

AL ENCUENTRO CON

# COMUNICACIÓN UNE:

herramienta al servicio de una estrategia



**Rosa de Bustos**

*Responsable de  
Comunicación y Prensa*

*UNE.*



El Área de Comunicación de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE) es una herramienta estratégica, transversal y esencial de la asociación que agrupa a las 73 editoriales de las universidades y centros de investigación españoles.

Su actividad abarca y repercute en la comunicación de la asociación en todos los ámbitos y direcciones: la esfera institucional (comunicación institucional), la conexión con los asociados (comunicación interna) y la relación con la opinión pública a través de los medios de comunicación (comunicación externa).

Todo el trabajo de Comunicación va enfocado a cubrir una de estas áreas informativas estratégicas para la UNE desde la seguridad de que, de manera natural, impactará en las otras dos. Es decir, sabemos que, de una u otra forma, con mayor o menor repercusión, cualquier actividad o contenido generado por el Área de Comunicación UNE va a tener una transcendencia global en los distintos ámbitos de influencia en los que la Unión de Editoriales Universitarias Españolas quiere estar presente.

### **Comunicación institucional: los aliados**

Partiendo de esta idea, en primer lugar, Comunicación UNE hace un exhaustivo seguimiento de la agenda pública de la asociación, que está configurada por las reuniones de la presidenta de la UNE, como máxima representante, y demás miembros de la Junta Directiva, con instituciones, organizaciones y asociaciones afines de España y Latinoamérica.

Cabe subrayar en este punto el nuevo escenario informativo que el impulso de las relaciones de las asociaciones de las editoriales universitarias iberoamericanas ha generado en los últimos años desde el punto de vista de la comunicación, un inédito desafío que, junto a los colegas iberoamericanos, Comunicación UNE afronta desde la experiencia con la mayor ilusión.

De la agenda pública de UNE forma parte también la inmensa actividad que la asociación desarrolla a través de sus proyectos anuales: reuniones de los órganos de gobiernos (asambleas, comisiones, grupos de trabajo), encuentros y jornadas, cursos de formación, convocatorias de los Premios Nacionales de Edición Univer-



sitaria y del Sello de Calidad en Edición Académica CEA-APQ, y ferias nacionales e internacionales del libro.

Todas estas citas, que construyen un apretado calendario, cuentan con su correspondiente cobertura informativa (notas de prensa, tuits, *posts*, reportajes fotográficos y retransmisión en directo, cuando procede), que Comunicación UNE amplifica en los medios de comunicación de masas y en los medios de comunicación propios (página web, blog y redes sociales).

### Comunicación interna: los asociados

Y, por supuesto, entre nuestros asociados, ya que son los que reciben prioritariamente todos los contenidos generados por el Área de Comunicación UNE, desde el convencimiento de que una buena comunicación interna contribuye al fortalecimiento de la asociación.

Pero, además, esta área colabora con la Secretaría Técnica en la preparación de otros materiales que se hacen llegar a los asociados para el uso en sus propias editoriales y universidades.

Se trata, en cada caso, de adecuar fondo y forma, y de facilitar a los asociados la información para que estos puedan hacer un uso más eficiente de su contenido: informes temáticos, informes de actividad, folletos, programas, estadísticas de actividad y proyectos, etc.

### Comunicación externa: los *mass media*

El objetivo de comunicar a la sociedad el trabajo que realiza la asociación se completa con las relaciones que se mantienen con los medios de comunicación de masas tradicionales.

Estas relaciones, que siempre han ocupado un lugar de preferencia en el quehacer de la asociación, implican una información puntual y detallada de la actividad que efectúa la asociación, la coordinación de campañas de contenidos patrocinados y la participación de periodistas culturales en eventos de la UNE, entre los que destaca el jurado de los Premios Nacionales de Edición Universitaria.

### Puro periodismo

El proceso de trabajo del equipo de Comunicación UNE es el de cualquier medio de comunicación de masas tradicional y actual, esto es, puro periodismo.

Así, en cada cita o evento de la agenda de la asociación se identifica la información de relevancia pública, se define la mejor forma de comunicarla, se elaboran los contenidos correspondientes y se difunde a través de los medios propios y externos, con el fin de llegar a los públicos que en cada caso interese.

En este ejercicio de periodismo, cabe resaltar la elaboración del mensaje y su evolución en los últimos años para adecuarse a los nuevos medios de comunicación, es decir, a las distintas redes sociales y sus singularidades

De esta forma, fiel a la máxima de que “el medio es el mensaje” (McLuhan), Comunicación UNE ha optado por impulsar la creación de contenidos informativos propios, eligiendo del amplio abanico que ofrecen los tradicionales y nuevos géneros periodísticos aquel que en cada caso es más pertinente.

### Los medios de comunicación de UNE

El desarrollo tecnológico ha permitido que una asociación como la UNE pueda disponer a día de hoy de una amplia red de medios de comunicación a través de los cuales poder difundir sus mensajes.

Efectivamente, la UNE tiene una página web (un portal de portales, dado que cada asociado cuenta con su espacio propio, que es el diario digital de la asociación), un blog que cumple el papel de revista de pensamiento sobre la edición académica (UNELibros), un pódcast que se emite en las principales plataformas de *podcasting* y perfil en las redes sociales Facebook, Twitter (ahora X), LinkedIn, Instagram, TikTok y YouTube.

Un sueño. Sobre todo si se echa la vista atrás y se recuerda que hasta no hace mucho cualquier tipo de información que se quería difundir pasaba por los *mass media*. Era la forma de llegar a la opinión pública y a la sociedad. Esos tiempos, afortunadamente para la comunicación institucional, quedaron atrás.

### Comunicar, informar, divulgar

La UNE ha apostado en los últimos años por dotar al Área de Comunicación de los recursos humanos y técnicos necesarios para que el objetivo de la asociación (defender y prestigiar el libro universitario dentro y fuera de nuestras fronteras) se viera fortalecido.

Una nueva etapa que ha abierto grandes expectativas al añadir a las tareas de informar y comunicar toda la actividad de la organización descrita en las líneas anteriores, la de divulgación de los libros y autores de nuestros asociados. El pódcast “Libros para comprender” y la cobertura realizada en las últimas ferias del libro de Madrid, con entrevistas a centenares de autores, son ejemplo y resultado de este grato cometido.

### La creatividad, único límite

En Comunicación UNE reflexionamos continuamente sobre lo que hacemos para mejorar, innovar, sorprender y contribuir así al éxito del trabajo de la asociación. Y muy a menudo llegamos a la misma conclusión: la creatividad es nuestro único límite.

Un inmenso privilegio haber llegado hasta aquí y participar de esta etapa de oro.

