

SABER CÓMO: PUBLICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA

C. Jiménez, V. Montenegro, H. Escudero
Área de Comunicación
cjimenez@inti.gov.ar

OBJETIVO

El siguiente trabajo se propone: analizar el alcance de la publicación Saber Cómo a nivel nacional y detallar su empleo a nivel interno como herramienta de comunicación; explicar el modo en que esa publicación posibilitó una apertura por parte de los centros del INTI a la edición y difusión de sus actividades; explicar los cambios de diseño y diagramación realizados, en especial en 2012, en dirección a adaptar los contenidos de la publicación a los nuevos hábitos de lectura, incorporando más recursos visuales; analizar la publicación impresa, su fuerte distribución en todo el territorio, y su carácter de archivo de memoria tecnológica; y describir el alcance nacional y otros aspectos que inciden en su permanencia como publicación periódica.

DESCRIPCIÓN

El Saber Cómo (SC) es una herramienta que contribuye con la visibilidad del INTI y su reconocimiento como organismo público de generación y transferencia de tecnología industrial. Desde su primer número en febrero de 2003, el Saber Cómo tiene como objetivo difundir los trabajos realizados por el Instituto, llevando a cabo políticas comunicacionales de amplio espectro. Esto se realiza en dos niveles: interno, donde desde sus inicios funcionó como una memoria institucional de las actividades, logros y debates propuestos por el INTI; y externo, ya que permitió la visibilidad respecto de las tareas realizadas que, hasta ese entonces, no se había logrado.

En un escenario donde la ciencia y la tecnología son parte de la cultura y por lo tanto tienen que estar disponibles para su apropiación por parte de la sociedad, una de las particularidades de la publicación es su formato: tamaño tabloide, en papel obra, que permite una tirada masiva, poniendo los contenidos que habitualmente se encuentran disponibles en formatos menos accesibles, al alcance de un público amplio.

En cuanto a los contenidos, cada uno de los temas publicados referidos al INTI está validado por sus referentes institucionales, garantizando de esta manera la confiabilidad y la responsabilidad ante la información ofrecida. Esto facilitó la construcción de confianza de los técnicos y profesionales de poner a disposición

sus trabajos para ser editados y publicados. Las notas de colaboradores externos o tomadas de otras fuentes, se publican por su interés para el debate y en acuerdo con los lineamientos políticos del organismo. También cabe destacar que los contenidos son de libre reproducción, con lo cual muchos de sus artículos son citados o reproducidos por otros medios, especialmente regionales y zonales.

Durante 2012, junto al equipo de diseño gráfico, se actualizó el logo y la diagramación del SC de acuerdo a las tendencias gráficas, cambiando el formato de tapa, la presentación del sumario y de los adelantos de tapa. También se hicieron cambios en la presentación de los contenidos, procurando una mayor prioridad a elementos visuales: fotos, infografías y destacados, que colaboran con la lectura y comprensión de los temas publicados. Estos cambios también se reflejaron en un nuevo diseño de gacetilla HTML que se envía a la base de contactos.



Figura 1: Presentación web del Saber Cómo N° 110 con logo renovado y nueva diagramación.

Paralelamente, en conjunto con el equipo de diseño web, se actualizó la presentación de los contenidos del SC en la página web del INTI, con un diseño más cercano a las revistas digitales. Además de la posibilidad de bajar la publicación en formato pdf, se agregó el formato flash, que es de lectura más dinámica y se puede descargar desde cualquier pc, sin necesidad de que el lector cuente con un dispositivo especial, tal como requieren los e-books. Otro cambio de la versión digital consistió en agregar los links a las redes sociales (Facebook y Twitter) en todas las notas con el fin de promover su difusión mediante el interés de los lectores. Asimismo,

sigue vigente la posibilidad de dejar comentarios en cada una de las notas. Desde sus inicios, la publicación le permitió al lector la posibilidad de intercambio, contabilizando hasta la fecha **más de 10.000 comentarios recibidos**.

La base de suscriptos se completó manualmente hasta 2008, cuando en conjunto con el área de redes se diseñó un formulario de suscripción para que los interesados completen desde la página web. Con estos datos, redes genera de manera automática un listado de actualización de suscriptos que es enviado a comunicación en una planilla xls en forma mensual. Este listado no permite ver mes a mes la cantidad de nuevos suscriptos y el hecho de que el formulario a completar tenga algunos campos obligatorios, como el de la ubicación geográfica, por ejemplo, nos permiten analizar la composición de los suscriptos. **Todos los meses se observa un aumento de entre 40 y 50 nuevos suscriptos**. A pesar de que la publicación ya no se edita mensualmente, los nuevos registros llegan a través de la búsqueda de notas por Internet o por el posteo de información en las redes sociales.

RESULTADOS

Los suscriptos provienen naturalmente de las provincias más habitadas del país, donde el INTI tiene presencia reconocida, como Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe. Cabe destacar la cantidad de suscriptos provenientes de Tucumán, Río Negro, Chubut y Misiones, donde el INTI comenzó a tener representación a través de las unidades de extensión.

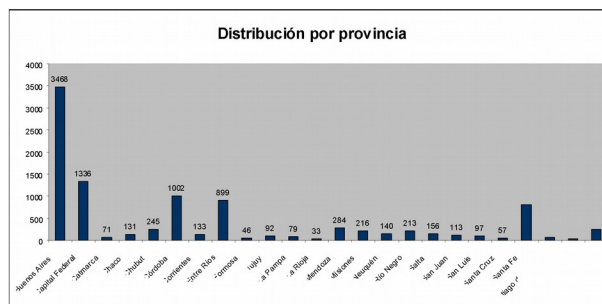


Gráfico 1: Distribución por provincias

Esto podría ser resultado del trabajo de distribución por parte de los extensionistas y debido a la publicación de notas de interés para esas regiones, que se replican en otros medios o a las que se llegan por búsquedas en la web que invitan a los lectores a suscribirse. De un total de 9.959 registros de suscriptos argentinos (base de diciembre de 2012), el **87% pertenece al interior del país y 13% a la ciudad de Buenos Aires**, lo que refleja la distribución federal a través del sistema de

centros del INTI. Las actividades a las que se dedican los suscritos son muy variadas: estudiantes de diferentes niveles, profesionales de ramas diversas, empleados estatales, funcionarios, docentes, emprendedores, técnicos de empresas e investigadores, entre otros.

Un dato a destacar es que **642 docentes solicitaron recibir el SC**. Esto representa casi el 10% de la base de los últimos suscriptos. Muchos de ellos observaron que la publicación les resulta de utilidad como recurso para dar clases de tecnología, con lo que podemos inferir que los contenidos del INTI se difunden a mayores niveles que los registrados en base. A su vez, este dato podría significar un vacío donde el INTI podría intervenir en la producción de materiales orientados a escuelas.

Por otro lado, hay más de 700 suscriptos de países extranjeros, con una preponderancia de chilenos, colombianos, mexicanos, peruanos, uruguayos y españoles.

El Saber Cómo en su versión papel es utilizado por los extensionistas de todo el país como herramienta de trabajo. En referencia a esto, existen reiterados pedidos por parte del público para recibir la versión impresa, lo que nos permite inferir que el valor agregado de la versión impresa.

CONCLUSIONES

- Reconocimiento interno del Saber Cómo como medio para la difusión de las actividades y desarrollos del INTI, que se confirma por el crecimiento del interés y la apertura de los miembros del Instituto para publicar notas y aceptar el trabajo de edición, que obliga a una “negociación” hasta llegar al contenido definitivo.
- Reconocimiento de la publicación por el sector de educación técnica.
- Circuito de distribución organizada a través del sistema de centros y las unidades de extensión, con amplia llegada al interior del país y bajo costo de costo de impresión (sistema de rotativa) que permite una tirada masiva, en un formato de fácil circulación.
- Base amplia de direcciones de email construida con direcciones de usuarios del INTI, organismos de ciencia y técnica, gobierno, municipios y suscriptores particulares.
- A lo largo de más de 100 ediciones se fueron incorporando nuevos contenidos, ampliando su circuito de distribución y el universo de lectores, conformado por un público amplio y heterogéneo de más de 21.000 contactos.