

CENTRO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN UNCUIYO

El Centro de información y Comunicación de la Universidad Nacional de Cuyo (CICUNC) tiene a su cargo la producción de Información y su comunicación tanto interna como externa. Busca facilitar el vínculo entre la comunidad universitaria y la sociedad. Este trabajo implica, entre otras cosas, la generación y producción de contenidos, la planificación y gestión de estrategias de comunicación y el desarrollo de proyectos de innovación tecnológica en telecomunicaciones.

Esta política comunicacional del CICUNC se enmarca en el Plan Estratégico 2021 de la UNCUIYO, en función de las siguientes **líneas estratégicas**:

- Desarrollar las capacidades para participar como actor relevante en la comunicación pública, divulgación científica, tecnológica, cultural y educativa de la provincia.
- Fortalecimiento de la participación activa de la UNCUIYO en los procesos de integración de la educación superior a nivel nacional, latinoamericano y caribeño e internacional.
- Desarrollo de un modelo académico que contemple ciclos generales de conocimientos básicos, articulaciones verticales y horizontales, planes de estudio, sistema de créditos y movilidad académica.
- Promoción de instancias eficaces de articulación horizontal y vertical, entre las Unidades Académicas (UU.AA.) entre sí y con el Rectorado.
- Contribuir en la generación de un modelo de comunicación pública que promueva el dialogo de saberes entre actores diversos.
- “Uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación y del Sistema Informático Universitario, para la gestión institucional de la UNCUIYO en todas sus funciones”.

PROBLEMÁTICA QUE SE BUSCA SOLUCIONAR

A partir del diagnóstico de situación de la política comunicacional desarrollada por el CICUNC, se han detectado diferentes procesos que afectaron sus objetivos iniciales. Estos procesos se encuentran vinculados a dos problemas fundamentales.

Desvinculación con la sociedad: Los medios no han servido para acercar la Universidad a la sociedad y tampoco han posibilitado que la UNCUIYO incida sobre sus principales problemáticas. De igual manera, no han tenido preponderancia como vehículo de comunicación de servicios, beneficios y actividades culturales, de divulgación académica y científica, ni de promoción de los intereses que tiene la propia UNCUIYO. Por otro lado, no han logrado posicionarse como una alternativa distinta dentro de los medios de comunicación de la provincia.

Desarticulación intrauniversidad: La falta de canales de comunicación entre las Unidades Académicas, Secretarías y el CICUNC dificulta el logro de objetivos comunes. En gran medida, los medios no se sienten parte de la UNCUIYO, por lo que tampoco comparten sus problemáticas y objetivos y han formulado una agenda propia, muchas veces sin considerar a la Universidad y sus actores. Del mismo modo, existe un gran nivel de desconocimiento de los medios universitarios por parte de la comunidad universitaria.

PROPUESTA DE GESTIÓN 2014-2018

Para dar respuesta a estos problemas y cumplir con los lineamientos establecidos por la UNCUYO, la política de comunicación plantea **los siguientes ejes de políticas de gestión:**

- I. **Vinculación con la sociedad:** Inserción territorial de la UNCUYO para transmitir lo que la Universidad “ES, PIENSA Y HACE” aportando su mirada sobre distintas temáticas sociales. Mejoramiento del grado de conocimiento de los medios de la UNCUYO y su vinculación y posicionamiento en el sistema de medios.
- II. **Comunicación institucional:** Generación de contenidos propios y de canales de comunicación que atiendan a la multiplicidad de voces que conviven en la Universidad.
- III. **Vinculación intrauniversitaria:** Interacción efectiva entre los diferentes medios y de éstos con las distintas áreas y unidades académicas de la Universidad para fortalecer la comunicación institucional y generar una agenda propia. Transformación de los medios de comunicación de la UNCUYO en ámbitos para el desarrollo profesional de los estudiantes como “medios escuela”
- IV. **Ordenamiento administrativo y espacial:** Lograr una mejora en el clima laboral, mayor productividad a partir de una mejorara en la eficiencia y eficacia de los procesos administrativos, espacios físicos de trabajo y en la provisión de insumos.

La UNCUYO es una institución que genera una gran cantidad de contenidos y forma profesionales que se integran al medio. Por ello, el desafío es ofrecer alternativas atractivas para el público y recursos que aporten valor a la comunidad.

En esta política está presente la vocación de convertirse en una voz confiable avalada por la trayectoria y prestigio que caracteriza a la Universidad, ofreciendo un enfoque distinto de la información, aportando su mirada sobre temas de la coyuntura, donde estén presentes la diversidad de posturas y heterogeneidad de intereses.

A continuación se desarrolla una síntesis de los proyectos contemplados en cada uno de los ejes de gestión que se han continuado o iniciado durante la gestión de la UNCUYO 2014-2016. Cada uno de ellos se corresponde con líneas estratégicas del PE2021, seguido de una ficha resumen por proyecto.

TABLA RESUMEN GLOBAL

Vinculación de “Lineamientos Estratégicos “con los “Ejes de Políticas de Gestión “y los “Programas o Proyectos “específicos que se están realizando actualmente

Ejes de Políticas Gestión (2014-2016)	Programas y/o Proyectos	Lineamiento estratégico PLAN 2021
I. Vinculación con la sociedad	A. Programa Unidiversidad Proyectos: 1. Señal U 2. Radio U 3. Integración de medios 4. Periodismo de Datos 5. Territorialización de los medios 6. Activaciones de marca 7. Señal U Académico	3.7 y 1.6

Ejes de Políticas Gestión (2014-2016)	Programas y/o Proyectos	Lineamiento estratégico PLAN 2021
	8. Edición U	
II. Comunicación institucional	Proyectos: 1. Noticias Institucionales 2. Posicionamiento de las noticias de la UNCUYO en los medios 3. Redes Sociales	3.7, 1.6 3.7, 1.6 3.7
III. Vinculación intrauniversitaria	Proyectos: 1. Consejo Asesor de Comunicación 2. Fortalecimiento de las áreas de Comunicación en las UU.AA. y Servicios del CICUNC 3. Afiliación Institucional 4. Vinculación de los medios del CICUNC con redes institucionales internacionales y con la región B. Programa de Formación, actualización y profesionalización de la Comunicación Proyectos: 1. Capacitación 2. "CICUNC Escuela"	3.6 3.5 3.6 3.7 1.8 1.6 2.5
IV. Ordenamiento administrativo y espacial	Proyecto: 1. Reordenamiento Administrativo y espacial	3.9

FICHAS RESUMEN POR PROYECTOS

Eje I: Vinculación con la sociedad

I. A. Programa Unidiversidad

I. A. 1. Proyecto: Señal U

El proyecto, tiene como objetivo la generación de productos innovadores en materia audiovisual, prestar servicios comunicacionales con eficiencia y calidad, generación de noticias interactivas, que permitan cumplir de manera paulatina con la cantidad de horas de producción propia que exige la ley para canales de TDA y mejorar el posicionamiento de señal U en el sistema de medios. Destinado a la comunidad en general. Cobertura territorial Gran Mendoza

Año de inicio: 2013 a la actualidad

Principales resultados obtenidos:

- Se adecuaron los estudios de televisión para generar producciones en formato "falso vivo".
- Se generaron 80 horas mensuales de producción propia
- Se produjeron desde el 2014 al 2016 48 horas más de TV
- Se crearon 20 Programas nuevos desde el 2014 a la fecha

I. A. 2. Proyecto: Radio U

Este proyecto busca un rejuvenecimiento de la audiencia de la radio universitaria a través de una adecuación de la programación que permita captar una franja de oyentes entre los 18 y 30 años. Si bien la radio está destinada a la comunidad universitaria y en general, se busca enfocar algunas acciones a un público más joven y construir una nueva una identidad artística de la radio. Acompañado de una readecuación del espacio y los recursos humanos.

Año de inicio: 2015

Principales resultados obtenidos:

- Se producen 20 programas radiales por semana 20 y 8 por día
- Se producen 17 horas diarias de transmisión radial
- Se readecuaron 3 programas radiales en horario y formato.
- Se adquirió un nuevo equipo de transmisión radial en exteriores

I. A. 3. Proyecto: Integración de medios

El objetivo de este proyecto es la integración de todos los medios de la UNCUYO en un portal de noticias en el que confluyan todos los contenidos de las web de todos los medios con el objetivo de potenciarlos. Para ello también se busca avanzar en la integración de los equipos de trabajo, unificación de la redacción y generación de perfiles transmedia. Todas estas acciones internas de integración alcanzan a los recursos humanos del CICUNC, la comunidad universitaria y a la comunidad en general.

Año de inicio: 2015 a la actualidad

Articulación: Todas las áreas y dependencias del CICUNC

Principales resultados obtenidos:

- Se creó un portal del sistema de medios Universidad
- Se creó el cargo de Director periodístico de Unidiversidad, a cargo de la línea editorial de los medios.
- Se unificó la redacción
- Se integraron los equipos periodísticos del canal y portal
- Se incrementó el 646% de audiencia online fruto de la integración

I. A. 4. Proyecto: Periodismo de datos

El objetivo principal de este proyecto es generar aplicaciones de noticias que ayuden a posicionar el medio utilizando nuevas narrativas de comunicación y periodismo. Destinado a la Comunidad general con alcance nacional.

Año de inicio: 2014 a la actualidad

Articulación: Sector público provincial

Principales resultados obtenidos:

- Se creó el departamento de periodismo de Datos
- Se generaron 74 infografías interactivas

I. A. 5. Proyecto: Territorialización de los medios

Se busca aumentar la cobertura de la Radio y TV en el territorio de la provincia, para ello se han promovido las siguientes acciones: negociaciones para el traslado de transmisor de TDA al Cerro Arco, transmisión de radio en ITU Alvear, promoción de material periodístico mediante envío de gacetillas a medios de todo el país, incorporación de la señal de TV en la grilla de cable operadores.

Año de inicio: 2014 a la actualidad

Articulación: CIN

Principales resultados obtenidos:

- Se acordó con el CIN para pago de canon de ARSAT para transmitir desde Cerro Arco.
- Se logró la retransmisión desde ITU Alvear de la señal de radio.
- Se incorporó la señal de TV en la grilla de cable operadores.

I. A. 6. Proyecto: Activaciones de marca

Llevar la marca de la UNCUYO y promocionarla en el territorio a través de transmisiones en vivo desde distintos lugares para radio y TV. Transmisión desde unidades académicas, comedor universitario, eventos especiales, etc. Destinado a la comunidad en general.

Año de inicio: 2014 a la actualidad.

Articulación:

Principales resultados obtenidos:

- Se realizaron 21 transmisiones en exteriores para Radio U
- Se realizaron 37 transmisiones especiales para Señal U

I. A. 7. Proyecto: Señal U Académico

El presente proyecto busca incrementar la visibilidad y alcance de toda la oferta académica de la UNCUYO a través de la transmisión online de cursos y ponencias que se realizan en la Universidad y acercar esos contenidos a la comunidad. A través de la creación de canal ON DEMAND se puede disponer de dicho material en cualquier momento. Destinado a la comunidad en general con alcance nacional.

Año de inicio: 2015 a la actualidad

Articulación: Secretarías, Unidades académicas

Principales resultados obtenidos:

- Se realizaron 20 transmisiones en vivo
- Se generaron 75 contenidos on demand
- Se realizó el registro audiovisuales de 32 actividades

I. A. 8. Proyecto: Edición U

Generación de contenidos y noticias universitarias de divulgación científica y promoción institucional para ser difundido en distintos medios de comunicación. A través de soportes papel, web, radial y producciones audiovisuales.

Año de inicio: 2014 a la fecha

Articulación: Secretaria y Unidades Académicas

Principales resultados obtenidos:

- Se creó el suplemento Edición U (papel) de distribución mensual en los principales diarios de la provincia.
- Se generaron 15 suplementos Edición U
- Se creó un noticiero audiovisual con las principales novedades de la UNCUYO para ser difundido en radio y televisión.
- Se realizaron 240 micros de noticias para web, radio y televisión

Eje II: Comunicación Institucional**II. 1. Proyecto: Noticias Institucionales**

Producción de noticias periodísticas a partir de actividades universitarias. Destinadas a la comunidad en general y a públicos específicos según los distintos actores institucionales. Dicha producción sirve de insumo para Edición U.

Año de inicio: 2002 a la actualidad

Articulación: Con unidades académicas y medios de comunicaciones

Principales resultados obtenidos:

- Se produjeron 1.177 notas en 2014-2015
- Se produjeron 2.350 notas en 2015-2016
- Se incrementó el 100% de las notas producidas

II. 2. Proyecto: Posicionamiento de las noticias de la UNCUYO en los medios

Se busca mejorar el posicionamiento de las noticias de la UNCUYO en el sistema de medios, a través de la producción del contenido periodístico con el formato adecuado para la publicación en los medios masivos de comunicación. Esto requiere de la gestión de los contenidos en los diferentes medios y la vinculación y articulación entre las demandas de noticias y la oferta propia y disponible de la UNCUYO. Organización de conferencias de prensa. Población objeto: comunidad en general

Año de inicio: 2014 a la actualidad

Articulación: Unidades Académicas, Rectorado y medios de comunicación

Principales resultados obtenidos:

- Se registraron 4622 menciones de la UNCUYO durante 2014-2015 (grafica, web, tv, y radio)
- Se registraron 5904 menciones durante 2015-2016
- Se incrementó en un 41,9% las menciones de la UNCUYO en los distintos medios
- Valoración periodística: Solo el 1% de las menciones se valoran como negativas

II. 3. Proyecto: Redes Sociales

Se busca mejorar el posicionamiento de las noticias de la UNCUYO en el sistema de medios, a través de la producción del contenido específico en redes sociales. Considerada un área estratégica en la difusión de noticias universitarias.

Año de inicio: 2015-2016

Principales resultados obtenidos:

- Creación del Área de Redes Sociales
- Aumento de 41% de seguidores en Facebook
- Más de 500.000 de visualizaciones de contenido en Facebook en los últimos 70 días
- Se crearon 2 canales de Youtube. 1 perfil de instagram

Eje III: Vinculación intrainstitucional

III. 1. Proyecto: Consejo Asesor de comunicación

El objetivo de este proyecto es la conformación del Consejo Asesor de Comunicación como mecanismo principal de articulación entre las distintas dependencias de la Universidad. A través de una periodicidad quincenal e itinerante por las distintas UU.AA. se llevan a cabo reuniones con referentes en comunicación de cada Unidad Académica, Secretarías y Áreas. En este espacio de participación democrática se definen políticas de comunicación, se garantiza la construcción de una agenda plural de coberturas periodísticas y contenidos para incluir en los medios internos y externos.

Año de inicio: 2014 a la actualidad.

Articulación: Unidades Académicas, EPA de FCPyS y CDA de la Secretaría Académica

Principales resultados obtenidos:

- Se realizaron 20 reuniones de Consejo
- Se conformaron 14 consejeros por UU.AA. y 9 representantes por Secretarías y áreas
- Se realizaron 40 informes especiales en Unidiversidad
- Se conformaron 2 comisiones de comunicación (salud y redes sociales Web)

III. 2. Proyecto: Fortalecimiento de áreas de Comunicación de la UNCUYO y Servicios del CICUNC

El presente proyecto busca lograr mayor efectividad en la comunicación y accesibilidad de la oferta académica y servicios que ofrece nuestra Universidad. Fortalecer la política de comunicación de la Universidad brindando apoyo y asesoramiento a las unidades académicas en materia de comunicación institucional. Por otra parte fortalecer las áreas de desarrollo web, diseño y marketing.

Algunas de las principales acciones han sido la renovación y optimización ergonómica del Sitio Web de la UNCUYO desde la perspectiva del estudiante, potenciación de la gestión de redes sociales, la optimización del área de diseño y de marketing. El desarrollo de aplicaciones de servicios para proyectos de investigación, oferta, cursos, biblioteca, licitaciones, trámites, concursos y becas.

Año de inicio: 2015 a la actualidad.

Articulación: Unidades Académicas, Secretarías y Áreas

Principales resultados obtenidos:

Web:

- Administración y mantenimiento de 128 sitios institucionales
- Se vincularon 11 sitios web de UU.AA. al sistema de portales de la Universidad
- Se incorporaron al sistema de gestión de contenidos (SGC) a todas las UU.AA.
- Se crearon 13 aplicaciones de servicios web para todas las UU.AA.
- Se registró un 31.35% más de sesiones interanual desde la publicación del nuevo sitio
- Se redujo el porcentaje de rebote en un 6%
- Se aumentó la duración media de sesión del 21%

Marketing y Diseño:

- Se creó el área de Marketing
- Se realizaron 36 campañas publicitarias (2016)
- Se ha asistido a las Secretarías en diseño gráfico y editorial
- Se sistematizó el conjunto de marcas de todas las UU.AA., Secretarías y Áreas de la UNCUYO

Fortalecimiento a las UU.AA.:

- Se designó un becario de comunicación por cada Facultad e Instituto
- Se realizaron 22 asesoramientos y capacitaciones en SGC a UU.AA.

III. 3. Proyecto: Afiliación Institucional

Afianzar un buen clima de trabajo basado en el compromiso y el sentido de pertenencia institucional, brindando una política institucional de integración, trabajo en equipo y reconocimiento por la tarea. A través de la sistematización de la información institucional para presentar toda la estructura de la UNCUYO, capacitaciones a los responsables de RRHH y Comunicación. Destinatarios: personal de la UNCUYO. Secretarías, áreas y UU.AA.

Año de inicio: 2015-2016

Articulación: Unidades Académicas, UEC y Secretaría de Bienestar

Principales resultados obtenidos:

- Se realizaron 2 capacitaciones a responsables de Comunicación y RRHH de la UNCUYO
- Se formularon 7 manuales de inducción de UU.AA. y Secretarías y/o Áreas.

III. 4. Proyecto: Fortalecimiento de la vinculación de los medios del CICUNC con redes institucionales internacionales y con la región

Vinculación del CICUNC con otras instituciones a nivel nacional, regional e internacional a través de las redes de cooperación. Objetivo: articular, producir, co-producir, recibir y difundir contenidos con otras instituciones. ATEI, AUGM, RENAU, ARUNA, entre otras.

Año de inicio: 2015 a la actualidad.

Articulación: Unidades Académicas CDA, Relaciones Internacionales y CICUNC

Principales resultados obtenidos:

- Se recibieron informes de RFI internacional en la radio, de programas de ATEI, entre otros.
- Se enviaron contenidos para su difusión internacional
- Se han recibido a 8 estudiantes de intercambio de universidades del exterior

III. B. Programa de Formación, actualización y profesionalización de la Comunicación

III. B. 1. Proyecto: Capacitaciones

En respuesta a las necesidades de actualización y de complementación en materia de comunicación se busca generar una oferta de capacitaciones e instancias de formación especialmente destinado a los responsables de comunicación de las distintas dependencias de la UNCUYO, con apertura a estudiantes, egresados de carreras afines y a la comunidad universitaria en general. Para ello, se convocaron a especialistas en la temática, a través de diversas dinámicas de capacitación (cursos, talleres, seminarios, charlas, jornadas). Se destacan las siguientes temáticas: crónicas y entrevistas, redes sociales, prensa institucional, fotografía, comunicación transmedia, comunicación y género, gestión estratégica de la comunicación, periodismo de datos, periodismo de investigación, comunicación institucional, gestión cultural, industrias creativas). Alcance Gran Mendoza y San Rafael.

Año de inicio: 2014 a la actualidad.

Falta articulación: Carrera de Comunicación Social de la UNCUYO, Secretaría de Relaciones Internacionales, UEC, Secretaria de graduados de la FCPYS, Instituto de género y mujeres

Principales resultados obtenidos:

- Se realizaron 12 capacitaciones
- Se registraron 900 asistentes

III. B. 2. Proyecto: "CICUNC escuela"

El objetivo de este proyecto es la apertura de los medios, servicios y áreas del CICUNC para generar experiencias de aprendizaje. A través de un sistema de prácticas voluntarias (Materia electiva de la carrera de Comunicación Social), Becas y prácticas pre-profesionales, a partir de convocatorias abiertas a estudiantes avanzados, con alcance en el Gran Mendoza, San Rafael y Alvear.

Año de inicio: 2015 a la actualidad.

Articulación: Unidades Académicas, Secretaría de Bienestar, Universidad A. Mazza, Universidades de México

Principales resultados obtenidos:

- Se registraron 52 voluntarios
- Se registraron 22 Becarios
- Se registraron 8 pasantes internacionales
- Se acreditó la practica en el CICUNC como materia electiva de la Lic en Comunicación Social (FCPYS)

Eje IV: Ordenamiento administrativo y espacial

IV. 1. Proyecto: Reordenamiento administrativo, espacial y de equipamiento

Formalizar los procedimientos administrativos necesarios con el fin lograr mayor orden y celeridad en los procesos administrativos del CICUNC. Realizar las adecuaciones espaciales que requieren las diferentes áreas del CICUNC: Ampliación de edificio Unidiversidad para el traslado de Radio U y la integración de todos los medios. Mejoras en el edificio rectorado donde se encuentra actualmente el funcionamiento de CICUNC. Mejoramiento y redistribución de equipamiento entre las distintas áreas del CICUNC de acuerdo a las necesidades relevadas. Acciones destinadas al personal de apoyo, becarios, voluntarios, contratados de CICUNC. (Camarógrafo, fotógrafos, periodistas, etc.).

Año de inicio: 2015 a la actualidad.

Articulación: Secretarías y Áreas de Rectorado

Principales resultados obtenidos:

- Se agilizó el procedimiento de registro de asistencias excepcionales por cobertura periodística
- Se estandarizaron los procesos de: asistencias, compras, uso de cilindros, tercerización de servicios
- Se ordenaron, formalizaron y difundieron los procedimientos de compras y gastos de CICUNC
- Se realizó una reorganización horaria de los recursos humanos en función de las actividades
- Se finalizó el anteproyecto de ampliación y traslado de la radio y envió para su Licitación
- Se reemplazó de mobiliario y ambientación visual de los espacios comunes y oficinas
- Se adquirió una camioneta utilitaria como móvil de televisión.
- Se licitó la adquisición de equipamiento para móvil.
- Se abrió la licitación de UPS para protección eléctrica de equipos en Unidiversidad

Cantidad Total de Proyectos CICUNC 18	
Relacionados con:	Lineamiento estratégico
OE1 (12)	1.6 (11)
	1.8 (1)
OE 2 (1)	2.5
OE3 (17)	3.7 (13)
	3.6 (2)
	3.5 (1)
	3.9 (1)