# Lineamientos Comunicacionales

**Dra. Tabita Alejandra Moreno Becerra**
Directora Dirección de Comunicaciones

Dirección de
Comunicaciones
**Universidad de Concepción**

udec.cl

# Temario

- Comunicaciones UdeC
- Medios sociales
- Identidad visual institucional

# Comunicaciones UdeC

En el marco de una **“economía de la atención”,** las organizaciones deben buscar **comunicarse con sus públicos, explicar sus acciones y respaldar dichas decisiones**. Para ello, cada organización utiliza herramientas y técnicas, con el propósito de **conectar**, **comunicar** e **informar** a sus respectivos públicos (Edwards, 2018).

# Principios Orientadores

**Información oportuna, precisa, transparente**

**Responsabilidad de las unidades en la incorporación de aspectos comunicacionales en sus procesos**

**Comunicación con perspectiva de género y respeto a todas las personas**

**Comunicación para relevar aporte institucional al desarrollo local, regional, nacional**

**Coordinación de unidades de la administración central con DirCom**

**Comunicación para:**
**· Posicionamiento institucional**
**· Fortalecimiento de la relación de la Universidad con su entorno**

**Uso de los diversos soportes tecnológicos**

# Atributos UdeC

**De Excelencia**

**Ciudadana**

**Humana**

**Con visión global desde lo local**

**Creadora de valor público**

**Innovadora para un mundo sostenible**

**Proyectada hacia el futuro**

# Marco Institucional PEI

**Misión**

**Visión**

**Valores**

- Probidad, ética y transparencia
- Libertad de expresión y democracia
- Pensamiento crítico
- Equidad, inclusión y responsabilidad social
- Conservación del medio ambiente y su biodiversidad

# Comunicaciones UdeC

**Crear** y **distribuir** material y acciones comunicacionales de la institución, considerando el **desarrollo de una comunicación oportuna, precisa y transparente**, destinada a apoyar el **logro de los desafíos estratégicos** que se ha propuesto la UdeC, contribuyendo a su **posicionamiento** y al **fortalecimiento de su identidad**, teniendo siempre presente la visión, misión y valores institucionales.

# Articulación

## Equipos de Comunicaciones

Los equipos de comunicaciones deben trabajar articuladamente con la Dirección de Comunicaciones a fin de **garantizar que tanto los mensajes como las acciones comunicacionales vayan siempre alineadas** con los principios, valores y lineamientos institucionales.

# Vocerías

- Rector
- Vicerrectoras/es
- Director de Campus
- Autoridades locales

# Vocerías

Todo integrante de la comunidad UdeC que, debido a sus funciones, realice vocería en representación de la Universidad deberá **actuar de manera consistente con los principios y valores institucionales.**

# Vocerías

Cuando se trata de requerimiento de medios, consultar con la Dirección de Comunicaciones para determinar **idóneidad de la vocería** así como **pertinencia del mensaje a comunicar**.

# Vocerías

- Hablan siempre en representación de la institución
- Deben enfocarse en lo que efectivamente quiere decir
- Deben mantener claridad del marco valórico de la institución a la que representan
- Toda vocería puede favorecer o perjudicar la imagen de la institución
- Comprender la importancia de prepararse con anticipación
- Aportar ideas centrales / conceptos claves y, si hay tiempo, desarrollar

Lo que decimos

Cómo lo decimos

Dirección de
Comunicaciones
Universidad de Concepción

# Medios Sociales

## Cuentas Institucionales

- Toda cuenta oficial en medios sociales debe ser concordante con la identidad visual de la marca institucional
- La imagen de perfil y/o portada puede ser una imagen relacionada con la unidad o la marca institucional usada correctamente
- Cuidar voz y tono de las publicaciones y comentarios

# Medios Sociales

# Medios Sociales

## Internet Recuerda

- Persistencia
- Replicabilidad
- Escalabilidad
- Búsqueda

# Medios Sociales

## Errores que se pueden evitar

- Error en la administración de cuentas: posteos o reacciones personales en cuentas institucionales
- Creación y posterior abandono de cuentas
- Falta de diversificación de formatos y gráficas
- Uso de gráficas sin considerar especificidades de cada red social (tamaño, orientación)
- Gráficas que no consideran líneamiento institucional
- Replicar material preparado para otros soportes (afiches)

# Identidad Visual

Universidad de Concepción

La marca a color solo se puede aplicar sobre fondo blanco

Universidad de Concepción

Azul 541 C

Universidad de Concepción

Blanco

La marca representa el *ethos* de una institución y lo comunica a los públicos internos y externos.

Comunidad que **avanza**

Universidad de Concepción

VRAEA UdeC
VICERRECTORÍA DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y ADMINISTRATIVOS

cade
CENTRO DE APOYO AL DESARROLLO DEL ESTUDIANTE
TUS LOGROS NUESTRA MOTIVACIÓN

VRID
Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo

DEPORTES UDEC

CFRD
CENTRO DE FORMACIÓN Y RECURSOS DIDÁCTICOS UDEC

BIBLIOTECAS UdeC

Departamento
ERGONOMÍA
Universidad de Concepción

Universidad de Concepción

DIRPER | Dirección de Personal

DTI
Dirección de Tecnologías de Información
www.udec.cl/dti

Dise
Dirección de Servicios Estudiantiles

ACTIVIDADES EXTRAPROGRAMÁTICAS
ARTE & CULTURA
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

Dirección de Comunicaciones
Universidad de Concepción

# Identidad Visual

DIRECCIÓN DE RELACIONES INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

Secretaría General
Documentos Oficiales UdeC

upi UdeC

imo
Instituto Milenio de Oceanografía

Diferentes Somos Todos
incl UdeC
PROGRAMA INTERDISCIPLINARIO POR LA INCLUSION

CENTRO DE VIDA SALUDABLE

DIRECCIÓN DE DOCENCIA
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

Excellentia, Vita et Dedicatio
Universidad de Concepción

Facultad de Ingeniería
Universidad de Concepción
*El origen de grandes soluciones*

UnIDD
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DOCENTE

# Identidad Visual

Comunidad que **avanza**

# Identidad Visual

Vicerrectoría
**Universidad de Concepción**

Vicerrectoría de
Investigación y Desarrollo
**Universidad de Concepción**

Vicerrectoría de
Asuntos Económicos y Administrativos
**Universidad de Concepción**

Vicerrectoría de
Relaciones Institucionales y Vinculación con el Medio
**Universidad de Concepción**

**Externa**

Universidad de Concepción
Campus Chillán

Universidad de Concepción
Campus Chillán

Universidad de Concepción
Campus Chillán

Universidad de Concepción
Campus Chillán

Universidad de Concepción
Campus Chillán

Universidad de Concepción
Campus Chillán

Universidad de Concepción
Campus Chillán

Universidad de Concepción
Campus Chillán

# Identidad Visual

- La institución es una y su marca debe estar presente en todos los niveles
- La presencia de diferentes marcas en unidades internas debilita la marca institucional (en algunos casos es peor que eso)
- Si no hay unidad de imagen central, imposible instalar cultura de unidad.

# Identidad Visual

# Consultas / Comentarios

Comunidad que **avanza**

Dirección de
Comunicaciones
**Universidad de Concepción**

udec.cl