MANUAL DE MEDIOS INSTITUCIONALES
2023-2026

El objetivo principal de este Manual de Medios Institucionales es dar lineamientos del manejo de las comunicaciones institucionales desde los diferentes canales de comunicaciones de la Universidad de Caldas.

TABLA DE CONTENIDO

1. Comunicaciones Instituciones…….2
2. Documentos Institucionales ……...3
3. Canales de Comunicación ……..4
4. Manual de Uso de Redes Sociales…….5
5. Lineamientos para la difusión y publicación de contenidos.……...7

1. COMUNICACIONES INSTITUCIONALES

Así las cosas es importante iniciar con las generalidades de las comunicaciones institucionales donde los mensajes emitidos por la Universidad de Caldas deben estar en consonancia con la misión y la visión de la Institución para garantizar coherencia en la comunicación y el manejo adecuado de marca y para que esto se cumpla se debe tener en cuenta lo siguiente ítems desde las diferentes dependencias:

- Los documentos institucionales deben emitirse siempre bajo los lineamientos del manual de identidad institucional.

- El logotipo de la Universidad de Caldas es una marca registrada por tal razón no permite ningún tipo de modificación.

- Los comunicados internos y externos deben ser coordinados y emitidos por la coordinación de Prensa previa aprobación de los órganos directivos de la Universidad de Caldas.

- Desde el Consejo Superior y el Consejo Académico, se envían por correo masivo los actos administrativos expedidos por la respectiva corporación.

- Todos los actos administrativos son publicados en el normograma institucional http://sig.ucaldas.edu.co/gestionDocumental/. Las Resoluciones de Rectoría y comunicaciones institucionales de interés general definidas como tal por la Alta Dirección, se envían a través de mailing por parte de la oficina de Prensa.

- Los actos administrativos de interés general, definidos así por la alta dirección, serán socializados a través de los diferentes medios institucionales

- En el caso de las Condolencias se emitirá para personal activo de docentes, administrativos, trabajadores oficiales, estudiantes, al igual que familiares en sus primeros grados de consanguinidad. En el caso de egresados será esta la oficina encargada. Para esto se tiene establecido un diseño gráfico para la respectiva difusión.

  La Oficina de Prensa será la encargada de enviarlo por medio del correo electrónico institucional. La información de las condolencias es suministrada por las diferentes dependencias.

- Los eventos institucionales serán anunciados en los diferentes canales de comunicación, según los públicos a convocar, previa solicitud a la oficina de prensa a través del correo electrónico: ofiprensa@ucaldas.edu.co. Solicitud que debe hacerse con mínimo 8 días de antelación al evento.

2. DOCUMENTOS INSTITUCIONALES

Para el diseño, producción y elaboración de documentos institucionales, la Universidad de Caldas, cuenta con un manual que reúne los estándares básicos de diseño de identidad visual, para mantener un mensaje claro y un estilo definido aplicable a cualquier soporte comunicativo.

El propósito es establecer un lenguaje común que refuerce la identidad institucional y que fomente una cultura de la comunicación institucional con una imagen sólida y estable para contribuir al fortalecimiento de su liderazgo y protagonismo regional y nacional, como también para su reconocimiento internacional.

El sistema de identidad institucional contiene una serie de pasos plantillas y membretes que se deben tener en cuenta en el momento de su aplicación para guardar una coherencia en el uso de la imagen, mediante un instructivo para la aplicación de los símbolos, composiciones y elementos gráficos, que facilitan el proceso de formalización de las comunicaciones internas y externas de la Universidad de Caldas.

El Manual estipula que cualquier aplicación no descrita en el documento deberá tener la revisión previa por parte de la Oficina de Prensa.

El manual podrá consultarse aquí: https://acortar.link/TsuYat

3. CANALES DE COMUNICACIÓN

La Universidad de Caldas cuenta con sus propios medios de información y comunicación para responder a las necesidades de sus audiencias o públicos internos conformados por: estudiantes, docentes, colaboradores, funcionarios y egresados.

Entre los canales de comunicación están el portal web www.ucaldas.edu.co, correo electrónico, redes sociales como Facebook, Twitter. YouTube e Instagram con nombre de usuario @udecaldas e intranet. En caso de que alguna de las áreas o dependencias manifieste la necesidad de crear un medio de comunicación propio deberá presentar un plan editorial y contar con el acompañamiento de las Unidades de Mercadeo y Prensa y Comunicaciones y autorización del Equipo Directivo.

Es importante recalcar que frente a los contenidos que se publican en el portal: www.ucaldas.edu.co cada dependencia es la responsable de entregar información actualizada para su respectiva sección. La Oficina de Prensa es la responsable de la sección de Actualidad, Noticias y Videos. Para el resto de publicaciones deberán contactarse con el Web Master.

Para concluir es importante tener en cuenta que el uso del logotipo, e imagen institucional que se emita debe estar sujeto al Manual de Identidad Institucional, que podrán consultar en la Página web.

4. MANUAL DE USO DE REDES SOCIALES

Las redes sociales son uno de los canales de comunicación más importantes de interacción con diferentes públicos de interés, que encuentran en este tipo de aplicaciones contenidos relevantes yútiles para su vida diaria, la Universidad de Caldas hace presencia en redes sociales a través de perfiles institucionales en: Facebook, Instagram, YouTube y Twitter.

Estas redes son gestionadas directamente desde la Oficina de Prensa y Comunicaciones, área con el criterio, conocimiento y autonomía para determinar los contenidos que se actualizan de manera periódica y con el fin de hacer uso correcto de este tipo de medios de comunicación no convencionales, se hace necesario establecer normas de publicación de contenidos, puesto que representan la voz oficial de la Universidad de Caldas y contribuyen a la reputación de la marca.

Parámetros generales:

Las redes sociales manejan un tipo de comunicación escrita, visual y auditiva que obedece a una serie de estilos que permiten a una marca o institución contar con una comunicación instantánea ydirecta con sus seguidores.

Por tratarse de un medio de comunicación de alcance masivo, los mensajes emitidos deben ser tratados cuidadosamente para evitar las malas interpretaciones por parte de los usuarios y frente a las publicaciones debe seguirse un protocolo que contempla lo siguiente:

1. Los mensajes deben ser claros y con un lenguaje amable y respetuoso.
2. No ideologías, ni violencias.
3. Se publicará información oportuna y noticiosa, con mensajes cortos y concisos.
4. Cuando sea necesario ampliar la información se incluirá un enlace al portal institucional.
5. Habrá un/a periodista encargado/a de la publicación de contenido en las diferentes redes sociales. Si la persona encargada no puede realizar la gestión, el jefe de la oficina de Prensay Comunicaciones será la encargada de delegar esta función.
6. El/la periodista encargado/a de las redes sociales será el/la responsable de contestar los mensajes e interacciones que la comunidad genere a través de este medio, y contará con tres (3) días hábiles para responder. En caso de que los comentarios hagan referencia a otradependencia, se responderá con los datos de contacto del área de interés, nunca con números personales.
7. El/la periodista debe velar por la veracidad de la información que se publique, pues al ser una cuenta institucional, representa la voz oficial de la Universidad y no deben publicarse opiniones personales del administrador de la cuenta.
8. Se tendrá especial cuidado con la publicación de contenido de terceros para incurrir en violaciones a los derechos de autor, citar la fuente utilizada y dar crédito al material que utilice.
9. Es obligación del administrador/a de la cuenta respetar las opiniones de quienes interactúanalrededor de la información que se publica, a las críticas y comentarios

negativos debe dárseles un trato cordial y respetuoso, sin atentar contra la integridad de los usuarios.

10. Toda la información publicada es revisada previamente con el propósito de cumplir a cabalidad los lineamientos institucionales de la Universidad.
11. La información publicada corresponde a temas institucionales o relacionados con la Universidad, por lo que este espacio no se debe utilizar para fines personales de ningún miembro de la comunidad.
12. Se podrán publicar textos cortos, imágenes, fotografías, videosy enlaces, siempre y cuando tengan relación con la Universidad
13. No se publicará información respecto a ideología política o religiosa.
14. Como administrador de los contenidos en redes sociales institucionales la Unidad de Prensa tiene la responsabilidad de direccionar los requerimientos e inquietudes a las diferentes dependencias dela Universidad.
15. La información que se transmitirá a través de este canal será de carácter estrictamente institucional, por lo tanto, queda excluida la información comercial y de otro carácter que no cumpla con este criterio.
16. Para transmisión de eventos por el Canal de YouTube de la Universidad se debe hacer la solicitud a la Oficina de Prensa, donde se analizará la pertinencia e institucionalidad del evento.

En el caso de las dependencias de la Universidad de Caldas que quieran crear perfiles en estas redes sociales, deben contar con previa autorización de la oficina de Prensa y Comunicaciones y no se podrán crear perfiles personales o grupos, puesto que en estos espacios no hay un control directo de quien pública contenido.

Las Dependencias que cuenten con sus propios espacios, deberán tener el logo de la Universidad de Caldas o en su defecto el Logo de la Dependencia como foto de perfil, en cuanto a la foto de portada esta deberá respetar los lineamientos institucionales y en los contenidos debe siempre etiquetar la cuenta oficial de la Universidad.

Igualmente deben poner como administrador a personal adscrita a la institución, en todo caso la oficina de Prensa y Comunicación no será encargará de la publicación del contenido de otras cuentas diferentes a las Oficiales de la Universidad, es por eso que con el fin de salvaguardar la imagen y reputación institucional se estará haciendo control de los contenidos de otras cuentas que también deben regirse por el manual de imagen.

5. LINEAMIENTOS PARA LA DIFUSIÓN Y PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS

La Oficina de Prensa y Comunicaciones de la Universidad de Caldas diseñó una nueva estrategia para el agendamiento de eventos de índole externo e interno, con el fin de planificar de manera adecuada las comunicaciones de la institución.

Es de vital importancia crear una cultura del agendamiento que permitirá hacer uso eficiente del personal y los equipos, al igual que analizar las estrategias de comunicación y los canales de difusión pertinentes para la actividad a desarrollar.

Los integrantes de la comunidad universitaria podrán diligenciar un formulario de Google en el cual deberán suministrar la información del evento para posteriormente ser agendado. La Oficina de Prensa recibirá todos los viernes hasta el mediodía la información de los eventos programados para la siguiente semana.

En caso que el equipo de prensa no pueda acompañar el cubrimiento del evento, se solicitará a la persona encargada mayor información y otros suministros que permitan realizar la nota periodística y la difusión a través de los diferentes canales de comunicación de la Universidad.

Para el agendamiento de eventos o solicitudes de cubrimiento y difusión por medio del siguiente enlace: https://acortar.link/tWDlU7

La información que no quede suministrada en el formulario (como el caso de imágenes o videos) puede completarse en el correo ofiprensa@ucaldas.edu.co.

Otro aspecto a tener en cuenta, es el registro fotográfico y de video de los eventos institucionales. Estos servicios no tienen ningún costo y es sólo para eventos o actividades de carácter institucional. Si se requiere copia del registro, éste se enviará a través de correo electrónico.

El tiempo de permanencia del personal en un evento es de máximo una hora de acuerdo con la demanda del servicio y la relevancia del evento, por si parte la Oficina de Prensa y Comunicaciones es la encargada del manejo de los equipos y no está permitido el préstamo de cámaras de video, computadores, grabadoras o cámaras asignadas a esta dependencia.

La comunidad universitaria podrá enviar registros o fotografías para ser publicadas con la respectiva información, al correo: ofiprensa@ucaldas.edu.co