

Buenos Aires, 19 de abril 2018

VISTO el Plan de Mejoramiento de la Función I+D+I convenido entre la Subsecretaría de Evaluación Institucional de la Secretaría de Articulación Científica y Tecnológica del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación y la Universidad Tecnológica Nacional y,

CONSIDERANDO:

Que la SCTyP promueve la difusión de los resultados de la investigación y del desarrollo tecnológico realizados en el ámbito de la Universidad Tecnológica Nacional con el fin de proyectar su actividad en el ámbito más amplio posible y documentar internamente la actividad de los investigadores.

Que asimismo comunica interna y externamente los resultados de la investigación y del desarrollo tecnológico a través de distintos canales.

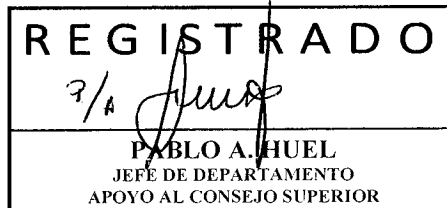
Que se entiende por comunicación de la ciencia al conjunto de procesos comunicativos que se producen tanto en el interior la SCTyP, como desde ésta hacia la comunidad científica y tecnológica más amplia, y hacia la sociedad en general.

Que la divulgación de la ciencia pretende universalizar el conocimiento para que todos puedan acceder a una comprensión cada vez mejor del mundo que nos rodea.

Que es necesario fomentar una política de comunicación de la ciencia y tecnología de la Universidad

Que para ello se elaboró un Programa de Comunicación Interna y Externa.

Que el análisis y la confección de este Programa se focalizó en dos públicos de interés: Comunidad Académica y Sociedad.



Que la propuesta efectuada por la Secretaría de Ciencia, Tecnología y Posgrado ha contemplado recomendaciones del Consejo Asesor.

Que la Comisión de Ciencia, Tecnología y Posgrado aconseja la aprobación de la presente Resolución.

Que el dictado de la medida se efectúa en uso de las atribuciones otorgadas por el Estatuto Universitario.

Por ello;

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el Programa de Comunicación en el ámbito de la Secretaría de Ciencia, Tecnología y Posgrado – SCTyP - cuyos objetivos y líneas de acción se detallan en el ANEXO I que forma parte integrante de la presente Resolución.

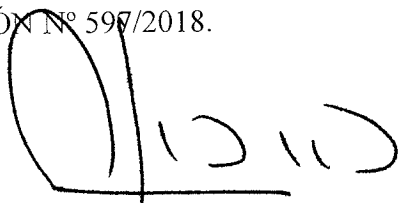
ARTÍCULO 2º.- Encomendar a la Secretaría de Ciencia, Tecnología y Posgrado su implementación y puesta en marcha.


ARTÍCULO 3º.- Implementar las acciones que forman parte de la presente Resolución progresivamente en la medida de la disponibilidad de recursos con que cuente la Universidad.

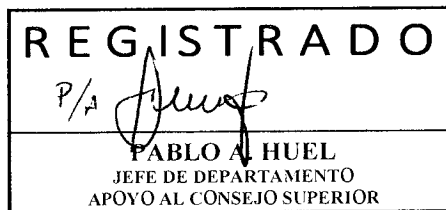
ARTÍCULO 4º.- Regístrese. Comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN Nº 597/2018.

UTN
SC,TyP
SCyT
MMG

  
ING. PABLO ANDRES ROSSO  
Secretario del Consejo Superior

  
ING. HÉCTOR EDUARDO AIASSA  
RECTOR



ANEXO I

RESOLUCIÓN N° 597/2018

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN DE LA  
SECRETARÍA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA Y POSGRADO**

**Objetivos del Programa**

- Articular y aumentar el **nivel de interacción** entre los diferentes ámbitos de Ciencia y Tecnología de las Facultades Regionales y del Rectorado, con el objeto de lograr una **comunicación homogénea y más efectiva**.
- Innovar en la **forma de comunicar** las novedades, tanto de la Secretaría de Ciencia, Tecnología y Posgrado, como de las demás Secretarías y los Centros de I+D de las Facultades Regionales.
- Identificar las diferentes audiencias y actualizar los **canales y tácticas de contacto** con ellas
- Aumentar **confianza en niveles de recomendación y el tráfico** del newsletter ("NotiCien") en las plataformas comunicacionales de la Universidad.
- Desarrollar una **estrategia centralizada de presencia en redes sociales** para optimizar la comunicación de Ciencia y Tecnología.
- Generar **contenidos relevantes** para divulgación y diferenciar estrictamente contenidos de interés para cada tipo de audiencia (alumnado, profesores, investigadores, público en general).

**Propuesta:**

Se propone un **Programa de comunicación interna y externa**, en base al análisis de la situación comunicacional actual: el examen de las herramientas y las vías utilizadas por la Secretaría para la divulgación de las actividades de I+D

Este análisis se desarrolló en dos etapas:

- **Relevamiento + análisis**


Se relevó la información disponible sobre los puntos fundamentales:

**Audiencias clave**

- **Canales de comunicación existentes**
- **Diseño**
- **Contenidos**

1. **Delimitación de problemas + plan de acción**

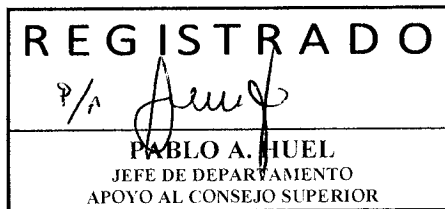
Del análisis se desprendieron las acciones concretas para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

 **Metodología**

Se partió de los siguientes públicos de interés:



Ministerio de Educación  
Universidad Tecnológica Nacional  
Rectorado



**COMUNIDAD ACADÉMICA      SOCIEDAD**

**Comunicación  
Interna**

Para garantizar la difusión del trabajo en torno a I+D entre docentes, estudiantes, investigadores y egresados a nivel interno de la Institución y propiciar una vía efectiva de información para los alumnos interesados en los cursos y convocatorias.

**Comunicación  
Externa**

Para dar a conocer las acciones y resultados en I+D y afianzar el prestigio y posicionamiento de la UTN y sus investigadores a nivel nacional.

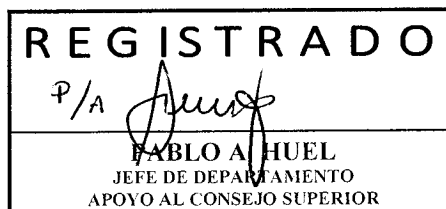
**COMPONENTE I:  
PROPUESTA para la COMUNIDAD ACADÉMICA**

**A.- Relevamiento y análisis**

AUDIENCIAS CLAVE	CANALES DE COMUNICACIÓN EXISTENTES
➤ Estudiantes UTN	➤ Newsletter <i>NotiCien</i>
➤ Docentes	➤ <a href="http://www.utn.edu.ar">www.utn.edu.ar</a>
➤ Investigadores	➤ <a href="http://www.utn.edu.ar/secretarias/scyt/default.utn">www.utn.edu.ar/secretarias/scyt/default.utn</a>
➤ Otras Universidades e Instituciones	➤ Twitter de las FFRRs
➤ Sociedad	➤ Facebook de las FFRRs
	➤ Sistemas de Gestión de Académica de las FFRRs, entre otros.

Actualmente las vías de comunicación de la Secretaría con su audiencia son dos:

- el **newsletter semanal NotiCien**, que llega por correo electrónico a sus suscriptores con novedades relativas a convocatorias, cursos, resoluciones académicas, noticias, artículos, etc.
- el **sitio web institucional de la UTN**, que contiene información variada y conecta a los 32 Centros de I+D de las Facultades Regionales de todo el país.



La Universidad tiene **presencia en las redes sociales** a través de las Facultades Regionales, y es ahí donde detectamos una **OPORTUNIDAD** para llegar de manera más efectiva a las audiencias clave de la Secretaría.

### **B. Delimitación de problemas**

Las actuales vías de comunicación que tiene la Secretaría no resultan totalmente eficientes para transmitir el mensaje al público deseado:

- El **newsletter vía e-mail** no permite alcanzar a aquellos contactos que no están suscriptos, pero que podrían estar interesados en la información de la Secretaría.
- El **sitio web** que alberga el archivo de los NotiCien se encuentra desactualizado y su navegación resulta poco amigable.
- **No hay presencia** de las iniciativas de la Secretaría en **redes sociales**.
- La presencia preponderante en redes sociales es de algunas Facultades Regionales, y abundan los grupos creados por estudiantes para intercambio de información.
- **No existen redes oficiales de la UTN** como institución que articula a 30 facultades regionales.

### **C. Recomendaciones:**

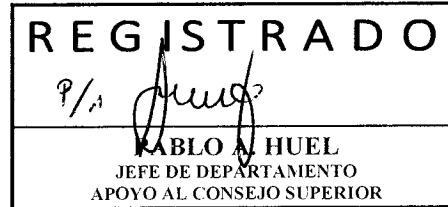
1. Hacer un **relanzamiento de NotiCien**, con nuevo diseño en una plantilla que permita ordenar y hacer más amigable la lectura del newsletter, separando el contenido por audiencias y temas de interés.
2. **Actualizar y rediseñar el sitio <http://sicvt.scyt.rec.utn.edu.ar/>**, para convertirlo en el sitio oficial de consulta para todos aquellos interesados en las novedades de I+D, con información relevante y actualizada. Conectarlo con las redes sociales para que esa información pueda ser compartida y lograr mayor difusión, y crear sinergia con el campus virtual del alumnado.
3. **Crear cuentas oficiales de la Universidad Tecnológica Nacional en redes sociales** (Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn), para lograr transmitir un mensaje unificado como institución educativa federal y lograr reunir toda la información sobre las facultades que hoy se encuentra dispersa.

#### **C.1. Relanzamiento de NotiCien**

- Diseño de nueva plantilla para ordenar y hacer más amigable la lectura del *newsletter*, separando por audiencias y temas de interés



Ministerio de Educación  
Universidad Tecnológica Nacional  
Rectorado



- Se consideró 3 audiencias de interés, a saber:
  - Estudiantes
  - Profesores (UTN y otras universidades)
  - Investigadores
- Se propone la sección **“historias que inspiran”** para divulgar investigaciones, historias de superación, proyectos productivos, mini biografías de personas célebres de la Universidad, experiencias de estudiantes extranjeros, etcétera.
- El objetivo es lograr que el público que recibe el *newsletter*, además tenga un contenido fuera del ámbito técnico y encuentre un espacio de recreación en la lectura, para fomentar el conocimiento e interés sobre la institución y que además actúe como disparador de historias “pensables”
- Si bien el orden y nuevo diseño propuesto es lo que hará que más personas se sientan predispuestas a la lectura de “NotiCien”, la **calidad de contenido** es la que va a determinar que la acción se repita en el tiempo
- Se sugiere que la “historia” **se nutra siempre de una Facultad Regional diferente**, a modo que aumente el nivel de conocimiento entre la comunidad académica.

### C.2. Rediseño de página web

- A favor → la web es muy completa y abarca todos los contenidos relevantes para todas las audiencias.
- Deficiencia → le falta atractivo visual. Aunque lo importante es el contenido, el anzuelo para ingresar y visualizar es la “apariencia”.
- La imagen importa
- La UTN tiene que elevar el perfil y mostrar una imagen fresca, que plasme la idea de modernidad y futuro que inspira el término “Tecnología”.

### C.3. Presencia en redes sociales

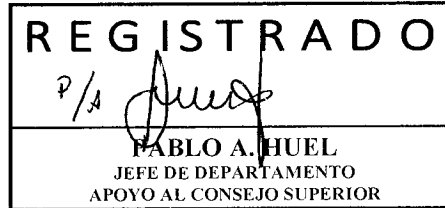
Hoy en día, la comunicación pasa por las redes. Facebook y Twitter reúnen a la comunidad académica de la UTN en diferentes espacios que fueron creados por los mismos estudiantes para generar intercambios relacionados con la universidad.

La Institución debe formar parte de esas conversaciones y facilitar el acceso a la información que este público está buscando.

✓ Hoy Facebook es la plataforma más grande y amigable para difundir todo tipo de contenidos.



Ministerio de Educación  
Universidad Tecnológica Nacional  
Rectorado



- ✓ El objetivo es que la estrategia de comunicación sea orgánica y se alcance cada vez una mayor audiencia, a través de diferentes canales.
- ✓ Lo que se difunde en el newsletter "Noticien", debería también subirse a las páginas oficiales de UTN, tanto en **Facebook** como en **Linkedin**.
- ✓ **Instagram** es una herramienta muy usada sobre todo por público joven y estudiantes. Se recomienda abrir una cuenta oficial de la Universidad (no de la Secretaría), para lograr una comunicación dinámica entre los alumnos de las diferentes Facultades Regionales.
- ✓ **Twitter** es inmediatez. La cuenta debería subir constantemente noticias sobre el mundo científico tecnológico.
- ✓ Es fundamental la contratación de un **Community Manager** que pueda administrar todas las cuentas y alimentarlas constantemente con contenido

#### **Pasos a seguir:**

- Mapeo de posibles seguidores en grupos de estudiantes y profesores a lo largo de todo el país, y en sitios de interés seguidos por la comunidad científica a la que se quiere llegar.
- Sinergia con las cuentas de las Facultades Regionales, que tengan una presencia orgánica en las redes, con una audiencia activa que comparte e intercambia información. Este es el escenario ideal para dar a conocer el nuevo perfil y captar a esos seguidores, invitándolos a compartir con otros contactos y crear una red unificada.
- Construcción de un perfil en C&T que refleje el carácter federal de la institución y logre integrar las voces de sus distintas facultades en este campo.
- Generación e intercambio de contenidos relevantes ("compartir") para mantener una comunicación fluida y actualizada con los "seguidores".

### **COMPONENTE II PROPUESTA para el PÚBLICO EXTERNO**

Independientemente de otras intervenciones complementarias que puedan diseñarse a futuro, se considera prioritario en este plano externo el desarrollo de un **"Plan de relacionamiento con periodistas"**, fundamentado en las siguientes cuestiones:

#### **Necesidades:**

Se considera necesario un mejor acercamiento al periodismo especializado, con encuentros de "relacionamiento" y contenidos relevantes, con periodicidad en los envíos, para elevar el nivel de



Ministerio de Educación  
Universidad Tecnológica Nacional  
Rectorado



conocimiento, tanto de la Secretaría de Ciencia y Técnica en particular, como de la Universidad en general y constituir las en fuente de consulta experta.

Objetivos:

- Generar un canal de comunicación eficaz para posicionar los mensajes claves de la institución en materia de Cy T y de formación de Posgrado. Establecer un vínculo generando relaciones de confianza a largo plazo.
- Lograr un mayor número de contactos por parte de los medios y participaciones en notas como expertos en ciencia & tecnología, interesados en las producciones de la Secretaría.
- Contribuir, a través de la comunicación que produce la SC,T y P. al posicionamiento de la UTN y a elevar el perfil de este ámbito.

#### **PASOS A SEGUIR**

- Definir vocero.
- Articular y coordinar acciones propias y comunes con el área de Prensa de la Universidad.
- Confeccionar mensajes clave y Q&A y entrenar al vocero para la exposición ante la prensa.

#### **MODALIDAD**

- Implementar el plan de relacionamiento a través de encuentros "uno a uno" entre periodistas líderes de opinión y autoridades de la Universidad / Secretaría, en coordinación con el área de Prensa correspondiente.
- Realizar aproximadamente dos encuentros mensuales, sujetos a la agenda de las autoridades y de los periodistas seleccionados.
- Considerar las áreas de Ciencia y Tecnología y de formación de posgrado, en tantos campos propios de acción de la Secretaría.