



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

70 años
Facultad
de Humanidades
y Ciencias de la Educación

A. Fundamento de la propuesta

I. Base conceptual de la comunicación institucional

“La comunicación institucional puede definirse como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o representantes, y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad. Tienen como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades...Conviene distinguir la comunicación institucional de las relaciones públicas, el marketing y la publicidad. El marketing estudia los mercados para crear productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, y desarrolla programas de distribución y comunicación que permitan incrementar las ventas y satisfacer a los consumidores. La publicidad es una actividad por la cual una institución claramente identificada, paga un importe económico por el emplazamiento de un mensaje en alguno de los medios de comunicación con el fin de persuadir a una audiencia determinada. Las relaciones públicas por su parte, se han entendido como la gestión de la comunicación entre una organización y los públicos sobre los que depende su desarrollo, particularmente los medios de comunicación, con la finalidad de conseguir una aceptación pública...”¹.

Por otra parte, la comunicación de una institución no consiste solamente en informar. La información es una parte muy importante pero no es su competencia exclusiva. La comunicación institucional es algo mucho más amplio, pretende construir la relación permanente, participativa y de construcción colectiva de sentido. De lo anterior se desprende que el marketing, la publicidad, las relaciones públicas y la generación de información son componentes de la comunicación institucional aunque todas ellas subordinadas a una “cuestión superior”: la definición política del modelo de institución.

Podría decirse “grosso modo” que la comunicación institucional tiene dos cometidos generales: por un lado, contribuir a la construcción de la identidad de la institución y, en segundo lugar, gestionar los contenidos informativos producidos por ésta. Creación de sentido, significación, pertenencia y reconocimiento son componentes de la comunicación que deben guardar sintonía con el proyecto político de la institución. En ese sentido, la política comunicacional no debería concebirse como un aspecto instrumental sino como un componente más del modelo de institución que una gestión busca impulsar (para esto es fundamental que las comunicaciones sean parte de la agenda de discusión política general).

En este sentido, las instituciones educativas tienen algunos rasgos particulares en tanto son usinas de conocimiento, de intercambio y de intervención comunitaria. Por esa razón, además de los ingredientes de persuasión que implica todo acto comunicativo, se debe aspirar a generar la fidelización de sus componentes (unidades académicas y servicios administrativos) a una política comunicacional de carácter general. Esto, cada día más, se transforma en un requisito indispensable para la construcción de comunidad académica.

[1](#) (La Porte, José María: Introducción a la comunicación institucional, Pontificia Università della Santa Croce, 2005).

II. Propuesta de plan de trabajo

El Plan propuesto para 2016 tiene básicamente dos propósitos, por un lado, mantener y mejorar el trabajo realizado hasta el momento, y por otro, reforzar algunas líneas que se entienden prioritarias.

El Plan de trabajo a implementarse en el transcurso de 2016 se estructura en base a los siguientes lineamientos estratégicos:

- I. Fortalecimiento institucional de la Unidad**
- II. Marca e identidad corporativa**
- III. Producción audiovisual**
- IV. Producción gráfica**
- V. Producción de contenidos informativos**
- VI. Producción editorial**
- VII. Relaciones públicas, protocolo y ceremonial**

B. Líneas estratégicas y Plan anual 2016

Línea programática	Acciones	Productos	Recursos Humanos	Presupuesto	Acuerdos con directores de áreas académicas	Avances a julio 2016	
I. Fortalecimiento institucional de la Unidad	Adquisición de equipamiento técnico necesario	Compra de materiales para trabajo audiovisual y de escritorio		Adquisición de: equipo para isla de edición, cámara fotográfica, grabador de audio, equipos de fotocopiado a granel		La UMTEC presentó nota a decanto para la consideración de los cambios en recursos humanos.	
	Ajuste de los roles del equipo de trabajo de acuerdo a la nueva planificación		Ajustar grados de los integrantes de la UMTEC y especializar roles. Generar equipos-duplas de trabajo bajo una coordinación genera. Dupla gráfica y editorial: Maura Lacreu, G2 30h; Nairí Aharonián G2, 12 h; Contenidos audiovisual y periodístico: Serrana de Souza G2 30h, además de contratación para dupla; funcionario/a administrativo (Delia Correa)			La UMTEC presentó presupuesto para la adquisición de isla de edición y cámara fotográfica. Para esta última, se coordinó con decanato para la gestión de fondos concursables.	
	Incorporación de nuevos recursos humanos	Contratación de recursos con perfiles especializados	Contratación de un recurso para contenidos y otro para audiovisual o el mismo recurso con ambos perfiles (ver recuadro anterior)			Se discutió sobre la necesidad de protocolizar lo relativo a la reproducción de materiales fotocopiados para generar iguales condiciones de acceso para todas las unidades académicas y mejorar la entrada y salida de materiales a y de la UMTEC	La UMTEC ha tenido entrevistas y se encuentra recabando información para presentar un estudio sobre equipos de fotocopiado a granel, al tiempo que releva la existencia de equipos en la FHCE para elaborar una propuesta para las unidades académicas de reproducción de materiales
	Capacitación del equipo en temáticas específicas a la formación técnica necesaria	Becas totales o semibecas en temas consideradas relevantes para el desempeño y mejoramiento técnico de los integrantes del equipo	Evaluar cuáles serían los cursos pertinentes en consonancia con la formación y perfiles de los/as integrantes de la UMTEC.				Las integrantes de las áreas de edición y comunicación se están capacitando en aspectos relativos a la gestión del portal y de la edición digital de revistas científicas.

Línea programática	Acciones	Productos	Recursos Humanos	Presupuesto	Acuerdos con directores de áreas académicas	Avances a julio 2016	
II. Marca e Identidad corporativa	Unificación de la identidad gráfica de la Facultad	Librillo Manual de identidad gráfica			Nueva presentación de los manuales, protocolos y set producidos al momento. Compromiso de puesta en común de los materiales y de actualización de su disponibilidad por parte de la UMTEC.	Está previsto culminar el envío a directores de unidades académicas de los materiales para la primera semana de agosto 2016, así como la disponibilización de los set de materiales gráficos.	
	Uso del Manual de identidad gráfica	Set de archivos con elementos gráficos para uso de todas las áreas					
	Distribución del manual de identidad corporativa y elementos gráficos (con nota de recibo)	Carta con la descripción de materiales enviados para que sea firmada por quien recepciona los productos.				Puesta en común de los diferentes materiales protocolizados en relación con la marca corporativa.	La UMTEC distribuirá los manuales y elementos gráficos en la primera semana de agosto de 2016.
	Diseño de un set de materiales básicos de presentación institucional	Productos audiovisuales e impresos de presentación institucional					Está pendiente de producción, en coordinación con decanato
	Talleres de capacitación para la apropiación de la identidad gráfica	Programa y Plan de capacitación				Se discutió sobre la posibilidad de protocolizar el proceso de validación del uso del logo de la FHCE en materiales producidos por sus investigadores así como generar criterios comunes para su uso en distintos productos.	Está pendiente continuar con instancias de encuentro para trabajar este, entre otros aspectos, con los directores de las unidades académicas o sus referentes.
	Proyecto señalética del edificio	Finalización del proyecto de señalética. Nuevo relevamiento para ajustes y colocación de nueva cartelería (coordinación con Arquitectura e Intendencia)					
	Proyecto Carteleros hall y otros espacios comunes de edificio central y casa de posgrados	Documento diagnóstico sobre carteleros de facultad y propuesta de reacondicionamiento Rediseño o producción de carteleros nuevas					Está en gestión una reunión con la comisión de locales para retomar el proyecto de señalética aprobado por el Consejo en 2014.

Línea programática	Acciones	Productos	Recursos Humanos	Presupuesto	Acuerdos con directores de áreas académicas	Avances a julio 2016
	Reforzamiento de la relación con los referentes de comunicación existentes en las distintas áreas y designación donde todavía no haya.	Encuentros con referentes abordando algún tema relacionado a las comunicaciones con el compromiso de los directores de los institutos para su implementación.				Se comenzó a trabajar en este aspecto, generando encuentros con referentes de las unidades académicas y de gestión de la FHCE
III. Producción audiovisual	Video de presentación institucional	Producción de video				Pendiente y a la espera de la adquisición de infraestructura y de contratación de recursos humanos
	Registro de actividades	Videos o captura fotográfica de eventos o actividades que cumplan los requisitos de registro, siempre que se pueda incorporar un nuevo recurso para edición de contenidos.				Se cubre en la medida de lo posible según horarios de actividades y posibilidades de los funcionarios
		Documento - Protocolo para el registro de actividades y difusión de actividades.				Pendiente
		Elaboración de ficha descriptiva de cada evento (para ordenar y para elaborar la noticia)				Pendiente
	Almacenamiento y orden de los registros audiovisuales.	Documento con criterios para almacenamiento				Pendiente
	Gestión de pantallas del edificio	Documento-Protocolo de uso				Pendiente
	Unificación de presentaciones institucionales (PPT)	Elaboración de plantilla para presentación con nueva identidad gráfica				

Línea programática	Acciones	Productos	Recursos Humanos	Presupuesto	Acuerdos con directores de áreas académicas	Avances a julio 2016
IV. Producción gráfica	Producción de materiales institucionales	Banners, backs, etc.				Se produjeron banners específicos, resta relevar junto con decanato y completar la producción.
		Tarjetería institucional				Producción parcial. Necesidades específicas pendientes de relevamiento
		Ploteo de vehículo de Facultad				Pendiente
	Implementación del proyecto de señalética	Carteles pendientes				Pendiente
	Producción de materiales para vestir el edificio y salas principales (actos, conferencias)	Pendones para hall (con instalación) pendones o similares para sala de conferencias y salón de actos				Pendiente. Se actualizaron los pendones de la entrada para la generación de inhgrreso
	Materiales para las Unidades centrales (UC) que requieran de visibilización y difusión de actividades: UAE, Extensión y Educación Permanente.	Set de materiales básicos con información general sobre cada una de las UC.				Existe material para Expoeduca con los perfiles de la oferta educativa. Queda pendiente esta producción
	Materiales para las Jornadas de Investigación	Ajustes y actualización de maquetado y diseño de Programa de las Jornadas				Se terminaron de subir las ponencias por GT
		Folletos, afiches, banners, invitación, back.				Producido.
	Materiales solicitados por las Unidades académicas y servicios de Facultad	Folletos, invitaciones, afiches, etc. (imposible calcular cantidades). Protocolización de solicitudes.				Se discutió la protocolización de estos procesos. Se acordó seguir profundizando y generar criterios comunes a partir de propuesta de la UMTEC

Línea programática	Acciones	Productos	Recursos Humanos	Presupuesto	Acuerdos con directores de áreas académicas	Avances a julio 2016		
V. Producción de contenidos informativos	Fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales	Encuentro de Unidades de comunicación del área Social con intercambio buenas experiencias o prácticas			Se planteó la posibilidad de trabajar al interior del área para proponer la unificación de algunas compras o procesos de reproducción de materiales y edición de libros	Pendiente		
	Fortalecimiento de la relación con la comunidad	Base de datos actualizada con información institucional y de medios de comunicación				Actualizada en decanato		
		Desayunos de trabajo: actores de la sociedad civil y medios de comunicación. Elaboración de programa, documento de sistematización de encuentros				Pendiente		
	Reforzamiento de los criterios de envío de mail					Se discutió y se reforzaron los criterios del protocolo		
	Ajustes del boletín electrónico de acuerdo a la evaluación que se haya realizado de implementación.	Implantación de plantilla del boletín electrónico de acuerdo a la identidad gráfica general					En proceso, con decanato, el ajuste vinculado con la mejora del orden de convocatorias y llamados	
	Definición de criterios de generación de contenidos y publicación para cada medio: web, FB, mail, etc.	Material con criterios de estilo para la redacción de contenidos informativos			Elaboración y uso de un Documento – Protocolo de buenas prácticas de tratamiento de la información		Se reforzó la existencia de los manuales y protocolos, se acordó volver a enviar los materiales unificados y trabajar en conjunto en posibles capacitaciones	Comprometido para la primera semana de agosto
	Fortalecimiento de uso de las redes sociales.	Documento con Criterios para el uso de las redes sociales (Facebook y twitter)					Se planteó y se comprometió un informe por parte de la UMTEC	En proceso la en análisis de la medición del portal e iniciada la medición de la presencia
Medición de consulta y seguimiento de facebook								

Línea programática	Acciones	Productos	Recursos Humanos	Presupuesto	Acuerdos con directores de áreas académicas	Avances a julio 2016
	Control estadístico de cobertura comunicacional de la Unidad. (consumo de boletín, visita a la página web, cantidad de adhesiones a Facebook, etc.).	Uso del google analytics o similar y elaboración de una medición de base para los distintos soportes				en redes. Comprometido para la tercera semana de agosto
	Mantenimiento de plataforma web.	Ajustes pendientes y mejoras propuestas (en caso que las haya). Adquisición de plug in (de acuerdo a necesidades concretas)				En proceso de estudio en la UMTEC
	Talleres de capacitación sobre distintos temas a gestores de contenidos.	Elaboración de agenda temática y contenidos para los talleres, comprometiéndose a la participación de unidades centrales e institutos.			Se propuso, quedó pendiente la planificación	Pendiente
	Gestión de documentos e imágenes producidos por la Unidad	Definición de criterios de almacenamientos (documentos e imágenes)				Pendiente
		Banco de imágenes de Facultad (adquisición de programas)				Pendiente
VI. Producción editorial	Ver propuesta editorial ya elaborada				Se discutió sobre distintas líneas editoriales, con el compromiso de retomar varios aspectos de la política editorial en otras instancias y se definió priorizar la edición de las monografías con mención a publicación	Iniciando proceso
	Protocolizar la entrega de ejemplares de los autores de facultad a la UMTEC para su comercialización y archivo					En proceso de discusión con decanato y la asesoría jurídica para completar una propuesta y presentarla para su discusión

Línea programática	Acciones	Productos	Recursos Humanos	Presupuesto	Acuerdos con directores de áreas académicas	Avances a julio 2016
	Protocolizar el uso del logo institucional en publicaciones de autores de facultad				Se inició la discusión, se presentaron los casos posibles y se acordó continuar profundizando en próximas instancias	Pendiente iniciar documento para discusión
	Protocolización del proceso de producción editorial					Pendiente
	Crear un comité editorial para avalar publicaciones centrales y ver cómo se evalúan las que van llegando				Se presentó como propuesta, se acordó continuar discutiendo este aspecto junto con los anteriores	
VII. Relaciones públicas, protocolo y ceremonial	Definición de criterios para la organización de eventos (organización, apoyos, auspicios, etc.)	Definición de criterios				Pendiente
	Condiciones logísticas de las locaciones de los eventos	Adquisición e instalación de equipamiento y soportes artísticos				Pendiente
	Criterios para invitaciones institucionales (diseño y edición de textos)					Pendiente