

DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL



1. Objeto:

Establecer las actividades requeridas para adelantar el procedimiento de divulgación de la información institucional de la Universidad Internacional del Trópico Americano.

2. Alcance:

El presente procedimiento aplica para la divulgación de la información institucional propuesta o planeada por las diferentes dependencias que conforman la Universidad internacional del Trópico Americano, en cumplimiento al Plan de Comunicaciones.

3. Marco normativo:

- **Acuerdo del Consejo Superior No. 004 de 2021.** “Por el cual se adopta el Plan de Desarrollo Institucional 2021 - 2024 “Comprometida con la transformación de sí misma y de la sociedad” de la Universidad Internacional del Trópico Americano Unitrópico”.
- **Resolución Rectoral No. 003 de 2021.** “Por medio de la cual se adopta la Estructura Orgánica de la Universidad Internacional del Trópico Americano Unitrópico y se dictan otras disposiciones.
- **Resolución Rectoral No. 005 de 2021.** “Por medio de la cual se adopta el Manual Especifico de Funciones y de Competencias Laborales para Empleos de la Planta de Personal”.
- **Resolución Rectoral No. 331 de 2021.** “Por medio de la cual se adopta la Política de Comunicaciones de la Universidad Internacional del Trópico Americano y se dictan otras disposiciones”.
- **Resolución Rectoral No. 442 de 2021.** “Por medio de la cual se adoptan los símbolos institucionales logotipo, escudo y bandera de la Universidad Internacional del Trópico Americano y se dictan otras disposiciones”.
- **Resolución Rectoral No. 1025 de 2022.** “Por medio de la cual se adopta la estrategia para asegurar la apropiación de la impronta identitaria de Unitrópico, a través del conocimiento de su horizonte y filosofía”.
- **Resolución Rectoral No. 1042 de 2022.** “Por medio de la cual se adopta el Manual de Identidad Visual de la Universidad Internacional del Trópico Americano y se dictan otras disposiciones”.
- **Directiva Administrativa No. 011 de 2022.** “Solicitudes de servicios de Comunicaciones, Prensa y Mercadeo”.

4. Definiciones:

- 4.1 Animación:** Es una representación gráfica con movimiento, empleada en imágenes, productos audiovisuales o textos.
- 4.2 Banner:** Es una pieza gráfica con dimensiones rectangulares y medidas exactas que determina la página web o red social, la cual es utilizada para encabezar una información especial y a largo plazo en la respectiva plataforma digital a publicarse.
- 4.3 Comunicado de prensa:** Son los pronunciamientos constituidos por la información oficial o cualquier asunto de responsabilidad institucional que requiera hacerse público desde los canales o medios informativos establecidos por la universidad, para su divulgación interna o externa, según el caso. Los comunicados se harán públicos con previa autorización de quienes regulan la información oficial.

DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL



- 4.4 Copy:** Es un corto texto que se incluye en las publicaciones de las redes sociales, el cual describe contenidos audiovisuales, fotografías, podcast u otro, elemento que acompaña la respectiva publicación. Dicho texto tiene características especiales para atraer, retener o fidelizar los públicos a los cuales va dirigidos.
- 4.5 Flyer:** Es una pieza gráfica con dimensiones horizontales o verticales, que se imprime para entregar presencialmente durante campañas comunicativas. Dicho elemento, es construido con el objetivo de atraer la atención de sus lectores, por lo tanto, debe presentar información corta y de forma creativa.
- 4.6 Fotografía:** Captura de imagen de los momentos más representativos de las actividades académicas, investigativas, interacción social, administrativas, culturales, deportivas, entre otras, en las que la universidad participe.
- 4.7 Historia:** Pieza gráfica con dimensiones específicas para publicarse en la sección de historias de las redes sociales.
- 4.8 Intro:** En el lenguaje de la producción audiovisual, es la entrada a una historia o un relato, el cual se realiza con el apoyo de animaciones.
- 4.9 Pieza gráfica:** Es un elemento conformado por texto e imagen, para permitir una fácil y sencilla comunicación, el cual puede ser impreso o empleado para estrategias de comunicación digital.
- 4.10 Podcast:** Es la producción sonora que relata historias, noticias o cualquier género literario mediante una voz combinada con musicalización, para publicarse en plataformas digitales dedicadas a estos productos comunicativos.
- 4.11 Post:** Es una pieza gráfica con dimensiones específicas para ser publicada en redes sociales.
- 4.12 Transmisiones en vivo:** Es la presentación audiovisual en plataformas digitales que vía streaming, conectan a diversos públicos, desde diferentes lugares alrededor del mundo. Este producto requiere del uso de herramientas comunicativas especializadas, para garantizar su buen desarrollo.
- 4.13 Video o producción audiovisual:** Es la presentación con imágenes, videos, voz y audio de una información, que tiene una narración acorde a los distintos géneros periodísticos.

5. Condiciones Generales:

A continuación, se realiza un contexto de los tipos de comunicación definidos, los cuales aportan a la divulgación de la información institucional:

Comunicación interna

Los públicos internos de la Universidad Internacional del Trópico Americano son los estudiantes, profesores, egresados, administrativos y jubilados. El personal mencionado requiere estar informado de los acontecimientos que ocurren al interior de la institución o de las actividades que podrían considerarse como una oportunidad para participar en beneficio institucional, por lo tanto, la Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo es la responsable de coordinar y autorizar la respectiva divulgación en los medios o canales de comunicación interna, los cuales son:

DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL



- Correo institucional.
- Cartelera informativa
- Página web
- Grupos de WhatsApp
- Boletín informativo
- Redes sociales
- Emisora virtual

Los productos generados por la Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo, para apoyar la divulgación en los medios de comunicación mencionados son:

- Piezas gráficas como: Post, banner web, plantilla, ícono web, diagramación de documentos, logo o historias.
- Productos audiovisuales: Animaciones, intro, notas, entrevistas.
- Productos sonoros: Programas de radio o podcast.
- Productos escritos: Comunicados de prensa, contenidos para actualizar micrositios de la página web, notas para el boletín informativo o periódico digital.
- Fotografías.

Comunicación externa

Con el objetivo de proyectar una buena imagen institucional y conservar una reputación de la Universidad Internacional del Trópico Americano, la Oficina de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo cumple con una responsabilidad de regular la divulgación de la información que se va a emitir ante la opinión pública y es el canal directo entre la institución y los medios de comunicación. Para esta finalidad, la Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo tiene definida una Política de Comunicaciones y un Manual de Identidad, que describe cada uno de los criterios comunicativos de la universidad.

Los medios de comunicación o actividades desarrolladas para cumplir con este tipo de comunicación son:

- Envío de comunicados de prensa a medios a través del correo electrónico.
- Página web
- Grupos de WhatsApp
- Redes sociales
- Emisora virtual www.unitropicoestereo.com
- Programa en Manare Radio 95.3 FM.

Ruedas de Prensa

- Las ruedas de prensa son de interés y dominio del señor Rector, según la relevancia del tema que se requiere presentar ante la opinión pública.
- El Rector es quien define los voceros para dar declaraciones ante los periodistas.
- Para el desarrollo de las ruedas de prensa, se debe contar con el apoyo logístico de la Subdirección de Infraestructura y Recursos Físicos, para contar con elementos como silletería, mesas, micrófonos y amplificadores de sonido.

Transmisiones en vivo

Esta estrategia de comunicación inició a implementarse durante la pandemia, para garantizar escenarios

DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL



académicos e interacción con la comunidad universitaria, mediados por el uso de las tecnologías de la información. Sin embargo, superada la fase de distanciamiento social, se sigue solicitando su implementación, pero los resultados que se estaban adquiriendo durante la pandemia se han reducido exponencialmente, por lo tanto, no es recomendado transmitir actividades en vivo, que superen una hora de producción audiovisual, teniendo en cuenta que no hay garantías de mantener público conectado por más de este límite de tiempo.

El desarrollo de esta actividad requiere el apoyo de la Subdirección de Recursos Físicos e Infraestructura y la División de Sistemas de Información y las Tecnologías, por lo tanto, es necesario tener en cuenta las siguientes indicaciones:

- Informar a las oficinas Subdirección de Recursos Físicos e Infraestructura y la División de Sistemas de Información y las Tecnologías, para contemplar la disponibilidad de los equipos y el acompañamiento logístico.
- Realizar las pruebas necesarias con mínimo dos horas de antelación al evento.
- Recibir dos días previos al evento, los productos a presentar como diapositivas, videos o fotos, para evitar improvisaciones durante el evento.

Comunicación digital

Las plataformas digitales de la universidad conformadas por la página web, emisora virtual Unitrópico Estéreo y redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn y Tik Tok, son administradas por la Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo junto a la División de Sistemas de Información y la Tecnología.

6. Contenido:

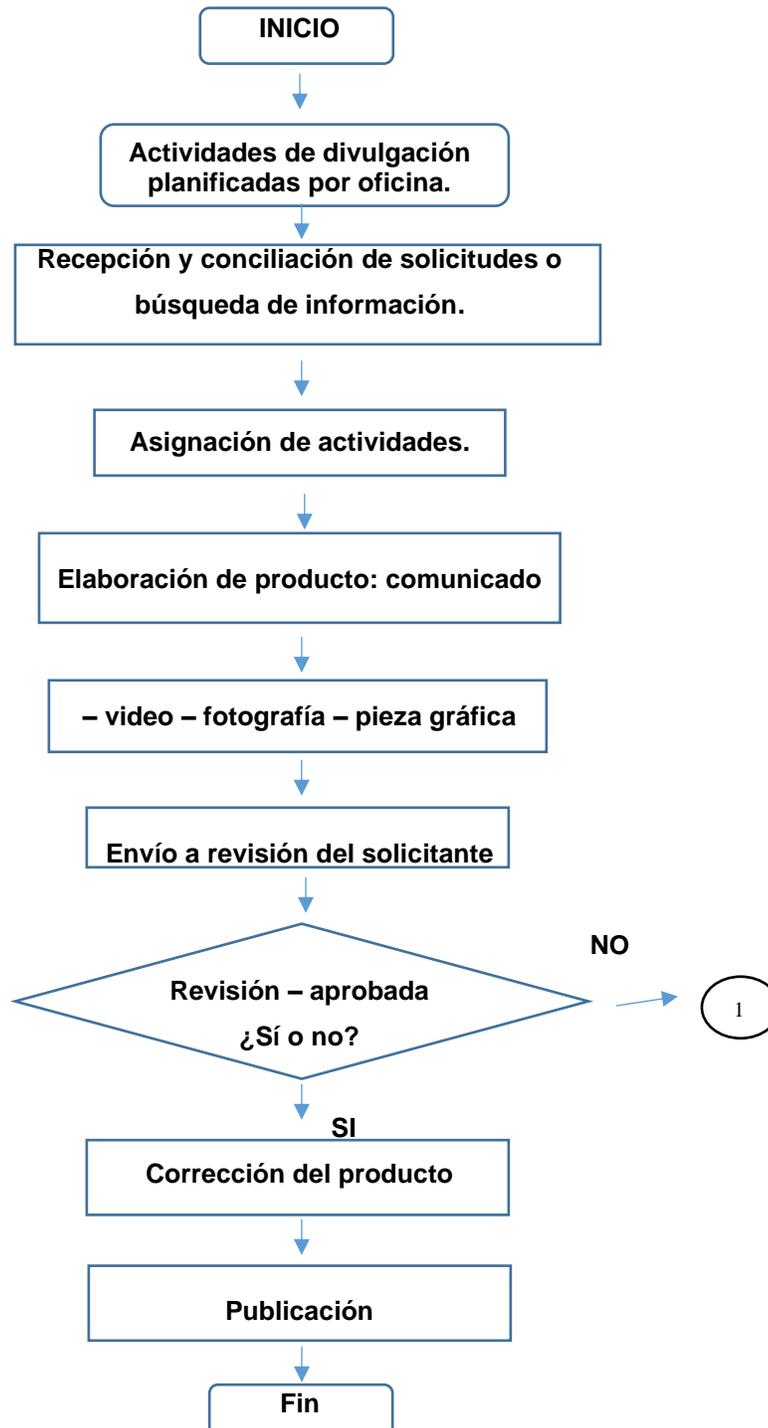
No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PRODUCTO
1.	Adjuntar con un mes de antelación el formato "Planificación mensual de actividades para comunicación externa" al formulario de Solicitudes de Comunicación, que se encuentra en la plataforma Monday. Nota: Para la dependencia que informe fuera de términos del planeamiento emitido o que incumpla con los tiempos estipulados en la Directiva Administrativa No. 011 de 2022, como Oficina Asesora de Comunicaciones, Prensa y Mercadeo se exime de la responsabilidad de realizar productos comunicativos o actividades de divulgación.	Todas las dependencias y/o programas académicos.	Planificación mensual de actividades para comunicación externa.
2.	Revisar la Planificación Mensual de Actividades de Comunicación Externa de cada dependencia y conciliar productos comunicativos, entre otros detalles de organización, para evitar contratiempos.	Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo / Dependencias generadora de información	Acta de reunión.

DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL



No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PRODUCTO
3.	<p>Acordar con el solicitante el plan de trabajo a ejecutar, en caso de requerirse acciones de producción, postproducción, cubrimiento o asesoría.</p> <p>Nota: Para los eventos protocolarios o transmisiones en vivo, se debe informar a la División de Sistemas de Información y la Tecnología, Subdirección de Infraestructura y Recursos Físicos, para tener el apoyo técnico.</p>	<p>Personal de Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo.</p>	<p>Correo electrónico o acta de reunión con lo acordado.</p>
4.	<p>Revisar previamente el producto comunicativo a entregar.</p>	<p>Personal Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo.</p>	<p>Correo electrónico con el producto comunicativo a revisar.</p>
5.	<p>Enviar producto comunicativo para aprobación del área solicitante. Para temas de alto impacto o relevancia institucional deben tener aprobación del Rector.</p>	<p>Jefe Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo</p>	<p>Correo electrónico con el registro de la aprobación o sugerencias.</p>
6.	<p>Publicar y enviar el producto comunicativo a los diversos medios disponibles, de acuerdo con el tipo de comunicación definido en el Plan de Comunicaciones.</p> <p>Nota: Para la divulgación de noticias, banner o actualización de micrositios en página web institucional, requiere el soporte de la División de Sistemas de la Información y las Tecnologías para la visualización.</p> <p>Los actos administrativos son responsabilidad única de la División de Sistemas de Información y las Tecnologías.</p>	<p>Jefe o personal asignado de la Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo / División de Sistemas de Información y las Tecnologías.</p>	<p>Publicación o correo enviado</p>

7. Diagrama de flujo:



DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL



8. Listado de anexos:

- Directiva Administrativo No. 011 de 2022.

9. Historial de Control de Cambios:

Versión	Fecha	Cambios	
01	10/08/2023	Creación del Documento	
Elaboró/Modificó		Revisó	Aprobó
Firma: Nombre y apellido Profesional Universitario		Firma: Nombre y apellido Líder de Proceso Cargo:	Firma: Nombre y apellido Profesional Especializado del SIG