



## REVISTA INIA CUMPLE 15 AÑOS DE APORTES AL SECTOR AGROPECUARIO

Ing. Agr. MBA Diego Sotelo  
Director de Transferencia de Tecnología y Comunicación

El canal de comunicación de INIA más conocido y valorado por los productores y técnicos de todos los rubros cumple sus primeros 15 años y se plantea nuevos desafíos, apuntando a la cercanía del Instituto con sus usuarios.

En diciembre de 2004 se ponía en circulación el número 1 de la Revista INIA, concretando una iniciativa de la Junta Directiva de aquel momento, y con el esfuerzo de un equipo interno de muchas personas. En su primer editorial, el entonces presidente de INIA, Ing. Agr. Pedro Bonino indicaba que "... este nuevo canal, la Revista, se sumará a una estrategia de difusión que ha venido creciendo y madurando en el tiempo bajo diferentes modalidades, desde publicaciones a jornadas de campo, siempre articulándonos con las Instituciones especializadas en la transferencia. Un fecundo contacto con el medio que nos enriquece, que nos aporta y ayuda a mejorar nuestra gestión."

Luego de 15 años en los que Revista INIA ha salido ininterrumpidamente, podemos aseverar que se ha constituido en un canal muy potente de contacto con un conjunto muy amplio de públicos. Revista INIA es hoy un instrumento que se utiliza para enviar información sobre los avances de los trabajos de investigación en sus diversas áreas, y de las acciones con foco en transferencia de tecnología y difusión del Instituto, procurando un balance entre lo técnico y lo periodístico. Asimismo, es un canal central para la difusión y transferencia de las tecnologías generadas por

INIA, así como las generadas por toda la red de alianzas del INIA con otras Instituciones de investigación nacionales e internacionales, organismos públicos y privados, técnicos y empresas. Nos permite también, difundir información institucional, recomendaciones técnicas y herramientas a productores y técnicos.

El público prioritario para orientar los contenidos de Revista INIA lo constituyen los productores rurales, técnicos asesores, docentes y estudiantes de ciencias agrarias, ambiente y recursos naturales. A ellos se le suman otros públicos de interés del grupo institucional como gremiales rurales, organizaciones, instituciones, comisiones y las agroindustrias. También cumple un rol en el relacionamiento con los medios de prensa, ya que los periodistas encuentran valiosos insumos para su trabajo en ella. Finalmente, es importante mencionar, el rol secundario que cumple en la comunicación a la interna del INIA, pues permite a los diferentes estamentos de INIA (desde Junta Directiva al personal de campo y sus familias), estar enterados sobre los avances de los trabajos de investigación y transferencia de tecnología en sus diversas áreas.

Según la encuesta de relevamiento realizada a más de 800 productores y a 90 referentes institucionales, llevada a cabo por la consultora Equipos Consultores en el año 2017, la Revista INIA es el canal de comunicación más conocido y valorado por los productores y técnicos de todos los rubros. Este mismo relevamiento, demuestra la importancia que tiene la revista como canal de comunicación institucional para las localidades del interior y muy especialmente las localidades rurales. Esto no hace más que confirmar el importante rol de la revista para llegar a un público con menores posibilidades y acceso a otras alternativas de difusión de las tecnologías. Hoy contamos con una base de 22.419 suscriptores a los que gratuitamente se les envía impresa a sus domicilios la Revista INIA. A ellos se suma el envío digital, que alcanza un total de 21.016 suscriptores en la actualidad. Además, están aquellos lectores que prefieren acceder directamente por la descarga gratuita a través del portal inia.uy

**Revista INIA es un canal central para la difusión y transferencia de las tecnologías generadas por INIA, así como las generadas por toda la red de alianzas con las que el Instituto colabora.**

En los últimos cuatro números venimos incorporando cambios, con el objetivo de hacer cada vez más amena su lectura para hacer conocer, al tiempo que difundir, la valiosa y cuantiosa producción tecnológica de INIA.

## LA RENOVACIÓN DE LA REVISTA

A continuación, listamos algunos ejemplos de los cambios que estamos promoviendo:

- Se incluyen testimonios de productores y técnicos como protagonistas de actividades de difusión y de proyectos FPTA, poniendo foco en el proceso de uso y adopción de las tecnologías por parte de los mismos (de productor a productor).
- Se comienzan a incorporar paulatinamente en el diseño recursos de lenguaje para uso de público no experto como infografías y diagramas.
- Se incluye la nueva sección "Informe Especial": que busca conjugar investigaciones y acciones de transferencia de tecnología llevadas adelante por INIA, incorporando resultados físicos y económicos consistentes de varios años de trabajo, con foco en el sistema de producción. El hilo conductor del informe puede ser, tanto la experiencia de un Programa de Investigación, como una temática transversal relevante para INIA y el sector (Cambio Climático, Bienestar Animal, Plataformas de Largo Plazo, Módulos de Proyectos, etc.).

- Se introducen cambios en la imagen de tapa y se agregan textos.
- Se incorporan párrafos introductorios debajo de los títulos en todos los artículos técnicos que difunden avances y/o resultados de investigación.
- Se introducen "destaques" en todos los artículos técnicos que difunden avances y/o resultados de investigación.
- Se apunta a la máxima calidad de las imágenes.
- No se incluyen cuadros ni gráficos de alta complejidad para el lector.
- Todas las fotografías cuentan con pie explicativo.
- Se disminuye la extensión máxima de los artículos, apuntando a transmitir los mensajes de manera más condensada y permitiendo una mayor variedad de contenidos en un mismo ejemplar.

## LOS NUEVOS TIEMPOS EXIGEN FORTALECER EL VÍNCULO REVISTA INIA CON EL PORTAL INIA.UY Y LAS REDES SOCIALES

Para ello estamos potenciando el diálogo de la revista con la web, articulando con las posibilidades de acceso a través del celular por parte de los productores, técnicos y estudiantes, difundiendo sus contenidos a través de las redes sociales.

Revista INIA en su versión impresa se distribuye gratuitamente por envío postal, mientras que a nivel digital se distribuye a través de newsletter y Twitter. Sumado a ello, se carga en el sistema de publicaciones AINFO y se anuncia en el portal web inia.uy. Esto genera gran difusión e impacto. Luego, se promocionan los artículos individuales por Twitter, vinculándolos siempre al portal inia.uy permitiendo llegar a públicos más específicos. En la medida que se obtengan los resultados del proceso de optimización del portal inia.uy, se profundizarán estas acciones de difusión a través del uso de otras herramientas digitales (Facebook, Instagram, LinkedIn, otras).

Queremos agradecer muy especialmente a todos nuestros lectores y a los funcionarios de INIA, que son quienes con su trabajo y compromiso generan número a número los contenidos de nuestra revista. En particular, a los colegas de la Unidad de Comunicación y Transferencia de Tecnología de INIA que han liderado este proceso y han contribuido a consolidar este potente canal de contacto con un conjunto muy amplio de públicos. Estamos en un proceso de mejora continua de la estrategia de transferencia de tecnología y comunicación de INIA, dentro de la cual, Revista INIA en sus primeros 15 años de vida ha jugado un rol preponderante aportando valioso conocimiento al Sistema de Innovación Agropecuario.