

Política editorial

- a) Los manuscritos originales remitidos por los autores deberán girar en torno al gran eje vertebrador de la colección: **la comunicación en las organizaciones**, y en especial, en los grandes ámbitos de actuación establecidos por el Consejo Editorial de la Asociación de Directivos de Comunicación: **la marca, la identidad, la imagen y la reputación corporativas; la comunicación y el diálogo con públicos y stakeholders**, así como las percepciones, actitudes y relaciones con estos últimos.
- b) Más concretamente, las obras propuestas para publicación deberán cumplir la función de **transferencia a la sociedad de los conocimientos adquiridos por el autor en los campos científico y académico** relativos los mencionados temas.
- c) Toda obra candidata a ser publicada en la colección debe cumplir los requisitos de **rigor y calidad** correspondientes a una publicación científica, así como las instrucciones específicas a los autores disponibles en la web de Editorial UOC, y a disposición de cualquier autor que las solicite a la dirección editorial y/o de la colección.
- d) Cualquier autor profesional o investigador está invitado a remitir una propuesta de publicación a la editorial, en especial aquellas personas cuyo perfil sea docente en algún programa universitario nacional o extranjero, y cuya obra constituya, potencialmente, un material de apoyo a su actividad didáctica.
- e) Todas las obras candidatas a ser publicadas deberán ser remitidas al responsable editorial de Editorial UOC, quien lo presentará ante el **Consejo editorial de Dircom**. Este valorará su calidad y encaje en la colección como requisito previo indispensable para, tras participar en el proceso de **dobles evaluación ciega por pares**, emitir el dictamen definitivo de la revisión y, posteriormente, si procede, para que confirmen la autorización para la edición. Uno de ellos, la Dra. Kathy Matilla, actuará como Directora del **comité científico** y como Directora de la colección Dircom.
- f) Los criterios de revisión de los manuscritos originales recibidos se centrarán en:

- Que puedan resultar de interés formativo y/o de utilidad profesional para los lectores potenciales con un perfil semejante al de los socios de Dircom, es decir, los Directores de Comunicación de empresas e instituciones y las consultoras de comunicación.
 - Que se adapten plenamente al cuerpo doctrinal establecido por el Consejo Editorial de Dircom, que sistematiza la forma en la que la asociación Dircom entiende la profesión y el conocimiento de los socios [ver [Anexo nº 1](#), al final del presente documento]
 - La Comisión Editorial de la Colección Dircom valorará especialmente aquellos textos que se orienten a la perspectiva estratégica de la profesión, tanto teórica, como práctica, así como los estudios de casos.
- g) La remisión de un manuscrito original supone, por parte del/los autor/es, la aceptación automática y expresa de los criterios y de las decisiones que la editorial pueda tomar frente a cualquier duda de interpretación sobre los requisitos y las condiciones enunciadas en el presente documento, disponible en el sitio web de **Editorial UOC**: www.editorialuoc.com
- h) Los revisores, una vez finalizada la revisión de los manuscritos originales ciegos recibidos, consignarán los resultados de su evaluación en una *Ficha de evaluación* [ver [Anexo nº 2](#), al final del presente documento], la cual será remitida al responsable editorial de la colección Dircom, quien se responsabilizará de hacerla llegar al/los autor/es.
- i) Con anterioridad al fallo definitivo, los revisores, a título individual y durante el proceso de revisión, podrán proponer al/los autor/es posibles cambios y modificaciones. Si este/estos los aceptasen, deberán remitir nuevamente el manuscrito modificado siguiendo el mismo procedimiento. El texto de las modificaciones introducidas se destacará **sobre fondo verde**, para su mejor identificación. El/los revisor/es procederán a la revisión del nuevo texto modificado, consignando su dictamen definitivo en la *Ficha de evaluación final*.
- j) La no aceptación de introducción de las modificaciones sugeridas por parte del/los autor/es, que deberá consignarse por escrito en todos los casos, supondrá el cese inmediato del proceso de revisión y la desestimación (no aceptación) definitiva del manuscrito original sometido a evaluación.

- k) En caso de discrepancia severa en los resultados de la revisión ciega por pares de un manuscrito sujeto a revisión, el responsable editorial de la colección remitirá una copia ciega de dicho manuscrito Director del comité científico, para su información sobre la situación y otra copia ciega a un tercer revisor, cuyo dictamen, una vez emitido, será inapelable en cualquier caso.
- l) Una vez finalizado el proceso de revisión ciega por pares, el responsable editorial de la colección remitirá una copia ciega de dicho manuscrito original, definitivamente evaluados sus contenidos, al Director General de Editorial UOC, para su validación editorial definitiva.
- m) Asimismo, el responsable editorial de la colección remitirá una segunda copia de dicho manuscrito original, definitivamente evaluados sus contenidos y validados por el Director General de Editorial UOC, y ya en esta ocasión con indicación plena de autoría, al Director de la colección, para su conocimiento de la finalización del procedimiento de revisión y con la finalidad de que pueda proceder a informar sobre la próxima publicación del nuevo título al Consejo Editorial y a la Dirección General de Dircom.
- n) Las condiciones de publicación, edición, distribución y de derechos de autor de cada título se concretarán, en cada caso, en un contrato específico entre el/los autor/es y Editorial UOC, quien será la responsable única de contactar, en este sentido, con el/los autor/es.
- o) Una vez editado y distribuido en el canal cada nuevo título de la colección Dircom, el Consejo Editorial de Dircom se responsabilizará de difundir la noticia de la novedad editorial a su colectivo de asociados, a través de los órganos habituales de comunicación de Dircom (web corporativa, boletín semanal, redes sociales, bases de datos propias, departamento de comunicación, etc.) y de los de otros colectivos asociativos con los que colabora sistemáticamente en tareas de carácter informativo y de difusión pública. Se procurará garantizar, así, la más amplia difusión posible entre la comunidad de profesionales en activo especializados en Comunicación de los países de habla hispana.
- p) Asimismo y por su parte, Editorial UOC difundirá la información de cada novedad editorial a través de sus procedimientos de difusión habituales (*website* corporativa, redes sociales, bases de datos de elaboración propia, canal de distribución, Amazon en español, etc.), con la finalidad de procurar la máxima cobertura informativa en el

ámbito académico de habla hispana (profesores-investigadores universitarios, grupos de investigación, facultades, universidades, escuelas de negocios y bibliotecas especializadas en Comunicación, etc.).

Consejo editorial de Dircom

El **Consejo editorial** de **Dircom** es el responsable institucional de crear y salvaguardar los **grandes ejes vertebradores temáticos** en materia de comunicación en las organizaciones, bajo la marca Dircom, extrayendo para ello la realidad que vive la asociación **Dircom**, en contacto permanente con la profesión y la experiencia de sus socios.

El **Consejo editorial** de **Dircom** es competente para proponer a la Junta Directiva de **Dircom** la línea editorial de la Asociación y para valorar las propuestas de colaboración en materia de publicaciones.

En el momento de su constitución, el **Consejo editorial** de **Dircom** está formado por las siguientes personas:

- Sr. **Antonio López**, Presidente de Honor de Dircom.
- Sr. **Rafael Ansón**, Presidente de Fundes.
- Dr. **Rafael Alberto Pérez**, Profesor Emérito de la Universidad Complutense de Madrid-UCM.
- Dra. **Kathy Matilla**, Profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad Ramón Llull, Vocal de la Junta Directiva de Dircom Cataluña y Presidenta de la Comisión de Formación y Docencia de Dircom Cataluña.

Comité científico

Los miembros del comité científico de la colección Dircom de Editorial UOC son los profesores-investigadores que se relacionan a continuación.

Todos ellos son doctores, imparten docencia en diversas facultades de Comunicación del sistema universitario de español y sus líneas de investigación se enmarcan en el ámbito de las temáticas editoriales de la colección Dircom, ya que son expertos en Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas y/o Periodismo.

Lo integrantes del comité científico de la colección Dircom son:

- Dr. **Ferran Lalueza** - Univ. Oberta de Catalunya (UOC)
- Dra. **Kathy Matilla** (Dir.) - Univ. Ramon Llull (URL)
- Dr. **Rafael Alberto Pérez** - Univ. Complutense de Madrid (UCM)
- Dr. **Jordi Xifra** - Univ. Pompeu Fabra (UPF)
- Dra. **Pilar Buil** - Univ. Internacional de Cataluña (UIC)
- Dr. **Paul Capriotti** - Univ. Rovira i Virgili (URV) (Tarragona)
- Dra. **M^a Carmen Carretón** - Univ. de Alicante (UA)
- Dra. **Ana-Belén Fernández Souto** - Univ. de Vigo (UVigo)
- Dra. **Elena Gutiérrez García** - Univ. de Navarra (UNAV)
- Dra. **Magda Mut** - Univ. Jaime I (UJI)
- Dra. **Andréa Oliveira** - Univ. de Girona (UdeG)

La directora del comité científico y de la colección Dircom es la Dra. **Kathy Matilla**, responsable de la adjudicación de los manuscritos recibidos a los miembros del comité científico para su evaluación ciega por pares.

La Dra. Matilla se encarga de promover la colección, realizando búsqueda activa de manuscritos adecuados a los requisitos editoriales establecidos, así como de coordinar diversas acciones de difusión informativa de los títulos publicados a través de colectivos profesionales, académicos, investigadores y de bases de datos personales. En diversas ocasiones ha actuado, también, como coordinadora y como editora de algunos de los títulos publicados.

La función de los miembros del comité científico consiste únicamente en llevar a cabo las revisiones ciegas por pares de los manuscritos recibidos para su posible publicación en formato libro.

Por cada revisión ciega por pares llevada a cabo, los miembros del comité científico reciben un certificado acreditativo emitido por la Editorial UOC (Oberta Publishing), debidamente sellado y firmado por la dirección de la Editorial UOC y por la persona responsable del proceso de edición/ producción.

La relación entre la dirección del comité científico y los miembros de la misma se establece siempre y sin excepción por escrito y vía correo electrónico, de forma análoga a la mantenida con la persona responsable de la colección Dircom en Editorial UOC y con los responsables del proceso de producción adjudicados por Editorial UOC a los distintos títulos a publicar.

Anexo nº 1

Los grandes ejes vertebradores del Consejo editorial de Dircom

El Consejo editorial de la Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom, es el órgano designado por su Junta Directiva para elaborar el cuerpo doctrinal que, bajo dicha marca, sistematiza la forma en la que la Asociación entiende los fundamentos del conocimiento en los que debe basarse el ejercicio idóneo de la profesión.

Desde Dircom se aboga por la praxis de una comunicación integral y eficaz que, basada en los fundamentos del credo fundacional corporativo (la Visión, la Misión y los Valores o Ejes de Identidad Corporativos), se focalice en los siguientes grandes ámbitos de actuación:

- la marca corporativa
- la identidad corporativa
- la imagen corporativa
- la reputación corporativa
- la comunicación y el diálogo con públicos y *stakeholders*
- las percepciones, actitudes y relaciones con públicos y *stakeholders*.

Para otorgar una orientación proactiva a la gestión comunicativa y, por consiguiente, convertirla en estratégica, el proceso comunicativo deberá basarse en una inversión inicial en investigación social, para hacer realidad la primera etapa de todo modelo estratégico –la investigación–, posibilitando, así, un perfecto conocimiento de sus stakeholders (públicos clave o estratégicos):

- Auditorías de Comunicación
- Auditorías de Percepciones
- Auditorías de Actitudes
- Auditorías de Relaciones

Y en inversión en investigación en la cuarta y última etapa: la evaluación de la eficacia y de la eficiencia. Propugnamos, asimismo, que la madurez profesional del Dircom debe plasmarse en el dominio riguroso de las técnicas de comunicación, tanto de carácter persuasivo, como de influencia:

- Comunicación interna
- Comunicación externa

- *Publicity*
- Relaciones con los medios de comunicación
- Creación y organización de eventos
- Patrocinio y mecenazgo
- *Fundraising*
- Ceremonial y protocolo
- Comunicación institucional
- *Lobbying*
- Comunicación de crisis/Comunicación de riesgo
- Formación de portavoces
- *Issue Management* (gestión de temas)
- Gestión de la identidad visual
- Comunicación del balance social
- *Networking* corporativo

Anexo nº 2

Colección DIRCOM

DIRCOM - Editorial UOC

FICHA DE EVALUACIÓN

Peer Review

• **NOMBRE Y APELLIDOS DEL EVALUADOR:**

.....

• **TÍTULO DEL LIBRO EVALUADO:**

.....
.....
.....
.....

• **EVALUACIÓN CUANTITATIVA:**

Por favor, evalúe numéricamente, del 1 al 10, siendo 1 "MUY POBRE" y 10 "EXCELENTE".

1. Relevancia/interés del tema propuesto
2. Actualidad del tema propuesto
3. Pertinencia del tema propuesto
4. Adecuación de la revisión de la literatura
5. Adecuación del enfoque teórico
6. Adecuación del enfoque metodológico
7. Claridad de la redacción
8. Organización de la estructura del libro (Índice)

• **CRITERIOS EDITORIALES:**

Rogamos a los evaluadores marcar con una "X" su recomendación.

1. Publicable sin modificaciones
2. Necesita una revisión menor
3. Necesita revisiones sustanciales
4. No publicable

• **EVALUACION DETALLADA DEL LIBRO:**

Rogamos facilitar una respuesta breve y concisa a las preguntas que se detallan más abajo, basadas en su calificación numérica anterior. Si su respuesta es negativa, por favor, justifíquela.

1. ¿El libro proporciona suficiente información básica sobre el tema tratado?

.....
.....
.....
.....

2. ¿Considera suficiente y adecuada la revisión de la literatura?

.....
.....
.....
.....

3. ¿El libro contiene toda la información necesaria y da cuenta de todos los aspectos relevantes de la materia estudiada?

.....
.....
.....
.....

4. Por favor, indique los tres puntos más débiles del libro

4.1.

.....
.....
.....

4.2.

.....
.....
.....
.....

4.3.

.....
.....
.....
.....

5. Exponga, si es tan amable, los tres puntos fuertes del libro

5.1.

.....
.....
.....
.....

5.2.

.....
.....
.....
.....

5.3.

.....
.....
.....
.....

6. ¿Las notas y referencias utilizadas en el libro son suficientes, adecuadas y están actualizadas?

.....
.....
.....
.....

RESUMEN DE LA EVALUACIÓN:

Rogamos complimentar la opción que corresponda, en función de su evaluación anterior.

1. En caso de evaluación con revisión menor, por favor resuma brevemente las aportaciones solicitadas al autor.

.....
.....
.....
.....

2. En caso de evaluación con cambios sustanciales, por favor resuma brevemente las aportaciones solicitadas al autor.

.....
.....

.....
.....
.....

3. En caso de *evaluación negativa*, por favor resúmala breve y concisamente.

.....
.....
.....
.....

FECHA DE LA EVALUACIÓN:

Gracias por su colaboración.

Por favor, envíe este cuestionario, debidamente cumplimentado,
en formato PDF y como documento anexo a un correo electrónico,
dirigido a la atención de la Responsable de la coordinación editorial
de la Colección DIRCOM:

ediuoc@uoc.edu