



**Agencia
Nacional de
Investigación
y Desarrollo**

Ministerio de Ciencia,
Tecnología, Conocimiento
e Innovación

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN EN CIENCIA ABIERTA:

Propuesta de Programa de Promoción y Difusión

**Proyecto
InES Ciencia Abierta**

INCA 210004

AÑO EJECUCIÓN PROYECTO 2022-2023

Estrategia 4, Hito N°1

Moneda 1375
Santiago, Chile
Tel: 56 22 365 4400
www.anid.cl

Gobierno de Chile



Vicerrectoría de
Investigación y Desarrollo
Universidad de Concepción

Dirección de Bibliotecas
Universidad de Concepción



**acceso
abierto**

Estrategia Comunicacional

Fortalecer la ciencia y ampliar su visibilidad es el objetivo central del Proyecto InES Ciencia Abierta UdeC.

Debido a la existencia de múltiples actores involucrados en la concreción del proyecto, se presenta el desafío de establecer criterios de comunicación claros con el objetivo de optimizar las acciones de difusión tanto interna como externa.

Canales

Los canales no deben contemplarse solo como una mera vía de comunicación para informar al respecto sino como “espacio de contacto que desempeñan un papel crucial en la calidad de la experiencia que los usuarios viven en su relación con nuestra propuesta de valor”.

En el caso de este modelo, existen unos requisitos en el campo de la interacción con los usuarios para que se conviertan, verdaderamente, en ecosistemas para la aplicación de la Ciencia Abierta en sistemas de investigación abiertos, con capacidad de crecimiento hacia el futuro. Esta interacción no refiere a las relaciones de prestación de servicio, sino a los ‘canales’ que se usan para el contacto y que son de carácter más general.

- **Eje de información:**

La comunidad universitaria se compone de diversos segmentos, por lo tanto, es necesario que cada plataforma de comunicación tenga un destinatario específico. Por ejemplo, Instagram se debe enfocar en el pregrado, mientras que Twitter y LinkedIn deben dirigirse al postgrado e investigadores. YouTube y Facebook pueden dirigirse a la comunidad externa. Por su parte, YouTube y Facebook pueden destinarse a la comunidad externa.

Para lograr esto, es importante crear piezas informativas, que logren generar tracción en la comunidad académica UdeC, tales como: cápsulas en redes sociales y contenido para los sitios web institucionales (Bibliotecas UdeC, VRID, Noticias UdeC, etc.) que se centren en los conceptos básicos de ciencia abierta y el programa ALFIN. Además, estas actividades de Ciencia Abierta serán asociadas al programa ALFIN y “embajadores de ciencia abierta”, promoviendo el acercamiento expertos y especialistas en este ámbito a toda la comunidad académica (Vinculando la participación del programa ALFIN en Ciencia Abierta).

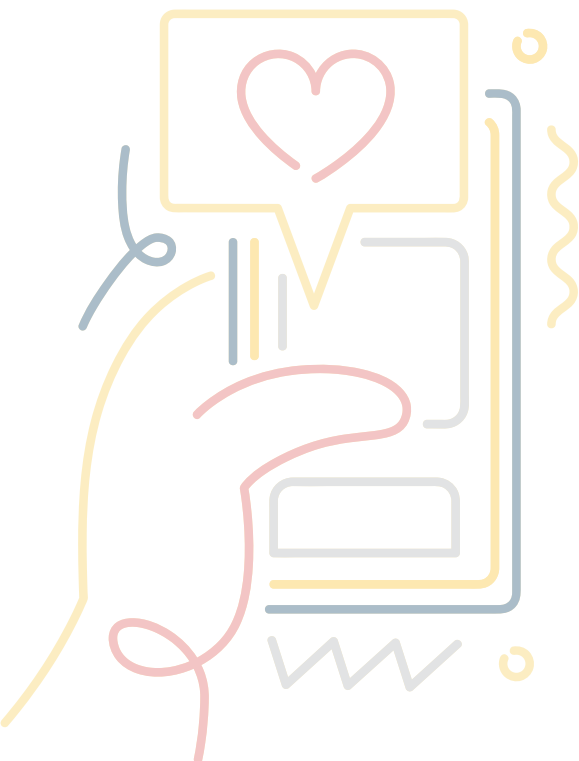
- Para resaltar la importancia de la Biblioteca más allá de los libros, es crucial enfatizar su papel fundamental en la gestión de los datos. Actualmente, los datos son la base de cualquier investigación y están adquiriendo cada vez más importancia en comparación con los documentos escritos, debido al surgimiento de nuevos formatos digitales.
- Este eje comunicacional contempla el desarrollo de una estrategia de marketing enfocada en el programa también debe ser desarrollada, incluyendo una identidad gráfica definida (paleta de colores, tipografía, vectores) que esté alineada con los patrones institucionales de la Universidad. Esta estrategia se alinea con los principios comunicacionales del Proyecto InES Ciencia Abierta.
- Con el objetivo de alcanzar ese propósito, es necesario incorporar una línea de divulgación científica, centrada en la Ciencia Abierta y el Acceso Abierto, dentro de la estrategia comunicacional del programa. Ello contempla la incorporación de personal dedicado específicamente a las acciones comunicacionales.



• Evaluación en el ámbito comunicacional:

Este eje contempla el desarrollo de una estrategia comunicacional y de marketing en torno a:

1. Realizar consultas periódicas al cuerpo académico, investigativo a través de diversas plataformas de Bibliotecas UdeC, como el envío de correos masivos o encuestas en Twitter. Esto permitirá recopilar la opinión de los académicos, investigadores y estudiantes, sobre el concepto de ciencia abierta, el Programa ALFIN y su aplicación.
2. Establecer instancias de conversación con los investigadores, estudiantes y docentes para conocer sus inquietudes específicas en relación con la implementación del Programa ALFIN y el concepto de Ciencia Abierta. Estas conversaciones pueden llevarse a cabo a través de reuniones individuales o grupales, con el objetivo de fomentar un diálogo abierto y obtener retroalimentación directa (ej.: Focus Group).
3. Organizar visitas a las facultades, utilizando una estrategia de difusión puerta a puerta (ej.: desayunos de ciencia abierta). Estas actividades brindarán la oportunidad de interactuar directamente con el cuerpo académico e investigativo, y así conocer de manera personal sus inquietudes y opiniones en relación a la ciencia abierta, además de presentar el Programa ALFIN.



• Adhesión de usuarios:

Este eje contempla el desarrollo de una estrategia comunicacional y de marketing para:

1. Eventos organizados por Bibliotecas UdeC dirigidos a investigadores, docentes y estudiantes se debe implementar un sistema de registro que permita recopilar la información de contacto de los participantes. Esta información será utilizada posteriormente para invitarlos a otras actividades relacionadas (Programa ALFIN). Se solicitarán datos como carrera, departamento y facultad, con el objetivo de crear un mapa que identifique a los principales actores en el ámbito de la investigación.
2. Al iniciar los talleres, se deberán desarrollar bases de datos separadas para el cuerpo estudiantil, docente e investigativo. Estas bases de datos requerirán una actualización constante con la información de los participantes en las actividades. Esto garantizará que se cuente con datos precisos y actualizados sobre los diferentes segmentos de la comunidad universitaria.



• Experiencia de usuarios:

Este eje contempla el desarrollo de una estrategia comunicacional, que permita:

1. Generar instancias amenas que fomenten la integración del cuerpo investigativo, académico y estudiantil en el proceso de ciencia abierta y despierten su interés por este movimiento. Esto se puede lograr a través de actividades participativas en el programa de ALFIN, actividades interactivas, charlas inspiradoras y debates abiertos. Estas instancias permitirán que los investigadores se involucren activamente y adopten los principios de la ciencia abierta en su quehacer académico.
2. Crear una estrategia comunicacional adaptada al público objetivo del Programa ALFIN, que en este caso son los "embajadores de ciencia abierta". Esta estrategia debe incluir la generación de contenido informativo relevante y atractivo, utilizando canales de comunicación apropiados, como redes sociales, sitios web institucionales y boletines informativos. La comunicación debe estar diseñada para captar el interés de los investigadores y motivar su participación en el Programa ALFIN.



• Seguimiento de usuarios:

Este eje contempla el desarrollo de una estrategia comunicacional, que permita:

1. Establecer un correo o formulario dedicado al cuerpo académico, investigativo y estudiantil de la UdeC, en donde puedan dirigir sus preguntas. Esto facilitará la comunicación y permitirá atender de manera oportuna las inquietudes de los académicos, investigadores y estudiantes. Es importante garantizar una respuesta ágil y precisa para fomentar la confianza y el compromiso.
2. Crear instancias de retroalimentación sobre el Programa ALFIN con las diferentes reparticiones relacionadas. Estas instancias permitirán recopilar comentarios, sugerencias y opiniones de manera sistemática. Esto ayudará a identificar áreas de mejora y fortalecer la implementación de la ciencia abierta en la institución.
3. Realizar la medición de métricas en las redes sociales para evaluar el impacto de las acciones de difusión del Programa ALFIN y la ciencia abierta. Esto implica analizar y monitorear el alcance, la interacción y el crecimiento de las redes sociales relacionadas con el proyecto. Estos datos brindarán una perspectiva clara sobre la efectividad de las estrategias de difusión y permitirán realizar ajustes si es necesario.
4. Con el objetivo de alcanzar ese propósito, es necesario, integrar la medición de métricas de redes sociales en el clipping de prensa del Proyecto InES Ciencia Abierta. Esto ayudará a tener una visión integral de los resultados obtenidos en términos de difusión y visibilidad en los medios digitales. Al agregar esta información al informe de seguimiento, se proporcionará una visión completa de las acciones realizadas y su impacto en la promoción del Programa ALFIN en Ciencia Abierta.



Relaciones con los usuarios

En este apartado se trata específicamente el contacto con los usuarios que participan en el modelo y en el marco de unas relaciones que exclusivamente tienen sentido si el segmento seleccionado es usuario del servicio en cuestión. Siendo la fidelización (asistencia personal), viralización (comunidades) y apropiación (Creación colectiva) las principales relaciones)

Asistencia Personal Estrategia de Fidelización

La estrategia se centraría en construir relaciones cercanas y de confianza con los usuarios, adecuar la formación a sus necesidades, valorar su participación, fomentar la colaboración y el intercambio de ideas, realizando evaluaciones periódicas para mejorar el programa. Estas acciones podrían ayudar a vincular el programa de alfabetización informacional propuesto, creando una comunidad comprometida con la ciencia abierta.

1. Establecer relaciones cercanas y atención personalizada con los usuarios.
2. Reconocer logros, destacar su participación activa de los usuarios (rol de embajadores ciencia abierta UdeC)
3. Crear espacios de discusión, grupos de trabajo y proyectos colaborativos que permitan a los usuarios compartir ideas, experiencias en relación a la ciencia abierta.

Comunidades Estrategia de Viralización

La estrategia se basa en llevar a cabo una campaña de promoción dirigida a científicos, investigadores, estudiantes y otros profesionales interesados en la ciencia abierta. Utilizar estrategias de marketing digital, como la difusión en redes sociales, la publicación de contenido relevante para atraer a nuevos miembros a la comunidad y difundir el programa de ALFIN.

1. Creación de cápsulas informativas (trabajo con los embajadores, explicación de conceptos, difusión de actividades)
2. Creación de piezas informativas para redes sociales y sitios web institucionales, que incluirían conceptos básicos de la ciencia abierta, y la difusión de los talleres de alfabetización informacional.
3. Estrategia de marketing, consistente en la creación de una identidad para el programa.
4. Instancias amenas de comunicación y difusión del programa.

Creación Colectiva

1. Creación de una comunidad virtual en donde se establezca una plataforma en línea, donde quienes hayan participado del Programa ALFIN puedan interactuar.
2. Desarrollar material de divulgación junto a los investigadores que participaron del Programa ALFIN. Los resultados se pueden publicar en una plataforma asociada a la Biblioteca.

