



Oficio Nro. UNIANDES-R-2023-063

Ambato, 10 de mayo del 2023

Ingeniera
María Elena Sandoval
Directora de Vinculación con la Sociedad
Universidad Regional Autónoma de Los Andes
Presente.-

Asunto: Aprobación Guía para la Difusión de Actividades y Resultados Significativos de la UNIANDES

De mi consideración:

Me permito poner en su conocimiento que la Guía para la Difusión de Actividades y Resultados Significativos de la UNIANDES, ha sido aprobado.

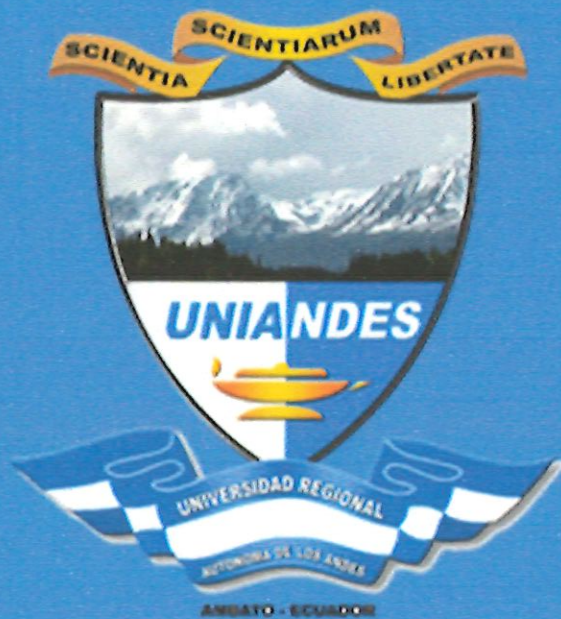
Sin otro particular me suscribo de usted, expresando mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,

Ing. Gustavo Alvarez Gómez, Ph.D

RECTOR UNIANDES





**GUIA PARA LA DIFUSIÓN DE
ACTIVIDADES Y RESULTADOS
SIGNIFICATIVOS DE LA
UNIANDES.**

DIRECCIÓN DE
VINCULACIÓN

GUÍA PARA LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES Y RESULTADOS SIGNIFICATIVOS DE LA UNIANDES.

1.- Introducción

La divulgación de la ciencia pretende hacer accesible el conocimiento especializado, se trata de tender un puente entre el mundo científico y el resto del mundo; es el canal que permite al público la integración del conocimiento científico a su cultura. Es una noble tarea la de dar a conocer a las comunidades los hallazgos que con rigurosidad científica se han conseguido producto de las investigaciones.

Los destinatarios del conocimiento se apropian de él positivamente para comprender los procesos de cambio que vive el país, mejorar las condiciones de vida de un sector, formular argumentos y/o enriquecer el debate sobre un aspecto de la realidad.

La Web social junto con sus aplicaciones 2.0 pueden convivir perfectamente con los modelos tradicionales de comunicación científica (revistas, congresos, libros...). Se constata la necesidad de difundir estos canales en los medios de comunicación habituales y a nivel académico para que sean más accesibles, visibles y participativos.

La eficacia de la estrategia de comunicación depende de varios factores: la consideración de las características del público, el tipo de contenidos que se desea transmitir y su capacidad para generar debate; los tiempos y espacios en los que se desarrollarán las actividades de comunicación y los medios de apoyo que se utilizarán en ellas.

2.- Objetivo General

Maximizar la visibilidad, impacto y popularidad de los resultados significativos de la gestión de las funciones sustantivas y administrativas de la UNIANDES, a través de una estrategia de comunicación que pretenda la accesibilidad al conocimiento y uso social del mismo.

3.- Objetivos Específicos

- Generar herramientas de prospección para dirigir de manera operativa nuestras acciones de intercambio de información con los pares y con el conjunto de actores interesados en los temas investigados por UNIANDES y que contribuyen a enriquecer el conocimiento.
- Obtener un feedback continuo y alto nivel de interacción entre los usuarios, al compartir e intercambiar información.
- Motivar la reflexión y participación de la sociedad creando las condiciones para el uso social de la información.

4.- Alcance

FUNCIÓN VINCULACIÓN. - MATRIZ SIIES DE PROYECTOS DE VINCULACIÓN. - Proyecto /objetivos /docente a cargo/ link repositorio

Tema del Evento graduados/ objetivos/ docente a cargo/ link repositorio

EDUCACION CONTÍNUA. - Responsable CTT de Los Andes/ Dirección de Internacionalización y Crecimiento Institucional

CONSULTORÍA Y ASESORÍA. - responsable CTT de los Andes

FUNCIÓN INVESTIGACIÓN. - MATRIZ SIIES DE PRODUCCIÓN ACADÉMICA (ARTÍCULOS, LIBROS Y PONENCIAS). - Página en internet ORCID con código de docente para ingresar información y las personas lo consultan con el nombre del investigador; Nombre artículo / nombre autor /código ORCID/ link repositorio

BASE DE DATOS DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

MEMORIAS CONGRESOS CIENTÍFICOS Y REVISTAS DE UNIANDES

FUNCIÓN ACADEMIA. - MATRIZ PROYECTOS INTEGRADORES, TESIS ACADÉMICO (repositorio biblioteca). - Proyecto /objetivos /docente a cargo/ link repositorio biblioteca

FUNCIÓN GESTIÓN INSTITUCIONAL. - ACTIVIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN: Dirección de Internacionalización y Crecimiento Institucional

CONVENIOS: Dirección de Internacionalización y Crecimiento Institucional

RENDICION DE CUENTAS: Dirección de Planificación

ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD: Unidad de Gestión de la Calidad

LOGROS INSTITUCIONALES: Dirección de Internacionalización y Crecimiento Institucional

5.- Procedimientos

Recolección de Información. - Creación y alimentación constante de repositorios digitales y/o catálogos de actividades y resultados significativos de la gestión de las funciones sustantivas y administrativas de la UNIANDES.

Que trabajo se hace. - Análisis de Información poner atención a los filtros de calidad del material que se va a presentar, Calidad: Interna: Que el material sea fiable: actual y con fuentes adecuadas Externa: Adecuación de la información con los medios que se tienen.

Quién lo hace. - Consejo editorial, Editores, Pares académicos.

Cómo cuando y porque se hace. - Reuniones trimestrales para Aseguramiento de la calidad de contenidos a publicar.

Ventajas. - Acceso abierto, visibilidad, prestigio, comunicación con otras entidades y la sociedad.

6.- Instrumentos

MEDIOS	FORMATO	OBJETIVO	PUBLICO META	POLITICAS	CARACTERISTICAS	ACTIVIDADES	PERIODICIDAD	RESPONSABLE	INDICADORES DE IMPACTO
Repositorio Digital	Escrito	Preservar, difundir y brindar acceso abierto a literatura científica, producción científica, académica institucional de la Universidad.	agrupaciones, colectivos y/o instituciones que podrían utilizar procedimientos y conclusiones del estudio	no se debe emitir juicios de valor sobre las personas		Diseño y actualización permanente de una página Web con información sobre la actividad académica	semestral	Biblioteca	Número de visitas
Radio	Oral	Dar a conocer las acciones y actividades que se generan en el entorno universitario de UNIANDES.	Comunidad Universitaria a nivel nacional Público y comunidad en General de las diferentes ciudades sedes y extensión.	Expresar las ideas de forma clara y no repetitiva. Mantener un discurso que permita proyectar la imagen institucional.	Los radio debates son espacios en los que se invita a expertos para la discusión del tema de la investigación y sus hallazgos. En lo posible se sugiere que se abra una línea telefónica que dé cabida a la participación del público oyente. Para realizar un	Programar y agendar los diferentes espacios de participación en los medios. Coordinar los temas y los voceros para la	Semanal	Dirección de Crecimiento	Número de Medios verificado / para número de medios contratados * 100

Televisión	Audio Visual	Evidenciar las diferentes acciones, planes y proyectos que se generan en la institución.	Comunidad Universitaria a nivel nacional Público general en cada una de las ciudades sedes y extensión.	Enfatizar en las potencialidades de la institución. Destacar los hechos generados en la universidad	radio debate es posible operar de dos formas: proponiendo un tema a un programa ya existente o mediante la producción de una serie de debates en un horario adecuado para este tipo de emisiones. Se sugiere que el radio debate no supere los 60 minutos Entrevistas y espacio con los diferentes voceros y responsables de los proyectos que se generan en la institución.	participación en cada espacio.					
				Emplear lenguaje apropiado al público Proyectar imágenes que ayuden al posicionamiento de la marca institucional. Proporcionar imágenes claras y de alta resolución para que la actividad se evidencie de forma apropiada La intervención de los entrevistados debe ser clara y proyectar un	El reportaje audiovisual se caracteriza por recuperar, casi como en un relato, información relevante del estudio. Su propósito es promover el debate, pero ningún reportaje debe reemplazar la exposición de un investigador o equipo de investigadores; simplemente acompañarla y apoyarla. La producción de un reportaje audiovisual es un trabajo técnico especializado. La participación del investigador es importante en la definición de contenidos y en la selección de información que se quiere transmitir para que ésta, obligada por su formato a ser atractiva y	Realizar la reproducción del material audiovisual Realizar la producción del material audiovisual de la actividad acordada. Posproducción del material audiovisual. Adaptación del material audiovisual para los diferentes espacios en donde será difundido. Difusión del material audiovisual en los diferentes	de	Dirección Crecimiento	Semanal	de Medios verificado controlados / para número de medios contratados * 100	

UNIANDES NEWS	Escrito	Difundir las actividades y principales eventos que se generan en la institución, además de informar sobre los proyectos, que se mantiene en la institución	Autoridades, Administrativos, docentes, estudiantes y demás miembros de la comunidad universitaria a nivel nacional	mensaje adecuado en base a cada actividad	<p>difícil para todo tipo de públicos, no pierda en rigor ni en veracidad</p> <p>La producción debe contar con parámetros de imagen y lenguaje visual establecido en el momento.</p> <p>Una nota debe ser clara, concisa y estar bien redactada para que sea efectiva.</p> <p>Los temas deberán involucrar acciones de las diferentes sedes y extensión.</p> <p>Cada tema debe cumplir con un formato preestablecido para la elaboración del semanario.</p> <p>Podrán utilizarse diferentes géneros periodísticos para poder realizar la redacción de los contenidos.</p> <p>Se debe mantener un estilo informativo en las diferentes redacciones y mantener una correcta y adecuada ortografía.</p> <p>La información deber ser contrastada con las fuentes y verificada para su publicación.</p>	<p>mensaje adecuado en base a cada actividad</p> <p>Elegir tipografía adecuada</p> <p>Mantener un diseño moderno, minimalista que atraiga la atención del público objetivo</p> <p>Los colores elegidos para cada una de las secciones son complementarios al color institucional y se utilizan para diferenciar cada sección</p> <p>Los contenidos serán establecidos por un consejo editorial, previa aprobación de este.</p> <p>Las imágenes utilizadas serán de formato jpg y en buena resolución.</p>	<p>espacios que se tienen a disposición. Tv, Medios digitales, Pantallas, canales digitales, tv institucional.</p>	Semanal	Dirección de Crecimiento	Publicación de un News Semanal
---------------	---------	--	---	---	--	---	--	---------	--------------------------	--------------------------------

Redes sociales Institucionales	Escrito Audio Visual	Establecer una estrategia óptima y eficiente que permita lograr los objetivos establecidos, tanto de difusión como de enganche e incremento de comunidad digital.	Público General Miembros de la comunidad universitaria Postulantes de Padres Familia	Manejo de lenguaje adecuado para comunicar. Utilización de imágenes apropiadas para comunicar cada mensaje. Diseños de arte que cumplan con los parámetros de manejo de imagen institucional Publicación de acuerdo a programación preestablecida.	Las publicaciones deberán cumplir con parámetros de tamaño adecuado para cada uno de los medios digitales. Las imágenes deberán mantener una marca institucional para ser identificadas. Se establecerá una hora específica en el día para que la publicación tenga mayor alcance e interacción.	Difusión del semanario. Generar planificación de publicaciones de posteos. Elaborar diseños para cada posteo. Generar el copy que acompañará cada una de las publicaciones.	Diana	Dirección de Crecimiento	Número de alcance de cada publicación
Artículos en Revistas científicas	Escrito	Difundir los resultados de investigación de los docentes y estudiantes investigadores	Comunidad académica científica	Resultados que contribuyan a solucionar problemas de la ciencia	1) Todas las referencias a libros y autores figuran en la bibliografía final. 2) Todos los cuadros, mapas y gráficos están numerados de forma correlativa. 3) Todas las citas textuales, mapas y gráficos. el informe final de una investigación debe pasar previamente por un lector externo a la institución. especializado en el tema propuesto. Esta persona tiene la misión de leer el informe y comentar, desde su conocimiento y	Producción y publicación de artículos académicos	Trimestral y cuatrimestral	Dirección de investigación	1 artículo por docente a tiempo completo
Publicación de Libros	Escrito	Divulgar los resultados de investigación por los docentes y estudiantes investigadores	Investigadores	Título atractivo de la investigación (rigor científico), relevancia del tema y novedad de la información a difundirse.	Producción de libros para informar y motivar la reflexión.	Producción de libros para informar y motivar la reflexión.	Mensual	Dirección de investigación	1 libro por seis docentes a tiempo completo

Congresos	Oral	Propiciar el debate académico y científico entre investigadores nacionales e internacionales	Investigadores nacionales e internacionales	Resultados de investigación que tributen a la solución de problemas de la ciencia	La ponencia presentada pasa por un Comité Científico creado para cada evento en función de las temáticas específicas.	experiencia, si la investigación merece publicarse, o formular sugerencias para que el autor introduzca complementaciones que mejoren su contenido.	Coloquios, conferencias y talleres de presentación del proyecto, resultados preliminares y resultados finales	Anual	Dirección de investigación	1 ponencia por docente a tiempo completo
Master Class	Oral	Generar en la comunidad estudiantil interés por nuevos temas inherentes a sus carreras y proporcionar conocimiento actualizado de mano de especialistas.	Estudiantes de pre y posgrado. Postulantes a las diferentes carreras y programas de posgrados.	El tema del master class se elegirá de acuerdo a la coyuntura y aporte para el fortalecimiento de conocimientos de los estudiantes, el mismo que será elegido en un comité.	El master class debe cumplir con el objetivo de fortalecer los conocimientos de los alumnos de la institución. Debe tratar un tema de alta importancia dentro de las asignaturas que mantienen en cada una de las carreras. Los eventos se realizarán de forma presencial o virtual.	El master class debe cumplir con el objetivo de fortalecer los conocimientos de los alumnos de la institución. Debe tratar un tema de alta importancia dentro de las asignaturas que mantienen en cada una de las carreras. Los eventos se realizarán de forma presencial o virtual.	Elección de vocero y tema. Coordinación de fecha Realización de cronograma de actividades. Diseño de invitación y afiche promocional. Difusión de acciones por medios digitales e internos.	Mensual	Dirección de Crecimiento	Número de master class ejecutadas, / número de master class planificadas

Glosario de Términos

Coloquio. **Conversatorio.** Actividad que reúne a investigadores con personas de diferentes ámbitos para dialogar sobre los resultados de un proyecto. El coloquio comienza con la exposición de la información más relevante de la investigación y sigue con el comentario de una o dos personas invitadas especialmente para este fin. El diálogo continúa con el público, que puede formular preguntas y comentarios. Como se trata de una actividad dirigida a un público heterogéneo, se sugiere que el lenguaje empleado por los investigadores no sea especializado o muy técnico. Los coloquios normalmente tienen una duración de dos horas. Los organizadores deben destinar la mitad de este tiempo al diálogo. Requiere de la participación de un moderador. En las estrategias de comunicación de investigaciones, los coloquios buscan, sobre todo, informar y recuperar percepciones de la comunidad.

Seminario. Una o varias reuniones en las cuales un selecto número de ponentes, expertos en un tema, aportan su conocimiento ante uno o varios grupos que comparten el mismo interés. Los seminarios normalmente tienen un carácter académico, y, en el caso de los investigadores, son espacios privilegiados para poner a consideración de sus pares los aportes teóricos y el conocimiento de su investigación. Un seminario puede durar entre uno o más días.

Conferencia. Disertación, normalmente especializada. Tiene un carácter vertical, hay un expositor y un público que interactúan en contados momentos. Es un recurso óptimo para socializar información de investigaciones entre especialistas, o en respuesta a la demanda de información de ciertos grupos: docentes de universidades, técnicos de ONGs y otros.

Simposio. Reunión de expertos congregados para discutir un tema concreto relacionado con su especialidad. Los simposios suelen ser actividades más cerradas que los seminarios, y también tienen un fuerte énfasis académico. Pueden durar uno o más días.

Jornada. Es una reunión de trabajo de carácter informativo sobre los resultados preliminares o finales de una investigación, un encuentro de actividades de comunicación interactivo en el que a la vez de informar se recupera o valida determinado conocimiento entre los asistentes. Al igual que en los talleres, requiere de material de apoyo: pizarras, papelógrafos, data display, fichas, y un coordinador de la actividad. La información recuperada se incorpora al informe de una investigación o se la pública, lo cual depende del propósito de la actividad y de la relevancia. Al inicio de la jornada se deben explicitar sus propósitos y al finalizar los resultados a los que se arribaron. Dura un día.

Panel. Reunión que congrega a un grupo de investigadores que discuten sobre un tema, y responden a las consultas del auditorio participante, bajo la coordinación de un moderador. En el panel, los ponentes comparten los mismos o similares conceptos.

Foro. Reunión que congrega a un grupo de investigadores para discutir sobre un tema. La diferencia con el panel es que en el foro los ponentes expresan conceptos y posiciones divergentes. El público tiene un rol activo y también expresa su opinión.

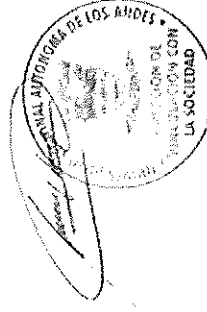
Congreso. Reuniones periódicas en la que investigadores de diferentes lugares se reúnen para compartir información actualizada sobre sus trabajos y discutir sobre ella. Tiene un carácter altamente académico por lo que su impacto se registra en ese ámbito.

Boletines: Son publicaciones periódicas, que pueden ser tomadas en cuenta como parte de la estrategia de comunicación para que el investigador llegue a sus públicos meta mientras dura el proceso investigativo. En el boletín se publican noticias sobre aspectos referidos a la investigación, trabajadas de manera breve y concisa. La información recopilada puede ser organizada en entrevistas, noticias y hasta en galerías de fotos. Sugerimos que los boletines no sobrepasen las 4 páginas.

Trípticos: Instrumentos de comunicación en los que se publican los aspectos más generales de una investigación. Como el nombre señala, el tríptico tiene tres caras por lado (anverso y reverso). Normalmente, un tríptico se presenta como una hoja tamaño bond doblada en tres. En cada cara se incluye información básica resumida del estudio, dividida en subtítulos. En el tríptico se debe equilibrar la necesidad de difundir información con el formato mismo. El tríptico no puede incorporar grandes cantidades de texto pues se caracteriza por invitar a la lectura fácil y sencilla. Los trípticos son materiales que suelen acompañar a todas las actividades públicas organizadas en el marco de la estrategia: coloquios, conferencias, etc.

Elaborado por: Ing. María Elena Sandoval y Ab. Giovanna Vinuesa DIRECCION DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD UNIANDES

Aportes de: Coordinadores de Vinculación de las Sedes y Extensión UNIANDES



Ing. María Elena Sandoval

DIRECTORA DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD