



PROTOCOLO DE COMUNICACIONES

INTRODUCCIÓN

En el Instituto de Investigaciones Geohistóricas (IIGHI – CONICET / UNNE) se entiende que la **Comunicación Institucional** es una herramienta estratégica fundamental para el fortalecimiento de sus funciones sustantivas de investigación, formación y transferencia.

En el plano externo, la comunicación permite dar visibilidad a las actividades científicas, de vinculación y transferencia que desarrollan los Núcleos y Líneas de trabajo. A través de diversos canales y soportes, se busca socializar proyectos en curso y resultados, no solo con la comunidad académica y otras instituciones del sistema científico-tecnológico, sino también con la sociedad en su conjunto. Esta tarea de divulgación promueve el reconocimiento institucional, facilita la articulación con otros actores y fomenta la circulación del conocimiento producido en el IIGHI.

Internamente, la comunicación cumple un rol clave en la consolidación de una dinámica institucional integrada y colaborativa. La circulación de información pertinente, actualizada y accesible entre los distintos grupos y áreas de trabajo fortalece la participación activa de investigadores, becarios, personal técnico y administrativo. Asimismo, posibilita la puesta en común de saberes, experiencias y resultados, contribuyendo a construir una identidad colectiva basada en la cooperación y el compromiso con la producción de conocimiento científico.

La comunicación se configura entonces, como un componente esencial en la vida institucional del IIGHI, orientado a potenciar la articulación interna y la visibilidad del valor social del conocimiento generado.

1. PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN EXTERNA

La definición de criterios claros para la comunicación externa, tiene como objetivo fortalecer la visibilidad institucional, fomentar y mejorar la articulación con otros actores académicos, científicos y sociales. En este sentido, se establece el siguiente protocolo para los canales oficiales del Instituto:



Página web del IIGHI

El sitio web institucional será el eje central de la comunicación externa del Instituto:
<https://iighi.conicet.gov.ar/>

Allí se alojará el contenido institucional y documental relevante, distribuido en secciones:

Institucional: donde se incluyen, Sobre el IIGHI – misión -; Historia; Objetivos; Políticas Institucionales; Reglamentos y Convenios; Memorias Anuales; Ubicación y; Contacto.

Recursos Humanos: Autoridades; Investigadores; Becarios; Pasantes; Personal de Apoyo; Personal Administrativo; Comité de evaluación de CPA; Convocatorias.

Investigación y Docencia: Líneas de Investigación; Núcleos; Convocatoria a Pasantías; Posgrados.

Extensión y Vinculación: Vinculación tecnológica, social y cultural; Eventos.

Publicaciones: Equipo Editorial; Reglamento Editorial; Libros; Reediciones; Actas de los EGHR; Publicaciones periódicas; Tesis; Otras publicaciones

Biblioteca: Sobre la Biblioteca del IIGHI; Hemeroteca; Mapoteca; Fototeca; Archivo Central IIGHI; Sitios de interés.

El sitio web institucional, es parte del sistema de comunicación general del CONICET, es el canal más estable, accesible y formal para dar a conocer el quehacer del Instituto. Sirve como fuente primaria para otras plataformas y como espacio de consulta para actores académicos, agencias de financiamiento y público general interesado en las ciencias sociales y humanas.

La definición sobre qué contenidos se publican quedará a cargo de la Dirección del Instituto, en articulación con el/la responsable de Comunicación o CPA a cargo del área. Además, la página web actuará como **fuentes primaria** para la reproducción de contenidos en redes sociales.



Redes sociales oficiales

Las redes sociales del Instituto serán utilizadas como herramientas complementarias para ampliar el alcance de la comunicación institucional. Las cuentas oficiales del IIGHI son:

- **Facebook:** <https://www.facebook.com/IIGHIChaco/>
- **Instagram:** <https://www.instagram.com/iighiconicet>
- **YouTube:** <https://www.youtube.com/c/IIGHIAudiovisual?reload=9>
- **X – ex Twitter -:** <https://x.com/iighichaco>

Criterios de uso:

- Se reproducirá y adaptará para cada red únicamente el contenido previamente publicado en el sitio web del Instituto.
- Se priorizará el uso de estas redes para anunciar eventos, difundir noticias destacadas, compartir efemérides relacionadas con nuestras líneas de trabajo y divulgar actividades de los equipos de investigación.
- El canal de YouTube se utilizará para alojar contenido audiovisual propio: conferencias, entrevistas, seminarios registrados, cápsulas de divulgación, entre otros.

La diversificación de plataformas permite llegar a públicos variados: desde colegas del sistema científico hasta docentes, estudiantes, organizaciones sociales y ciudadanía interesada. Sin embargo, mantener la coherencia institucional exige que el **sitio web actúe como filtro y validador de contenidos**, garantizando precisión y calidad comunicacional.

Si bien existen perfiles de cada una de las Núcleos y Líneas que forman parte del IIGHI, con sus respectivos criterios de publicación y responsables, toda la información de relevancia debe tener como fuente principal y prioritaria, al sitio y las redes oficiales.

La administración de las redes estará a cargo de la persona designada por la Dirección del Instituto. Toda publicación en las redes oficiales deberá contar con aprobación previa de la Dirección y/o del/la responsable de comunicación institucional de acuerdo con los criterios vigentes de publicación y de las formas definidas de visibilidad institucional.



2. CRITERIOS GRÁFICOS Y DE LENGUAJE INSTITUCIONAL

La comunicación del IIGHI debe mantener coherencia visual y discursiva, de modo que refuerce su identidad institucional y sea reconocible en distintos soportes. Para ello, se establecen las siguientes pautas:

Identidad visual

- Se utilizará el **isologotipo oficial del IIGHI – CONICET / UNNE**, respetando las normativas de marca del organismo.
- En piezas gráficas, publicaciones y presentaciones se priorizarán diseños sobrios, con tipografías claras, paleta de colores neutra y elementos que refuercen el carácter académico y contemplen la diversidad temática de las líneas de investigación que se desarrollan en el instituto.
- Toda producción deberá incluir los datos institucionales completos: nombre del Instituto, pertenencia a CONICET y a la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE).

Mantener criterios visuales homogéneos permite fortalecer la marca institucional y facilitar la identificación del IIGHI en eventos, publicaciones y redes. El uso correcto del logotipo es obligatorio por normativa de CONICET y refuerza la pertenencia al sistema nacional de ciencia y técnica.

Lenguaje institucional

- El lenguaje utilizado será **claro, accesible y riguroso**, adaptado al tipo de audiencia (académica, estudiantil, medios, público general).
- Se promoverá una comunicación **inclusiva, no sexista y respetuosa de la diversidad**, en consonancia con las políticas de género y derechos humanos impulsadas por el CONICET y la UNNE.
- En textos de divulgación se evitará la sobrecarga de tecnicismos, sin perder precisión científica.

Un lenguaje claro y cuidado no solo mejora la comprensión, sino que también expresa el compromiso institucional con una ciencia democrática, inclusiva y socialmente relevante.



Relación con medios de comunicación

- Las entrevistas, declaraciones o participaciones en medios por parte de integrantes del IIGHI en calidad de representantes institucionales deberán ser **informadas previamente** a la Dirección.
- Se elaborarán **gacetillas o comunicados de prensa** para medios locales, regionales y nacionales, en articulación con el área de Comunicación del CCT Nordeste, cuando la relevancia del hecho lo amerite (descubrimientos, premiaciones, eventos abiertos, posicionamientos, etc.).
- Toda intervención pública que implique toma de posición institucional (ante coyunturas sociales o políticas) deberá contar con el **aval explícito de la Dirección**.

El contacto con medios requiere planificación, coordinación y claridad en los mensajes. La visibilidad del Instituto debe gestionarse responsablemente, garantizando una comunicación precisa y coherente con sus valores.

Comunicación en situaciones especiales o de crisis

- En caso de conflictos, emergencias o situaciones que involucren al Instituto en forma directa o indirecta (como denuncias públicas, accidentes, controversias académicas, etc.), **toda comunicación será centralizada por la Dirección** y el/la responsable de Comunicación.
- Se evitará la emisión de mensajes individuales en nombre del Instituto sin coordinación previa.

En situaciones sensibles, una gestión comunicacional cuidadosa evita malentendidos, protege a las personas involucradas y resguarda la imagen institucional.

3. PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN INTERNA

Este protocolo tiene como objetivo orientar al conjunto de integrantes del Instituto de Investigaciones Geohistóricas (IIGHI – CONICET / UNNE) en el uso adecuado de los canales internos de comunicación. Su finalidad es fortalecer el trabajo colaborativo, contribuir al buen clima institucional y garantizar la circulación oportuna, clara y respetuosa de la información relevante, independientemente del grupo de investigación, la sede o el rol desempeñado.



Comunicaciones desde el Instituto

El canal de comunicación oficial del IIGHI será el correo de la Secretaría (iighi.secretaria@gmail.com), desde donde se informarán novedades de relevancia, solicitudes, sin exceptuar otras formas de comunicación que ya forman parte de la cultura institucional del IIGHI.

Grupos de WhatsApp institucionales

Para facilitar la comunicación inmediata entre equipos, el IIGHI cuenta con grupos de WhatsApp organizados por función. Los mismos son administrados y cumplen funciones específicas relacionadas con sus integrantes.

- Consejo Directivo (CD)
- Líneas y Núcleos de Investigación.
- Becarios/as
- CPA y personal técnico-administrativo

Estos espacios están destinados exclusivamente a **temas de interés institucional compartido**. Toda comunicación administrativa formal (como envío de documentación, solicitudes, trámites) debe realizarse **únicamente por correo electrónico a la secretaria**, especialmente cuando implique el intercambio de archivos o registros oficiales.

WhatsApp cumple un rol útil en la comunicación cotidiana, pero su uso debe ser complementario, no sustitutivo, del correo institucional. Centralizar los trámites formales en el correo electrónico permite garantizar trazabilidad, registro y resguardo de la información.

4. IMAGEN INSTITUCIONAL

La construcción de una identidad visual sólida y coherente es parte del posicionamiento académico y social del Instituto. Se distinguirá según el tipo de comunicación producida. Por ello, se establecen los siguientes criterios para el uso de elementos gráficos y de difusión institucional en la siguiente tabla:



Eje	Comunicación Interna	Comunicación Externa
Uso del membrete y logotipo institucional	• Uso autorizado para trámites y documentación interna. • Puede utilizarse el membrete del Instituto con marca del área interna correspondiente (Biblioteca, Fototeca, Núcleos, etc.).	• Uso autorizado del membrete oficial con la marca institucional conjunta (IIGHI + UNNE + CONICET). • Se emplea en presentaciones académicas, trámites, publicaciones y eventos con proyección pública.
Uso de la marca institucional	• Se permite el uso de marcas internas específicas (NEHC, NEDIM, NELEL, NECEPS, LabTIG, Biblioteca, Archivo, Revista, Colecciones, etc.) para identificar acciones, informes o producciones propias del área. • Deben respetarse los lineamientos gráficos del Instituto.	• Debe utilizarse la marca conjunta oficial del IIGHI-UNNE/CONICET para representar institucionalmente al Instituto. • No se permite el uso aislado de marcas internas en difusión externa sin coordinación con Comunicación.
Acceso a modelos de membretes y logos actualizados	• Se distribuyen por correo electrónico desde Secretaría al comienzo de cada año.	• El acceso es gestionado internamente. Solo personal autorizado genera materiales con marca externa oficial para difusión pública.
Producción de materiales informativos y promocionales (flyers, banners, afiches, videos, etc.)	• Requiere autorización de la Dirección a través del encargado de Diseño. • Puede incluir logotipo institucional y marca del área interna específica.	• Requiere autorización de la Dirección a través del encargado de Diseño. • Debe respetar la identidad visual de la marca institucional (IIGHI-UNNE/CONICET). • Se prioriza coherencia gráfica y adecuación al posicionamiento institucional.



Eje	Comunicación Interna	Comunicación Externa
Propuesta de contenidos para la web institucional	• Envío al encargado de Comunicación para evaluación junto a Dirección. • Se pueden incluir noticias, recursos o informes de áreas internas.	• Contenidos de interés público, noticias, convocatorias, resultados, etc. • Se publica con marca institucional completa. • Puede referirse a áreas internas si es relevante.
Propuesta de contenidos para redes sociales institucionales	• Sugerencias de novedades internas relevantes para la comunidad del Instituto. • Deben alinearse a la estrategia general de comunicación.	• Noticias, eventos, publicaciones o actividades con impacto público o académico. • Se difunden con marca institucional oficial, cuidando coherencia de tono y estética.
Materiales promocionales e institucionales	• Solicitud al encargado de Diseño. • Pueden representar marcas internas si se trata de acciones específicas (por ejemplo, NELEL, Biblioteca, Revista). • Siempre con supervisión de Comunicación.	• Solicitud al encargado de Diseño. • Solo con aprobación de la Dirección y uso exclusivo de la marca institucional completa. (Por ejemplo, participación en ferias, stands, congresos, videos institucionales, campañas de difusión.)

Unificar criterios de identidad institucional garantiza la coherencia del discurso institucional, previene usos indebidos del nombre o logotipo y asegura la calidad y profesionalismo en las piezas de comunicación.