



MANUAL DE PROCESOS COMUNICACIONALES

INTRODUCCIÓN

El Manual de Procesos Comunicacionales pretende ser un instrumento que, puesto a disposición de los distintos actores involucrados en la comunicación, fije las normas y procesos sobre cómo debe llevarse adelante la práctica comunicacional asentada sobre el organismo de aplicación, el Área de Comunicación Institucional (ACI) de la FCS.

En el manual se definen cuáles son los actores y organismos involucrados en el proceso comunicacional. Teniendo en cuenta que la comunicación institucional es una actividad transversal a toda la institución y que, como tal, para su desarrollo se ponen en juego un sinnúmero de actores, necesidades, recursos y decisiones, consideramos necesario saber de qué estamos hablando cuando hablamos de comunicación institucional en la FCS y, con el fin de brindar un marco de referencia conceptual, se explicitan algunas definiciones vinculadas a la comunicación.

Por otra parte, resulta necesario establecer quiénes son los responsables institucionales en lo concerniente a la decisión y la ejecución en materia la comunicación.

Por último, para la mejor organización de los procesos, los hemos dividido en dos partes: una, en la que se desarrolla lo referido a las demandas, quiénes, cuándo y cómo se deben formular las demandas, es decir, lo que ocurre con anterioridad a la participación del ACI; otra, que hace referencia a qué tipo de respuestas se deben esperar, y a los procesos que se ponen en marcha con posterioridad a la formulación de la demanda, es decir el procesamiento que realiza el ACI para atenderla.

DEFINICIONES

Comunicación Institucional: Son las acciones comunicacionales desarrolladas e implementadas en el marco de un Plan de Comunicación Integral y Estratégico desde un ámbito institucional apropiado el Área de Comunicación

Institucional, que se encuentren “en sintonía con la misión y los objetivos institucionales, y que contribuyen a la formación de los valores intangibles de la institución, relacionados con la identidad, la cultura organizacional y la imagen. Esas acciones serán establecidas sobre la base de la participación y el consenso; se apoyarán en las interrelaciones con las secretarías, centros, institutos, carreras y demás dependencias que componen la Facultad; darán cuenta de las necesidades comunicacionales que surgen de la comunidad académica e institucional; y tenderán a garantizar el derecho a la información del público interno, así como el de la comunidad universitaria y el público en general”.



Funciones del Área de Comunicación Institucional: Receptar las demandas de comunicación vinculadas a las actividades de gestión, académicas, de investigación y extensión e instrumentarlas a través de mecanismos apropiados a los distintos públicos internos y externos, y asentarlas en diferentes soportes -impresos, digitales, audiovisuales.

Corresponde al Área de Comunicación Institucional, en nombre de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Córdoba, mantener las relaciones derivadas de la comunicación con la Prosecretaría de Comunicación Institucional de la Universidad Nacional de Córdoba, con las áreas de comunicación de las Facultades de la UNC y con los medios de comunicación locales, provinciales y nacionales. Asimismo, gestionar los pautados de actividades institucionales en los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la UNC.

Establecer que quedan bajo la órbita y competencia del Área de Comunicación Institucional los aspectos relativos a diseño y contenidos de las páginas web institucionales.

Establecer que es competencia del Área de Comunicación Institucional el diseño e implementación del Manual de Imagen Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales.

Público interno: Son los propios miembros de la comunidad académica: docentes-investigadores, estudiantes de grado y posgrado, docentes, egresados, potenciales estudiantes/ingresantes.

Público externo: Miembros de la comunidad universitaria de otras facultades. Otras instituciones educativas universitarias y no universitarias locales y nacionales. Instituciones del Estado en todos sus niveles. Organizaciones sociales. Comunidad en general.

Medios de comunicación: Son herramientas e instrumentos, canales o formas de transmisión de la información, para realizar el proceso comunicativo, informar y comunicar mensajes a grandes masas, que se valen de distintos soportes (impresos, audiovisuales, digitales).

984

Medios de comunicación propios de la FCS:

- Sitio Web institucional www.sociales.unc.edu.ar
- Boletín Institucional **info#ConstruyendoSociales**
- Perfiles en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube)
- Correos electrónicos y listas de correo oficiales
- Otros que en el futuro pudieran crearse

Demanda comunicacional: Son necesidades procedentes de distintos ámbitos institucionales vinculadas a la transmisión de algún mensaje relacionado con actividades, decisiones, servicios, derivados de la gestión, lo académico, la extensión y la investigación.

Imagen institucional: Es la representación visual de una institución, incluyendo su logo (marca), diseño, tipografía y colores. Tiende a reflejar la filosofía y valores de la organización.

Manual de imagen: El manual de imagen comprende el conjunto de normas a las que los responsables de la imagen institucional y la comunicación recurren para unificar criterios y normalizar el manejo de la imagen gráfica de la institución.

CUADRO DE COMPETENCIAS Y DE RESPONSABLES

El siguiente cuadro brinda información acerca de las competencias de los organismos institucionales responsables tanto de las definiciones en torno a la comunicación institucional como de su implementación.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Definición de la Política Estratégica de Comunicación	Decanato

Definición e implementación de la imagen institucional	Decanato
Definición del Manual de Procesos Comunicacionales	Decanato
Aplicación de la Política Estratégica de Comunicación	ACI*
Elaboración de Planes de Comunicación	ACI
Aplicación y divulgación del manual de imagen institucional y seguimiento para que se use de acuerdo a los parámetros establecidos	ACI
Elaboración y aplicación de estrategias para los medios masivos de comunicación	ACI
Elaboración y aplicación de estrategias de comunicación para los medios propios	ACI
Elaboración de la arquitectura del sitio web: (mapa de sitio, redacción de contenido, diseño gráfico)	Decanato/ACI
Administración de cuentas y listas de correo	Decanato / ACI
Aplicación y divulgación del manual de Procedimientos comunicacionales	ACI
Creación y correcto funcionamiento de las listas de correo	PSI UNC**/Laboratorio de Informática FCS
Diseño y administración de las listas de correo	ACI
Construcción y mantenimiento de la plataforma web	PSI UNC/Sistemas FCS

* Área de Comunicación Institucional FCS

**Prosecretaría de Informática UNC

DEMANDAS

Las demandas se desagregan en los siguientes ejes:

- 1) Quiénes pueden formular la demanda

- 2) Tipo de actividades que justifican la demanda
- 3) A qué públicos se puede destinar la demanda
- 4) Qué se puede demandar
- 5) Modos de formular la demanda
- 6) Plazos para formular la demanda

984

1) Quiénes pueden formular la demanda

Son potenciales demandantes de los servicios del ACI: Los órganos de gobierno de la Facultad de Ciencias Sociales (Honorable Consejo Consultivo – Decana/o) – Secretarías, subsecretarías y coordinaciones de gabinete de gobierno - Direcciones y coordinaciones de carreras de grado y de posgrado – Coordinaciones de Delegaciones CRES – Direcciones de Centros e Institutos – Direcciones de áreas administrativas.

Las demandas individuales de miembros de la comunidad académica de cualquier claustro serán derivadas a las referencias institucionales correspondientes para su debida autorización.

Las demandas provenientes de programas, proyectos y demás actividades de investigación deberán ser canalizadas a través de la Secretaría de Investigación.

Las demandas provenientes de programas, proyectos y demás actividades de extensión deberán ser canalizadas a través de la Secretaría de Extensión.

Las demandas derivadas de actividades especiales generadas por las carreras de posgrado deberán ser canalizadas a través de la Secretaría de Posgrado.

Las aperturas de carreras y las convocatorias para cursos estructurados y no estructurados serán canalizados a través de las Direcciones de centros e institutos o la Secretaría de Posgrado, según corresponda.

Las demandas provenientes de las cátedras de las carreras de grado deberán ser canalizadas a través de la Secretaría Académica.

2) Tipo de actividades que justifican la demanda

Institucionales/De gestión: Disposiciones de publicación obligatoria por normas nacionales o de la UNC - Difusión vinculada al Consejo Consultivo y al Decanato (Resoluciones, orden del día, declaraciones, pronunciamientos, posicionamientos)
- Eventos académicos organizados por la FCS - Elecciones – Disposiciones administrativas – etc.

Académicas: Concursos - Control de gestión docente - Aplicación del cronograma académico – Reprogramaciones – Actividades – Colaciones de Grado.

Administrativas: Licitaciones - Concursos nodocentes - Información de

tipo laboral y tramitaciones para docentes y nodocentes – etc.

De posgrado: Apertura de carreras – Inscripciones a cursos estructurados y no estructurados – Seminarios – Actividades y eventos organizados por carreras (charlas, mesas redondas, presentaciones de libros, resultados de investigaciones) – Convocatorias (publicaciones, becas, concursos) – Colaciones de posgrado – etc.

De extensión: Convocatorias a proyectos y propuestas - Cursos y seminarios - Inscripciones a ayudantes alumnos y adscriptos a la extensión - Actividades de programas, proyectos y otras actividades (muestras, ferias, charlas) - Inscripciones al banco de pasantes y publicación de órdenes de mérito - Convocatorias a becas y subsidios – Actividades y eventos – etc.

De investigación: Convocatorias a becas y subsidios - Información específica para equipos de investigación - Eventos para investigadores - Otras convocatorias – Actividades y eventos organizados por programas – etc.

También justifican la demanda aquellas actividades que la FCS organiza, coorganiza, avala, auspicia y adhiere.

Las actividades se considerarán programables y no programables.

Actividades programables: corresponden a tareas naturales del área, que ocurren una o varias veces al año y que se pueden anticipar. Ej.: inscripciones (matriculación anual, a exámenes, régimen de alumnos trabajadores, ingresantes, apertura de carreras de posgrado); convocatorias (a presentar proyectos y propuestas de extensión; actividades académicas (colaciones de grado); etc.

Actividades no programables: ocurren eventualmente.

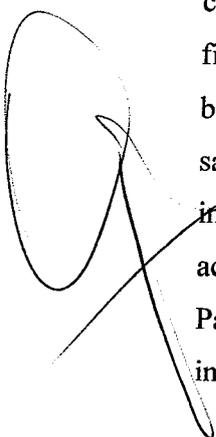
3) A qué públicos se puede destinar la demanda

Público Interno:

Ingresantes: Ej.: difusión de información vinculada al ingreso a carreras de grado (requisitos, inscripciones, actividades, curso de nivelación); becas; etc.

Estudiantes de grado: Ej.: régimen de alumnos; condicionalidades; cronogramas; inscripciones varias (matriculación anual, a cursada, a exámenes finales, ayudantes alumnos, régimen para alumnos trabajadores y madres/padres); boleto educativo; programas para estudiantes; vida estudiantil (comedor, deportes, salud); pasantías; becas y subsidios; ayudantías de alumnos a la docencia, investigación y extensión; consultoría en salud sexual y reproductiva; actividades académicas para alumnos; horarios y lugares de clases; convocatorias (Sociales Pares, a banco de veedores a concursos, a programas de extensión, a programas de investigación, a movilidad estudiantil); colaciones de grado; etc.

Estudiantes de posgrado: Ej.: cursos y seminarios; inscripciones;



actividades; convocatorias; etc.

Egresados: Ej.: cursos y seminarios; inscripciones; actividades; convocatorias; ofertas laborales; etc.

Docentes/investigadores: Ej.: información de tipo laboral (sueldos, ART, jubilaciones, programas de la UNC, capacitación); convocatorias (movilidad docente; becas y subsidios; a presentar artículos, ponencias, propuestas de extensión); llamados a concursos y selecciones; control de gestión; incentivos; etc.

Nodocentes: Ej.: información de tipo laboral y tramitaciones (sueldos, ART, jubilaciones, programas de la UNC, capacitación); llamados a concursos; etc.

Público externo:

Comunidad universitaria: Ej.: llamados a selecciones y concursos; convocatorias (a presentar propuestas de extensión, ponencias, artículos para publicaciones); eventos varios (congresos, seminarios, jornadas, charlas, mesas redondas, cursos); etc.

Comunidad en general: eventos académicos (congresos, seminarios, jornadas, mesas redondas, cursos); eventos artísticos y culturales; servicios; etc.

4) Qué se puede demandar

Difusión a través de medios internos.

Difusión a través de medios de la UNC y externos.

Producción de piezas gráficas impresas y digitales (contenido – diseño – impresión).

Elaboración de contenidos (web – folletería – redes – gacetillas - otros medios).

Elaboración de planes de comunicación.

Asesoramiento comunicacional y participación en proyectos especiales (editoriales – audiovisuales – digitales).

Coberturas de actividades institucionales.

Registros fotográficos y audiovisuales.

5) Modos de formular la demanda

El ACI habilitará usuarios para la solicitar el servicio vía web a través de un formulario.

Información requerida:

Nombre de la actividad –evento, convocatoria, etc.-

Qué tipo de “permisos” tiene la actividad (resolución de Consejo/decanal;
aval; adhesión)

Fecha, hora, lugar de realización

A quiénes va dirigida

Inscripción (modo)

Si es gratuito o pago (forma de pago)

Si es con certificación

Quién organiza

Dónde se brinda más información (páginas y correos oficiales)

Consignar qué tipo de asistencia requiere

Se evitará formular demandas:

- Que no están comprendidas en el punto 2.
- Dirigidas a públicos que no estén comprendidos en el punto 3.
- De asistencia del ACI no descripta en el punto 4.
- Por vías diferentes a las descriptas en el punto 5 (por correo electrónico, verbal o telefónicamente, por expediente, a través de redes sociales, etc.)
- Desde correos no institucionales.
- Dirigidas a miembros del ACI en forma personal.

6) Plazos para formular la demanda

En febrero y agosto de cada año, las secretarías y áreas deberán informar al ACI el cronograma de actividades programables (acompañado de los datos principales de las actividades), a fin de planificar la comunicación.

La formulación de la demanda de actividades no programables se deberá ajustar a los siguientes plazos:

Difusión en general (medios propios y medios externos): una semana de anticipación como mínimo.

Producción de piezas gráficas: 15 días de anticipación como mínimo.

PROCESAMIENTO DE LA DEMANDA

Orden de prelación para la atención de las demandas

A los fines de establecer las prioridades con las que el ACI deberá atender las demandas, en el caso de formularse simultáneamente, se establece el siguiente orden:

Consejo Consultivo - Decanato – Secretarías, Prosecretarías, Coordinaciones

984

de gabinete, Direcciones de Centros e Institutos - Direcciones de Carreras de Grado y de Posgrado - Direcciones administrativas – Otros.

984

Difusión

El ACI decidirá sobre el tipo de acciones que se realizarán, de acuerdo al tipo de necesidad de la que se trate, al orden de prelación, al público al que va destinada, a los recursos disponibles y a criterios comunicacionales; asimismo, en qué tiempo se desarrollarán las acciones, con qué recursos, por cuáles medios (propios o externos), y con qué frecuencia.

Tanto en el sitio web como en las redes sociales y otros medios de comunicación con los que cuente la FCS, se publicará información generada por la propia institución. La difusión de información generada externamente se canalizará, en forma preferente, a través del boletín info#ConstruyendoSociales.

Producción de materiales gráficos

La producción de materiales gráficos se realizará como recurso comunicacional complementario.

Redacción del contenido:

La redacción preliminar la realizará el área solicitante, consignando la información en forma completa. La redacción final correrá por cuenta del ACI.

Diseño gráfico

El ACI diseñará las piezas gráficas que se requieran, atendiendo a criterios de pertinencia y factibilidad. Las áreas podrán realizar diseños, que deberán ser aprobados por el ACI.

Impresión

El ACI gestionará la impresión, realizando los contactos con las imprentas y proporcionándole los archivos. La gestión para la autorización del gasto debe ser realizada por el área solicitante. Se acordará con el Área Económica de la FCS el procedimiento para el pago. El retiro del material gráfico se acordará entre el área solicitante y el ACI.

Distribución

La distribución y guarda del material corresponde al área solicitante.

Pautados en los Servicios de Radio y Televisión (SRT)

El ACI formulará las solicitudes de pauta y coberturas que dependen de la PCI cuando el tenor de las actividades lo ameriten, y de acuerdo a un criterio de equidad respecto de otras actividades que eventualmente se estén difundiendo por esta vía.

984

La redacción preliminar de los textos para pautados se realizará tomando en cuenta criterios institucionales y de comunicación televisiva y radial. Corresponde a la PCI realizar la redacción final.

Coberturas periodísticas de actividades

El ACI evaluará las posibilidades, los modos de realización y los medios de publicación de coberturas periodísticas.

Administración de sitios web institucionales

Corresponde al ACI la administración de sitios web institucionales de la FCS en lo concerniente a:

- Gestión de dominios y subdominios.
- Representación de la FCS en organismos universitarios de administración de sitios web institucionales (servidores, mantenimiento de plataformas, etc.).
- Creación del mapa de sitio.
- Redacción preliminar de contenidos “estáticos” del sitio web institucional, junto a las secretarías y áreas.
- Redacción final de contenidos.
- Redacción de contenidos “dinámicos” del sitio web institucional.
- Actualizaciones.
- Otorgamiento de habilitaciones para permisos de usuarios –que serán refrendadas a través de resolución decanal-.

Aclaraciones:

- Sitios web de la situación institucional anterior a la creación de la FCS
www.trabajosocial.unc.edu.ar – www.cea.unc.edu.ar –
www.iifap.unc.edu.ar

Estos sitios serán paulatinamente reabsorbidos por el sitio www.sociales.unc.edu.ar de la siguiente manera:

Trabajo Social: se le asignará un espacio en el apartado Carreras de Grado, al igual que a las otras dos carreras –Sociología y Ciencia Política- que funcionará como un micrositio (maquetación y diseño diferente a la de la página de la FCS), al que se ingresa a partir del sitio de la FCS (ej: www.sociales.unc.edu.ar/trabajosocial). Otro contenido de Trabajo Social se reorganizará en la web de Sociales.

CEA: se mantendrá el contenido institucional (autoridades, historia, carreras). Se ingresará a partir del sitio de la FCS, más cea (www.sociales.unc.edu.ar/cea).

IIFAP: se mantendrá el contenido institucional (autoridades, historia, carreras). Se ingresará a partir del sitio de la FCS, más iifap (www.sociales.unc.edu.ar/iifap).

A todas las carreras de posgrado se les asignará un espacio en el apartado Carreras de Posgrado, que funcionará como micrositio, al que se ingresará a través del sitio de la FCS más el nombre clave de la carrera.

Los micrositios de las carreras de grado y de posgrado contarán con una sección que podrá ser administrada por usuarios habilitados por el ACI, para la actualización de contenidos de tipo dinámicos (ej.: actividades específicas, avisos para alumnos, aulas de cursado, etc.).

- El ACI gestiona las cuentas oficiales de todas las redes sociales oficiales creadas o por crearse.

Administración de correos electrónicos y listas de correos

Corresponde al ACI

- Proponer la denominación de correos institucionales (de gestión, administrativos y académicos), de acuerdo a criterios comunicacionales (palabras clave, brevedad, no repetición, posibilidad de generar nuevos en el futuro, etc.).
- Realizar la gestión ante los organismos pertinentes para la generación de los correos electrónicos institucionales correspondientes a cada área (de gestión, administrativa y académica de la FCS), con el siguiente procedimiento: el usuario solicitará por nota o correo electrónico al ACI la generación de su correo personal con extensión @unc.edu.ar; la autoridad competente del área solicitará al ACI la creación del correo institucional y autorizará por nota a los usuarios habilitados para vincular su correo oficial personal al correo institucional del área en cuestión; el

ACI gestionará las solicitudes al Laboratorio Informático de la FCS a través de ticket electrónico.

984

- Generar listas de correo de acuerdo a las necesidades comunicacionales.
- Administrar las listas de correos.
- Mantener el vínculo con el Laboratorio Informático de la FCS para resolver cuestiones concernientes a los aspectos informáticos de los correos y las listas institucionales, organismo pertinente para la relación con la Prosecretaría de Informática de la UNC.
- Generar permisos para usuarios para el uso de listas de correo.
- Proponer la denominación de los correos institucionales, teniendo en cuenta criterios comunicacionales, los que podrán ser acordados con los usuarios vinculados al área solicitante.
- Enviar correos electrónicos institucionales a los públicos destinatarios, de acuerdo a los siguientes:

Criterios para la utilización del correo electrónico con fines

comunicacionales:

- Se priorizará el uso del correo electrónico masivo con fines comunicacionales para el envío del boletín institucional #ConstruyendoSociales. Se evitará el uso de las listas para envíos de comunicaciones individuales –que en algunos casos es considerado spam-, dejando esta opción sólo para situaciones excepcionales.
- Las listas por perfiles (ej.: alumnos de TS) serán utilizadas para el envío de comunicaciones específicas y de interés para cada público en particular.
- El decanato tiene acceso a todas las listas.
- Cuando las secretarías requieran realizar envíos por correo a listas pertinentes a su área de incumbencia, deberán solicitarlo al ACI. La redacción y firma de la información correrá por cuenta de la secretaría lo solicite.

- Se reemplazarán todos los correos institucionales cuyos dominios se correspondan a la situación previa a la creación de la FCS (xxx@ets.unc.edu.ar; www.@cea.unc.edu.ar; xxx@iifap.unc.edu.ar) por los correos institucionales con el dominio de la FCS (xxx@fcs.unc.edu.ar).
- En el caso de los correos oficiales de dependencias del CEA y del IIFAP, la denominación del nuevo correo podrá contener la sigla correspondiente

antes del @ (ej.: dirección.cea@fcs.unc.edu.ar).

984

MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL

Corresponde al ACI:

- La aplicación del Manual de Imagen Institucional en todos los materiales gráficos.
- Proporcionar los logos en formatos apropiados a requerimiento de los usuarios institucionales.
- Asesorar a los usuarios para la utilización correcta de los logos, de acuerdo al tipo de actividades de que se trate.
- Proporcionar los logos en formatos apropiados a usuarios externos cuando corresponda.

Aclaraciones:

- Los logos institucionales de Escuelas, Centros, Institutos, Carreras, etc., que correspondan a la situación anterior a la creación de la FCS serán reemplazados por los logos institucionales comprendidos en el Manual de Imagen Institucional de la FCS.

Diseño de planes de comunicación para eventos institucionales

Por instrucción del decanato y/o a través de las secretarías, el ACI diseñará planes de comunicación para aplicar a eventos de envergadura institucional y que requieran de la puesta a disposición del aparato de comunicación con el que cuente la FCS.



ALEJANDRO EUGENIO GONZALEZ
SECRETARÍO DE COORDINACION
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA