



Propuesta para dejar una
huella desde

LA COMUNICACIÓN

Introducción

“Planificar no es otra cosa que el intento del hombre por crear su futuro y no ser arrastrado por los hechos”

Carlos Matus

Como explica la cita superior, la planificación permite `prever` el curso que tomará una organización en el transcurso del tiempo; esta premisa da valor al orden de las acciones que se proyectan, por ello dentro de esta instancia de propuesta se contempla la posibilidad de incidir sobre la dimensión comunicacional del SEDICI.

Destacar la perspectiva es fundamental para entender el horizonte hacia donde se encaminan las acciones de comunicación de las ciencias a nivel global; y también porque desarrollar la comunicación ayuda a maximizar los resultados, siempre que las áreas se coordinen en función de no repetir tareas y esfuerzos. He aquí el mayor valor de construir un plan que encamine las acciones del SEDICI, pero sobre todo que promueva sus servicios a las dependencias de la Universidad Nacional de La Plata.

Esta propuesta contiene: las fortalezas que he encontrado en el SEDICI, como así también los aspectos que deberían modificarse; una fundamentación de la propuesta (el para qué de la planificación), junto a los beneficios de la misma; y la descripción de los objetivos, los cuales representan aquello que se persigue. Estos objetivos se dividen en uno general y una serie de objetivos específicos, que contribuyen al general. Los

objetivos específicos se traducen en las líneas estratégicas o acciones que veremos más adelante.

Luego serán revisados los destinatarios a quienes está dirigida la propuesta. Finalmente nos introduciremos en el desarrollo de los ejes estratégicos, para explicar los núcleos o dimensiones que pueden desarrollarse y fortalecerse en torno a la comunicación.

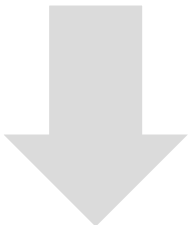
Vale la pena mencionar que todo lo propuesto en este trabajo busca mejorar la comunicación y visibilización institucional del SEDICI, el cual mediante la gestión y el cruce de opiniones -y sugerencias- por parte de sus miembros, puede alterarse o ampliarse, como suele ocurrir en toda planificación, siempre están sujetas a cambios y transformaciones de su planteo original.

Fortalezas



- + Reconocimiento y valor al desarrollo de la comunicación.
- + Alta predisposición y proactividad de los miembros a la implementación de un plan de comunicación.
- + Adaptabilidad a los cambios.
- + Reconocimiento de sus propias limitaciones.
- + Propensión a la participación.

Debilidades



- ⌋ Informalidad en las relaciones con las áreas de la Universidad y otras dependencias.
- ⌋ Ausencia de equipo y plan de comunicación.
- ⌋ Carencia de difusión de los proyectos que se realizan.
- ⌋ Escasez de representación y reconocimiento institucional.

¿Para qué un Plan?

Luego del trabajo de investigación se ha podido conocer la necesidad de desarrollar la comunicación y de construir un equipo y un espacio de comunicación orientado al desarrollo de la misma. Frente a esta premisa, se entiende que los planificadores en comunicación nos esforzamos por contribuir en los procesos comunicacionales de las organizaciones para las que trabajamos, de forma tal que nuestra labor beneficie y optimice el clima organizacional.

Cuáles serían los beneficios:

- › Incremento de la información científico cultural.
- › Fortalecimiento de la credibilidad institucional como fuente de información.
- › Multiplicación y replicancia de la información en los medios.
- › Intensificación de la relación con investigadores y organizaciones de investigación (centros, laboratorios, institutos, etc.)
- › Aumento y mejora de la visibilidad de la Universidad y, por extensión, de la ciencia, tecnología y producción artística cultural, a través del desarrollo de comunicación científica.
- › Influencia en las decisiones y acciones políticas.
- › Fomento de la participación y el interés por la ciencia, con el fin de atraer subsidios y apoyos económicos.

Por otro lado una de las necesidades que emergieron del diagnóstico es la de contar con un plan de comunicación que establezca estrategias a mediano y largo plazo que permitan:

- » Difundir los servicios que provee el SEDICI a la comunidad universitaria, a través de la formación de un equipo profesional de la comunicación, y disciplinas afines, que desarrollen y gestionen un plan de comunicación que contemple entre sus líneas de acción el fortalecimiento de la imagen institucional del SEDICI, favoreciendo a que la comunidad académica reconozca los servicios que éste brinda¹.
- » Generar espacios de difusión y comunicación que beneficien el intercambio entre los diferentes actores de la Universidad. Esta instancia también está reflejada en el plan de comunicación que se mencionó previamente, sin embargo este eje estratégico está focalizado en el desarrollo de herramientas que contribuyan a dar soporte y difusión, tanto a los documentos de la UNLP como las actividades que ésta desarrolla haciendo uso de los servicios del SEDICI².
- » Fomentar acciones de sensibilización en el área de repositorios institucionales y de la comunicación pública de la ciencia; también incorporado en el plan de comunicación, esta línea estratégica busca reforzar las relaciones institucionales del SEDICI y también revalorizar la comunicación de las ciencias y la tarea que lleva adelante el repositorio. En parte esta línea contempla la gestión de

¹ Véase el siguiente apartado de Ejes estratégicos: Eje 1: Comunicación.

² Véase el siguiente apartado de Ejes estratégicos: Eje 2: Asesoramiento y Servicios.

cursos de sensibilización y charlas que expliquen los servicios que brinda el SEDICI³.

Luego de mencionar estas tres instancias, es posible apreciar que todas guardan una correlación directa con lo que veremos próximamente sobre ejes estratégicos y líneas de acción; a su vez, estas cuestiones que fueron mencionadas surgieron a partir del análisis del material que fue recolectado en el campo, es decir en las entrevistas a los miembros del SEDICI y personal de gestión de la Presidencia de la UNLP. Por ende es posible sostener que el plan de desarrollo de la comunicación del Servicio de Difusión de la Creación Intelectual de la UNLP está dirigido en forma directa al personal mismo del repositorio; es decir, a su directora, a los coordinadores de grupos de trabajo y a administradores. Y como todas las propuestas, también contempla un grupo de destinatarios indirectos, es decir grupos de personas o equipos de trabajo que serán beneficiados por el desarrollo y gestión del plan; en este caso los destinatarios indirectos del plan son los institutos, centros y laboratorios de investigación de cada unidad académica que compone a la UNLP, como así también todo los miembros de la Universidad; estudiantes de grado y posgrado, docentes, investigadores y graduados, como así también todas las unidades dependientes de la Universidad que generen algún contenido a divulgar a través de la plataforma del SEDICI.

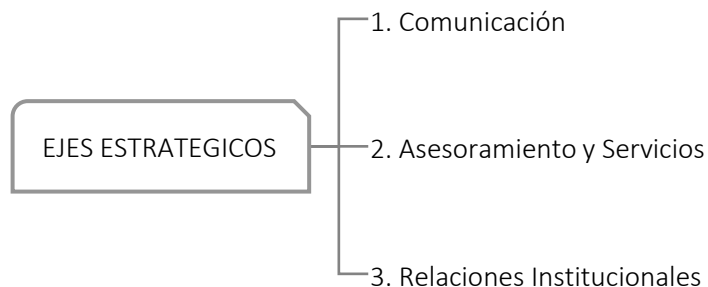
³ Véase el siguiente apartado de Ejes estratégicos: Eje 3: Relaciones Institucionales.

Ejes Estratégicos

“Planificar sin actuar es fútil e inútil, y actuar sin planificar suele ser fatal”

Ander-Egg, Ezequiel

La propuesta se estructura en un plan de comunicación, el cual consta de tres ejes centrales; puede observarse la organización en el grafico inferior:



Se entiende por estrategia el uso de cambios situacionales inmediatos para alcanzar una situación-objetivo de un plan determinado; dicho concepto considera algunos aspectos que no son controlables como la incertidumbre, el riesgo, la inestabilidad y un ambiente cambiante. También toma en cuenta el `qué lograr` (objetivos) y el `qué hacer` (estrategia), a través de la gestión estratégica. Por tanto la estrategia considera desarrollar acciones destinadas a mejorar la comunicación del SEDICI, llevando a cabo políticas de gestión que contribuyan a la concientización y sensibilización de los diferentes actores en cuanto a la importancia de la comunicación de las ciencias.

Eje 1: Comunicación

Desarrollar herramientas claves para el aumento del impacto de los servicios prestados, contribuyendo de manera proactiva en las necesidades actuales y futuras de los usuarios.

Estrategias:

Construir una orientación hacia la comunicación del repositorio central de la Universidad, SEDICI, dando lugar a mejor comunicación de los servicios entre los grupos internos y externos de la UNLP.

- › Formar un equipo de trabajo, específicamente de comunicación, para la gestión de un plan de comunicación.
- › Diseñar y gestionar la imagen institucional del repositorio, para obtener mayor visibilidad y reputación de los servicios.
- › Elaborar un estilo y formato (manual de estilo) para la difusión de los servicios del repositorio y las publicaciones que éste realiza en redes sociales, que fijen la línea de publicación, facilitando así la conversación e interacción con los usuarios⁴.

⁴ Respecto al Manual de estilo que se propone, ya existe un material que fue desarrollado por la Esp. Analía Pinto, quien como parte de su trabajo de presentación en la Especialización en Edición ofreció un Manual de procedimientos, éste está centrado en la información que necesitan los miembros del repositorio para la administración del mismo. Es, a su vez, un material que contribuye a la formación de repositorios institucionales.

- › Establecer un plan de gestión en redes sociales online y mail institucional para responder coordinadamente y preservar la imagen de la institución.
- › Implementar y dar seguimiento a las herramientas de monitorización de las redes sociales online, permitiendo medir la presencia y la imagen del SEDICI en el entorno digital.

Eje 2: Asesoramiento y Servicios

Contribuir y asegurar desde el SEDICI hacia el cuerpo de investigadores, docentes y estudiantes presentes y futuros la disposición de recursos y servicios para llevar adelante la comunicación científica en un entorno de constante transformación.

Estrategias:

Asegurar y mejorar el uso y la reutilización de los contenidos digitales, potenciando su visibilidad y ampliando su alcance.

- › Ofrecer asesoramiento sobre cuestiones vinculadas a propiedad intelectual: planificar la creación de una oficina virtual que incluya información, enlaces, preguntas frecuentes y un sistema electrónico de envío de consultas, para informar y orientar a los miembros de la comunidad universitaria sobre los principios básicos de la normativa de autor, en lo que respecta a la información que se incluye en la red, tanto para distribuirla como para compartirla en abierto con la comunidad.

- › Dar soporte tecnológico a los eventos que se realicen con sede en la Universidad, ofreciendo todos los servicios disponibles en el repositorio central⁵.
- › Ofrecer y contribuir a la preservación de la documentación e información producida en el ámbito de la Universidad Nacional de La Plata, asesorando a los usuarios sobre la posibilidad de conservación digital a largo plazo.

Eje 3: Relaciones Institucionales

Promover, fomentar y gestionar las acciones que demanden la vinculación y relaciones en el ámbito interno institucional para alcanzar de manera sostenida la participación activa de las distintas áreas de la UNLP en conjunto con actores sociales de este ámbito institucional.

Estrategias:

Desarrollar y ampliar las relaciones institucionales del SEDICI hacia el conjunto de la comunidad académica.

- › *Promover y organizar acciones de integración y comunicación entre los distintos espacios de la comunidad académica.*
- › Prestar apoyo al personal de la Universidad para la obtención de mejores resultados en la difusión y divulgación

⁵ El SEDICI ofrece entre sus servicios, el soporte tecnológico a eventos que se realicen con sede en la UNLP, de esta manera se obtiene mayor cantidad de material sobre el repositorio, mayor cantidad de enlaces, visibilidad, entre otros aspectos favorables.

de sus trabajos de investigación y en los procesos de acreditación de diferentes convocatorias.

- › Gestionar reuniones y charlas en las distintas áreas de la Universidad, detallando los beneficios y servicios que ofrece el repositorio a toda unidad dependiente de la UNLP.

Es importante recordar las palabras de la Directora del SEDICI, Marisa De Giusti: *¿cómo venimos a tallar...?* refiriéndose a la falta de reconocimiento y afirmando que es una enorme dificultad poder dejar en la comunidad académica una huella sobre las actividades que llevan adelante y sobre la importancia de preservar, no sólo documentos, sino la memoria académica de la Universidad. Por ello y por el recorrido de todo el trabajo de tesis, he elegido nombrar así a esta propuesta final, donde apporto desde mi lugar de profesional de la comunicación herramientas para mejorar la dimensión comunicacional del SEDICI, atendiendo a aquellas cuestiones específicas que fueron mencionadas por sus miembros. Cada uno de los ejes estratégicos busca resolver una problemática definida que han manifestado los integrantes del repositorio; sin embargo toda planificación está sujeta a transformaciones y este aspecto también es tenido en cuenta; cada eje estratégico tiene la versatilidad de poder ajustarse a las necesidades del equipo, como así también la posibilidad de modificarse o ampliarse de acuerdo al contexto.

Más allá de las posibilidades que se presenten siempre es mejor trazar un plan, es decir tener un modelo de comunicación a seguir y adecuarlo a las necesidades del contexto, o bien usarlo como base a propuestas futuras, para evitar -como indica la frase inicial- ser *arrasado* por los hechos.