

PLAN DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Este PLAN DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL¹ diseñado desde esta Dirección de RRII y Comunicación, se basa en una etapa de diagnóstico a partir de los recursos humanos y técnicos disponibles en el área, la historia Institucional, diversa documentación disponible, el marco orgánico funcional de la Dirección, una encuesta realizada desde la pagina Web, observaciones participantes y no participantes efectuadas, y la dinámica de funcionamiento que se venía desarrollando desde este espacio, comprendiendo las funciones de difusión científica, prensa, relaciones institucionales y comunicación.

Por lo tanto, entendemos por PEC a la resultante de una serie de acciones reflexivas que nos permitan un ordenamiento de estrategias para alcanzar y producir resultados, eliminando a lo mínimo posible la improvisación. Esta última nunca podrá ser dejada de lado completamente, dada la serie de variables nuevas intervinientes, producidas por el accionar institucional, y por ser éste un organismo a la vez encuadrado en organigramas que producen efectos sobre los que la CIC debe dar respuesta y resultado.

El PEC establece acciones a desarrollar, medidas a implementar y recursos técnicos a maximizar en su utilización y otros a adquirir, considerando la variable recursos humanos como un eje posibilitador de lo alcanzable.

Comprendemos asimismo que es de suma importancia para cualquier logro a trazar, entender la problemática de los recursos materiales de los que se pueda disponer, considerando no la limitancia de la máxima disponibilidad a alcanzar, si no que por el contrario, es la posibilidad monetaria concreta resultante de una serie de factores que se deben tener en cuenta en el área respectiva para que la Institución toda se desarrolle.

¹ En adelante PEC

Acta 1377 – Anexo XIV

Debe destacarse también, que el funcionamiento de un PEC establece una sinergia, por el cual es modificante y modificado en su dinámica, debiendo ser continuamente analizado en su proceso circular de planificación – acción – planificación - acción.

Este PEC no considerara al Primer Congreso Internacional Científico Tecnológico de la Provincia de Buenos Aires, a realizarse en la ciudad de La Plata en septiembre del año en curso, en la consideración que ese evento de envergadura amerita una estrategia comunicacional en sí mismo.

ACCIONES

1. -PARTICIPACION EN FERIAS Y EXPOSICIONES
2. -REALIZACION DE FOLLETERIA Y BANNERS
3. -REALIZACION DE SEÑALETICA FIJA
4. -PUBLICACION GRAFICA DE CONVOCATORIAS
CALENDARIO 2013
5. -DIFUSION RADIAL DE INVESTIGACIONES CIC Y
CALENDARIO 2013
6. -DIFUSION TELEVISIVA DE INVESTIGACIONES CIC Y
CALENDARIO 2013
7. -IMPLEMENTACION DE NUEVA PAGINA WEB
8. -UNA WEB EN TIEMPO REAL
9. -LA WEB VINCULO COMUNICACIONAL, ADMINISTRATIVO
Y CIENTIFICO
10. -REALIZACION DEL MUSEO CIC
11. -CONTRATACIONES
12. -ENCUENTRO “DEBATE SOBRE COMUNICAR LA CIENCIA”
13. -COBERTURA PERIODISTICA Y COMUNICACIONAL DE
LABOR INSTITUCIONAL CIC
14. -COBERTURA PERIODISTICA Y COMUNICACIONAL DE
EVENTOS SEGÚN CALENDARIO 2013
15. -COMPRA DE RECURSOS TECNICOS PROFESIONALES

1. -PARTICIPACION EN FERIAS Y EXPOSICIONES

La CIC posee una valiosa historia en participación de distintos eventos como ferias y exposiciones, así como en la realización de congresos y encuentros provinciales, nacionales e internacionales. Es objetivo de esta Dirección atender el acervo de esta Institución, para reflexionar e implementar nuevas formas participativas en esos espacios.

Se realizará una comunicación genérica que de cuenta de la totalidad de los Centros, programas u objetivos de la CIC, a la vez que llevará a cabo una estrategia focalizada en el soporte que se considere de mayor viabilidad (búlticos, trípticos, banners, pósters, spot televisivo, etc.).

Se consideran de alto valor los recursos humanos existentes en esta Dirección para la participación exitosa en los diferentes eventos; para esto se requiere de la disponibilidad material y logística, considerando las variables intervinientes en cada uno de los lugares a concurrir, como ser distancia, duración en jornadas del evento, emplazamiento de recursos existentes como banner o porta póster, objetivos, público destinatario, entre otros.

Por otra parte, esta Dirección considera que de acuerdo a las características del evento, será de suma importancia la colaboración de recursos humanos o tecnológicos de otras áreas, supeditado a la disponibilidad de la dirección interviniente.

Por otra parte, y de acuerdo a las características del evento, se considerara la participación de Centros de Investigación, investigadores y personal de apoyo CIC, que pongan en valor, desde su expertis, lo que esta Institución hace, realiza y representa.

Se considera a priori, la participación en seis ferias en distintos lugares de la provincia.

2. -REALIZACION DE FOLLETERIA Y BANNERS

Se ha señalado anteriormente la necesidad de establecer una comunicación genérica y otra focalizada, que pueda dar cuenta de las diferentes necesidades estratégicas de acción.

Los diferentes targets de público, o el blanco definido en el establecimiento de la labor comunicativa a abordar, requiere reflexionar en función de ese otro, y de lo que aquel requiere, exige, amerita y pueda responder; a ese efecto esta Dirección posee los recursos humanos y materiales de realización de diseño visual de alta calificación.

La confección de una nueva comunicación como un tríptico, requiere una necesidad concreta, un compromiso real del actor interviniente en el hecho a comunicar, llámese Centro de investigación por ejemplo, y un trabajo concreto y eficaz para su cumplimiento, respondiendo a los objetivos, calidad y tiempo que se necesiten.

Se realizarán 6 trípticos de una tirada de 500 ejemplares cada uno y 8 banners.

3. -REALIZACION DE SEÑALETICA FIJA

Se considera necesario continuar con la concreción de señalética fija en lugares específicos. Desde el nombramiento de este Director, hemos venido implementando la realización de comunicación fija en paredes como en la entrada del Campus Gonnet, así como el ploteo del utilitario de la CIC.

La utilización de este tipo de recurso, es de escaso costo considerando la multiplicidad de público al que es expuesto ese soporte comunicacional, a la vez del refuerzo en el caso del Campus, de la utilización de un tipo de comunicación informativa y referencial, haciendo hincapié en la trilogía comunicacional CIC – Ministerio – BA.

Se emplazará nueva cartelera en la antesala del despacho del Presidente de la CIC, en el Salón Directorio y entre otros lugares estratégicos del edificio central y del Campus Gonnet.

4. - PUBLICACION GRAFICA DE CONVOCATORIAS CALENDARIO 2013

Si bien la Web posibilita una comunicación en tiempo real y la interacción con los probables destinatarios, es cierto además que la multiplicidad de actores comunicando requiere otros esfuerzos para no descansar en una única y probable eficaz herramienta.

En ese marco, se considera necesario a la vez que maximizar las herramientas comunicacionales que permite la Web, logrando eco de por ejemplo el concurso de las becas en los portales o en los mailing de las diversas casas de estudio universitarias con asiento en la provincia de Buenos Aires, publicar avisos en los medios gráficos mas destacados de la provincia.

Según surge de datos referidos a venta efectiva de medios gráficos, diarios de destacada trayectoria en diversas poblaciones de la provincia de Buenos Aires poseen más inserción que los medios nacionales. Por lo tanto, se considera importante publicar las convocatorias por ejemplo a becas en algunos medios de envergadura, insertos en comunidades que posean actividad científica, o con asiento de universidades.

A la vez, esto provoca en el medio un reconocimiento y una interacción comunicacional e informativa con la CIC, que nos permitirá mayor presencia Institucional.

Se publicará la Convocatoria a Becas de Entrenamiento, Becas de Perfeccionamiento y al Programa de Crédito Fiscal en medios de alrededor ocho localidades de la provincia de Buenos Aires.

5. -DIFUSION RADIAL DE INVESTIGACIONES CIC Y CALENDARIO 2013

La difusión que se pueda realizar de todo lo concerniente a la CIC, redundara en reconocimiento para la totalidad de sus integrantes, la identificación de estos últimos con esa identidad, la posibilidad de concretar acciones en común entre esta Institución y otros organismos, entidades, empresas o particulares, en la búsqueda de objetivos comunes.

Diversos programas de la CIC son de indudable valor, como Crédito Fiscal, o el rol de autoridad de aplicación de los programas del COFECYT. Es en este marco, que se considera que la realización de micros radiales a difundir de diversas radios emplazadas en distritos de la provincia, redundaran en una mayor apropiación de los diversos actores que componen la provincia de Buenos Aires de la oferta CIC en tecnología, ciencia e investigación.

Se realizarán micros radiales para, estimativamente, doce estaciones de otras tantas localidades de la provincia de Buenos Aires.

6. -DIFUSION TELEVISIVA DE INVESTIGACIONES CIC Y CALENDARIO 2013

Desde hace unos años, esta Institución posee un convenio de difusión y puesta en valor de investigadores e investigaciones CIC, que son televisados en el reconocido programa del periodista, Licenciado y Doctor en matemática Adrián Paenza.

El encuentro en ese destacado ciclo de personal de la CIC, no hace mas que comunicar a los miles de seguidores de “Científicos Industria Argentina”, que esta Institución esta a la altura de los desafíos que nuestra provincia, el país, su gente y su sistema productivo exige.

Se considera necesario continuar con este ciclo, logrando una mirada nacional de los diversos actores que componen la CIC en todo el territorio de la provincia de Buenos Aires.

Debe destacarse del ciclo “Científicos Industria Argentina” la calidad artística, científica y el cuidado en la realización de cada uno de sus programas, permitiendo a esta Dirección utilizar esos mismos informes como un registro de los diversos desarrollos en los distintos campos de competencia de la CIC.

Se continuará el convenio con el programa “Científicos Industria Argentina” de marzo a diciembre.

7. -IMPLEMENTACION DE NUEVA PAGINA WEB

Conjuntamente con el Departamento de Sistemas de la Dirección de Administración venimos desarrollando una nueva página Web del organismo, encontrándonos en la etapa de definición de diseño.

El objetivo de establecer una nueva pagina Web se explica en dos razones, por un lado a efectos de actualizar nuestro sitio Institucional acorde a los nuevos formatos de diseño que ha implementado el Gobierno de la Provincia; por el otro lado, debido a que la demanda de un tipo de usuario que interactúa con la pagina institucional exige dinamismo en la Web, por lo que se han incorporado videos, galerías de imágenes de eventos en los que son protagonistas becarios, investigadores, empresarios, constituyendo un nuevo sitio que exige otra identidad.

Cabe señalarse, que las nuevas implementaciones exigen tecnologías de desarrollo, otros lenguajes de programación que deben instaurarse en la Web.

8. -UNA WEB EN TIEMPO REAL

La CIC constantemente genera acciones científicas, administrativas y políticas, muchas de las cuales deben ser comunicadas a los diferentes usuarios de nuestra Web.

La actualización permanente es una de las premisas de la Web en el marco de un usuario que se denomina prosumidor, productor y a la vez consumidor de contenidos. Esta interacción exige una Web en tiempo real debido a que los distintos tipos de públicos a los que nos dirigimos solicitan informaciones, datos, fechas, planillas, entre otras cosas, considerando al sitio de la CIC como un lugar destacado, permanente y de constante renovación de comunicación relevante.

La periodicidad comunicacional en soportes gráficos, comunicación telefónica u otros formatos que hace tiempo atrás podía considerarse como válida, ha perimido hoy ante un paradigma on line de feedback permanente entre las instituciones y sus diversos públicos que en el caso de la CIC son investigadores, personal de apoyo, personal administrativos y de servicios generales, becarios, empresas, instituciones, gobierno y publico en general.

9. -LA WEB VINCULO COMUNICACIONAL, ADMINISTRATIVO Y CIENTIFICO

Como hemos señalado, conjuntamente con el Departamento de Sistemas de la Dirección de Administración venimos desarrollando una nueva página Web del organismo, encontrándonos en la etapa de definición de diseño.

Sí ha comenzado a implementarse el SIBIPA, Sistema Informático para Becarios, Investigadores y Personal de Apoyo, lo que permite una mayor fluidez en los trámites que los diversos integrantes de la CIC deben realizar, a la vez que agiliza el desarrollo administrativo de la Institución.

Consideramos que con el apoyo invaluable del Departamento Sistemas y con la alta calificación de los recursos humanos disponibles en esta Dirección, hemos desarrollado una Web que en tiempo real comunica actividades, concursos, jornadas, información administrativa y de las autoridades, noticias de medios, entre otras cosas, en la convicción de la necesidad de la puesta en común de información que vincula a los diferentes actores de la CIC.

Asimismo, le hemos solicitado a los diferentes Centros e Investigadores que hagan de la Web del organismo un lugar en donde puedan plasmar acciones y actividades que consideren pertinente, bajo la necesaria coordinación editorial de esta Dirección.

Cotidianamente se suben y bajan informaciones, se diseñan y rediseñan imágenes e iconos para hacer una Web atractiva, interactiva y amigable, con lo imperativo que significa que la información disponible no puede estar desfasada en tiempo, ni tampoco contener errores u omisiones.

La Web es hoy un vínculo comunicacional, administrativo y científico, es un lugar de encuentro de información, de búsqueda de datos, y de interacción en la implementación de diversos registros que los distintos actores pertenecientes a la CIC deben realizar, y que permite un soporte como el SIBIPA.

10 -REALIZACION DEL MUSEO CIC

Fruto del diagnostico realizado, se evidencia la posibilidad de iniciar un camino de construcción de un Museo CIC, a partir de datos, informaciones, libros, revistas, anuarios, elementos tecnológicos que se encuentran en posesión del edificio central, y otros que puedan ser recepcionados desde los diferentes Centros de Investigación, a partir del desuso que la innovación tecnológica, el reemplazo natural o el continuo uso exigen.

La CIC, con una rica historia de más de 55 años, no encuentra un espacio en donde puedan reconocerse logros, metas, alcances y nuevos desafíos, en la realización de una Institución que constantemente genera conocimiento e innovación, poseyendo investigadores y Centros que han trascendido hasta las fronteras nacionales.

Un Museo implica un desafío, pero es un camino que creemos debemos comenzar a transitar para establecer mojones identitarios desde donde reconocernos y ser reconocidos, como integrantes algunos desde una gestión política puntual, pero muchos otros y otras desde una vida dedicada a la investigación o al aporte para que ésta sea posible.

Un Museo establece, cabe resaltar, un camino de inicio sin fin pero con metas, y en esta primera etapa para el año 2013, será la de inventario de lo existente en el edificio central y la realización de las primeras vitrinas que permitirán una puesta en común de informaciones, revistas y maquetas de la CIC.

Se adquirirán en esta primera etapa de dos vitrinas a emplazar en la planta baja del edificio central.

11. -CONTRATACIONES

Se detalló en otras acciones la importancia de los recursos humanos como posibilitadores de las metas a alcanzar. Es en este marco, que se solicita la continuidad del contrato del Locutor Gustavo Talavan.

Este profesional es parte de un esquema de realización integral que posibilita trazar y alcanzar objetivos, alumbrados en la expertis que ha demostrado tanto él, como cada uno de los integrantes de la Dirección de RRII y Comunicación.

La locución de los diversos eventos establecidos en el Calendario 2013, la realización de los micros radiales, la grabación de spot ha ser televisados en el programa Científicos Industria Argentina. entre otras cosas, son las tareas que desarrollará junto a sus compañeros del área respectiva de la CIC.

12. -ENCUENTRO “DEBATE SOBRE COMUNICAR LA CIENCIA”

Se considera la necesidad de establecer en noviembre del año en curso una clínica debate sobre comunicar la ciencia, como un espacio de reflexión y análisis del significado de la tarea.

Se propone la puesta en común con responsables del área en universidades nacionales y provinciales con asiento en la provincia de Buenos Aires, periodistas y comunicadores científicos de diversos medios, y personalidades que vean la necesidad de debatir en una jornada sobre comunicar la ciencia y sus implicancias, los criterios editoriales, la elegibilidad noticiosa como imperativo limitante, el espacio existente ciencia – comunidad, la idealización del científico y su tarea, entre otros tópicos.

Se considera que un lugar de debate, análisis y síntesis posible, coadyuva al crecimiento profesional y al establecimiento permanente y virtuoso de un reflexionar para actuar con sentido.

Se considera a la jornada como una clínica, un ateneo, un Workshops de profesionales y expertos vinculados a la temática objeto.

Se invitara a cada responsable del área de comunicación de las 21 casas de altos estudios nacionales y provinciales con asiento en la provincia de Buenos Aires, periodistas científicos y encargados de la sección en los medios.

13. -COBERTURA PERIODISTICA Y COMUNICACIONAL DE LABOR INSTITUCIONAL CIC

La calidad de los recursos humanos de la Dirección de RRH y Comunicación, junto al contrato requerido establecido anteriormente, permiten la adecuada cobertura profesional de la labor institucional de la gestión CIC del año en curso.

No debemos dejar de señalar que en el transcurso cotidiano surgen requerimientos que deben atenderse, y serán realizados con eficacia y calidad.

Dijimos en la presentación de este PEC que el evento del mes de septiembre del año en curso, el Primer Congreso Internacional Científico Tecnológico de la Provincia de Buenos Aires, amerita un plan comunicacional específico dada su magnitud y alcances, para lo cual oportunamente se consideran las variables intervinientes.

Asimismo, el Calendario 2013 de la CIC prevé una serie de eventos que deberán ser analizados, cubiertos, tratados e informados como corresponde a cada caso.

Se considera sí necesario, para un resultado acorde a las metas trazadas, nuevos requerimientos técnicos profesionales que se esbozaran en el apartado siguiente.

14. -COMPRA DE RECURSOS TECNICOS PROFESIONALES

Se adquirirá una cámara de video profesional de hombro, a efectos de poder registrar para subir a la Web, difundir en otros medios y editar como archivos los diversos eventos que realiza esta CIC, plasmando además en videos institucionales la performance que esta Institución desarrolla a lo largo de los años.

Se considera asimismo importante la compra de un cañón de proyección, que permita a las autoridades de la CIC tener una herramienta que facilita la puesta en imágenes y sonidos de presentaciones o investigaciones de esta Institución.

Se comprará un flash profesional y una batería para la cámara digital que posee esta Dirección, micrófonos corbateros y direccionales, pie de micrófono, pies de bafles y un grabador de periodista.

Estos elementos, lejos de pensarse como un gasto, son bienes de capital y herramientas que posibilitaran afianzar aun más el trabajo profesional que se viene desarrollando y que se ha plasmado en la Web, en la comunicación institucional vía mailing y en la aparición en diversos medios de acontecimientos que ha protagonizado la CIC, entre otras acciones.

- 1.-PARTICIPACION EN FERIAS Y EXPOSICIONES \$ 23.000**
- 2.-REALIZACION DE FOLLETERIA Y BANNERS \$ 15.000**
- 3.-REALIZACION DE SEÑALETICA FIJA \$10.000**
- 4.-PUBLICACION GRAFICA DE CONVOCATORIAS
CALENDARIO 2013 \$20.000**
- 5. -DIFUSION RADIAL DE INVESTIGACIONES CIC Y
CALENDARIO 2013 \$22.000**
- 6. -DIFUSION TELEVISIVA DE INVESTIGACIONES CIC Y
CALENDARIO 2013 \$121.000**
- 7. -IMPLEMENTACION DE NUEVA PAGINA WEB**
- 8. -UNA WEB EN TIEMPO REAL**
- 9. -LA WEB VINCULO COMUNICACIONAL, ADMINISTRATIVO
Y CIENTIFICO**
- 10 -REALIZACION DEL MUSEO CIC – PRIMERA ETAPA \$8.000**
- 11. –CONTRATACIONES LOCUT. GUSTAVO TALAVAN \$22.000**
- 12.-ENCUENTRO “DEBATES SOBRE COMUNICAR LA
CIENCIA” \$9.000**
- 13. -COBERTURA PERIODISTICA Y COMUNICACIONAL DE
LABOR INSTITUCIONAL CIC**
- 14. -COMPRA DE RECURSOS TECNICOS PROFESIONALES
\$33.090**

La Plata, Febrero de 2013.-

**Lic. Gustavo F. González
Director de Relaciones Institucionales y Comunicación
CIC - Comisión de Investigaciones Científicas
Ministerio de la Producción, Ciencia y Tecnología
Provincia de Buenos Aires**