txikiak	Ez dauka	-
Biobizkaia Osasun Ikerketa Institutua	11 atal / ES, EU, EN	Irudi handi bikoitza, albisteak behean	Arlo bakoitzeko IT, taldeko argazkia, IPko CV, kontaktua	Albiste ertainak (3.000 karaktere)	Portada irudi handia	IN, YTB, Insta, X	FB: 1.386, IN: 6.000, Insta: 942, YTB: 50
Biogipuzkoa Osasun Ikerketa Institutua	6 atal / ES, EU, EN	Irudi bikoitza, 3 albiste birakari	Ikerketa arloetako IT, IP, taldea, argitalpenak	Albiste ertainak (3.000 karaktere)	Irudi handia	FB, X, IN, Insta	FB: 1.054, IN: 7.000, Insta: 870

IBF Biofisika Institutua	8 atal / EN	7 atal irudi eta albisteekin	Ikertzaileen izenak eta argazkiak, harremana, argitalpenak	Albiste laburrak (800 karaktere)	Irudi ertaina	FB, X, Insta, IN	IN: 632, FB: 164
Basque Center for Applied Mathematics BCAM	6 atal / EN, ES, EU	3 karrusel albiste	Arloak, lerroak, proiektuak, IP, estekak	Albiste luzeak (5.000 karaktere)	Irudi oso handiak	YTB, IN, X	YTB: 312, IN: 3.000
Biotechnology Institute BTI	5 atal / EN, ES, PT, IT, DE, FR	Promo irudi handia + deskribapena	Ikerketa arlo eta lerroak, harremana	Albiste laburrak (2.000 karaktere)	Irudi handia	FB, IN, X, YTB	FB: 6.287, IN: 21.000, YTB: 1.810
Ikerbasque Zientziarako Euskal FUNDAZIOA	5 atal / EU, ES, EN	Karrusel bideo-irudia	Ikertzaile guztien aurpegiak, profila, CV, argitalpenak	Albiste luzeak (7.500 karaktere)	Irudi txikiak	FB, X, IN, YTB, Insta	FB: 2.944, X: 8.940, IN: 7.000, YTB: 189, Insta: 1.090
Basque Center on Cognition, Brain and Language BCBL	2 menu / ES, EU, EN	Eraikinaren argazkia eta deskribapena	IT: izena, fitxa, harremana, argitalpenak	Albiste luzeak (4.000 karaktere)	Irudi txikia	FB, IN, Insta	IN: 4.000, Insta: 1.524, FB: 5.881
Basque Center for Neuroscience ACHUCARRO	6 atal / ES, EU, EN	Karrusel irudi handia	Laborategiak, fitxa pertsonala, argazkia, artikulatuak	Post laburrak (1.200 karaktere)	Irudi ertaina	IN, YTB, X	IN: 2.244, YTB: 126
QUIRÓNSALUD ospital taldea	4 atal nagusi / ES, EN, DE, FR	Donostiako irudi handia, ospitale bilatzailea	Zentro bakoitzeko ikerketa arloak, koordinatzailearen izena eta harremanetarako datuak, helburuak, proiektuak, saiakuntzak, argitalpenak	Albiste luze zerrenda (4.000 karaktere), irudirik gabe	Irudi handia 1200x800 px	X, FB, IN, Insta, TikTok (guztiak eguneratuta)	X: 57,2K; FB: 105K; IN: 269.475; Insta: 75,4K; TikTok: 144,2K

Igualatorio Médico Quirúrgico IMQ taldea	6 atal / ES, EU	Banner zabala 5 karrusel albistekin, promozioak	Ez dago ikerketa arlorik, proiektuei buruzko albistekin bat	Albiste luzeak (+6.000 karaktere) IMQ Korporatiboa atalean	Irudi ertaina 600x400 px	FB, Insta, IN, X, YTB (guztiak eguneratuta)	FB: 8.200; Insta: 3.932; IN: 11.270; X: 2.013; YTB: 1,05K
Mondragon Unibertsitatea MU	4 atal goian / EU, ES, EN	Karrusel irudiak 3 promozioekin	Ikerk. eta Transferentzia atalean: Arloak, IT, ekoizpen zientifikoa, ikerketa izenak eta argazkiak, harremanetarako estekak eta arloa	Albiste ertainak (2.500 karaktere) arloka	Irudi handiak 900x400 px	Insta, FB, YTB, X, IN, Flickr, Kblog (dena eguneratuta)	Insta: 5.845; FB: 8.528; YTB: 4,32K; IN: 37.756; Flickr: 24
Deustuko Unibertsitatea DEUSTO	6 atal / ES, EU, EN	Irudi estatikoa promozioekin, bilatzailea, zifrak	Ikertu atalean: aurkezpena, argazkia, artikulua, helbide elektronikoa, merezimenduak	Albiste luzeak (3.500 karaktere) Bizi/ Gaurkotatuta atalean	Irudi handiak 1200x600 px	X, FB, Insta, IN, YTB, Flickr, TikTok (ez oso eguneratuta)	X: 28,8K; FB: 47K; Insta: 21,1K; IN: 111K; YTB: 27,5K; Flickr: 255; TikTok: 1.128
Euskal Herriko Unibertsitatea	2 menu (ezkerrean eta goian) / EU, ES, EN	Bilatzailea, RRSS, 2 promozio, 6 albiste	Ikerketa/Pertsonala atalean: izena, abizenak, helbide elektronikoa eta tel.	2.600 karaktereko albisteak Kom. bulegoa atalean	Irudi ertainak 800x600 px	X, FB, YTB, Vimeo, Insta, IN (eguneratuta/post finkoa)	X: 35,4K; FB: 22K; YTB: 12,6K; Vimeo: 979; Insta: 13,3K; IN: 144K
Biomaterialen Ikerketa Kooperatiborako zentroa, CIC biomaGUNE	7 atal / EN	Karrusel bideo-irudia, 8 albiste	IT bakoitza: deskribapena, ikerketa lerroak, taldearen argazkia, argitalpenak, albisteak, proiektuak, people (argazkia, fitxa, helbide elek., helbidea)	Albiste luzeak (5.000 karaktere)	Irudi ertaina 500x300 px	FB, X, IN, Insta, YTB (eguneratuta)	FB: 34; X: ?; IN: 6.998; YTB: 24; Insta: 535
Biozientzien Ikerketa Kooperatiborako zentroa, CIC bioGUNE	7 atal / EN	Ondoz ondoko irudiak 3 albiste erakusteko	Talde bakoitzean: IParen deskribapena, CVrako esteka, argitalpenak, harremana, argazkia	Albiste ertainak (3.500 karaktere), EN eta ES, argitalpenak erregulartasunez	Handia egiten den (800x500) irudi txikia (300x200)	FB, IN, Insta, YTB, Spotify (BioEnredados podcast, sare sozialak eguneratuta)	FB: 902; X: ?; YTB: 1,05K; Podcast

Artificial Intelligence, Visual Computing & Interaction teknologietan espezializatutako Zentro Teknologikoa - VICOMTECH	7 atal / ES, EN, EU	Irudi handia, goiko menua	Ikerketa arloak, proiektuak, taldea, harremana, argitalpenak	Albiste ertainak (2.000 karaktere), eguneratuta	Irudi handia 1000x700 px	FB, IN, X, YTB (guztiak eguneratuta)	FB: 1.200; IN: 7.000; YTB: 1.100; X: 2.000
Ingeniaritza eskola. Nafarroako Unibertsitatea. TECNUN	Ezkutatutako menua 6 atalekin / ES	Irudi birakarien galeria	Langileak eta ikertzaileak atalean: Sailak, IT, arloak, ikertzaileak (profila, argitalpenak, elkarlana, tesia, finantzaketa)	Albiste ertainak (2.300 karaktere)	Irudi ertainak 700x500 px	Insta, X, FB, IN (eguneratuta)	Insta: 3.593; X: ?; IN: 9.665; FB: 3.789

Oharra: IN = LinkedIn, FB = Facebook, YTB = YouTube, X = Twitter, Insta = Instagram, TT = TikTok

Euskal ekosistemako online komunikazio ereduak

- Webgune gehienak eleanitzak dira (ES/EU/EN), irisgarritasuna eta nazioarteko proiektzioa erraztuz.
- Ohikoa da ikerketa taldeen profilak, argazkiak eta harremanetarako datuak erakustea, eta horrek gardentasuna hobetzen du eta zientzialariengana eta herritarrengana hurbiltzea errazten du.
- Multimedia formatuak (bideoak, infografiak, podcast-ak) gero eta gehiago erabiltzen dira, baina ez erakunde guztietan neurri berean.
- LinkedIn da sare sozial aktiboena, eta, ondoren, Facebook, Instagram eta X; unibertsitateak eta ospitaleak jarraitzaile kopuru eta argitalpen gehien dituztenak dira.
- Engagement handien duten erakundeek albisteak, jardunaldiak, lorpenak eta gizarte-kanpainak erakusten dituzte, horrela komunitate aktiboa sortuz.

Biosistemak Institutuan hobetzeko arloak eta aukerak

- Multimedia baliabide gehiago sortzea (bideoak, infografiak, podcast-ak), sektorean gero eta gehiago erabiltzen direlako eta Biosistemak Institutuak oraindik gehiago garatu ditzakelako.
- Webgunean eta sare sozialetan lantaldeen eta proiektuen ikusgarritasuna hobetzea, gardentasun eta engagement handien dituzten zentroen adibideari jarraituz.

- Aldizka argitalpenak egitea eta elkarrekintza sustatzea, batez ere LinkedIn-en eta beste sare garrantzitsu batzuetan.
- Irisgarritasunean eta komunikazio inklusiboan aurrera egitea, edukiak hainbat hizkuntzatan eta formatu egokituetan argitaratuz.
- Beste erakunde batzuekin batera kanpainetan eta ekitaldietan parte hartzea, erakundearen kanpo-irudia indartzeko.

Biosistemak Institutuak posizio ona du euskal osasun ekosisteman, baina multimedia erabilera, engagement sustatzean eta lantaldeak ezagutaraztean hobetu behar du. Alderdi horiek funtsezkoak dira jardunbide onenekin bat etortzeko eta kokapen estrategikoa indartzeko.

2.3. Adierazle digitalen azterketa

Web trafikoa (2024):

- 35.800 orrialde ikusita
- 4.100 erabiltzaile bakar baino gehiago

Sare sozialak (2025eko urtarrila-ekaina):

- LinkedIn: 1.215 jarraitzaile (+**282** 2024ko abenduarekiko)

Ezagutza zabaltzeko ekintzak:

- Erreferentzia diren **21 zientzia-forotan** parte hartzea
- Abian diren **10 europar proiektu** (+500 nazioarteko kide)
- Eragin handia duten **62 zientzia-argitalpen**

Lantaldea eta irismena:

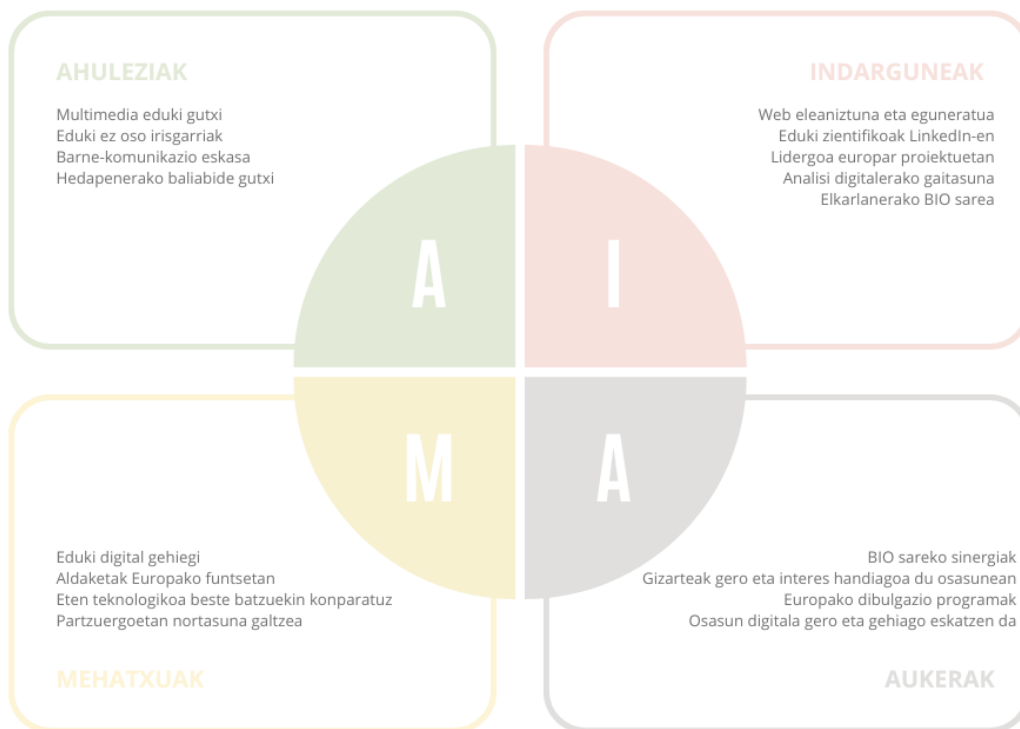
- **23 langile** propio
- Proiektu aktiboetan parte hartzen ari diren **421 langile**

Ondorioak:

- Biosistemak Institutuak nahiko gehiago agertzen da interneten (webgunea eta LinkedIn), eta zientzian duen lekua eta nazioarteko sarea indartu ditu Europako foro eta proiektuetan parte hartuz.
- Adierazle horiek erakusten dute ikusgarritasuna eta ezagutzaren transferentzia pixkanaka sendotzen ari direla, eta oinarri sendoak ezarri dituzte etorkizunean komunikazio digital estrategia garatzeko.
- Datu horiek etengabe monitorizatzea gomendatzen da, komunikazio ekintzak optimizatzeko eta proaktiboki egokitzeko.

Iturria: Biosistemak Institutuaren 2024ko Zientzia-txostena (2025eko apirilean argitaratua)

2.4. Komunikazioaren AMIA analisi estrategikoa



Indarguneak

- Interneten nahiko agertzen da; webgune eleaniztuna du eta LinkedIn-en jarraian parte hartzen du.
- Erreferentzia diren europar proiektuetan eta BIO sarean aktiboki parte hartzen du, eta aintzatespen zientifiko sendoa du.
- Eragin digitalak neurtzeko eta funtsezko adierazleak sortzeko analisi-gaitasuna du.
- Institutuaren barne eta beste zentro batzuekin ondo egiten du lan, BIO sareak indartuta.
- Barne-komunikazioari buruzko iritzi ona dago eta langileek hedapen-jardueretan parte hartzen dute (langileei egindako galdera-sortaren arabera).

Aukerak

- BIO sarearen barruan sinergiak handitzea, baterako ekintzak egiteko eta ikusgarritasun handiagoa lortzeko.
- Pandemia ondoren, osasun publikoan eta osasun ikerketan interes sozial handiagoa dago.
- Ezagutza zabaltzea eta herritarrek parte hartzea sustatzen duten europar programak.
- Osasun digitala eta osasun sistemaren hobekuntza gero eta gehiago eskatzen dira, herritarren lehentasunekin bat etorritz.
- Ikertzaileek komunikazioan gehiago parte hartzea eta haienezako komunikazio heziketa bultzatzea (langileei egindako galdera-sortaren arabera).

Ahuleziak

- Mugak multimedia formatu aurreratuetan (bideoak, podcast-ak, infografia interaktiboak).
- Eduki oso teknikoak; herritarrek ulertzea eta eurekin konektatzea zailtzen dute (inkestan, herritarren ezagutzari balorazio baxua eman diotelako).
- Barne-komunikazioa ez da nahikoa pertsona guztiak informatuta eta prest egoteko (langileei egindako galdera-sortaren arabera).
- Emaizak argi eta eraginkortasunez partekatzeko denbora eta baliabideak falta dira.
- Ikertzaileen komunikazio-trebetasunak hobetzeko prestakuntza indartu behar da.

Mehatxuak

- Informazio gehiegi dago kanal digitaletan eta hedabide espezializatuetan, eta nabarmentzea zaila da.
- Komunikaziorako baliabide gehiago dituzten zentroekin konparatuz, eten teknologikoa dago.
- Nortasuna galtzeko arriskua, nazioarteko lankidetzen eta partzuergoen ondorioz.

- Publiko orokorraren eta osasun profesionalen arreta erakartzeko eta mantentzeko zailtasunak.

Laburbilduz, AMIA analisia oinarri sendoa da Biosistemak Institutuak datozen urteetan ezarriko duen komunikazio-eredurako. Ereduaren helburua zera izango da: Institutuaren bikaintasun zientifikoa ezagutaraztea, interneten gehiago agertzea eta BIO ekosistemaren barruan bere nortasuna sendotzea.

Gainera, sortutako ezagutza herritarrei zein osasun sistemako eragilei eraginkortasunez transferituko dela ziurtatu nahi da. Horretarako, elkarrizketa eta elkarlana bultzatzen duten komunikazio-bideak ezarriko dira, norantza bietan komunikatu ahal izateko.

Ikuspegi horrekin, osasun-arloko kudeatzaile eta langileentzat ebidentzia zientifiko iturburu balioztatua bilakatzen da Institutua, eta euskal ikerketa-sarean funtsezko nodoa ere. Era berean, komunikazio eta baliabideen optimizazioaren arteko oreka mantentzen du, batez ere Europako finantzaketa lehentasunak aldatu ahal direlako.

3. Institutuaren komunikazioaren etorkizuneko helburuak

Biosistemak Institutuaren komunikazio-estrategia institutuak duen dimentsio hirukoitzan oinarritzen da: erabakiak hartzeko ebidentzia zientifikoaren sortzaile, Euskal Herriko osasun ikerketa sarearen barruko institutu espazializatu eta ezagutza gizarteari transferitzeko eragile aktibo.

Helburu horiek aldeztu aurretik egindako komunikazio egoeraren azterketarekin bat datoz eta [2020-2024 Plan Estrategikoan](#) zehaztutako lehentasun eta beharrekin. Plan horretan, erakundearen nortasuna indartzea, ekintzen eta emaitza zientifikoaren hedapena hobetzea, eta sare sozialetan eta komunikabideetan gehiago agertzea garrantzitsua dela azpimarratzen da. Planak, halaber, misioa argitzeko, lan lerroak ikusarazteko eta harremanak sendotzeko beharra nabarmentzen du, eta alderdi horiek komunikazio-plan honetan sartu dira.



Bost komunikazio helburu estrategikoei esker erakundearen posizioa indartu, hedapen-kanalak optimizatu eta egindako ikerketak politiketan, osasun praktikan eta gizartean eragin nabaria izango duela bermatuko da.

1. Lidergo zientifikoa eta ikerketaren ikusgarritasuna handitu

Institutuak ikerketa aplikatuan erreferentzia gisa aintzatestea bultzatuko du, funtsezko proiektu europarrak ez ezik, ikerketa-jarduera osoa eta arlo estrategiko guztietan parte hartzen duten taldeak ere ikusaraziz. Komunikazioan, irismen handiko aldizkarietako argitalpen zientifikoak eta osasun langilei, arduradun politikoei eta herritarrei egokitutako edukiak egongo dira. Nazioarteko, estatuko eta tokiko foroetan parte hartzea lehenetsiko da, baita ekitaldi propioak antolatzea ere, Institutuaren posizioa indartzeko eta ikerketan aniztasuna eta emakumeen lidergoa nabarmentzeko.

Helburu honek Institutua osasun-zerbitzuetako ikerketako erreferentzia bihurtzeko beharrari erantzuten dio, Plan Estrategikoak jasotzen duen bezala.

2. Interneten gehiago agertu eta emaitzen hedapena indartu

Kanal digital nagusiak optimizatuko dira, hala nola erakundearen web-orrialdea eta LinkedIn, komunitate zientifikoarekin, osasun-politiken arduradunekin eta funtsezko beste eragile batzuekin etengabeko elkarriketa profesionala izateko. Webguneak ezagutzaren biltegi nagusi gisa funtzionatuko du, eta bertan ikerketa-jarduera eta arlo desberdinetan lortutako emaitzak eguneratuta agertuko dira, batez ere sistemari transferitu eta eragin dakizkiokeenak. LinkedIn-en lorpenak zabalduko dira, joerak aztertuko dira eta elkarreragin estrategikoa sustatuko da. Tresna analitikoak erabiliz, eragina neurtu eta hedapen estrategiak doitu ahal izango dira.

Helburu honek sare sozialetan eta komunikabideetan gutxi agertzearekin lotutako ahultasunari erantzuten dio, baita komunikazio eraginkorrako eta proaktiboago baten beharrari ere.

3. BIO ekosisteman integrazioa eta lidergoa sustatu

Erakundearen komunikazioak Biosistemak Institutua BIO ekosistemaren parte izatea indartuko du, elkarlana eta baterako ikusgarritasuna sustatzeko helburuarekin. Lehenetasuna emango zaio ikus-identitate bateratua erabiltzeari, beste BIO zentroekin ekimenak modu koordinatuan komunikatzeari eta Institutuaren lorpenak [Euskadi 2030 Zientzia eta Teknologia Plana](#)ren lehenetasunekin lotzeari. Ikuspegi

horrek indartu egingo du Biosistemak Institutuaren lekua, lankidetzako eragile eta euskal osasun sistema eraldatzeko eragile gisa.

Harremanak sendotzeko eta beste ikerketa-egitura batzuekiko lotura argitzeko gomendio estrategikoaren ildotik.

4. Ikertzaileak ikusarazi

Estrategiak lehentasuna emango dio ikerketa taldeak osatzen dituzten pertsonen lana sistematikoki zabaltzeari: euren profilak web-orrian jarriz, elkarrizketak eta aurkikuntza garrantzitsuak erakutsiko dituen hiru hilean behingo buletina argitaratuz, eta kongresu eta jardunaldi zientifikoetan parte-hartze aktiboa bultzatuz. Ekintza horiekin ikerketa lana goraipatu eta Institutuaren arlo estrategikoetan elkarrekiko lana ahalbidetu nahi da.

Helburu honek misioa argitzen eta talde guztien lana goratzen laguntzen du, berdintasuna sustatuz.

5. Zientzia herritarrei hurbildu eta gizatiarragoa egin

Institutuak herritarrentzako irisgarriak diren komunikazio bideak ezarriko ditu, eduki zientifikoak guztientzako formatuetara egokituz eta EITB Maratoia edo Emakumeak Zientzian bezalako ekimenetan parte hartuz. Gainera, ikerketa herritarrei hurbiltzeko modu berriak aztertuko dira, hala nola hitzaldiak, tailer praktikoak eta jardunaldi irekiak, ahal bada beste erakundeekin batera lan eginez baliabideak optimizatzeke. Formatu berritzaileak eta dauden plataformak aprobetxatzen dituen ikuspegi horrek eragin soziala bermatuko du, eta aldi berean, bideragarritasun operatiboa mantenduko du.

Ikerketa gizarteari hurbiltzea eta Institutuari eta bere eraginari buruzko pertzepzioa eta ezagutza hobetzea du helburu.

Oro har, helburu horiek lortzeak Institutuak osasun ikerketako erreferentziazko zentro gisa duen posizioa sendotzea ekarriko du, arlo estrategikoetan duen ikusgarritasuna indartzea eta bere ezagutzak gizartean eta osasun sistemetan duen eragina maximizatzea. Esparru estrategiko honi esker, komunikazioa koherentea izango da, erakundearen balioekin bat etorritik, eta eskualdeko eta nazioarteko testuinguru aldakorrera egokitu daitekeena.

4. Xede-publikoa

Biosistemak Institutuaren Komunikazio planak estrategikoki zatitzen du publikoa, mezuak garrantzitsuak, ulergarriak eta talde bakoitzaren beharretara egokituak izango direla bermatzeko. Banaketa horrek, ikerketa-jarduerarekin duten erlazio mailan oinarrituta dago, eta komunikazioaren eragina optimizatzea eta tokiko, estatuko eta nazioarteko harreman garrantzitsuak indartzea ahalbidetzen du, planean zehaztutako helburuekin bat etorritz.

Giza baliabideak

Bertako langileak (ikertzaileak, administrazioa, zuzendaritza), atxikitako langileak, talde kliniko elkartua

Gobernu-organoak

Osasun arloko agintariak eta kudeatzaileak (BIOEF, Eusko Jaurlaritza, EHU, Osakidetza, BIO institutuak)



Komunitate zientifikoa

Unibertsitateak, zentro teknologikoak, nazioarteko erakundeak, Europako partner-ak

Gizartea eta komunikabideak

Komunikabideak, herritarrak, pazienteak, ikastetxeak, hirugarren sektorea

Giza baliabideak

Biosistemak **Institutuko langileak** (ikerketa, kudeaketa, administrazioa, komunikazioa eta zuzendaritza), atxikitako langileak eta talde kliniko elkartua (proiektuetan lan egiten duten Osakidetzaiko langileak). Ikuspegi horri esker, barneko komunikazio-ahaleginak institutuaren jardueran parte hartzen dutenei zuzendu daitezke.

Eragileak:

- Ikertzaileak eta teknikariak
- Kudeaketako, administrazioa eta komunikazioa langileak
- Atxikitako langileak eta talde elkartua
- Zuzendaritza

Helburua: Koordinazio operatiboa, estrategiarekin bat etortzea, eta kide izatearen zentzua sustatzea.

Bide posibleak: Barne-bilerak, posta elektronikoa, intraneta, barne-mintegiak, lantaldeak, buletina/newsletter-a (garatzen).

Gobernu-organoak

Institutua gainbegiratzearaz, kudeatzearaz eta kontrolatzearaz arduratzen diren pertsonak dira. Euren osaera eta funtzioak estatutuetan araututa daude.

Eragileak:

- Osasun arloko agintariak eta kudeatzaileak: BIOEF, Eusko Jaurlaritzako Osasun saila, Osakidetza, EHU
- Espainiako Gobernuak Osasun ministerioa, Carlos III Osasun Institutua, erkidegoetako Osasun sailak

Helburua: Eragin sozioekonomikoa, ikerketaren erabilgarritasun praktikoa, politikekin bat etortzea eta elkarlanerako aukerak nabarmentzea.

Bide posibleak: Txosten exekutiboak, aurkezpen instituzionalak, goi-mailako bilerak, ohar estrategikoak, sektoreko foroetan eta jardunaldietan parte hartzea.

Komunitate zientifikoa

Osasunaren arloko ezagutza zientifikoa eta teknologikoa sortzen, erabiltzen edo transmititzen dutenak.

Eragileak:

- Ikertzaileak eta irakasleak (unibertsitateak, ikerketa-zentroak eta/edo zentro teknologikoak, BIO institutuak)
- Nazioarteko erakundeak (EB, OME, ELGE, HADEA)
- Nazioko eta nazioarteko elkarte zientifikoak eta ikerketa-sareak

Helburua: Ikerketaren emaitzak, metodologiak, elkarlanerako aukerak, berrikuntza aplikatua eta ezagutzaren transferentzia zabaltzea.

Bide posibleak: Argitalpen zientifikoak, webgunea, LinkedIn, biltzarrak, mintegiak, workshop-ak, proiektuetako lankidetzak, datu irekietarako plataformak.

Gizartea eta komunikabideak

Herritarrak, pazienteak, elkarteak, komunikabideak eta publiko ez-espezializatuarentzat ikerketa zabaltzen, testuinguruan kokatzen edo sustatzen duten hirugarren sektoreko erakundeak.

Eragileak:

- Komunikabideak: prentsa orokorra eta espezializatua, hedabide digitalak, irratia eta telebista
- Pazienteak eta herritarrak: paziente elkarteak, gizarte taldeak, publiko orokorra
- Ikastetxeak, kultura-erakundeak eta hirugarren sektoreko erakundeak

Helburua: Ikerketa eta bere onurak herritarrengana hurbiltzea, bizi-kalitatean duen eragina ikusaraztea, parte-hartzea eta herritarren zientzia sustatzea.

Bide posibleak: Prentsa-oharrak, elkarrizketak, sare sozialak, hitzaldiak, tailerrak, jardunaldi irekiak, komunikabideetako kanpainak, ekitaldietan parte hartzea (EITB Maratoia edo Emakumeak Zientzian).

Banaketa hori planaren helburuak lortzeko egin da, hala nola BIO sarean parte hartzea eta ezagutza gizarteari transferitzea, eta ahuleziak zuzentzen saiatzen da, hala nola publiko ez-espezializatuarentzako eduki anitzak sortzeko beharra.

Halaber, indarguneetaz ere baliatzen da, hala nola proiektuetan parte hartzea eta lankidetzaren sare zabala izatea. Horrela, komunikazio-ekintza bakoitzak hartzaile argi bat eta Institutuaren estrategiarekin bat datorren asmo bat izango duela bermatzen da, eta haren eraginkortasuna eta eragina ziurtatzen da.

5. Ekintza plana

Biosistemak Institutuaren ekintza plana komunikazio ekintza eta kanal nagusiak biltzen dituzten hiru arlo nagusitan egituratzen da. Antolakuntza horri esker, erakundearen komunikazioa modu globalean egin daiteke, mezuak koherente izanik, xede-publiko bakoitzera egokituz eta eskura dauden baliabideak optimizatuz.

5.1. Offline komunikazioa

Institutua ikusarazten, koordinatzen eta kokatzen laguntzen duten aurrez aurreko ekintza edo euskarri fisikoko kanal guztiak biltzen ditu.

Ekintza nagusiak:

- Barne-bilerak eta langile propioentzako, atxikientzako eta laguntzaileentzako informazio-saioak.
- Topaketak beste BIO institutu batzuekin (Biogipuzkoa, Bioaraba, Biobizkaia, BIOEF), elkarrekin lan egiteko eta proiektuak koordinatzeko.
- Ekitaldietan parte hartzea eta ekitaldiak antolatzea: biltzarrak, zientzia jardunaldiak, tailer praktikoak, sektoreko azokak eta hitzaldiak.
- Inprimatutako materialak: liburuxkak, kartelak, urteko txostenak, txosten exekutiboak eta aurkezpen instituzionalak.
- Tailerrak eta aurrez aurreko ekintzak paziente elkartekin, herritar taldekin eta hirugarren sektorearekin batera lan eginez.

5.2. Online komunikazioa

Erakundearen kanpo-irudia, emaitzen hedapena eta xede-publikoekiko interakzioa indartzen duten kanal eta ekintza digital guztiak biltzen ditu.

Ekintza nagusiak:

- Erakundearen web-orrialdea: hilero eguneratua albiste, emaitza, ekitaldi eta baliabide interesgarriak gehituz. SEO optimizazioa eta transferitu daitezkeen edukietan arreta jartzea.
- Sare sozialak:
 - LinkedIn: aldizkako argitalpenak, ekitaldiak, erakunde laguntzaileekin elkarri eragitea, lorpenak hedatzea.
 - YouTube: hitzaldi, elkarrizketa eta bideo artxiboa.

- Buletin elektronikoa: langile propioei eta laguntzaileei hiru hilean behin bidaltzea, albiste nabarmenak, agenda eta elkarrizketak barne dituela.
- Material digitalak zabaltzea: infografiak, prentsa-oharrak, laburpen exekutiboak eta gaikako kanpainak.
- Lankidetzeta-plataformetan parte hartzea: datu irekiak, zientzia-foroak eta ikerketa-sareak.

5.3. Erakundeen arteko harremanak eta ezagutzaren transferentzia

Harremanak indartzeko, ezagutza transferitzeko eta zientzia gizarteari hurbiltzeko jarduerak biltzen ditu.

Ekintza nagusiak:

- BIOEFekin, Osakidetzarekin, Osasun sailarekin eta beste institutu batzuekin estrategikoki elkartzea, albisteak eta proiektuak modu koordinatuan zabaltzeko.
- Komunikabideekin lan egitea: prentsa-oharrak, elkarrizketak eta hedabideentzako materialak egitea eta bidaltzea.
- Ekimen ezagunetan parte hartzea: Jakindari, Emakumeak Zientzan (11F), EITB Maratoia, Zientzia Astea (EHU), mundu mailako egunak.
- Ezagutza zabaltzeko ekintzak: Naukas edo TED Talks moduko hitzaldiak, tailer praktikoak, jardunaldi irekiak eta herritarren zientzia kanpainak.
- Paziente elkarrekin, ikastetxeekin eta hirugarren sektoreko erakundeekin lan egitea, parte hartzeko eta sentsibilizatzeko jarduerak egiteko.

Ekintza plana sei hilean behin berrikusiko da, ekainean eta abenduan, sortzen ari diren beharretara egokitzeko, ekintzen eragina ebaluatzeko eta zuzendaritzaren jarraibideak jasotzeko.

Plana estrategikoa eta malgua denez, ez da kronograma itxi bat ezartzen; ekintzak jarraipen-ziklo bakoitzean antzemandako aurrerapenen eta beharren arabera egokitu eta lehenetsiko dira.

6. Komunikazio inklusiboa

Biosistemak Institutuak genero ikuspegia eta komunikazio inklusiboa zeharka integratzen ditu bere komunikazio estrategian, [bere 2022-2026 Berdintasun Planaren](#), [Euskal Autonomia Erkidegoko Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako 4/2005 Legearen](#) eta nazioarteko jarraibideei jarraikiz. Horren ondorioz, ekintza zehatzak egiten dira erakundearen mezu guztiak berdinzaleak eta eskuragarriak direla eta aniztasuna errespetatzen dutela bermatzeko.

CHECKLIST KOMUNIKAZIO INKLUSIBOA

- ☐ Hizkuntza argia, sinplea eta neutroa erabili.
- ☐ Termino inklusiboak aukeratu eta estereotipoak saihestu.
- ☐ Aniztasuna irudietan eta adibideetan irudikatu.
- ☐ Irisgarritasuna lehenetsi (azpтитuluak, formatuak, testuak).
- ☐ Errespetuzko eta diskriminaziorik gabeko mezuak bermatu.
- ☐ Forma bikoitzak txandakatu edo generikoak erabili.
- ☐ Ezberdintasun kulturalak eta testuinguruak kontuan hartu.
- ☐ Pertsona guztiek parte hartzea eta iritzia ematea bultzatu.

Ekintzarako lehentasunezko lerroak hauek dira:

1. Hizkuntza eta irudikapen inklusiboa

Hizkuntza inklusiboa funtsezko tresna da nortasun aniztasuna onartu eta ikusarazteko eta genero, adin, jatorri edo izaeraren alborapenak saihesteko. Hizkuntza hori erabiltzeak kultura aldatzea dakar mezuak transmititzeko moduan, testuinguru bakoitzera egokitutako baliabide praktikoetan oinarrituta.

Komunikazio inklusiboko jardunbide egokiak:

- Hizkuntza argia eta erraza erabili, teknizismoak, jergak edo esaldi konplexuak saihestuz. Ahal bada, erabilera komuneko hitzak eta mezu zuzenak erabili, ulermena errazteko.
- Pertsonak zuzenbideko subjektu gisa hartu, adibidez, “desgaitasuna duten pertsonak” erabiliz, “desgaituak” erabili beharrean.
- Genero, adin, jatorri, sexu-orientazio edo gaitasun rola kopiatzen dituzten estereotipoak eta orokortzeak saihestu. Adibideetan, irudietan eta adierazpenetan benetako aniztasuna erakutsi.
- Errespetuzko eta diskriminaziorik gabeko hizkera erabili, iraingarriak edo baztertzailleak izan daitezkeen terminoak ordezkatzuz.
- Forma bikoitz edo generiko errealak erabili.
- Edukien irisgarritasuna bermatu, bideoetan azpтитuluak, audiodeskribapena eta audioen eta podcast-en transkripzioak erabiliz, formatu irisgarriak erabiliz eta web erabilerraztasunerako estandarrak betez.
- Hitzik gabeko komunikazioa berrikusi, genero, adin, etnia, sexu-orientazio eta desgaitasun aniztasuna islatzen duten irudiak, bideoak eta grafikoak aukeratuz, eta ikusizko estereotipoak saihestuz.
- Sentsibiltate kulturala izan, desberdintasun kulturalak kontuan hartuta eta hainbat testuingurutan desegokiak diren adierazpen, keinu edo adibideak saihestuta.
- Harremanak eta elkarlana islatu, beste erakunde, komunitate eta taldeekin batera egindako lana ikusaraziz.
- Irakurketa erraza eta diseinu unibertsala sustatu, testuetan esaldi laburrak, zerrendak, izenburu argiak eta ulermena erraztuko duten ikusizko baliabideak sartuz.

2. Berdintasun-ekimenetan aktiboki parte hartzea

Institutuak ekimen hauetan parte hartuko du eta bere ikusgarritasuna indartuko du:

- O11 (Emakumearen eta Neskatoaren Nazioarteko Eguna Zientzian), BIOEFekin eta beste institutu batzuekin batera ekintzak koordinatuz.

- Emakunderen kanpaina instituzionalak, hala nola M8koan (Emakumearen Nazioarteko Eguna). <https://www.emakunde.euskadi.eus/hasiera/>
- **Emakumeak Zientzan** bezalako programak, eta bokazio zientifikoak eta emakumeen lidergoa sustatzeko beste ekimen batzuk.

3. Egiturazko neurriak

Ikuspegi inklusiboaren eta genero-ikuspegiaren eraginkortasuna ziurtatzeko, honako hauek ezarriko dira:

- Komunikazio ez-sexistari eta inklusiboari buruzko sentsibilizazio-saioak urtero langile guztientzat.
- Sexu-erasoen aurkako protokoloa, jada ezarrita, indarkeriarik gabeko gune seguruak bermatzen dituen.
- Hizkuntza inklusiboaren eskuliburu praktikoa: erakunde barnean ikertzaileek erabiltzeko, gida, artikulak, aurkezpenak eta komunikazio-materialak idazten laguntzeko. Gaur egun idazten ari da.

Ekintza horiei esker, Institutua erreferentzia izango da zientzia-osasun arloko komunikazio inklusiboan, haren komunikazioek aniztasuna islatzen dutela, emakumeen lidergoa ikusarazten dutela eta nazioarteko estandar gorenak betetzen dituztela bermatuz.

7. Ebaluazioa eta adierazleak

Komunikazio-planaren ebaluazioa Komunikazio sailak koordinatuko du, zuzendaritzarekin batera, sei hilean behin (ekainean eta abenduan) egingo diren bileretan. Helburua jarraipen eraginkorra egitea, etengabe hobetzea eta erakundearen helburuekin bat etortzea da, planaren bost helburu estrategikoekin lotutako adierazle argi eta praktikoen bidez.

Ebaluazio eta jarraipen prozesua



Helburuen eta funtsezko adierazleen arteko erlazioa

Helburu estrategikoa	Funtsezko adierazleak
1. Lidergo zientifikoa eta ikerketaren ikusgarritasuna handitu	- Komunikabideetan agertutako aldi kopurua - Zientzia ekitaldietan parte hartzea
2. Interneten gehiago agertu eta emaitzen hedapena indartu	- Erakundearen webgunera egindako bisita kopurua - LinkedIn-en dituen jarraitzaile kopurua
3. BIO ekosisteman integrazioa eta lidergoa sustatu	- Beste BIO zentrokekin batera egindako lan kopurua

Helburu estrategikoa	Funtsezko adierazleak
4. Ikertzaileak ikusarazi eta talentua erakarri	- Buletinetan argitaratutako elkarriketa kopurua - Lanpostu hutsak betetzeko jasotako hautagai kopurua
5. Zientzia herritarrei hurbildu	- Dibulgazio-jardueretan parte hartzea - Jardunaldi irekietan edo tailerretan parte hartzea

Ebaluatze metodoa

- Komunikazio-ekintza guztiak sistematikoki erregistratu (web-edukiak, sare sozialak, agerraldiak hedabideetan, ekitaldiak, lankidetzak, buletinak, etab.).
- Emaizak adierazle kuantitatiboen eta kualitatiboen bidez aztertu, helburu estrategikoen arabera multzokatuta.
- Sei hilean behin aurrerapenak eta erronkak berrikusi, eta aldi bakoitzerako adierazlerik garrantzitsuenak lehenetsi.
- Emaizak urteko Zientzia-txostenean eta Institutuaren etengabeko hobekuntzako prozesuetan sartu.

Berrikusteko eta hobetzeko prozesua

- *Sei hilean behingo berrikuspena*: Komunikazio sailak eta Zuzendaritzak funtsezko adierazleak eta ekintzen erregistroa aztertuko dituzte, aurrerapenak, zailtasunak eta egin beharreko doikuntzak aurkituz.
- *Lehenespena*: Berrikuspen bakoitzean ahaleginak egokitu ahal izango da, aldiko helburuen eta beharren arabera.
- *Etengabeko hobekuntza*: Hobetu behar diren arloak zehaztuko dira eta emaitzak eta Institutuaren Plan Estrategikoa kontuan izanda, komunikazio-estrategiak aldatuko dira.

8. Estilo gida azkarra

Atal honetan funtsezko jarraibideak agertzen dira erakundearen argitalpenen itxura eta komunikazioa koherentea izan dadin, BIO 2023 Estilo Eskuliburua jarraituz (barne sarean eskuragarri).

Irudiaren nortasuna

- *Biosistemak logotipoa*
Beti Biosistemak logotipoaren bertsio ofiziala erabili.



Institutuaren dokumentu, aurkezpen, kartel eta material digital edo inprimatu guztien azalean edo goiburuan jarri.

- *Erakunde ezberdinen logotipoak batera*
Erakundearen materialetan eta proiektu propioetan, Biosistemak logoarekin batera honako hauek agertu behar dira, orden honetan: Osakidetza, BIO Eusko Jaurlaritzaren Osasun saila, EHU.



Dokumentuen, aurkezpenen eta zabalkunderako materialen azalean, orri-
oinean edo kreditu atalean jarri.

- *Europako proiektuak*

Europar Batasunak finantzaturako edo batera finantzaturako proiektuetan,
nahitaezkoa da honako hauek gehitzea:

- Europar Batasunaren enblema ofiziala ("EBk finantzatua/ batera finantzatua"), Europako ikusgarritasun-araudiari jarraituz.
- Gainerako logoak (Biosistemak, BIO, Osakidetza, Saila, EHU) deialdiak eskatutako ordenan eta formatuan agertu behar dira.



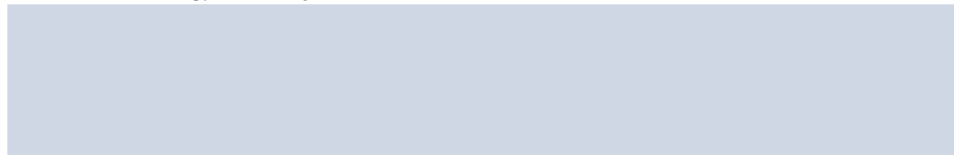
**Co-funded by
the European Union**

EBren ikurra azalaren, orri-oinaren edo proiektua ezagutarazteko materialen
(webgunea, posterrak, aurkezpenak) leku nabarmen batean jarri.

- *Kolore paleta*

Urdin korporatiboa erabili (Pantone 642/#DADEE9) Osakidetza urdinarekin
batera
(Pantone 273/# 402182).

AZUL BIO, BIOEF, Biobizkaia, Biogipuzkoa, Bioaraba y Biosistemak



Pantone 642
16C 10M 3Y 0K
218R 222G 233B
#dadee9

AZUL OSAKIDETZA

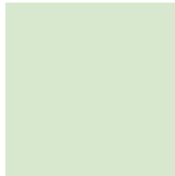


Pantone 273

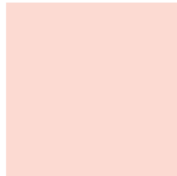
100C 96M 0Y 8K

40R 33G 130B

Kolore osagarrien paleta:



10C 0M 16Y 5K
226R 234G 215B
#e2ead7



0C 15M 10Y 0K
247R 225G 220B
#f7e1dc



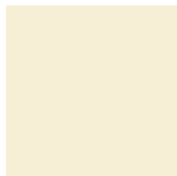
0C 5M 20Y 0K
253R 243G 213B
#fdf3d5



5C 5M 5Y 10K
224R 223G 222B
#e0dfde



0C 16M 4Y 0K
244R 222G 228B
#f4dee4



0C 3M 13Y 3K
247R 241G 221B
#f7f1dd



0C 12M 15Y 0K
246R 228G 212B
#f6e4d4

- *Tipografia:* Avenir (Light, Roman, Medium) lehenetsi. Arial (Regular, Bold) barne-dokumentuetarako bakarrik erabili, Avenir eskuragarri ez badago.

Hizkera eta edukia

- *Estiloa:* Hizkuntza argia, profesionala eta inklusiboa. Alferrikako teknizismoak saihestu. Osasun sistemekin, ikerketa aplikatuarekin eta berrikuntzarekin zerikusia duten gaiak lehenetsi.
- *Hizkuntza politika:*
 - Diseinuetan, euskara goiko/ezkerreko lekuan.
 - Webgunea: euskara + gaztelania + ingelesa.

- LinkedIn: euskara + gaztelania (tokiko proiektuak) edo gaztelania + ingelesa (nazioartekoak).

Formatu digitalak

- Webgunea/Newsletter: Ikus-hierarkia argia, Avenir edo Arial erabiliz.
- Sare sozialak:
 - 1-2 hashtag garrantzitsu argitalpen bakoitzeko (#SaludPública #InvestigaciónSanitaria #OsasunIkerketa #OsasunPublikoa).
 - Gehienez 2 emotikono post bakoitzeko.
 - Multimedia irigarritasuna (bideoetan azpigituluak).

Baliabide praktikoak

- *Eskuragarri dauden materialak*
 - Eskuliburu osoa eta baliabide grafikoak hemen:
V:\NAS_Comunicacion\08.- Material Gráfico\Material Corporativo Vigente
 - Aurkezpenetarako eta dokumentuetarako txantilo estandarizatuak.
 - Institutuaren ikus-infografia, Biosistemak zer den eta zer egiten dugun argi eta garbi erakusten duena; karpeta berean dago.
 - Biosistemak Institutuaren aurkezpena PPT formatuan, kanpoko bilera, ekitaldi edo aurkezpenetan erabiltzeko; adierazitako karpetan ere.

Zehaztapen tekniko zehatzetarako (marjinak, logo tamainak, proportzioak, etab.), ikusi beti BIO 2023 Estilo Eskuliburua.

9. Glosarioa

Irisgarritasuna: Edukiak pertsona guztiek, desgaitasuna dutenek barne, ulertzeko eta erabiltzeko modukoak izatea bermatzen duen printzipioa.

AMIA analisia: Erakunde edo proiektu baten indarguneak, aukerak, ahuleziak eta mehatxuak zehazten dituen tresna estrategikoa.

Benchmarking: Praktikak, emaitzak eta estrategiak sektoreko beste erakunde batzuekin konparatzeko prozesua, jardunbide egokiak eta hobetzeko arloak zehazteko.

BIOEF: Berrikuntza + Ikerketa + Osasuna Eusko Fundazioa Euskadin osasun arloko ikerketa eta berrikuntza bultzatzen ditu.

Komunikazioa: Hainbat publikoren aurrean erakunde baten jarduerak eta emaitzak ezagutarazteko eta ikusarazteko prozesu planifikatua, egokitutako mezuak eta zenbait kanal erabilia. Ikerketan, publiko aditura eta orokorrera heldu nahi du.

Barne-komunikazioa: Erakundeko langileentzako ekintza eta kanal multzoa, barne-jarduerari buruzko informazioa emateko, motibatze eta koordinatzeko.

Eusko Jaurlaritzaren Osasun saila: Euskadiko osasun politikez arduratzen den autonomia-administrazioaren organoa.

Hedapena: Informazio edo emaitza zientifikoak publiko zabalera ematea, aditua ez den publiko batentzako eta mezua egokitu gabe. Aurrerapenak ahalik eta pertsona gehienei ezagutaraztea du helburu.

Zabalkuntza: Emaitza zientifikoak publiko adituarekin partekatzea (ikertzaileak, arduradun politikoak, industria), mezua eta kanalak entzule bakoitzera egokituz ezagutzaren transferentzia maximizatzeko.

Dibulgazioa (zientifikoa): Zientzia herritarrengana hurbiltzeko ekintzak, hizkuntza ulergarria eta publiko ez-adituari egokitutako formatuak erabiliz. Kultura zientifikoa eta gizarteak ikerketarako duen interesa hobetu nahi du.

Engagement: Erakundearen eta bere komunitatearen artean kanal digitaletan sortzen den elkarreragin, partaidetza eta konpromiso maila, batez ere sare sozialetan.

Carlos III Osasun Institutua (ISCIII): Osasun ikerketa egiten duen erakunde publikoa, Espainiako Gobernuaren mende.

Sektoreko jardunaldiak: Sektore zehatz bateko langile eta erakundeentzako bilerak, aurrerapenak partekatzeko, erronkak eztabaidatzeko eta elkarlana sustatzeko.

Osasun Ministerioa: Estatuko osasun-politikaz arduratzen den Espainiako Gobernuaren erakundea.

Gobernu organoak: Institutuan, gainbegiratzeaz, kudeatzeaz eta kontrolatzeaz arduratzen diren barne-egiturak, estatutuetan arautuak.

Osakidetza: Euskal Osasun Zerbitzua, Euskal Autonomia Erkidegoko osasun publikoaren kudeaketaz arduratzen den erakunde publikoa.

Publiko ez-jakina / publiko ez-aditua: Arlo zientifiko edo tekniko batean heziketa zehatzik ez duten pertsonak; dibulgazioaren eta komunikazioaren hartzaile nagusiak.

Ezagutzaren transferentzia: Ikerketaren emaitzak lanean, politika publikoetan eta gizartearen zabaltzeko eta erabiltzeko prozesua.

EHU: Euskal Herriko Unibertsitatea / Universidad del País Vasco.

10. Eranskina

Biosistemak Institutuko komunikazioari eta zabalkuntzari buruzko inkesta

Galdera-sorta honen helburua Institutuan egiten diren komunikazio eta zabalkuntza ekintzei buruz duzun iritzia jasotzea da; barruan (langileen artean) zein kanpoan (herritarrentzako eta beste erakunde batzuentzako) egiten diren ekintzak.

Zure erantzunen bidez, gure komunikazioa hobetzeko sendotu behar ditugun indarguneak, gainditu behar ditugun ahuleziak eta aprobetxatu behar ditugun aukerak zehaztu nahi ditugu. Informazio horri esker, komunikazio plan eraginkorragoa diseinatu ahal izango dugu, eta Institutuaren benetako beharretara egokitua.

Zure erantzunak anonimoak eta konfidentzialak izango dira. Inkesta laburra da eta ez duzu 5 minutu baino gehiago beharko.

Eskerrik asko zure laguntzagatik!

Erantzuteko jarraibideak

Jarraian, Biosistemak Institutuaren komunikazioaren hainbat alderdiri buruzko baieztapenak aurkituko dituzu. Mesedez, baloratu bakoitza zure adostasun mailaren arabera, eskala hau erabiliz:

- 1 = Ez nago batere ados
- 2 = Ez nago ados
- 3 = Ez ados eta ezta kontrakoa ere
- 4 = Ados nago
- 5 = Guztiz ados nago

Komunikazio ekintzak

1. Biosistemak Institutuaren irudia ezaguna da eta ondo bereizten da Euskadiko osasun-ekosistemaren eta osasun-ikerkuntza arloaren barruan.
2. Komunikazio sailak argi eta egoki jakinarazten ditu Institutuaren ekintzak, lorpenak eta berriak.
3. Institutuaren ikerketaren emaitzak eraginkortasunez jakinarazten zaizkio komunitate zientifikoari (unibertsitateak, ikerketa-zentroak, elkarteak, etab.).
4. Osasun sistemako langileek (Osakidetza, Osasun saila, BIO institutuak...) Institutuaren lana ezagutzen dute.
5. Euskal gizarteak Institutuak osasun-sisteman egiten duen lana eta bertan duen eragina ezagutzen du.

6. Institutuak erabiltzen dituen kanpo-komunikazioko kanalak (webgunea, sare sozialak, prentsa-oharrak) eraginkorrak dira bere ikerketa-jarduera zabaltzeko.

Gaitasunak eta baliabideak

7. Institutuko langileek beren lana eraginkortasunez komunikatzeko tresnak eta baliabideak dituzte (programak, txantiloak, laguntza-materialak, prestakuntza, etab.).
8. Langileek aktiboki parte hartzen dute komunikazio ekintzetan eta ezagutza zabaltzeko jardueretan (hitzaldiak, jardunaldiak, mintegiak...).
9. Institutua aurrera egiten ari da bere ikerketa-lana zabaltzeko, eta pertsona gehiagorengana iristeko (langileak, pazienteak, herritarrak...).

Zientzia ezagutza zabaltzea

10. Institutuak teknologia eta formatu berriak erabiltzen ditu (bideoak, podcast-ak, infografiak, etab.) komunikazioa eta ezagutzaren zabalkuntza hobetzeko.
11. Institutuak bere ikusgarritasuna areagotuko luketen beste eragile batzuekin (unibertsitateak, hedabideak, elkarteak, etab.) lankidetzak berriak ezartzeko ahalmena duela badaki.
12. Institutuaren dibulgazio-jarduerak herritarren interesarekin bat datoza, eta, horri esker, ikusgaitasun handiagoa ematen zaio Institutuaren ikerketa lanari.
13. Institutuak ekitaldi eta gune garrantzitsuetan parte hartzen du (biltzarrak, jardunaldiak, azokak, bilerak eta dibulgazio-jarduerak), bere lana ezagutarazteko.

Beste jarduera interesgarri batzuk

14. Zure ustez, Institutuaren komunikazioaren zer alderdik funtzionatzen dute bereziki ondo? (Adibidez, erabilitako kanalak, taldeen arteko lana, sare sozialetan agertzea, komunikabideekin duen harremana, ezagutza zabaltzeko ekintzak, etab.)
15. Biosistemak Institutuaren komunikazio sailak kontuan hartu beharko lukeen iradokizunik baduzu?