

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 de educación superior. 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 técnico, de gestión y de administración y servicios de la UPO; facilitando la comunicación interna. De este modo, la UTC acerca 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 2022/2023 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 creación de contenidos en las redes sociales en las cuales está presente la Universidad Pablo de Olavide: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram y Google Business.
- 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.

- Desarrollo y gestión de la documentación, imagen y comunicación para la celebración del 25.º Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide.

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 2022/2023 han consistido en:

- Actualización de la web institucional de la Universidad Pablo de Olavide (www.upo.es).
- Actualización del Diario de la Universidad Pablo de Olavide (DUPO), sitio web que alberga las noticias y la actualidad universitaria de la UPO.
- Actualización de la agenda institucional que refleja las actividades de la Universidad.
- Edición y envío del Boletín 'Actualidad UPO', *newsletter* que incluye semanalmente las principales noticias y novedades de interés para la comunidad universitaria.
- Actualización del portal de transparencia de la Universidad: www.upo.es/transparencia.
- Gestión de la creación y desarrollo de la web del 25º Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide. Documentación e imágenes, así como la actualización de la propia web: www.upo.es/25-aniversario/
- Participación en el desarrollo del Portal de Estudiantes 'IpuntoOlavide' (www.upo.es/estudiantes/es/): gestión de fotos del portal y seguimiento de los contenidos.

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 2022/2023 ha contado con más de **245 mil usuarios/as únicos/as** (245.177) que han accedido a **418 mil páginas del diario digital en más de 300 mil sesiones** (306.697).



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 2022/2023, 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 periodistas que trabajan en medios y agencias de comunicación **214 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 **1.662 veces en medios impresos alcanzando una audiencia media mensual a través de estos medios cercana a los 20 millones. En publicaciones digitales se han contabilizado un total de 14.776 impactos en este periodo.**

Respecto a las peticiones de los medios de comunicación para elaborar informaciones relativas a la Universidad, o en la que solicita la participación de miembros de la misma, durante el curso 2022/2023 han sido un total de **140 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 2022/2023 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 guías de estudios y suplementos especiales.

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 2022/2023 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 Identidad 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.
- Recopilación y adaptación de fotos institucionales según peticiones.
- Diseño y supervisión de la nueva tarjeta universitaria.
- Gestión y supervisión de la creación de la **imagen gráfica para el 25º Aniversario** de la Universidad Pablo de Olavide: desarrollo del manual de aplicación de marca del 25º Aniversario; adaptación el logo de subemisores de la UPO con la marca del 25º Aniversario; diseño de la enara del 25º Aniversario; creación y adaptaciones de plantillas institucionales para documentos, informes y presentaciones para el 25º Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide, así como la organización, producción y gestión del vídeo institucional.
- Creación de submenú en el portal de la Unidad Técnica de Comunicación dedicación a la aplicación del logotipo por el 25.º Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide: www.upo.es/comunicacion/-identidad-e-imagen-del-25-aniversario/

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 2022/2023 se han realizado un total de **80 acciones publicitarias con 17 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; formato digital: robapáginas, *megabanners*, *brand day* y *brand week*; y otros formatos: cuñas de radio, microespacios informativos y páginas redaccionales).
- Inserción de publicidad de institucional en radio y medios locales por el 25º Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide.

- Negociación con agencias de publicidad y proveedores de publicidad exterior para campaña de captación de grados (mupis, paradas de Tussam, estaciones de Metro y rotulación de autobuses Tussam).
- Elaboración y/o adaptación de páginas redaccionales (publireaccionales) para medios de comunicación impresos, digitales y radiofónicos.
- Gestión, supervisión y seguimiento de la campaña de captación de estudiantes de grados 'Súmate a la UPO': desarrollo del diseño creativo y adaptación de la creatividad para los diferentes formatos; planificación en diferentes soportes (medios digitales, radiofónicos y publicidad exterior en Sevilla capital) y seguimiento de la campaña *paid media* para la captación de grados en Instagram, Facebook, Youtube y Google Display.
- Realización y adaptaciones del dossier 'Universidad y Empresa', acto de clausura por la celebración del 25º Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide, así como la participación en la organización del acto y desarrollo del mismo.

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, así como la realización de campañas para dar visibilidad a acciones concretas de la UPO y la interacción con los/as 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 23.311 seguidores, lo que supone 941 nuevos seguidores este curso. En cuanto al alcance, ha sido de 1.571.556 personas que han visto contenido de la página de la UPO o sobre ella.
- En **Twitter** se han alcanzado los 34.741 seguidores, con un incremento este curso de 1.042 nuevos seguidores. De acuerdo a las analíticas proporcionadas por Twitter, en este periodo ha conseguido 1.783.900 impresiones, es decir, número de veces que los/as usuarios/as vieron los tweets en Twitter (4.887 impresiones al día).

- La página de la Universidad en **LinkedIn** es seguida por 58.556 personas, lo que supone 5.512 seguidores nuevos con respecto al curso anterior. De acuerdo a las analíticas proporcionadas por LinkedIn, es este periodo el perfil de la Universidad ha conseguido 268.907 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 13.569 seguidores, lo que supone 2.017 nuevos seguidores este curso. En cuanto al alcance, ha sido de 382.214: esta métrica calcula el alcance de la distribución orgánica o de pago del contenido en Instagram e incluye las publicaciones e historias promocionadas. Si el alcance procede tanto de la distribución orgánica como de la de pago, solo se contabiliza una vez (esta métrica es una estimación).
- Se continúa dotando 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/as usuarios/as puedan localizar a la Universidad más fácilmente.

Durante el curso 2022/2023 se han llevado a cabo en las redes sociales campañas de comunicación dedicadas a temáticas de especial relevancia para la Universidad:

- Desarrollo, elaboración de fotografías y creatividades y seguimiento de la campaña en redes sociales con motivo del **11F, Día Internacional de las Niñas y las Mujeres en la Ciencia**. Bajo el título 'Mujeres científicas líderes en la UPO', la campaña tiene como objetivo visibilizar la presencia de mujeres en posiciones de liderazgo en grupos de investigación.
- Desarrollo, elaboración de creatividades y seguimiento de la campaña en redes sociales con motivo del **8M**, con el objetivo de lanzar mensajes que pongan en valor la igualdad y el papel de la mujer en distintos ámbitos.

Asimismo, a través de la cuenta de Twitter **se han retransmitido un total de 17 actos en directo**: inauguración de los Cursos de Verano 2022; acto de apertura del curso académico 2022/23, gala de entrega de los Premios Roma 2022; La Noche Europea de los Investigador@s 2022, inauguración Título FEVIDA 2022/23, presentación web y vídeo 25º Aniversario de la UPO, acto por el 20º Aniversario del Aula de Mayores, Gala del Deporte, acto por el Día de la UPO, Doctor Honoris Causa Víctor Moreno Catena, Acto de reconocimiento a PDI y estudiantes por el 25º Aniversario de la UPO, Doctor Honoris Causa Paul Nurse; Jornada Lego League de la Escuela Politécnica Superior, entrega de los Premios XI Olimpiada Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales, Doctora Honoris Causa Teresa Perales, clausura del título propio FEVIDA y el acto Universidad-Empresa y clausura del 25.º Aniversario de la UPO.

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 **592.479 visualizaciones que han generado un tiempo total de 353.166 horas en tiempo de visualización** de vídeos institucionales, informativos, culturales, divulgativos así como conferencias íntegras celebradas en el campus.
- Gestión y actualización de **contenidos** en el canal institucional de **Flickr**, con **1.480 nuevas fotografías** subidas hasta un total de 18.569 publicadas.