

Trabajo Integrador Final

Diplomatura Internacional en Comunicación y Defensa Nacional

Universidad de la Defensa Nacional

Año: 2021

Tutora: Agustina Prato | Comisión 3

Título

“FONDEF: el despegue tecno-científico de Argentina”.

Tema

Ciencia y Tecnología para la defensa y el rol del FONDEF.

Objetivos

- Facilitar al ciudadano promedio, información respecto del FONDEF.
- Acercar al ámbito de Defensa al ciudadano que permanece ajeno a éste.
- Promover el interés en el desarrollo científico y tecnológico para la defensa.
- Incentivar a los oyentes a generar proyectos de avance y desarrollo de la industria nacional.

Informe periodístico extendido

“Artículo 2°- Objeto. Finalidad. Los recursos del FONDEF serán afectados específicamente a la recuperación, modernización y/o incorporación de material de conformidad con lo previsto en el artículo 19 de la ley 24.948.”¹

En octubre del 2020, el Congreso aprobó la Ley N° 27.565; ésta crea el Fondo Nacional de la Defensa (**FONDEF**), medida de gobierno que tiene por objeto instaurar a la Defensa como política de Estado.

A partir de su aprobación, se genera un fondo económico específico y dedicado al reequipamiento de las Fuerzas Armadas (FF.AA.) en su totalidad (el Ejército, la Armada y la Fuerza Aérea).

Con esta ley, el Gobierno marca un claro punto de inflexión en la historia de la Defensa argentina, dotando al sector de la Ciencia, Tecnología y Producción para la Defensa (CTP) de un eje estable en el que se puedan realizar proyecciones a futuro, avalados por el marco normativo dictaminado en dicha ley.

¹ [Ley N° 27565 01/10/2020](#)

Hoy en día, a un año de su aprobación, se avistan los primeros avances en el ámbito de la Ciencia, Tecnología y la Producción para la Defensa; prueba de ello es la reciente aprobación del contrato para la modernización del Hércules TC-100² de la Fuerza Aérea por la FAdeA con un presupuesto de **USD 15 millones aproximadamente**. Otro caso de crecimiento de la industria local, impulsado por el FONDEF, es el de la contratación de 11 (once) empresas textiles argentinas para la provisión de indumentaria a las FF.AA.

“En este caso garantiza a las once empresas textiles una continuidad y previsibilidad en sus inversiones y planificación del trabajo”³, declaró el Ministro de Defensa J. Taiana en relación al rol actual del Fondo Nacional de la Defensa.

En paralelo a los ejemplos mencionados, se encuentran en vías de desarrollo múltiples proyectos más: modernización de aviones por parte del INVAP, adquisición de vehículos para el Ejército, reparación y restauración de unidades náuticas, construcción de remolcadores para la Armada por parte de Tandanor, etc.

Conclusión

En una nota de opinión anterior (leáse TP1), hacía mención a la oportunidad de “despegue nacional” que se nos presentaba con la implementación del FONDEF, con la esperanza del correcto uso de tan importante herramienta; no sólo porque permitiría fortalecer las Fuerzas Armadas, permitiendo así que éstas brinden un mejor servicio -y en mejores condiciones- en sus tareas subsidiarias y ejercicios no bélicos que realizan anualmente (Operación Antártico, Operación Belgrano, etc.) sino, dotando al país de una inversión local que fomente el crecimiento comercial pero, por sobre todo de desarrollo científico y tecnológico que nos pondere y permita la independencia en dicho ámbito.

En base al trabajo de investigación realizado para el desarrollo del presente artículo, puedo decir que, de momento, el Fondo está siendo utilizado acorde a la legislación que le “dio vida”, y para mayor sorpresa -en lo personal- se dio todo en

² <https://www.defensa.com/argentina/contrato-actualizacion-hercules-tc-100-fuerza-aerea-argentina>

³ <https://www.defensa.com/argentina/once-empresas-textiles-argentinas-seleccionadas-para-proveer>

un breve período de tiempo, dado que, como argentinos estamos acostumbrados a que este tipo de proyecto y políticas de Estado se tornen excesivamente burocráticas, truncando de este modo toda inercia de crecimiento.

Público objetivo

El *target* al que está dirigida esta campaña de información está determinado por:

- Rango etario: 18 a 50 años.
- Género: Hombre, mujer y no binario
- Geografía: Argentina
- Consumidores de formato Podcast

Descripción de plataforma comunicacional digital

La plataforma elegida en esta oportunidad es **Spotify**. Se eligió dicha plataforma ya que es de las más utilizadas por el público objetivo de la campaña.⁴

Spotify es una empresa de servicios multimedia. Su principal producto es la aplicación homónima empleada para la reproducción de música vía streaming. Con el *boom* de los podcasts a nivel mundial y nacional, la app comenzó a ofrecer herramientas para podcasters (generadores de podcasts) al mismo tiempo que introdujo canales de podcasts disponibles a todos los usuarios.

Descripción del formato comunicacional

El formato comunicacional elegido en esta ocasión es el **Podcast**. Este formato es similar a la radio, con la gran diferencia de que el **contenido** es **bajo demanda** y puede escucharse cuando el oyente así lo desee. El podcast tiene una alta potencia de comunicación, que puede transmitir información, educación, entretenimiento y más.

⁴ <https://www.rionegro.com.ar/el-boom-del-podcast-argentino-los-20-mejores-1864526/>

Se optó por usar formato podcast, ya que es un medio instalado en la sociedad y que sigue en crecimiento; por otro lado, el contenido que se busca desarrollar excedía a las herramientas que facilitan las redes sociales per sé.

Esquema discursivo general

Introducción

En los párrafos 1, 2, 3 y 4 desarrollo una introducción al FONDEF. Hago uso del recurso de la cita para dar veracidad y seriedad a la temática a tratar.

Desarrollo

En los párrafos 5, 6 y 7, establezco una relación entre el FONDEF y el desarrollo industrial, económico y tecnológico de Argentina. Aporto datos constatables y citas de personas destacadas en el ambiente; haciendo uso de vocabulario específico en armonía con el cotidiano.

Conclusión

En los párrafos 8 y 9, a modo de cierre del artículo, hago mención de una nota de opinión de mi autoría para cruzar lo opinado en esa instancia con la información obtenida en la investigación actual; aportando un nuevo punto de vista y una nueva opinión.

Pieza comunicacional

Link acceso al podcast a subir a plataforma elegida:

<https://drive.google.com/file/d/1QRFrGgJpovuAKev1jwDOvomnbyNJe02f/view?usp=sharing>

Breve estrategia de difusión en otras plataformas

La estrategia principal de difusión es cargar el podcast en la plataforma de Spotify; para mediante el uso de 2 reels (generados en el TP 3) incentivar al

*“instagramer”*⁵ a aumentar su conocimiento respecto del FONDEF, facilitando el link o redireccionamiento al podcast.

Otra opción para potenciar el impacto sería subir el podcast, con una imagen estática o video institucional, a la plataforma de YouTube a través del canal oficial de la UNDEF.

Ambas posibilidades pueden combinarse con la difusión del link de acceso (ya sea al podcast o al video) a través de la *Fan Page* oficial de la UNDEF y del sistema de Newsletter vigente de la Universidad.

⁵ Usuario de la red social Instagram