

COMUNICACIÓN

La Unidad Técnica de Comunicación (UTC) de la Universidad Pablo de Olavide, bajo la coordinación del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y Fundaciones, establece esa conexión necesaria entre la Universidad y los medios de comunicación interesados en informar a la sociedad acerca de las actividades de esta institución pública sevillana. A través de la gestión de noticias sobre la Universidad Pablo de Olavide, de la edición de su diario digital (DUPO) y de la actualización de las redes sociales, el personal de la UTC trata también cada día de mantener informados a estudiantes, profesorado y personal de administración de la UPO a través de la gestión de la comunicación interna. De este modo acerca de la actualidad de la docencia, la investigación y las actividades de carácter institucional que tienen lugar en el campus y en las sedes de la Universidad a todos sus grupos de interés.

A la vez, la UTC se ocupa de la gestión de contenidos de la web institucional de la Universidad, de la gestión de su identidad visual corporativa y de la gestión de la publicidad institucional.

Las principales funciones de la Unidad Técnica de Comunicación a lo largo del curso 2020/2021 han sido las siguientes:

- Difusión de nueva información de la Universidad en los medios de comunicación.
- Edición del diario digital universitario, DUPO: www.upo.es/diario.
- Gestión de los elementos de la identidad visual corporativa de la Universidad.
- Gestión, coordinación y contratación de la publicidad generada por la Universidad.
- Producción de contenido audiovisual tanto promocional como de divulgación científica.
- Edición de imágenes digitales.
- Edición y distribución del dossier de prensa diario.
- Gestión y actualización de contenidos en las redes sociales en las cuales está presente la Universidad Pablo de Olavide: Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram.
- Gestión de los contenidos audiovisuales de la Universidad Pablo de Olavide en sus canales institucionales de YouTube y Flickr.
- Actualización de www.upo.es y apoyo en la gestión de otros portales web institucionales.

Estos cometidos vienen a facilitar el conocimiento de las actividades de la Universidad al resto de la sociedad, y pueden estructurarse en las siguientes áreas de trabajo que se detallan a continuación.

Gestión de Contenidos Web Institucionales

Las labores de comunicación web llevadas a cabo por la Unidad Técnica de Comunicación durante el curso 2020/2021 han consistido en:

- Actualización de la web institucional de la Universidad Pablo de Olavide (www.upo.es).
- Actualización del DUPO (Diario de la Universidad Pablo de Olavide), el sitio web de noticias y actualidad de la Universidad.
- Actualización de la Agenda institucional de la Universidad.
- Actualización del portal dedicado a los procesos electorales del curso 2020/2021.
- Edición y envío de un Boletín semanal (Newsletter), con las principales noticias y novedades de interés para la comunidad universitaria.
- Plan de Contingencia Covid-19: *minisite* de información para estudiantes (www.upo.es/info-estudiantes-covid-19).
- Bienvenida a estudiantes de nuevo ingreso: *minisite* con intervenciones de los/as responsables de los centros (www.upo.es/bienvenida).
- Actualización del portal de transparencia de la Universidad: www.upo.es/transparencia.

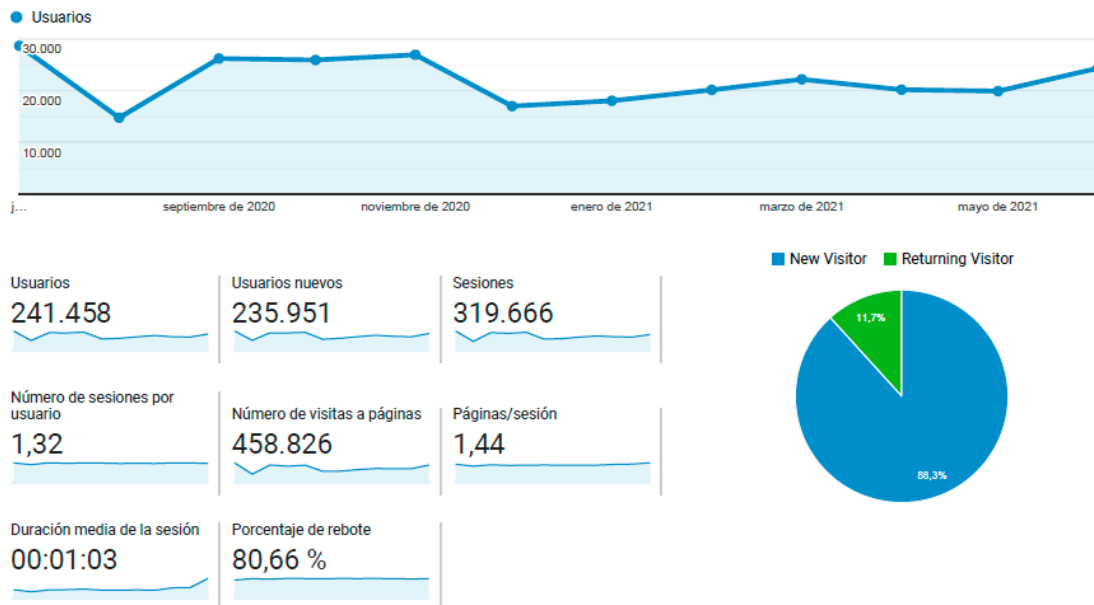
Diario de la Universidad Pablo de Olavide - DUPO

Una de las herramientas principales con las que cuenta la Universidad, tanto para la comunicación interna como para la difusión al exterior de sus actividades es el diario digital, conocido como [DUPO, Diario de la Universidad Pablo de Olavide](#). En el curso 2020/21 ha contado con más de **241 mil usuarios/as únicos/as** que han podido consultar **608 noticias** publicadas, generando más de **458 mil visitas a páginas del diario digital en casi 320 mil sesiones**.

Atendiendo a las secciones del DUPO, las noticias publicadas según su contenido son:

- Institucional: 147
- Comunidad UPO: 125
- Divulgación: 118
- Investigación: 74
- Cultura Social: 40
- La UPO es Cultura: 21
- Entrevistas: 7

Al mismo tiempo, el Diario Digital trata de visualizar la actualidad del campus para lo cual cuenta con secciones gráficas en las que se publican fotografías, ilustraciones y vídeos que reflejan la actividad de cada día. Las **principales cifras del tráfico generado** en este periodo pueden verse en el siguiente gráfico:



Difusión de Noticias de la Universidad Pablo de Olavide en los Medios de Comunicación

La Unidad Técnica de Comunicación actúa como punto de conexión entre la Universidad Pablo de Olavide y los medios de comunicación, ya sea para informar a la opinión pública acerca de las actividades de esta institución pública sevillana o por si requieren de especialistas para abordar sus informaciones con rigor científico.

Entre sus funciones, a lo largo del curso 2020/2021, se encuentran la redacción y remisión a los medios de comunicación de notas e informes; las convocatorias de encuentros con los medios y ruedas de prensa; la gestión de entrevistas con miembros de la comunidad universitaria; el archivo de documentación; y la emisión de datos e informes técnicos.

La Universidad Pablo de Olavide está presente en la sociedad a través de una difusión permanente y continuada en los medios de comunicación, con el fin de dar a conocer las actividades académicas, difundiendo resultados de investigación o actos institucionales que se llevan a cabo en el campus. Para ello, durante el curso fueron remitidas a los/as profesionales que trabajan en medios y agencias de comunicación **286 notas informativas**.

Como resultado de esta labor, la Universidad Pablo de Olavide ha aparecido en los medios de comunicación –prensa escrita, medios digitales, radio y TV– a lo largo de todo el curso académico. Así, en este periodo se ha mencionado a la Universidad Pablo de Olavide **1.672 veces en medios impresos con 25 apariciones en portada alcanzando una audiencia potencial a través de estos medios de más de 19 millones**. En **publicaciones digitales se han contabilizado un total de 10.201 impactos** en este periodo.

Respecto a las peticiones de los medios de comunicación para elaborar informaciones relativas a la Universidad, o en la que solicitan la participación de miembros de la misma, durante el curso 2020/2021 han sido un total de **191 las demandas de medios de comunicación gestionadas**.

Por otra parte, la Unidad Técnica de Comunicación en su labor de difusión de las actividades y la actualidad universitaria también se ha encargado durante el curso 2020/2021 de:

- Edición y distribución del Dossier de Prensa diario sobre universidad, ciencia y política educativa.
- Recopilación de información y elaboración de informes sobre la Universidad Pablo de Olavide para las siguientes guías de estudios y suplementos especiales: Guía de Acceso a la Universidad 'Y Ahora Qué 2021-2022'; Ranking de Universidades 50 Carreras de El Mundo; Guía de Universidades 2021 Fundación CYD; Guía *online* preuniversitaria UNIVERSIA 2021; y Especial 35 Aniversario Diario Expansión.

Gestión de la Imagen Corporativa

La Unidad Técnica de Comunicación se ocupa, asimismo, de la gestión de la identidad visual corporativa. Con la supervisión de actuaciones que conllevan la plasmación de los elementos de imagen que identifican a la Universidad, la atención de consultas acerca de su correcta aplicación y la edición de archivos del Manual de Identidad Corporativa para su reproducción, se encarga de que las imágenes que representan e identifican a la institución sean coherentes y no se vea alterada en su difusión tanto interna como externamente.

Las tareas de gestión de la imagen corporativa de la Universidad Pablo de Olavide realizadas a lo largo de este curso 2020/2021 han sido las siguientes:

- Supervisión de la identidad visual corporativa y notificación, vía email, en caso de mal uso.
- Remisión de archivos del Manual de Imagen Corporativa según peticiones o necesidades.
- Realización y supervisión de material y soportes institucionales donde queda plasmada la imagen corporativa como: banners, imágenes para sitios web, aplicaciones de material de papelería para diferentes centros (tarjetas de visitas, plantillas, directorios y señalización); felicitación de navidad, folletos, enaras y cartelería.

- Elaboración de nueva plantilla para notas de prensa, comunicados de prensa y convocatoria a medios, así como su adaptación para la Fundación Universidad Pablo de Olavide.
- Elaboración de plantilla institucional para emails.
- Recopilación y adaptación de fotos institucionales según peticiones.
- Gestión y desarrollo de fotografías institucionales al nuevo equipo de gobierno de la Universidad Pablo de Olavide.

Marketing y Publicidad

La Unidad Técnica de Comunicación gestiona la publicidad sobre la Universidad Pablo de Olavide tanto en medios de comunicación como en soportes publicitarios. A lo largo de este curso 2020/2021 se han realizado un total de **42 acciones publicitarias con 22 medios**. La gestión de publicidad realizada ha supuesto:

- Negociación con medios de comunicación tanto impresos como digitales, radiofónicos y audiovisuales para inserciones publicitarias y contenidos promocionales (formato en papel: páginas y medias páginas; formato digital: robabán, megabanners, brand day y brand week; y otros formatos: cuñas de radio, microespacios informativos y páginas redaccionales).
- Negociación con proveedores para campaña de publicidad exterior y adaptación de creativities a los soportes.
- Elaboración y/o adaptación de páginas redaccionales (publireddaccionales) para medios de comunicación impresos, digitales y radiofónicos. En total se han difundido 53 notas de prensa.
- Campaña de captación en las redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.
- Supervisión y control de la campaña de captación de estudiantes de grado en redes sociales y Google Ads.
- Gestión, planificación de medios, supervisión y control de la campaña de las Escuelas Deportivas.
- Desarrollo, gestión y supervisión de la nueva imagen creativa de la publicidad institucional de la Universidad Pablo de Olavide y su adaptación a los distintos formatos publicitarios.

Gestión de los perfiles institucionales en las redes sociales

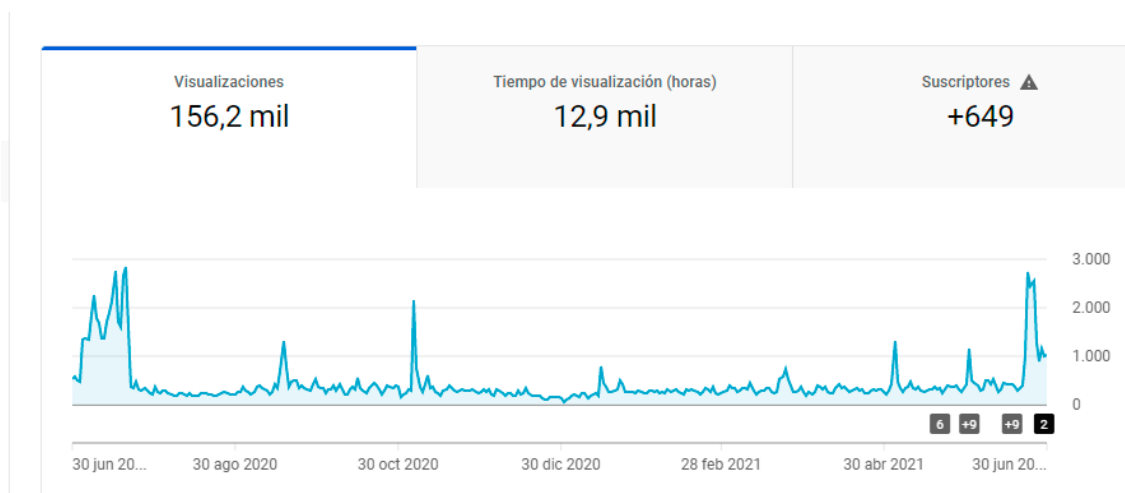
La Unidad Técnica de Comunicación ha continuado promoviendo este curso la presencia de la Universidad Pablo de Olavide en las redes sociales, mediante la gestión y actualización de contenidos y la interacción con los usuarios y usuarias en Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram y Google Business. Para ello ha generado **contenidos propios en las redes sociales en las cuales está presente la UPO, ilustrándolos con la edición de imágenes y vídeos.**

- **Facebook** cuenta con un total de 21.093 seguidores, lo que supone 2.223 nuevos seguidores este curso. En cuanto al alcance, ha sido de 1.394.254 personas que han visto contenido de la página de la UPO o sobre ella, lo que supone un incremento del 245,3%.
- En **Twitter** se han alcanzado los 32.248 seguidores, con un incremento este curso de 1.562 nuevos seguidores. De acuerdo a las analíticas proporcionadas por Twitter, en este periodo ha conseguido 3.645.700 impresiones, es decir, número de veces que los/as usuarios/as vieron los tweets en Twitter (10.050 impresiones al día).
- La página de la Universidad en **LinkedIn** es seguida por 48.820 personas, lo que supone 6.530 seguidores nuevos con respecto al curso anterior. De acuerdo a las analíticas proporcionadas por LinkedIn, en este periodo ha conseguido 738.580 impresiones (visualizaciones cuando la actualización ocupa al menos un 50 % de la pantalla o bien cuando se haga clic en ella, lo que ocurra antes).
- En la red social **Instagram** tenemos un total de 9.582 seguidores, lo que supone 2.839 nuevos seguidores este curso. En cuanto al alcance, ha sido de 895.591 personas que han visto contenido de la página de la UPO o sobre ella, lo que supone un incremento de 2008,7%.
- Se ha dotado de contenido de interés a la herramienta de Google, **Google Business**, para una mayor presencia de la UPO en los resultados de la principal herramienta de búsqueda en internet y vincular la institución con el entorno. De esta manera, se consigue mayor visibilidad y que los usuarios puedan localizar a la Universidad más fácilmente.

Contenido Gráfico y Audiovisual

En la elaboración de contenidos para comunicar la actualidad universitaria también es necesaria la toma de imágenes y la difusión de material audiovisual. La Unidad Técnica de Comunicación gestiona el canal de la Universidad en YouTube así como el repositorio de fotografías de la UPO en Flickr.

- Gestión de los contenidos de la UPO en el canal institucional de **YouTube**, donde este curso se han registrado **156.212 reproducciones** y **12,9 mil horas de visualización** de vídeos institucionales, informativos, culturales, divulgativos así como conferencias íntegras.



- Gestión y actualización de contenidos en el canal institucional de **Flickr**, con **519 nuevas fotografías** subidas hasta un total de 16.529 publicadas.

Contenidos Especiales

- Durante el curso 2020/2021, marcado por las restricciones sanitarias en el campus, se ha producido **material audiovisual con el objetivo de sustituir actividades de información dirigidas a estudiantes, particularmente los de nuevo ingreso, que no pudieron acudir presencialmente a las jornadas de orientación y bienvenida** que habitualmente se celebran al comienzo del curso académico. Con este fin se elaboraron **catorce vídeos de presentación** de los centros y de varios de los servicios ofertados para el alumnado en el campus.
- **Vídeo de animación explicativo**, destinado principalmente a estudiantes, sobre las [medidas de protección y contención frente al Covid-19](#) en la Universidad Pablo de Olavide.