

	Política		
	Versión: 01	Código: POL 0008	Página 1 de 4
	COMUNICACIÓN		

1. Objetivo

La política de comunicación tiene como objetivos:

- Salvaguardar la identidad de UTEC alineada con su misión, visión y valores, brindando pautas claras para todos los que participan del proceso de comunicación interna y externa.
- Asegurar el cumplimiento con las normas que regulan el proceso de comunicación interno y externo.
- Adherir a las buenas prácticas que gobiernan el proceso de comunicación.

2. Alcance

La Política de Comunicación aplica a:

- Colaboradores de UTEC (docentes y personal técnico y de apoyo) que realicen cualquier tipo de comunicación institucional y a través de cualquier canal institucional.
- Estudiantes de UTEC que realicen cualquier tipo de comunicación institucional a través de cualquier canal institucional.
- Proveedores, contratistas y/o organizaciones que tengan vínculo (contractual o institucional) con UTEC y hagan uso de la marca.

3. Normativa y/o documentación de referencia

Forman parte integrante e indivisible de la presente política los siguientes documentos:

- Banco de recursos audiovisuales
- Formulario de seguimiento de objetivos en redes sociales
- Formulario de solicitud de apertura de redes sociales
- Guía para llamados laborales patrocinados en redes sociales
- Instructivo de solicitudes de Comunicación en Odoo
- Manual de identidad visual
- Procedimiento de solicitud de producción audiovisual
- Procedimiento de uso de redes sociales

	Política		
	Versión: 01	Código: POL 0008	Página 2 de 4
	COMUNICACIÓN		

- Procedimiento para contenido patrocinado en redes sociales

Marco legal y/o normativo:

- Ley N° 18381 sobre el derecho de acceso a la información pública – transparencia activa.
- Ley N° 18331 Protección de datos personales.
- Ley N° 9739 Derechos de autor.

4. Definiciones

UCD :Unidad de Comunicación y Difusión

Audiencia: personas o destinatarios que reciben mensajes según los criterios de segmentación elegidos (sexo, edad, ubicación, intereses, cómo interactúan con los mensajes, etc.).

Branding: acciones que construyen de forma estratégica y creativa una marca en función de sus aspectos identitarios. El branding tiene por objetivo el posicionamiento, propósito y valores de la marca y la conexión consciente o inconsciente con el público.

Comunicación institucional: comunicación que realiza la institución para interactuar con sus públicos internos y externos. Su objetivo es darse a conocer y posicionar su imagen de acuerdo a su misión, visión y valores.

Público objetivo: también conocido como target, es el grupo de personas al cual está dirigida una marca, producto o campaña.

Imagen institucional (o imagen de marca): conjunto de percepciones del/ lo/s público/s respecto a la marca de la institución. Es la opinión (conjunto de creencias) que construye/n en torno a la marca.

Manual de identidad visual: guía del manejo de la marca, una herramienta para la correcta reproducción de los mensajes visuales que permiten transmitir de forma clara la gestión de la organización. En él se establecen las normas de aplicación y el orden de

	Política		
	Versión: 01	Código: POL 0008	Página 3 de 4
	COMUNICACIÓN		

elementos visuales de identificación.

Redes sociales: plataformas digitales que posibilitan que las personas se conecten e interactúen. Se utilizan para la difusión de contenido de diversa índole (informativo, entretenimiento, promocional, etc.). Ejemplos de redes sociales: Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn.

Sitio web: conjunto de páginas web que forman parte de un dominio de internet.

Pauta publicitaria en medios tradicionales: espacio/s de publicidad seleccionados durante un período o frecuencia para comunicar o promocionar cierto contenido.

Pauta digital: manera en que se construye y publicita un anuncio en una red social y otros medios digitales. Se contempla el diseño, tipo de anuncio, segmentación y presupuesto como principales variables.

Gestión de prensa orgánica: producción de contenido de interés de acuerdo al perfil del/los medio/s tradicional/es con el fin de que lo publiquen como parte de su agenda periodística.

Vocero: persona que declara en representación de la institución por haber sido designada para ello por algún motivo (autoridad política, trayectoria académica, conocimiento técnico, etc.).

Producción audiovisual: creación de contenidos para soporte audiovisual. Incluye todas las etapas: pre-producción, rodaje, edición y posproducción.

Streaming: contenido digital, en vivo o grabado, que se puede consumir vía internet en computadoras, móviles y/o tablets en tiempo real.

Medios de comunicación: canales utilizados con fines comunicativos (informativos, divulgativos, persuasivos, entretenimiento, etc.). Los medios se pueden catalogar según el soporte utilizado: audiovisual, radiofónico, impreso, digital.

Soporte UCD: acciones que realiza la Unidad de Comunicación y Difusión de UTEC con fines de

	Política		
	Versión: 01	Código: POL 0008	Página 4 de 4
	COMUNICACIÓN		

5. Responsabilidades

Es responsabilidad de la UCD la implementación de esta política y el involucramiento de todos/as los/as colaboradores/as de UTEC sobre ella.

6. Contenido

La comunicación institucional tiene por objetivo primordial establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con los que interactúa. En ese sentido, es responsabilidad de la UCD la producción de contenidos y creación de canales que favorezcan el flujo de información entre ambas partes. Genera, por tanto, un carácter dialógico.

La Universidad Tecnológica (UTEC) a través de su comunicación institucional busca dar a conocer quién es (una organización pública de enseñanza terciaria universitaria, ubicada en el interior del país y con carreras de perfil tecnológico) y para qué es, es decir, su propósito, su misión (educar, formar y capacitar integralmente, en el interior del país, profesionales, investigadores, emprendedores e innovadores de excelencia, a fin de generar, transformar y transferir conocimientos que permitan promover el desarrollo tecnológico, económico y social del Uruguay.).

Comunicación interna: está dirigida a la comunidad de UTEC (estudiantes y colaboradores docentes y personal técnico y de apoyo) y tiene por objetivos centrales: a) la divulgación de información relevante, clara y oportuna para el desarrollo de las actividades; b) la construcción de mensajes que contribuyan al fortalecimiento de la cultura organizacional y su vinculación con la misión, visión y valores de la Universidad.

Comunicación externa: está dirigida a los públicos externos de la Universidad (futuros estudiantes, comunidades locales, tomadores de decisión, actores del sistema educativo, empresas, medios de comunicación, tomadores de decisión, entre otros) y tiene por objetivo central contribuir al reconocimiento, posicionamiento y reputación de UTEC como agente de desarrollo territorial, así como fortalecer las relaciones interinstitucionales.

Los colaboradores de UTEC (docentes y personal técnico y de apoyo) interactúan con los diversos públicos a través de canales diversos (correo electrónico, redes sociales, prensa,

	Política		
	Versión: 01	Código: POL 0008	Página 5 de 4
	COMUNICACIÓN		

etc.). El contenido, la forma, la oportunidad y el contexto comunicativo define a la institución y construyen los atributos de la marca UTEC.

Identidad visual

La UTEC debe tener un Manual de identidad visual. Es responsabilidad de la Unidad de Comunicación y Difusión (UCD) velar por su desarrollo, actualización y correcto uso. Para la utilización de la marca UTEC en cualquier material gráfico interno y externo es necesario contar con el visto bueno de UCD.

Para la producción de cualquier material de comunicación institucional no se deben usar imágenes sin derechos. La UTEC debe contar con un Banco de recursos audiovisuales y banco de imágenes con suscripción, los cuales deben estar a disposición de los colaboradores bajo la gestión de la UCD. Estos materiales son para uso de comunicaciones institucionales; no con fines académicos.

Redes sociales

Todas las interacciones que se realicen a través de las redes sociales institucionales y en nombre de UTEC deben seguir el Procedimiento de Uso de redes sociales y representar los valores e intereses de la Universidad.

No se debe incluir contenido que responda a intereses personales de los colaboradores. En particular se debe atender los siguientes aspectos:

- La creación de cuentas institucionales en redes sociales y los contenidos publicados en ellas deben ser validadas y aprobadas por UCD.
- Todo nuevo canal de comunicación debe difundir contenido específico para un segmento concreto, no se podrá duplicar contenido ya disponible para los usuarios en otras cuentas.
- UCD tendrá la potestad de cesar el uso de una cuenta previamente autorizada y/o eliminar o solicitar la eliminación de cualquier tipo de contenido (de manera total o parcial) que no responda a: los objetivos y valores de la Universidad (contenido falso, ofensivo, violatorio de la propiedad intelectual, etc.), el Procedimiento de Uso de redes sociales o el Manual de identidad visual.
- Los contenidos de terceros en cuentas oficiales de UTEC solo se pueden compartir cuando se haya acordado explícitamente su difusión desde la institución.

	Política		
	Versión: 01	Código: POL 0008	Página 6 de 4
	COMUNICACIÓN		

- La pauta publicitaria en redes sociales será gestionada y monitoreada exclusivamente por UCD.
- Las solicitudes de contenidos y llamados laborales patrocinados en redes sociales deben seguir los Procedimiento para contenido patrocinado en redes sociales y la Guía para llamados laborales patrocinados en redes sociales.

Los principios para el uso de redes sociales son:

- Cumplimiento de los términos y condiciones de cada red
- Transparencia
- Respeto
- Responsabilidad respecto al contenido publicado y privacidad

Sitio web

UCD tiene acceso completo al sitio web institucional y es la encargada de definir su arquitectura. Es responsable por la administración de contenidos y por la actualización y publicación de información veraz, pertinente y oportuna para los usuarios.

La Unidad de Informática (UI) es la responsable del mantenimiento y administración del sitio.

UCD, a través de su responsable, fue designada como referente de transparencia activa de UTEC ante la Unidad de Acceso a la Información Pública.

La creación de cualquier sitio web vinculado a UTEC (proyectos, congresos, lanzamientos, etc.) proveniente de cualquier área/carrera de la Universidad debe ser solicitado a la Unidad de Informática (UI). Estos serán administrados y mantenidos UI.

Adicionalmente, los contenidos, uso de imágenes y audiovisuales y cualquier otro recurso multimedia utilizado en dichos sitios, debe ser aprobado por UCD.

UTEK no asume ninguna responsabilidad por el contenido existente en los enlaces a otros sitios web.

UCD tiene la potestad de eliminar el enlace a un sitio web externo si el contenido de este no responde a los valores y objetivos de la Universidad.

	Política		
	Versión: 01	Código: POL 0008	Página 7 de 4
	COMUNICACIÓN		

Producción audiovisual

La UCD realiza productos audiovisuales de acuerdo a su plan operativo anual. Es la Unidad encargada de velar por la pertinencia y la coherencia del contenido del audiovisual, tanto en los videos generados dentro de la UCD como en aquellos generados por terceros. Ante solicitudes de producción audiovisual externas al plan operativo de UCD, la unidad evaluará su pertinencia. Las solicitudes deben seguir el *Procedimiento de solicitud de producción audiovisual*.

UCD es la encargada de llevar adelante un calendario de transmisiones en vivo del canal institucional en YouTube.

UCD no es responsable de dar soporte en transmisiones vía *streaming* ni de asegurar una buena conexión. Tampoco realizará moderación en mesas o paneles de eventos organizados por terceros. UCD junto a IU y el Centro de Transformación Digital (CTD) evaluarán las necesidades de las solicitudes y sugerirán el canal o plataforma más adecuado para la transmisión.

Los eventos institucionales (inauguraciones, titulaciones, inducciones, difusión de oferta educativa y marca UTEC) solicitados por del CDCp serán gestionados por UCD para una correcta transmisión en vivo.

Medios de comunicación

Es responsabilidad de UCD la organización de actividades institucionales (inauguraciones, titulaciones, presencia institucional en eventos definidos por la unidad) y toda aquella actividad solicitada directamente por el CDCp. Para las demás actividades organizadas por otras áreas/departamentos de la Universidad, UCD colaborará en la producción gráfica, promoción, gestión de redes y medios, etc., si se requiere.

Servicio de soporte de UCD

UCD brinda apoyo a todas las áreas de la Universidad mediante la producción de materiales gráficos, redacción de notas web, producción de contenidos para redes sociales, gestión de prensa, etc.


	Política		
	Versión: 01	Código: POL 0008	Página 8 de 4
	COMUNICACIÓN		

Comunicación interna

UCD coordina con las áreas correspondientes todas las comunicaciones internas mediante correo electrónico institucional, con el objetivo de hacer un uso eficiente de esta herramienta.

7. Aprobación

Acta No. 20- ID425/22 del Consejo Directivo Central Provisorio de fecha 22 de 06 de 2022.

	Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	Fecha de Aprobación:
	UCD- Analista de Comunicación Interna	Responsable de la Unidad de Comunicación y Difusión	Consejo Directivo Central Provisorio	22/06/2022