

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN

La Unidad Técnica de Comunicación (UTC) de la Universidad Pablo de Olavide, dependiente de la Dirección General de Comunicación, establece esa conexión necesaria entre la Universidad y los medios de comunicación que informan 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 cada día de mantener informados a estudiantes, profesorado, personal de administración de la UPO, así como a sus grupos de interés, acerca de la actualidad sobre la docencia, la investigación y las actividades de carácter institucional que tienen lugar en el campus y en las sedes de la Universidad.

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

Las principales funciones de la Unidad Técnica de Comunicación a lo largo del curso 2019-2020 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 imagen 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.
- Buzón general de la Universidad: administración de la cuenta de correo electrónico genérica



de la Universidad con el consiguiente reenvío a quien corresponda de las solicitudes y consultas realizadas a través de la misma.

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 2019-2020 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 de la Universidad.
- Actualización de la Agenda institucional de la Universidad.
- Actualización del portal dedicado a los procesos electorales del curso 2019-2020.
- Edición y envío de un Boletín semanal (Newsletter), con las principales noticias y novedades de interés para la comunidad universitaria.
- 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 2019-2020 ha contado con más de **193 mil usuarios únicos** que han podido consultar **561 noticias** publicadas, generando más de **378 mil visitas a páginas del diario digital**.

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

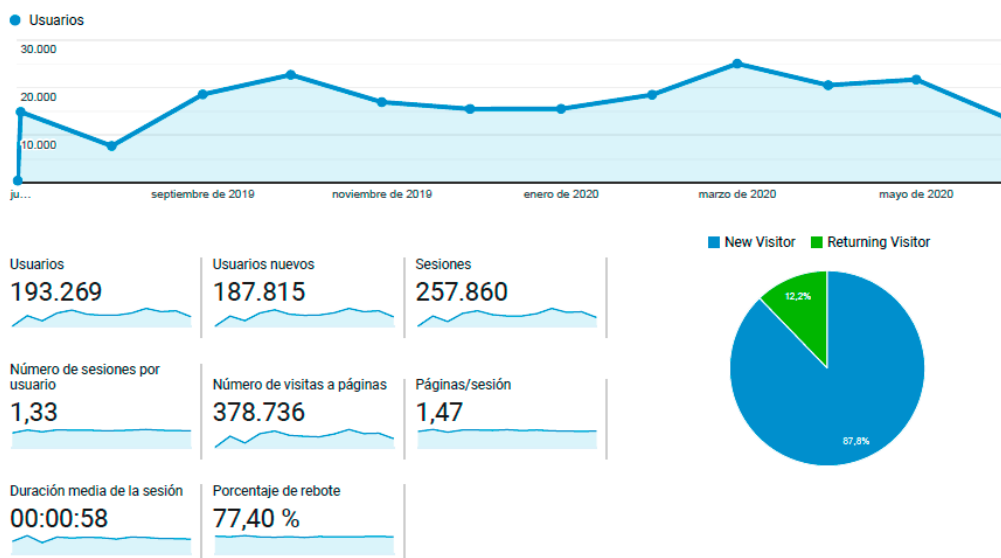
- Institucional: 111
- Comunidad UPO: 144



- Divulgación: 146
- Investigación: 47
- Compromiso Social: 36
- La UPO es Cultura: 33

A través del DUPO tratamos de dar a conocer la labor llevada a cabo por profesorado, estudiantes y personal de administración contada por ellos mismos, con este fin han sido publicadas durante el curso en el Diario Digital **20 entrevistas**. Al mismo tiempo, es nuestro deseo involucrar a la comunidad universitaria en su elaboración, con el objetivo de que el Diario sea también una herramienta de divulgación, un altavoz con el que difundir sus investigaciones. Con este fin, durante el curso 2019-2020 se creó la sección '**Desde mi ventana**', un espacio en el que el profesorado puede expresar sus puntos de vista sobre temas de actualidad e interés social aportando su *mirada científica*, facilitando así la [actividad de divulgación científica del personal académico e investigador](#) (CRUE/FECYT).

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 2019-2020, 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 profesionales que trabajan en medios y agencias de comunicación **337 notas informativas**.

Para dar a conocer las noticias resultantes de proyectos e investigaciones llevadas a cabo en la Universidad Pablo de Olavide en un ámbito internacional se han publicado **26 noticias en los portales AlphaGalileo y EurekaAlert!**; servicios de noticias científicas para la difusión de la ciencia a periodistas de todo el mundo.

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 **1.771 veces en prensa escrita** y en **10.630 ocasiones en publicaciones digitales**. De este modo, siempre según datos proporcionados por Seguimedia –servicio independiente de seguimiento y medición de audiencias–, estas informaciones referentes a la Universidad Pablo de Olavide han tenido una **audiencia media mensual de 2.526.543** personas.

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 2019/2020 han sido un total de **108** las demandas de medios de comunicación gestionadas.

Por otra parte, la Unidad Técnica de Comunicación en su labor de difundir las actividades y la actualidad universitaria también se ha encargado durante el curso 2019-2020 de:

- Actualizar la cartelería digital del campus con las noticias de la UPO.
- 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 Estudios de la UPO; Guía de Acceso a la Universidad 'Y Ahora Qué 2020-2021'; ficha de la UPO en el blog digital avanzaentucarrera.com; ranking de Universidades 50 carreras del diario El Mundo; Especial El País Retina sobre Formación en Especialidades Digitales; Especial 'Andalucía Siglo XXI' de La Razón; Especial de El Economista.es sobre Ciberseguridad en el Sector Universitario; Especial informativo de la Revista Andalucía Económica sobre Agrotecnología; Especial Guía de Postgrado de Aula Magna; Guía de Universidades Ranking CYD.

Gestión de la Imagen Corporativa

La Unidad Técnica de Comunicación se ocupa, asimismo, de la gestión de la imagen corporativa. Con la supervisión de actuaciones que conllevan la plasmación de dicha imagen, 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 la imagen que representa a la institución sea coherente 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 2019/2020 han sido las siguientes:



- Supervisión de la imagen 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 *photocall*.
- Elaboración de marca de la UPO con subemisores para los vicerrectorados, departamentos, centros, servicios, etc, de acuerdo al Manual de Identidad Corporativa.
- Recopilación y adaptación de fotos institucionales según peticiones.

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 2019/2020 se han realizado un total de **28 acciones publicitarias con 15 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: robapáginas, 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 creatividades a los soportes.
- Elaboración y/o adaptación de páginas redaccionales (publiredaccionales) para medios de comunicación impresos, digitales y radiofónicos. En total se han difundido 59 notas de prensa.
- Gestión de entrevistas para los microespacios promocionales en medios audiovisuales.
- Campaña de captación en las redes sociales: Facebook e Instagram.
- Supervisión y control de la campaña de captación de estudiantes de grado en redes sociales y Google Adds.

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 18.870 seguidores, lo que supone 2.679 nuevos seguidores este curso.
- En **Twitter** se han alcanzado los 30.686 seguidores, con un incremento este curso de 1.252 nuevos seguidores.
- La página de la Universidad en **LinkedIn** es seguida por 42.290 personas, lo que supone un crecimiento del 9% gracias a un incremento de 3.498 seguidores con respecto al curso anterior.
- En la red social **Instagram** tenemos un total de 6.743 seguidores, lo que supone un crecimiento del 36%.
- En este curso 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. En diciembre de 2019 se comenzó a publicar contenido de interés, así como un seguimiento de las reseñas para responder a los comentarios de los usuarios. Desde diciembre hasta junio de 2020 hemos publicado un total de 60 publicaciones de contenidos relacionados con eventos y novedades. En este sentido se ha llegado a tener una repercusión de 3,56 mil visualizaciones en la publicación del evento “Carrera Popular 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 edición 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 **93.481 reproducciones y 8,4 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 **1.749 nuevas fotografías** subidas hasta un total de 16.010 publicadas.

Para lograr una difusión adecuada de la actividad investigadora son imprescindibles los contenidos de carácter divulgativo. Para facilitar esta labor se han llevado a cabo 12 vídeos en los que investigadores e investigadoras de la Universidad narran de forma sencilla, respondiendo a preguntas directas, cómo su trabajo se centra en cuestiones de actualidad e interés común, buscando soluciones a los desafíos que la sociedad enfrenta hoy y en un futuro próximo. Por ello, los vídeos se agrupan en una serie bajo el título 'Generando Futuro': www.youtube.com/playlist?list=PLOH8fLVZUPVAXor3iME4iLuYaD80xtiT0

Contenidos Especiales

Durante el curso 2019-2020 se han elaborado dos dossiers informativos de contenido específico y dirigidos a un público muy determinado:

- **Dossier informativo sobre la oferta académica de grados:** contenido dirigido a los estudiantes preuniversitarios y orientadores de centros de secundaria en el que se detalla la oferta de grados y dobles grados de la Universidad por facultades. El dossier se ha elaborado en coordinación con los distintos centros y con la Dirección General de Acceso, Difusión y Captación de la UPO. Se encuentra disponible en versión PDF y en digital a través de la dirección www.upo.es/guia-estudios
- **Universidad Pablo de Olavide, Compromiso Público: Balance 2012-2020.** Dossier elaborado con motivo de los ocho años de gestión de Vicente Guzmán como rector de la Universidad Pablo de Olavide. En coordinación con los vicerrectorados, el documento recoge las principales aportaciones de la institución en este periodo, con datos y gráficos que reflejan la labor que lleva a cabo en la educación superior, en la generación de conocimiento y en el compromiso social con su entorno, sin olvidar la apuesta por la calidad y la internacionalización. www.upo.es/diario/wp-content/uploads/2020/03/2020-03-dossier-balance-rector-UPO-web.pdf