

2024

Plan de Comunicación del IA2



**Instituto Universitario de Investigación Mixto
Agroalimentario de Aragón**



**Universidad
Zaragoza**

1. Contextualización

El Instituto Agroalimentario de Aragón (IA2) es un Instituto Universitario de Investigación Mixto Universidad de Zaragoza-Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (UNIZAR-CITA), aprobado por el Gobierno de Aragón el 22 de mayo de 2015. Los pilares de la creación del IA2 fueron:

- la posibilidad de contar con un conjunto numeroso de investigadores con amplia experiencia en el desarrollo de actividades de I+D+i en todas las fases de la cadena alimentaria -desde la producción de las materias primas de origen vegetal o animal hasta su transformación en alimentos seguros y de calidad y sus repercusiones sobre la salud del consumidor- y
- la demostrada capacidad de los investigadores de las dos instituciones del Gobierno de Aragón para obtener recursos externos no solo de convocatorias competitivas públicas (europeas, nacionales o regionales), sino también del sector agroalimentario, con el que ya mantenían una larga trayectoria de colaboración.

El propio carácter de centro mixto es, en sí mismo, un aspecto fundamental que el Instituto asume como un sello de identidad y calidad, siendo capaz de generar sinergias entre las instituciones y entre los investigadores para la óptima utilización de recursos. Por otra parte, la convergencia de las líneas de investigación del IA2 con los principales retos planteados en las estrategias políticas para el desarrollo del sector agroalimentario se ha entendido desde los inicios que representa una oportunidad única para mantener las vías de financiación actuales y lograr otras nuevas.

Según los datos consignados en la memoria de actividades del ejercicio 2023, el IA2 lo integran 375 miembros; este número de investigadores se reparte entre 45 grupos de investigación (entre grupos adscritos íntegramente al IA2 y otros investigadores asociados al CSIC y de la Universidad San Jorge (USJ)). En cuanto al Personal Técnico, de Gestión y Administración y Servicios propio, se cuenta con el siguiente¹:

- Jefe de Negociado
- PTGAS de gestión y promoción de proyectos
- PTGAS de gestión y promoción de proyectos y para tareas de divulgación de la investigación
- PTGAS de comunicación y documentación
- PTGAS responsable de servicios científico-técnicos

La confección de este nuevo Plan de Comunicación está fijada en el [Plan Estratégico del IA2 2024-2029](#), que lo indica expresamente en dos acciones: revisión del plan de comunicación interna (actividad de la acción 10.1) y la actualización del plan de comunicación externa y divulgación (actividad de la acción 10.2). Se toma como punto de partida el anterior Plan de Comunicación del IA2 elaborado en 2019 tras la primera evaluación de la **Agencia de Calidad y Prospectiva Universitaria de Aragón (ACPUA)**, que entre las mejoras

¹ A esta estructura hay que sumar temporalmente tres jóvenes investigadores a través del programa Investigo que finalizan contrato entre febrero y agosto de 2025 y que desde su incorporación en 2023 vienen apoyando la labor del PTGAS del instituto (incluyendo tareas de actualización de la web y redes sociales).

de su "[Informe de Evaluación Periódica de Institutos Universitarios de Investigación de la Universidad de Zaragoza](#)", estableció la elaboración de un Procedimiento de comunicación (interna y externa).

Este documento, por lo tanto, pretende actualizar el **Plan de Comunicación** anterior incorporando las mejoras que se han ido implementando en los últimos años y proponiendo nuevas. La situación parte de lo establecido en el primer Plan de Comunicación del IA2, donde ya se explicitaban el sistema de comunicación interna y el sistema de comunicación externa. Las labores de comunicación han venido realizándose desde el año 2018 por el *PTGAS de comunicación y documentación* (parte de difusión) y el *PTGAS de gestión y promoción de proyectos y para tareas de divulgación de la investigación* (parte de divulgación). Estas labores no son estancas y con frecuencia ambas figuras colaboran intensamente en la planificación y elaboración de contenidos u organización de eventos.

Se ha continuado también con la política de divulgación que ha sido seña de identidad del IA2 desde sus inicios y que tiene como ejemplo más visible los diferentes proyectos que han sido financiados por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), en los que han tomado parte activa diferentes investigadores del instituto. También se ha continuado con la participación en eventos "La Noche Europea de los Investigadores e Investigadoras", "El Rincón de la Ciencia", "11-F. Día de la Mujer y la Niña en la Ciencia", la Feria Internacional para la Producción Animal (FIGAN) o la organización de diferentes jornadas.

Análisis del entorno:

En Aragón existe un número creciente de centros e institutos universitarios de investigación, lo que se traduce en la generación de una importante cantidad de contenidos y noticias relacionadas con la ciencia; cantidad que además es creciente, ya que cada vez se da mayor importancia a la divulgación y a la difusión de resultados de investigación por parte de las entidades financiadoras. Esto supone una mayor "competencia" a la hora de hacerse con un hueco en los medios de comunicación, hecho que, si bien ya se observaba en el momento de realizar el primer Plan de Comunicación, puede decirse que sigue vigente y que a priori seguirá siendo una preocupación en el futuro.

En otro plano, puede decirse que el conocimiento externo del IA2 ha mejorado desde la confección de aquel primer plan, y aunque todavía queda camino por recorrer, se puede mirar al futuro con optimismo ya que el nombre del instituto resulta cada vez más conocido entre la sociedad y a nivel nacional.

Se valora positivamente la presencia habitual en los medios de los miembros del instituto pertenecientes al CITA.

Análisis interno:

Se ha realizado un análisis DAFO que actualiza la situación del IA2 en el aspecto de la comunicación.

Debilidades	Fortalezas
- Concienciación todavía escasa entre investigadores sobre la necesidad de comunicar	- Estructura de comunicación consolidada

- Desconocimiento de parte de investigadores del IA2 de las labores de apoyo del personal del PTGAS - Dificultad para coordinar política de comunicación conjunta entre CITA y UZ	- Programa de divulgación con amplia trayectoria e importante tasa de éxito en convocatorias - Mecanismos de difusión bien establecidos (Lista de correo, boletines,...) - Apoyo del Gabinete de imagen y comunicación UZ - Presencia regular del CITA en medios de comunicación
Amenazas	Oportunidades
- Número creciente de IUIs/Centros de investigación con necesidades de difusión/divulgación - Panorama cambiante de plataformas tecnológicas/RRSS (pérdida de relevancia de Twitter/X, Facebook,...)	- Difusión/divulgación requisito cada vez más importante en convocatorias de financiación - Agroalimentación temática de interés para la sociedad - Medios de comunicación cada vez más interesados en agroalimentación, nutrición y su efecto en la salud - Coordinación de la RAUS - Pertenencia de Unizar a UNITA para darse a conocer en el ámbito europeo

Debilidades:

Aunque la comunicación de los resultados de investigación no solo es una responsabilidad profesional, sino también un compromiso ético con la sociedad que apoya y se beneficia del avance científico, todavía se observa que pocos investigadores se interesan por el tema y se implican proactivamente en la difusión. Resulta también preocupante que haya investigadores pertenecientes al IA2 que, pese a su larga membresía, no están familiarizados con los servicios que puede prestarle el personal del instituto. En algunos casos, esto ha llevado a que recurran al Gabinete de Imagen y Comunicación de la Universidad de Zaragoza para la elaboración de notas de prensa, aunque el instituto podría proporcionarles un soporte más próximo y especializado.

La naturaleza del IA2 como instituto mixto sigue presentando dificultades en la comunicación externa, ya que depende tanto del Gabinete de Imagen y Comunicación de la Universidad de Zaragoza, como del área

de Documentación, Comunicación y Cultura Científica del CITA; esto puede ocasionar que, en más ocasiones de las deseables, no se explicita la adscripción de los investigadores al IA2 en las comunicaciones difundidas.

Fortalezas:

La política de comunicación del IA2 está plenamente establecida y, aunque hay margen de mejora, funciona con normalidad. El desarrollo de proyectos de divulgación se ha establecido casi como una rutina y este interés y la trayectoria acumulada se traducen en una alta tasa de éxito en las convocatorias de FECYT.

Asimismo, la comunicación interna del IA2 se ha consolidado como una herramienta efectiva. A la lista de correo de personal se han sumado el boletín bimestral y, más recientemente, el boletín semanal como mecanismos de difusión.

En cuanto al alcance de la difusión externa, se sigue contando con el apoyo del Gabinete de Imagen y Comunicación de la UZ, con contacto directo con muchos medios; la política de comunicación del CITA igualmente beneficia por extensión a la imagen externa del IA2.

Amenazas:

La proliferación de IUIs y de centros de investigación genera un volumen elevado de noticias enfocadas al campo científico. Esto ha derivado en una mayor competencia por captar la atención de los medios, que tienden a seleccionar contenidos más relevantes o llamativos. Es previsible que, a medida que aumente la concienciación de los investigadores sobre la importancia de difundir, este problema vaya también en aumento.

El panorama de plataformas virtuales y redes sociales (RRSS) en la era digital es muy cambiante. Herramientas previamente efectivas, como X (antiguo Twitter) o Facebook, parecen estar perdiendo relevancia, enfrentándose al desuso o a problemas de desinformación. Esta evolución puede repercutir negativamente en la reputación de las entidades/medios que sigan utilizándolas sin adaptarse a las nuevas tendencias.

Oportunidades:

Cada vez es un requisito más importante en las convocatorias competitivas de carácter público la comunicación de los resultados de investigación, lo que representa una oportunidad para impulsar la difusión entre los investigadores y posicionar al IA2 como centro de investigación de referencia. Además, la bioeconomía, agroalimentación, la nutrición y su impacto en la salud son temas de creciente interés para la sociedad y por extensión también para los medios de comunicación. Asimismo, la responsabilidad recientemente adquirida por el instituto para coordinar la Red Aragonesa de Una Sola Salud permitirá organizar jornadas temáticas y fortalecer su visibilidad dentro de la comunidad científica y social. La integración de la Universidad de Zaragoza en la plataforma UNITA también puede verse como una oportunidad a aprovechar para la dar a conocer el IA2 en el ámbito europeo.

2. Definición de objetivos

El nuevo Plan de Comunicación del IA2 ha sido realizado por el PTGAS de comunicación y documentación y, en una segunda fase, se ha remitido a la Comisión de Dirección para su revisión y aprobación.

El **objetivo general** del Plan de comunicación del IA2 es doble:

- **Reestructurar los canales de comunicación del IA2**, estableciendo pautas para su uso, con el fin de mejorar:
 - La gestión y la eficiencia
 - La fluidez de las relaciones entre los distintos niveles involucrados en el funcionamiento del Instituto
 - La comunicación, motivación y participación de los investigadores, de manera que seamos capaces de transmitir hacia el exterior nuestra actividad y los logros conseguidos
- **Posicionar la imagen del IA2 como el centro de referencia líder en el sector agroalimentario en Aragón** y convertirlo en una marca conocida y reconocida.

Objetivos concretos:

- Incrementar la presencia del IA2 en los medios de comunicación, asegurando que en las apariciones se haga referencia expresa al nombre del instituto para consolidar su identidad y reconocimiento público.
- Fomentar y visibilizar la colaboración interna entre los diferentes grupos de investigación del IA2, con especial énfasis en fortalecer las sinergias entre investigadores de las instituciones cotitulares (CITA y UNIZAR), incrementando el número de publicaciones conjuntas, proyectos y convenios con entidades públicas o privadas.
- Fomentar y visibilizar la colaboración con otras entidades y centros de investigación, especialmente con las instituciones de las que forman parte los investigadores asociados al IA2.

3. Definición de público objetivo

El Plan de Comunicación del IA2 está dirigido a un público objetivo que abarca tanto el ámbito interno como externo:

Ámbito interno: incluye a todas las personas que desarrollan su trabajo en el seno del IA2 tales como:

- Integrantes de la Comisión Rectora
- Integrantes del Comité de Asesoramiento Externo
- Integrantes de la Comisión de Dirección

- Personal Técnico y de Gestión, Administración y Servicios (PTGAS)
- Investigadores doctores
- Investigadores no doctores
- Nuevas incorporaciones al IA2

Ámbito externo: El plan de comunicación tiene una dimensión de proyección de la actividad y los logros del IA2 hacia el exterior:

- Otras instituciones del sector público (Gobierno de Aragón, Diputaciones Provinciales, ayuntamientos, Justicia de Aragón).
- Empresas del sector privado relacionadas con el ámbito agroalimentario o auxiliares (envases, logística, economía circular,...)
- Otros centros públicos de investigación y universidades
- Instituciones internacionales
- Sociedad en general

4. Mensajes

En el ámbito de la **comunicación interna** resulta complicado establecer un mensaje único, debido a la diversidad de contenidos que se difunden por esta vía. Sin embargo, las comunicaciones podrían agruparse en las siguientes tipologías:

- Convocatorias competitivas.
- Eventos de interés, congresos, seminarios, jornadas o reuniones de grupos de trabajo.
- Información sobre temas administrativos, normativa y procedimientos de trabajo.
- Mensajes institucionales.
- Ofertas de trabajo.
- Solicitudes de estancias o prácticas.

En la **dimensión externa**, el principal mensaje a transmitir es que **el IA2 es el centro de referencia en el campo agroalimentario y de salud global en Aragón**; un instituto formado por investigadores de prestigio que desarrolla una investigación altamente competitiva y de excelencia.

Para reforzar esta imagen, se fomentará la comunicación de todas las actividades organizadas desde el IA2, así como de los logros institucionales o individuales de sus miembros y de los resultados de investigación más destacados y significativos.

5. Canales

Dimensión interna: Lista de correo de personal; boletín semanal IA2; boletín bimestral IA2; correo electrónico; teléfono; página web.

En la comunicación interna, a los canales de difusión y comunicación que ya estaban establecidos, se han sumado otros nuevos que han permitido, por un lado, ampliar el alcance de las informaciones generales y, por otro, descargar de contenidos la lista de correo, que hasta entonces era bastante abultado. Así, en 2020 se puso en funcionamiento el Boletín bimestral del IA2, donde se destacan las novedades más relevantes de los últimos dos meses; y en 2023 comenzó a funcionar el Boletín semanal, donde se recogen eventos y convocatorias de interés que no justifican un mensaje individual a la lista de correo. El resto de canales se seguirán utilizando como hasta el momento.

Dimensión externa: Página web; perfiles en redes sociales; notas de prensa; apariciones en medios audiovisuales (radio, televisión, internet).

En cuanto a la comunicación externa, en los últimos tiempos se han reforzado los contenidos de la web del IA2 incluyendo por ejemplo una sección para proyectos destacados y reorganizando la presentación y el diseño. Además, está en proceso la implementación de una sección de ofertas de empleo (contratos postdoctorales, etc.) que se pondrá en marcha próximamente.

No obstante, sigue siendo imperativo fomentar una cultura de la difusión de resultados entre los investigadores, con el fin de maximizar el impacto de las actividades y logros de sus grupos de investigación y del instituto.

6. Estrategia

La elección de medios de comunicación dentro del IA2 se realizará teniendo en cuenta el fin del mensaje y el tipo de información que se desee comunicar. Se establecerán distintos niveles de difusión de la información, dependiendo de si la información está dirigida a todo el personal del IA2, a un grupo específico o hacia el exterior; también se tendrá en cuenta el interés general del mensaje a comunicar.

Es necesario seguir trabajando en el fortalecimiento de la imagen del IA2 hacia el exterior, fomentando y animando a la participación activa de los investigadores en la estrategia de comunicación. También se fomentará que en las informaciones relativas a los investigadores del CITA se destaque con mayor frecuencia su doble adscripción al CITA y al IA2.

Se continuará igualmente fomentando la comunicación entre investigadores individuales y grupos, para facilitar la cooperación y la colaboración interna. En este sentido, se concede especial importancia a eventos como la Jornada de Grupos de Investigación del IA2, que se celebra bienalmente, la Jornada de Jóvenes Investigadores del IA2 o las jornadas y seminarios de formación internos.

7. Acciones

Las acciones a desarrollar en el periodo 2024-2029 son las siguientes:

1. Procedimientos de difusión ya establecidos:

Se mantendrán los procedimientos de difusión actuales, como la publicación de noticias en la web del IA2 y en sus RRSS, en el boletín de iUnizar y envío de notas de prensa.

2. Apoyo a los investigadores:

Se ofrecerá a los investigadores la oportunidad de comunicar sus proyectos destacados, hallazgos o resultados de investigación y se les apoyará en su difusión a través de la web, RRSS u otros canales. El PTGAS de comunicación y documentación apoyará en todo el proceso, desde la redacción y/o revisión de textos, interlocución con el Gabinete de Imagen y Comunicación de Unizar y difusión en RRSS.

Se organizarán además talleres de formación en comunicación que se insertarán en la programación de los seminarios de formación mensuales del IA2.

3. Actualización de la web y redes sociales:

Se procurará realizar actualizaciones más frecuentes en la web y RRSS con el objetivo de aumentar el número de seguidores y fomentar las interacciones. Estas publicaciones no tienen por qué limitarse a actividades del IA2, sino que también pueden ser noticias de interés relacionadas con los campos de investigación del instituto.

4. Comunicación interna:

Se comunicará internamente, como viene haciéndose hasta el momento, toda la información que se considere de interés para los investigadores mediante las siguientes acciones:

- Se seleccionará la vía más adecuada de comunicación en función de la urgencia, del contenido de la información y de la necesidad de que haya constancia formal de su emisión o recepción (registro):
 - Cuando la información, solicitud o demanda afecte potencialmente a todos los miembros o a una gran parte de ellos, la difusión se realizará desde la lista de distribución de personal del IA2, permitiendo que cualquier usuario de dicha lista envíe sugerencias o comentarios.
 - Cuando la información, solicitud o demanda afecte a un número reducido de miembros, se podrá remitir directamente al correo(s) electrónico(s) de los potencialmente interesados, ya sea desde la cuenta de dirección (direia2@unizar.es) o desde alguna de las otras cuentas institucionales en las que delegue (adminia2@unizar.es, comunicacionia2@unizar.es) o a través de las jefaturas de División.
- Semanalmente (preferiblemente los lunes) se enviará el boletín semanal donde se incluirán preferentemente informaciones que no se hayan difundido por la lista de correo, aunque podrán incluirse para reforzar la difusión algunas que sí se hayan difundido previamente por esa vía.

- Bimestralmente se enviará la Newsletter IA2 que recogerá la actualidad de los miembros del instituto.

5. Información sobre servicios de comunicación:

Se enviarán correos periódicos a la lista de distribución del personal del IA2, especialmente durante la implementación inicial del plan, para informar sobre las acciones y servicios que el IA2 ofrece a sus investigadores en temas de comunicación. Estos correos incluirán:

- Opciones disponibles para la difusión de proyectos destacados.
- Soporte en la preparación y difusión de noticias relevantes.
- Posibilidad de utilizar los canales institucionales (web, redes sociales, boletines) para comunicar logros o eventos.
- Recomendaciones sobre cómo aprovechar al máximo las herramientas de comunicación interna y externa.

6. Creación de una Comisión de Divulgación

Se propondrá la creación de una Comisión de Divulgación integrada por investigadores del IA2 que ya están activos en actividades de divulgación científica. Esta comisión tendrá como objetivos principales:

- Visibilizar de manera más efectiva las actividades del instituto.
- Involucrar a un mayor número de investigadores en labores de divulgación.
- Motivar al personal investigador a participar en la comunicación de sus logros y proyectos.
- Diseñar y proponer acciones conjuntas para fortalecer la estrategia de comunicación del IA2.

La Comisión actuará como un espacio colaborativo para desarrollar iniciativas innovadoras y mejorar la conexión del instituto con sus grupos de investigación y con su entorno.

7. Creación de nuevos canales de comunicación

Se propondrá la creación de nuevos canales de comunicación existentes o que puedan surgir en el futuro. Así, se propondrá la creación de canales en las plataformas Whatsapp y/o Telegram; asimismo se creará un perfil en la red social Bluesky para la difusión de noticias siguiendo el modelo utilizado para X/Twitter.

Se fomentará también la utilización de otros formatos no escritos como los vídeos para la difusión y/o la divulgación.

8. Calendario

Algunas de las acciones descritas en este plan ya se encuentran en funcionamiento. El resto deberá ser implementado de manera progresiva tras la aprobación de este Plan de Comunicación, siguiendo un cronograma que priorice las acciones según su impacto y urgencia.

Se establecerán hitos clave para evaluar el progreso, asegurando que todas las iniciativas sean puestas en marcha en un plazo razonable. Además, se realizará una revisión periódica del estado de implementación para garantizar su cumplimiento y, si es necesario, ajustar los tiempos o procedimientos.

Cronograma (2024 - 2029)

Año	Acción
2024-2025	- Crear nuevo Plan de Comunicación donde se definan los objetivos generales y difusión entre el personal para su conocimiento. - Fortalecer los canales de comunicación establecidos, tanto internos como externos; explorar e implementar nuevos canales emergentes (Bluesky, etc.) y nuevos formatos y herramientas innovadoras (vídeos, podcasts). - Crear Comisión de Divulgación.
2026-2028	- Ajustar estrategias según la retroalimentación continua. - Desarrollar campañas temáticas anuales. - Revisar y actualizar los objetivos.
2029	- Realizar una evaluación del ciclo 2024-2029 cuyas conclusiones se plasmarán en el siguiente Plan de Comunicación, donde se preste atención a: ○ Optimización de los flujos de comunicación interna y externa. ○ Identificación y refuerzo de las prácticas más efectivas. ○ Proposición de nuevas metas para la siguiente etapa.

Presupuesto:

Para la puesta en práctica de este Plan de Comunicación se contará con el siguiente personal:

- PTGAS de comunicación y documentación
- PTGAS de gestión y promoción de proyectos y para tareas de divulgación de la investigación

Ambos podrán tener el apoyo en momentos puntuales del resto de personal y del equipo de dirección, sobre todo cuando se refiera a comunicación interna que requiera de la intervención de distintos grupos o investigadores.

El PTGAS de comunicación y documentación se estima que dedicará al menos el 50% de su tiempo en labores de comunicación; el PTGAS de gestión y promoción de proyectos y para tareas de divulgación de la investigación dedicará al menos el 25% de su tiempo; al tratarse de labores contempladas dentro de las tareas asignadas a sus respectivos puestos, no es necesario destinar un presupuesto adicional, aunque se puede cifrar a modo orientativo de la siguiente manera (estimación 2024):

PTGAS comunicación y documentación:	23.547,5 euros
PTGAS gestión y promoción de proyectos y tareas de divulgación de investigación:	10.644,25 euros
TOTAL:	34.191,75 euros

Evaluación de la comunicación y sistemas de control:

Dado que el desarrollo del Plan de Comunicación está contemplado en el Plan Estratégico del IA2, el cumplimiento de sus objetivos se encuentra a su vez reflejado en los mecanismos de seguimiento establecidos para los Planes Anuales, que se realizan de manera trimestral y anual. Este mecanismo se considera suficiente como sistema de control. Se podrían realizar informes breves a demanda.

Anexo 1 - Newsletter bimestral IA2

A sugerencia del Comité de Asesoramiento Externo, en el año 2020 se crea un boletín de periodicidad bimestral con el objetivo de informar sobre las actividades y la actualidad de los miembros del IA2.

Se lanzará los **lunes** (cuando caiga en festivo se lanzará el día laborable inmediatamente posterior, aunque si hay eventos que vayan a tener lugar en días anteriores se procurará hacer el envío el inmediatamente anterior).

El envío se realizará a través de la plataforma Mailchimp dada la imposibilidad de hacer envíos masivos de mucho peso desde las listas de correo de Unizar.

La newsletter incluirá **los siguientes apartados**:

- **Actualidad del IA2**
- **Próximos eventos**
- **Premios y reconocimientos**
- **Nuevos proyectos dirigidos por o en los que participen miembros del IA2**
- **Nuevos artículos científicos publicados por los investigadores del IA2 (recogidos en la base de datos SIDERAL)**

Si no hay actividades que reseñar en alguno de los apartados, se eliminará la fila correspondiente para evitar que aparezcan sin contenidos (el apartado de contacto y RRSS será fijo).

Formato:

Se utilizará una plantilla creada a tal efecto en la mencionada plataforma Mailchimp con el siguiente aspecto: en una tabla de una única columna y un máximo de cinco filas: la primera estará ocupada por la cabecera; la segunda por el apartado “Próximos eventos”; la tercera por “Convocatorias”; la cuarta por “Lecturas de tesis doctorales”; la quinta por “Candidatos en busca de estancia”; y finalmente la sexta por “otros”. El aspecto se puede ver en el siguiente enlace:

[https://mailchi.mp/13be93ee0dfd/newsletter-ia2-septiembre-octubre-2024?e=\[UNIQID\]](https://mailchi.mp/13be93ee0dfd/newsletter-ia2-septiembre-octubre-2024?e=[UNIQID])

También en la imagen a continuación:



septiembre-octubre 2024



Concesión proyecto Grupo Operativo PURIBIOTIC - Caracterización del perfil de antibiorresistencias en la microbiota de purines para la protección del medio ambiente

[Leer más](#)



La Red Aragonesa Una sola Salud (RAUS) celebra su primera reunión de trabajo

[Leer más](#)



Un proyecto de divulgación del IA2 destacado a nivel nacional por sus prácticas innovadoras

[Leer más](#)



1 Premio Nacional Cátedra Fundación Grupo Jorge Talento e Innovación al mejor Proyecto de Investigación relacionado con el sector porcino

[Leer más](#)



Seminario "Valorización de coproductos del café, cacao y bayas brasileñas desde una perspectiva nutricional, funcional y tecnológica" (11 noviembre, Fac. Veterinaria)

Este seminario organizado por el IA2 en colaboración con la Facultad de Veterinaria de la Universidad de Zaragoza contará con André Gustavo Vasconcelos Costa, Raquel Vieira de Carvalho y Polyanna Ibrahim Silva, investigadores de la Universidade Federal do Espírito Santo de Brasil. Los asistentes podrán explorar posibilidades de colaboración con los ponentes.

Inscripción: <https://ia2.unizar.es/inscripcion-seminario-valorizacion-de-coproductos-del-cafe-cacao-y-bayas-brasilenas-desde-una>

Jornada Jóvenes Investigadores IA2 2024 (16 diciembre, Fac. Veterinaria)

El objetivo del encuentro es dar a conocer y premiar las investigaciones que están realizando nuestros miembros más jóvenes. En esta ocasión se presentarán tanto resultados de investigación finalizados y defendidos como tesis doctorales ("PechaKucha Tesis IA2"), como los avances de investigaciones en curso por parte de los miembros predoctorales del IA2 ("Presentaciones flash de investigaciones predoctorales y pósters").

Inscripción: <https://ia2.unizar.es/inscripcion-jornada-jovenes-investigadores-ia2-2024>



Maria Pilar Mañas Pérez fue nombrada Catedrática de Universidad por resolución de 21 de octubre de 2024 (BOE 31-10-2024).

Pilar Errea Abad fue nombrada nueva directora gerente del CITA por decreto 188/2024 de 29 de octubre (BOA 30-10-2024).

Juan José Badiola y el Banco de Germoplasma Hortícola del CITA fueron reconocidos en los VI Premios Heraldo del Campo, celebrados el 28 de octubre de 2024.



Denominación del proyecto: EXP_99828: Red de ejercicio físico y salud - EXERNET

Investigador/a responsable: Vicente Rodríguez, Germán

Entidad/es financiadora/s: CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES

Fecha de inicio: 01/01/2024 - Fecha de fin: 31/12/2024



Puede consultar un listado completo de los artículos recogidos en Sideral durante los meses de septiembre y octubre de 2024 en el siguiente [enlace](#).

Si echa en falta algún mérito que cree que debería aparecer en este boletín, por favor envíenoslo a comunicacionia2@unizar.es; procuraremos incluirlo en la siguiente newsletter.



Copyright © 2024 Instituto Agroalimentario de Aragón (IA2). Todos los derechos reservados.

¿Quieres cambiar la manera en la que recibes este correo?
Puedes [actualizar tus preferencias](#) o [cancelar su suscripción de la lista](#).



Anexo 2 - Boletín semanal IA2

En noviembre 2023 se toma la decisión de crear un boletín semanal para enviar a través de la lista de correo de personal del IA2 (personal.ia2@listas.unizar.es) con el objetivo de reducir la cantidad de mensajes enviados a la misma para evitar la saturación de los investigadores.

A este boletín se destinarán los anuncios de eventos externos, lecturas de tesis, recordatorios de convocatorias y otro tipo de noticias que por su escasa entidad se considere más adecuado que se transmitan de esta manera.

Se lanzará los **lunes** (cuando caiga en festivo se lanzará el día laborable inmediatamente posterior, aunque si hay eventos que vayan a tener lugar en días anteriores se procurará hacer el envío el inmediatamente anterior).

El envío se realizará a través de un correo electrónico en el que bajo una cabecera gráfica se incluirán los enlaces a la información de los contenidos a difundir (estos enlaces serán preferiblemente a páginas externas cuando sea posible para evitar tener que cargar contenidos ajenos en la web del IA2).

El boletín incluirá **seis apartados**:

- **Próximos eventos**
- **Convocatorias**
- **Lecturas de tesis doctorales**
- **Candidatos en busca de estancia**
- **Otros**
- **Contacto y perfiles en RRSS**

Si no hay eventos que anunciar en alguno de los apartados, se eliminará la fila correspondiente para evitar que aparezcan sin contenidos (el apartado de contacto y RRSS será fijo).

Asunto del correo:

El asunto del correo será “Boletín semanal IA2 - semana XX (2023)”, siendo el número de la semana la que comience.

Formato:

Se realizará en una tabla de una única columna y un máximo de cinco filas: la primera estará ocupada por la cabecera; la segunda por el apartado “Próximos eventos”; la tercera por “Convocatorias”; la cuarta por “Lecturas de tesis doctorales”; la quinta por “Candidatos en busca de estancia”; y finalmente la sexta por “otros”. El aspecto será el siguiente:

   Boletín semanal IA2
Próximos eventos - Congreso FoodMicro 2024 Burgos (8-11- julio 2024) - Feeding the World 2023 - Sostenibilidad vs Rentabilidad (28 noviembre, Madrid)
Convocatorias - Convocatoria de ayudas para investigadores desprotegidos vinculados a la Universidad de Zaragoza
Lecturas de tesis doctorales - Clàudia Baila: "Use of sainfoin (<i>Onobrychis viciifolia</i>) in the diets of lactating dams and fattening lambs", dirigida por Margalida Joy y Sandra Lobón. Viernes 10 de noviembre de 2023, 10:30h. Salón de Actos del CITA.
Candidatos en busca de estancia - SOLICITUD DE CONTRATACIÓN POSTDOCTORAL • Especialista en CTA: Tecnología de los alimentos; Ciencia de la nutrición; Ciencia de los cereales; Pseudocereales; Aditivos alimentarios; Alimentos funcionales; Equipos de procesamiento de alimentos Doctora en Tecnología de los alimentos Odesa National Academy of Food Technologies, Odessa (Ukraine) • Especialista en Resistencia a antimicrobianos en Micobacterias Doctora en Biotecnología CUKUROVA university –Turkey - ESTANCIA POSTDOCTORAL

• Especialista en teledetección aplicada al medio ambiente y geografía histórica. Especialista en residuos urbanos e industriales. Doctor en Geografía Universidad del Salvador (UDELS)
- ESTANCIA PREDOCTORAL • Estancia: Calidad de carne de bovino Graduada en Veterinaria Universidad Nacional Autónoma de México (posibilidad de financiación) <i>*Para ampliar información sobre alguno de estos candidatos contactar con direia2@unizar.es</i>
Otros - Jornada "Manejo de las redes sociales en el sector agrario"
Recuerde que puede encontrar más información en las RR.SS. del IA2:    <i>*Contacto para la inclusión de información en el siguiente boletín: comunicacionia2@unizar.es</i>

Encabezados: tipo de letra Impact a 18 pt y color de fondo verde claro.

Contenidos: tipo de letra Verdana a 10 pt y el enlace en el propio texto.

Las tesis doctorales, que no tendrán enlace, deberán incluir los siguientes datos:

Nombre del doctorando/a, "Título de la tesis", dirigida por Nombre director/es/as. Fecha completa, hora. Lugar.

Ejemplo: Clàudia Baila: "Use of sainfoin (Onobrychis viciifolia) in the diets of lactating dams and fattening lambs", dirigida por Margalida Joy y Sandra Lobón. Viernes 10 de noviembre de 2023, 10:30h. Salón de Actos del CITA.

Tras el apartado “Otros” se incluirán enlaces a las redes sociales del IA2 con el siguiente texto:

- Recuerde que puede encontrar más información en las RR.SS. del IA2:



**Contacto para la inclusión de información en el siguiente boletín: comunicacionia2@unizar.es*

Anexo 3 - Manual de Estilo RRSS IA2

Introducción:

El uso de las redes sociales está totalmente integrado en las políticas de comunicación y divulgación de las organizaciones, complementando a los canales clásicos de difusión en los ámbitos institucionales. Desde el Instituto Agroalimentario de Aragón (IA2) se sigue apostando por estos medios como vía para trasladar a la sociedad los resultados de nuestras investigaciones, proporcionar información acerca de actividades impulsadas por el IA2 o en las que colaboramos, o compartir noticias de interés cuya temática esté relacionada con las líneas de investigación que desarrollamos.

Por tanto, es necesario establecer unas y definir unas buenas prácticas de manejo que garanticen la seguridad y la efectividad de las comunicaciones; el presente manual recoge las recomendaciones y pautas comunes para una utilización eficaz y que cumpla con los objetivos marcados.

Objetivos:

Se busca alcanzar los siguientes objetivos:

- Impulsar la marca IA2 y aumentar su presencia y relevancia en internet.
- Establecer una red de contactos con intereses comunes y que favorezcan potenciales alianzas.
- Conocer y relacionarnos con nuestros grupos de usuarios reales y potenciales.
- Para ello, este Manual pretende:
- Definir unas recomendaciones generales para el personal encargado de la gestión y manejo de estas herramientas corporativas.
- Ofrecer unas pautas para transmitir una imagen homogénea y de acuerdo a la imagen corporativa establecida.
- Indicar unas pautas de uso y estilo comunes.

Responsabilidades:

Las herramientas web 2.0 corporativas se utilizarán siempre en consonancia con los objetivos, misión y valores de la entidad a la que representan, y el personal implicado debe comprender la responsabilidad que asume y realizar un uso seguro y respetuoso de estas herramientas de carácter institucional.

En concreto, la asignación de responsabilidades es la siguiente:

- Autorización para la creación de una cuenta o perfil corporativo en Redes Sociales: Dirección IA2.
- Gestión y administración de cuentas o perfiles corporativos: PTGAS de comunicación y documentación, apoyado por PTGAS para tareas de divulgación de la investigación y de gestión y promoción de proyectos.

Recomendaciones:

De uso general:

- No compartir información que pueda considerarse confidencial.
- Respetar la privacidad y la intimidad de las personas.
- No difundir comunicaciones que susciten cuestiones de tipo ético, político o social.
- Las comunicaciones deben ser pertinentes con la actividad desarrollada en el IA2.
- No emitir opiniones personales.
- Mantener una actitud y un lenguaje respetuoso.
- Corregir errores en el menor tiempo posible para minimizar el impacto de la difusión.

De contenidos:

- Contenidos veraces y exactos.
- Verificados en sus orígenes.
- De fuentes fiables y de interés. Citar correctamente las fuentes utilizadas.
- Útiles y adecuados para mantener el interés de los usuarios y favorecer el posicionamiento en red.
- Contenido enlazado a la fuente original y para ampliación de la información.
- Cumplir con las obligaciones de los derechos de autor.
- Evitar la información de tipo publicitario y de carácter personal.

Identidad Corporativa:

La imagen corporativa del IA2 figurará como imagen del perfil en todas las redes sociales en las que se disponga una cuenta oficial. Esta imagen se mantendrá en todo momento de manera visible, de tal forma que sea reconocida e identificada con el IA2.



Instituto Universitario de Investigación Mixto
Agroalimentario de Aragón

Medios Sociales utilizados:

Se continuará con los perfiles creados en:

- **Facebook**
- **LinkedIn**

Además, siguiendo la [política y recomendaciones de la CRUE](#), se sustituirá la actividad en el perfil en X/Twitter por uno en la red social emergente **Bluesky**.

Además, se dispone de un blog para la difusión de los programas de actividades de divulgación y promoción de la cultura científica en el ámbito agroalimentario, con la colaboración de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). Este blog está administrado y gestionado por empresa externa especializada en divulgación científica, bajo supervisión de contenidos el IA2:

<http://alimentandolaciencia.esciencia.es/>

A continuación, se exponen cada una de las redes sociales seleccionadas, identificando contenido y recomendaciones concretas sobre estas herramientas:

Facebook

Página: **@InstitutoAgroalimenariodeAragonIA2**

URL: **<https://www.facebook.com/InstitutoAgroalimentariodeAragonIA2>**

Plataforma para comunicar y compartir información entre usuarios mediante mensajes, fotos, vídeos o enlaces. Posibilidad de, a partir de un perfil, crear diferentes opciones de comunicación: páginas y grupos, y todo ello en función de a quién represente el usuario (particular, empresa o institución o marca, entre otros).

El IA2 dispone de una página oficial (@InstitutoAgroalimenariodeAragonIA2) gestionada desde la cuenta Comunicación IAdos

Características de utilización:

- Al no disponer de limitación de caracteres las publicaciones permiten mayor elaboración en la redacción y el contenido.
- Se recomienda evitar la publicación automática de posts de Bluesky en Facebook, ya que la redacción es diferente en las dos herramientas.



Instituto Universitario de Investigación Mixto
Agroalimentario de Aragón

- Utilización de hashtags (#) con medida. Se recomienda la utilización de hashtags ya existentes relacionados con la publicación, los vinculados a una publicación de un tema de actualidad, o para la retransmisión de eventos en los que participe el IA2.
- Utilización de menciones (@): mencionar el perfil de los usuarios de facebook involucrados en el contenido de la publicación. Valorar antes de compartir menciones al IA2.
- Fomentar el compartir, con publicaciones de calidad e interés.
- Recomendación: al menos 3 publicaciones por semana de calidad e interés. Si durante la misma jornada se emiten varias publicaciones, espaciadas en el tiempo (a excepción de la retransmisión de la celebración de algún evento impulsado por el IA2 o en el que participe, en la que las publicaciones serán continuadas mientras dure el evento).

Contenidos recomendados:

- Logros institucionales o individuales de los miembros del IA2.
- Resultados de investigación significativos obtenidos por miembros del IA2.
- Enlaces con las publicaciones de la sección “Actualidad” de la web del IA2.
- Actividades o eventos impulsados por el IA2 o en los que participe.
- Otras actividades o eventos relacionados con las líneas de investigación del IA2 que puedan resultar de interés.
- Noticias de interés ajenas al IA2 pero relacionadas con nuestras líneas de investigación.
- Entradas al blog.

LinkedIn

Perfil: **Instituto Agroalimentario de Aragón (IA2)**

Red profesional orientada a las empresas, negocios y empleo. Dirigida a fomentar relaciones e interacciones profesionales o comerciales y el networking. Permite adjuntar imágenes, archivos, vídeos y vínculos a enlaces. Posibilita la opción de crear un perfil profesional o de empresa.

Características de utilización:

- Dado el carácter profesional de esta red social, se recomienda publicaciones altamente especializadas y la selección cuidadosa de contenidos, que puedan resultar de interés en el ámbito al que van dirigidos.
- Se recomienda evitar la publicación automática de tweets en LinkedIn, ya que la redacción es diferente en las dos herramientas.
- No utilizar hashtags (#), a excepción de los ya existentes relacionados con la publicación.



Instituto Universitario de Investigación Mixto
Agroalimentario de Aragón

- Utilización de menciones (@): mencionar el perfil de los usuarios de linkedIn involucrados en el contenido de la publicación. Valorar antes de compartir las menciones al IA2.
- Fomentar el compartir, con publicaciones de calidad e interés.
- Recomendación: al menos 3 publicaciones por semana de calidad e interés (Si durante la misma jornada se emiten varias, espaciadas en el tiempo).

Contenidos recomendados:

- Logros institucionales o individuales de los miembros del IA2.
- Resultados de investigación significativos obtenidos por miembros del IA2.
- Valorar si enlazar con las publicaciones de la sección “Actualidad” de la web del IA2, de acuerdo a la orientación profesional de esta red social.
- Actividades o eventos impulsados por el IA2 o en los que participe.
- Otras actividades o eventos relacionados con las líneas de investigación del IA2 que puedan resultar de interés, de acuerdo a la orientación profesional de esta red social.
- Valorar noticias de interés ajenas al IA2 pero relacionadas con nuestras líneas de investigación, de acuerdo a la orientación profesional de esta red social.
- Puesto que linkedIn es una herramienta habitualmente utilizada en la búsqueda de empleo, se recomienda potenciar las publicaciones relacionadas con becas, oportunidades de trabajo, convocatorias a premios académicos, programas de recursos humanos, etc.

Bluesky

Cuenta: **@ia2-uz-cita.bsky.social**

Sistema de comunicación a través de mensajes de texto de longitud corta (máximo 300 caracteres), que se muestran en la página principal del usuario. Permite adjuntar imágenes, archivos, vídeos y vínculos a enlaces.

Características de utilización:

- Dada su corta longitud, los textos deben ser descriptivos y concretos. Es preciso enlazar a las fuentes para ampliar la información.
- Utilización de hashtags (#) con medida. Se recomienda la utilización de hashtags ya existentes relacionados con el tweet, los vinculados a un tweet con un tema de actualidad, o para la retransmisión de eventos en los que participe el IA2.



Instituto Universitario de Investigación Mixto
Agroalimentario de Aragón

- Utilización de menciones (@): mencionar el perfil de los usuarios de twitter involucrados en el contenido del tweet. Valorar antes de retuitear menciones al IA2.
- Fomentar el retuiteo, con tweets de calidad e interés.
- Recomendación: al menos 3 tweets por semana de calidad e interés. Si durante la misma jornada se emiten varios tweets, espaciados en el tiempo (a excepción de la retransmisión de la celebración de algún evento impulsado por el IA2 o en el que participe, en la que la publicación de tweets será continuada mientras dure el evento).

Contenidos recomendados:

- Logros institucionales o individuales de los miembros del IA2.
- Resultados de investigación significativos obtenidos por miembros del IA2.
- Enlaces con las publicaciones de la sección “Actualidad” de la web del IA2.
- Actividades o eventos impulsados por el IA2 o en los que participe.
- Otras actividades o eventos relacionados con las líneas de investigación del IA2 que puedan resultar de interés.
- Noticias de interés ajenas al IA2 pero relacionadas con las líneas de investigación del Instituto.
- Entradas al blog.

Enlaces de interés:

- <https://www.linkedin.com/help/linkedin>
- <https://www.facebook.com/help>
- <https://blueskyweb.zendesk.com/hc/en-us>

Referencias:

[Manual de uso y estilo de las redes sociales de la biblioteca de la Universidad de Zaragoza \(BUZ\).](#)
Octubre 2020.