



crue
Universidades
Españolas

CAU Conferencia de Archiveros de las
Universidades Españolas

ACTIVIDADES DEL GRUPO DE TRABAJO DE COMUNICACIÓN

INFORME ANUAL CURSO 2015/2016

1. INTRODUCCIÓN

El Grupo de Trabajo de Comunicación empezó sus trabajos después de las Jornadas de la CAU celebradas en Zaragoza, en el 2015.

El grupo tiene como misión estudiar la posibilidad de mejorar la comunicación interna y externa de la Conferencia de Archiveros de las Universidades Españolas, así como la promoción y marketing de las diferentes actividades de tanto de la propia CAU como de todos sus miembros, con el fin de establecer sinergias que mejoren la imagen y la proyección profesional de sus miembros..

Este informe recoge la actividad desarrollada por el grupo durante este curso, destacando lo siguiente:

- Trabajos desarrollados.
- Resultados.
- Propuestas de trabajo.

2. ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN

Durante el curso 2015/2016, el Grupo de Trabajo ha estado constituido por los siguientes miembros:

1. José Ignacio Sánchez Galán. Universidad Alcalá de Henares
2. Beatriz García. UNED
3. José María Morell Oliver. Universidad de Navarra
4. Zacarías Sánchez. Universitat Pompeu Fabra

3 TRABAJOS DEL GRUPO DE COMUNICACIÓN.

El grupo de comunicación estableció tres objetivos básicos de trabajo.

- 1.- Comunicar las actuaciones de los miembros de la CAU (Comunicación interna)
- 2.- Establecer herramientas para una estrategia de comunicación (Comunicación externa)
- 3.- Implantar una política de comunicación para la CAU (Promoción del trabajo de los miembros)

Sobre estos tres puntos se realizaron las siguientes experiencias:

- **Slack:** Se realizaron pruebas con la plataforma Slack (<http://slack.com>), en las que se pudo comprobar que este tipo de herramientas son muy interesantes para desarrollar trabajos en equipo, separados físicamente.
- **Blog:** Se ha desarrollado un blog experimental, que aún no se ha explotado. Está en fase de pruebas y debe debatirse por los miembros del grupo la pertinencia o no de seguir adelante.
- **Facebook:** Se han publicado constantemente noticias relacionadas con temas archivísticos en general. La actividad del espacio en esta red ha ascendido considerablemente, con éxito variable.
- **Política de comunicación para la CAU:** Se han planteado dentro del grupo varias soluciones, pero es necesario establecer un debate previo, puesto que se ha detectado un fallo de "cultura" CAU, que debería plantearse antes de poder realizar un trabajo de estas características.
- **Noticias CAU:** Se han establecido ciertos mecanismos para poder publicitar las noticias que genera la comunidad. Realmente ha quedado reducido al espacio de "Actualidad" de la propia CAU.
- **Web CAU:** Se está trabajando en un cambio estructural del esquema de la página, no de los contenidos.

4 RESULTADOS Y COMENTARIOS.

- **Slack:** Los resultados a nivel interno han sido satisfactorios mientras se ha utilizado. Una vez bajó el nivel de actividad y se redujo el número de participantes, no tenía sentido utilizar la potencia de la herramienta para comunicarse tres personas.
- **Blog:** Está en fase de desarrollo. Se ha decidido pararlo hasta que se consiga conectar con un público suficiente e interesado. Antes de poder implementarlo la CAU necesita abrir un debate de interés y colaboración. No se puede desarrollar por una o dos personas sin un público dispuesto a consumir esa información. Reconocemos que es

el mayor interés del grupo, pero hay que madurar otros factores antes.

- **Facebook:** Esta herramienta de contenido social ha seguido insertando noticias constantemente. El equipo ha colgado noticias relativas al mundo de archivos, con interés variable, desde más de 1000 visitas y múltiples reenvíos, hasta noticias que no llegaban a las 200 visitas. Estos datos nos dan varias pistas de consumo:
 - Los miembros de CAU que están en la red, en líneas generales, no interactúan con nuestra propia información. Hay excepciones a las que agradecer su interés.
 - Interactuar con la información es lo que nos da visibilidad, si nuestros propios miembros no “reenvían” o “Me gusta”, no tenemos un punto de apoyo para publicitarnos.
 - Algunas semanas en las que ha subido nuestro consumo, por noticias acertadas, o vídeos de contenido interesante, las búsquedas en Google de “CAU” estaban en primer lugar, por encima de CAU = Centro de Atención al Usuario, acrónimo en todas las universidades españolas.
 - Punto crítico: Somos poco interesantes para nosotros mismos. Recomendamos insistir en una cultura propia de CAU y desarrollo profesional.
 - Si se consigue una mejora en las interacciones en Facebook será el momento de subir y publicitar el blog, con un público objetivo de 1000 visitas.
- **Política de comunicación para la CAU:** No se ha trabajado este tema en el grupo. Queda pendiente de debate con el comité ejecutivo para plantear una estrategia. El responsable del grupo se responsabiliza del parón en este punto, puesto que la información ha sido gestionada y generada por correo electrónico por el propio comité ejecutivo y no se ha podido colaborar mucho.
- **Noticias CAU:** Se consideró la posibilidad de que cualquier novedad se publicase directamente en la entrada de la página web. Después se reenlazaba al espacio en Facebook. Con las contabilizaciones vía red social podemos estar hablando de cerca de 200 visitas cada vez que se ha dado una noticia.
- **Web CAU:** El grupo está considerando cambios sustanciales de estructura. Se debatirá con el Comité Ejecutivo.

5. PROPUESTAS DE TRABAJO.

El grupo plantea las siguientes líneas de trabajo para el próximo ejercicio.

- **Trabajar la Cultura CAU:** Realizar un estudio de puntos comunes que unen el trabajo y desarrollo profesional, para poder demostrar un vínculo de trabajo que supere las propias instituciones. Cuando promocionamos los desarrollos profesionales nos beneficiamos todos. La imagen de marca CAU es fuerte y es necesario establecer un vínculo fuerte de todos los miembros para establecer sinergias.
- **Facebook:** Continuar con la línea de publicación semanal para tener un público objetivo motivado y poder lanzar desde ahí nuestras actividades. Usarlo como plataforma de marketing. De momento está funcionando.
- **Blog:** Aprovechar el último tirón de Facebook para lanzarlo después de las Jornadas de Tarragona. Puede ser un buen momento, pero es necesaria la colaboración de toda la comunidad.
- **Web CAU:** Se va a trabajar en una remodelación de concepto.
- **Noticias CAU:** Seguiremos intentando promocionarlo desde la página web propia y su lanzamiento posterior en Facebook. Se buscan otras líneas de promoción.