



**VALENCIA PARQUE CENTRAL**

## **PLAN DE COMUNICACIÓN**

### **1. INTRODUCCIÓN.**

Desde principios de 2005 ha habido una demanda de información ocasional pero relevante acerca de la Actuación Valencia Parque Central.

Hasta el momento, las solicitudes de medios de comunicación, de agentes sociales como asociaciones ciudadanas, y de instituciones como la Cámara de Comercio de Valencia han sido redirigidas a las entidades firmantes del Convenio y presentes en el consejo de administración. En algunos casos se ha delegado en la sociedad la atención de la solicitud.

En los próximos años se intensificará la demanda de información relativa a la Actuación Valencia Parque Central.

Se prevé que dentro de este año se aprueben los proyectos de Nudo Sur, CTT de Ancho Ibérico, Canal de Acceso y Nueva Estación Central.

También debiera producirse el encargo, concurso mediante o no, del proyecto de urbanización de todo el ámbito para su ejecución por partes desde 2008 o 2009 en adelante.

Conforme se aprueben los proyectos ferroviarios y urbanísticos y se pongan en ejecución será necesario atender una amplia demanda informativa de los medios de comunicación social, de asociaciones ciudadanas y de afectados y de otras administraciones públicas y empresas. Así es presumible que se precise al menos:

- a) Atender la demanda informativa procedente de los medios de comunicación.
- b) Emanar comunicaciones relativas a los servicios públicos que puedan quedar transitoriamente afectados como consecuencia de la ejecución de algunas unidades de obra.
- c) Atender la demanda de información por parte de autoridades y empleados de otras administraciones públicas y de agentes y profesionales del sector, en el cada vez más frecuente "benchmarking" o búsqueda de buenas prácticas.

Además, dado el carácter extraordinario de la actuación en la ciudad de Valencia, debieran considerarse otras demandas de información como:

- d) La "conmemorativa", formada por aquellas personas e instituciones que estarían interesadas en la síntesis, épica y recapitulación de las obras, y
- e) La de las universidades cuyos alumnos de arquitectura e ingeniería estarían interesados en disponer de material audiovisual de estudio del caso, destacando las actividades de mayor interés técnico.

Para atender adecuadamente esta demanda informativa se considera conveniente el establecimiento de un Plan de Comunicación.

### **2. EL PLAN DE COMUNICACIÓN.**

El plan de comunicación es el documento que establece la política comunicativa que seguirá Valencia Parque Central a la hora de atender aquella demanda informativa.

El Plan identifica los criterios generales, los objetivos, los destinatarios, los medios y la estimación de presupuesto para llevar a cabo la labor de comunicación.

### **3. CRITERIOS GENERALES DE COMUNICACIÓN.**

Valencia Parque Central seguirá una política de comunicación basada en:

- a) Los hechos reales.
- b) La satisfacción del interés informativo del público por la Actuación Parque Central.
- c) La no sustitución ni competencia con la política de comunicación de las instituciones presentes en el Consejo de Administración.
- d) La idea de "Dación de cuentas" al público e instituciones civiles y económicas de la ciudad de Valencia y, en su caso, de la Comunidad Valenciana.
- e) Contribuir a la buena imagen de la ciudad de Valencia, del ferrocarril y del transporte público.

### **4. OBJETIVOS GENERALES.**

Los objetivos generales de la comunicación son:

- a) Lograr un amplio grado de conocimiento de la actuación por parte de los ciudadanos de Valencia, usuarios del ferrocarril e instituciones.
- b) Alcanzar la comprensión y predisposición favorable de los afectados ante las molestias e incidencias de servicios que puedan ocasionar la ejecución de las obras.
- c) Contribuir, junto a las iniciativas de comunicación que despliegue la correspondiente institución, a la percepción de logro de los objetivos de los Planes Estratégicos de Valencia, del ADIF, de RENFE Operadora y del Plan de Infraestructuras Estratégicas de la Comunidad.
- d) Lograr y mantener una buena reputación de la sociedad que facilite sus relaciones con las asociaciones cívicas, instituciones, empresas y entidades financieras.

### **5. DESTINATARIOS DE LA COMUNICACIÓN.**

Los destinatarios principales de la comunicación son:

- a) Los ciudadanos de Valencia.
- b) Los usuarios de ferrocarril.
- c) Los afectados potenciales por incidencias de la ejecución de las obras.
- d) Las instituciones políticas, cívicas, económicas y sociales de la ciudad y de la Comunidad.
- e) Los profesores y estudiantes de arquitectura e ingeniería de las universidades.
- f) Las autoridades y funcionarios de otras administraciones públicas con proyectos similares en ciernes.
- g) Los consultores profesionales y las empresas constructoras con proyectos similares en cartera.

### **6. ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN.**

Las posibles actividades de comunicación son numerosas. Entre ellas cabe señalar:

- a) Las propias de un gabinete de comunicación tales como atender peticiones de información de los propios medios; difundir notas de prensa, anuncios de incidencias etc. etc.
- b) Las que se pueden concentrar en un Centro de Información del Proyecto susceptible de instalarse en el vestíbulo de la Estación del Norte.

- c) Las que se pueden realizar mediante el mantenimiento y desarrollo de una página web y los correspondientes servicios interactivos conexos.
- d) Eventos especiales que pudieran organizarse con motivo de algún hito importante: presentación de proyectos, visitas de obra, inauguraciones, ...
- e) La edición de un libro-reportaje conmemorativo, con amplio contenido gráfico.
- f) La producción de documentales y audiovisuales.
- g) El patrocinio de alguna actividad ciudadana que tenga lugar en las partes de Parque Central que vaya abriéndose al público, hasta su finalización completa.

#### **6.a. GABINETE DE COMUNICACIÓN.**

Entre las actividades que puede desempeñar un Gabinete de Comunicación están:

- La atención a peticiones de información de los medios, aclaraciones, confirmaciones, etc. etc..
- La elaboración de notas de prensa con las que dar información de los acuerdos del Consejo de Administración y de su desarrollo, de la Memoria Anual, etc. etc..
- La organización de ruedas de prensa con motivo de las reuniones del Consejo o sus comisiones y grupos de trabajo.
- La elaboración de reportajes acerca del avance de los proyectos y obras.
- La organización de visitas de medios de comunicación a la zona de obras.
- La organización de entrevistas con los miembros del Consejo y Director.

Por la moderada frecuencia de estas actividades y por su concentración en el tiempo parece que la mejor opción es externalizar este servicio.

#### **6.b. CENTRO DE INFORMACIÓN AL CIUDADANO.**

Es cada vez más frecuente en los proyectos y, en particular, en los de grandes infraestructuras en zonas urbanas la difusión del proyecto a los ciudadanos y a los usuarios de la infraestructura en cuestión a través de un Centro de Información.

Estos centros de información reúnen en un espacio delimitado más o menos diáfano varios elementos como audiovisuales, paneles y maquetas que relacionados procuran dar una visión general de las finalidades y principales características de las obras que se llevan a cabo.

Se considera que es interesante constituir un "stand" ubicado en el vestíbulo de la Estación del Norte.

#### **6.c. PÁGINA WEB Y SERVICIOS INTERACTIVOS CONEXOS.**

El interés de una página web es hoy en día el de sus servicios interactivos. La posibilidad de obtener documentos escritos, gráficos, videos, presentar propuestas y ofertas (de provisión o de contratación por ejemplo), recabar aclaraciones, transmitir acontecimientos en vivo, etc. son los elementos de interés de un medio como Internet. La página web como folleto en pantalla es ya insuficiente.

Se considera conveniente dotarse de una página web interactiva que represente el archivo de todos los documentos que puedan darse a conocer al público acerca de la actividad de la sociedad y del avance de la Actuación.

#### **6.d. EVENTOS ESPECIALES.**

A lo largo del desarrollo de la Actuación, se producirán hitos importantes, tales como:

- La aprobación del proyecto de la Estación Central.
- La aprobación del proyecto de urbanización del Parque.

- Momentos significativos del avance de obras.
- Final de obras y puesta en servicio.

Estos hitos pueden constituir actos significativos que organizar en materia de relaciones públicas y difusión a los medios con todo lo que significa el concepto de evento.

#### **6.e. LIBRO REPORTAJE CONMEMORATIVO.**

Parece imprescindible que una gran actuación como ésta merezca una publicación conmemorativa de calidad y con profusión de imágenes.

#### **6.f. PRODUCCIÓN DE DOCUMENTALES.**

Se considera que una actuación pública de tal trascendencia para la ciudad merece ser objeto de dos clases de documentales del tipo, por ejemplo "*Megaconstrucciones*" de National Geographic o los "*making off*" de las películas.

Uno destinado al público en general en el que se enfatice los objetivos generales y actividades principales así como el proceso de desarrollo de la actividad.

Otro destinado a constituirse en material docente de las escuelas de arquitectura e ingeniería de las universidades, en el que se enfatice los aspectos profesionales, técnicos y constructivos característicos y especiales de las obras.

Subproductos de estos documentales podrían constituir otras acciones de comunicación ya sea enfocadas al público en general, a los usuarios del ferrocarril o a los profesionales y empresas constructoras.

#### **6.g. ACTIVIDADES DE PATROCINIO.**

Supuesta la apertura al público de una o varias partes del Parque Central, en coexistencia con la continuidad de las obras ferroviarias de la estación o del canal de acceso, cabe la posibilidad de patrocinar modestamente actividades municipales o ciudadanas en Fallas, Día Mundial del Medio Ambiente, Día del Árbol etc. etc.

### **7. CALENDARIO.**

Se considera que el grueso del Plan de Comunicación tendrá lugar en los próximos cuatro años, sin descartar dos prórrogas anuales adicionales.