

ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA
CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO-PROFESIONAL

EXP. 6072/15

Res. 1855/15

ACTA N° 32, de fecha 17 de noviembre de 2015.

VISTO: La solicitud de aprobación de las líneas estratégicas del Plan de Comunicaciones elevado por la Dirección de Comunicaciones;

RESULTANDO: I) que el diseño y realización de cada una de las piezas del Plan Inicial ha sido producto del trabajo del equipo de funcionarios de la citada Dirección;

II) que dicho Plan incluye entre otras, el uso del nuevo Isologotipo Institucional y la instalación de una nueva campaña audiovisual y gráfica bajo el lema “UTU TRANSFORMA”;

III) que en el contexto actual se hace necesario modificar el Isologotipo Institucional, ponderando el nombre de la Institución a través de su sigla y el uso del hornero como figura emblemática;

CONSIDERANDO: que este Consejo entiende conveniente acceder a lo solicitado;

ATENTO: a lo expuesto;

EL CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO-PROFESIONAL POR UNANIMIDAD (DOS EN DOS), RESUELVE:

1) Aprobar las líneas estratégicas del Plan de Comunicaciones para el año 2016 que lucen de fs. 3 a 5, 8 a 10 y 13.

2) Aprobar el nuevo Isologotipo que será de uso obligatorio y único para toda la Institución y que se detalla a continuación:

Aplicación Isologotipo Color



Consejo de Educación
Técnico Profesional

Universidad del Trabajo del Uruguay

Aplicación Isologotipo B y N



Consejo de Educación
Técnico Profesional

Universidad del Trabajo del Uruguay

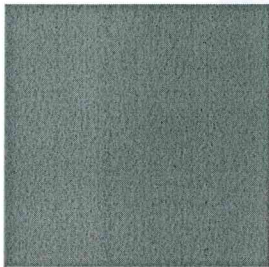
Aplicación Isologotipo en Negativo



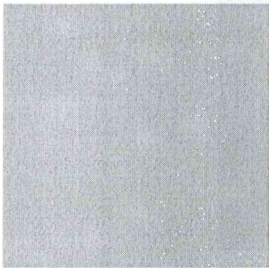
Aplicación Isologotipo en Escala de Grises



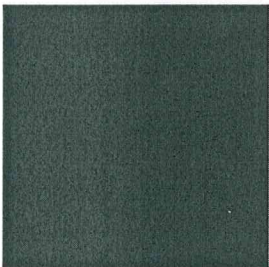
Colores Isologotipos



C = 84
M = 50
Y = 4
K = 0



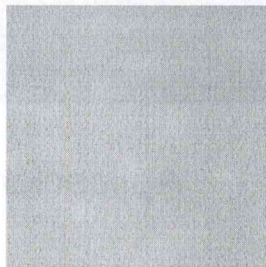
C = 2
M = 9
Y = 88
K = 0



C = 100
M = 82
Y = 33
K = 20



C = 55
M = 45
Y = 45
K = 0



C = 0
M = 0
Y = 0
K = 20



Consejo de Educación
Técnico-Profesional
(Universidad del Trabajo del Uruguay)



JOSÉ ARTIGAS
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES
BICENTENARIO.UY

Dimensiones del Isologotipo.



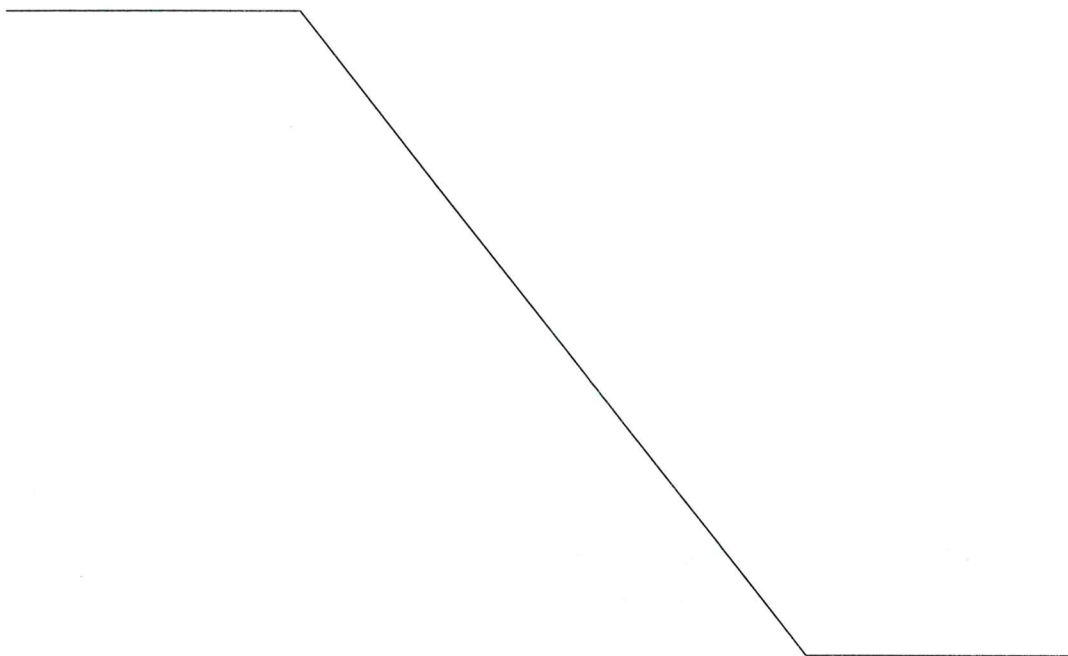
Tipografía del Logotipo

Consejo de Educación Técnico Profesional

Avenir LT Std 65 Medium. Tamaño 10

Universidad del Trabajo del Uruguay

Avenir LT Std 65 Medium. Tamaño 6





Consejo de Educación
Técnico Profesional
Universidad del Trabajo del Uruguay

DIRECCIÓN GENERAL

San Salvador 1674 Oficina 10 - Teléfonos 2412 1494 - Fax 2419 8238

direcciongeneralutu@gmail.com

3) Aprobar la instalación de la campaña audiovisual y gráfica bajo el lema “UTU TRANSFORMA”.

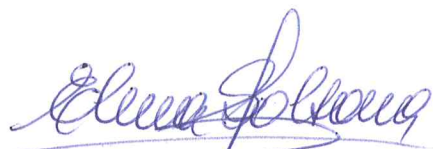
4) Pase a la Dirección de Comunicaciones para la implementación del Plan de Comunicaciones y la inclusión en la página web del nuevo Isologotipo Institucional. Cumplido, siga al Departamento de Administración Documental para difundir por Circular. Hecho, archívese.



Ing. Agr. María Nilsa PÉREZ HERNÁNDEZ
Directora General

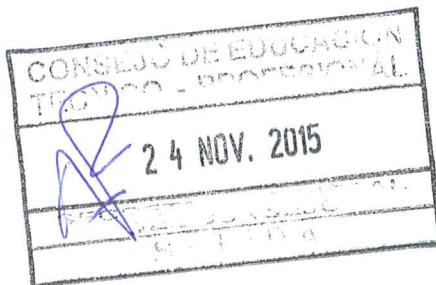


Mtro. Téc. César GONZÁLEZ SALDIVIA
Consejero



Esc. Elena SOLSONA ARRIBILLAGA
Secretaria General

NC/fv



INTRODUCCIÓN:

El presente Plan tiene la intención de comenzar a ejecutarse en lo inmediato para desarrollarse en su plenitud durante todo 2016.

Este camino de acción nos acercará certidumbres sobre qué cuestiones potenciar pensando en un Plan más integral, que nos permita llegar al final de esta administración con un mensaje único y una identidad definida en todas nuestras esferas.

Desde la Dirección de Comunicaciones entendemos que las respuestas a estas acciones que encontremos en el resto de los actores de la comunicación – estudiantes, funcionarios, docentes, autoridades y público en general- serán relevantes para la toma de futuras decisiones.

La eventualidad de encontrarnos en una etapa muy preliminar de armado de nuestro portal web nos impide establecer estrategias concretas e inmediatas referidas al mismo, más allá de la obvia intención de volcar en él todo lo aprobado de este Plan.

En la segunda mitad de 2016 se presentará a la Dirección General y al Consejo una evaluación del camino recorrido y se presentará una segunda etapa. La misma tendrá como uno de sus objetivos fundamentales la incorporación al conocimiento del público interno y externo del CETP UTU las coordenadas sobre las que nos encontramos trabajando como institución (por ejemplo el sistema de campus)

Una herramienta contundente definida para este fin será la creación de un objeto/agenda/calendario UTU que contenga sus datos actuales, definiciones estratégicas y fechas específicas (para este punto contamos con el apoyo de la empresa SUATT, más allá de otros aportes que puedan surgir dado el carácter masivo de la estrategia)

Queremos destacar que el diseño y la realización de cada una de las piezas de este Plan Inicial han sido enteramente producto del trabajo y el talento del equipo de funcionarios de la Dirección de Comunicaciones.

1) DEFINICIÓN DE UN CRONOGRAMA DE EVENTOS INSTITUCIONALES y ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Creemos necesario el armado de un cronograma de eventos institucionales que permita una racionalización y articulación de los mismos.

“Racionalización” porque actualmente asistimos a una realidad en la que resulta dificultoso –sino inviable- cumplir en la justa medida con la concurrencia de autoridades, atención de los requerimientos y cobertura periodística.

“Articulación” porque esta forma de organización nos permitirá –además de cumplir adecuadamente con estos compromisos- generar eventos de homenaje y formación propios, así como unificar las estrategias comunicacionales.

Para que esta coordinación sea viable será necesario establecer la obligatoriedad del informe previo a la Dirección de Comunicaciones de todas las actividades de puertas abiertas que se realicen.

El objetivo es posicionar a los eventos como una herramienta fuerte de comunicación para difundir actividades o situaciones. La proliferación descoordinada de los mismos condiciona fuertemente su calidad y debilita su poder como estandarte de la imagen institucional que queremos dar.

La producción de un evento incluye etapas de planificación, organización de los recursos y desarrollo de todas las acciones para la concreción de una idea que se esbozó al decidir la realización del mismo.

Desde diferentes sectores de la Institución, se solicita permanentemente la organización de eventos que involucren a variados públicos, cada uno con sus características –y por ende necesidades- particulares.

Todos los años sin excepción se realizan los siguientes eventos:

- Lanzamiento y entrega de reconocimiento de Jóvenes Emprendedores.
- Día del Alumno y Funcionario de UTU.
- Día de la Educación.

- Compromiso Educativo.
- Expo-educa.

Además, se realizan eventos por:

- Entrega de certificados, diplomas o títulos.
- Lanzamientos de cursos o programas nuevos.
- Inauguraciones de Centros Educativos, de reformas o anexos.
- Firma de Convenios o Acuerdos.
- Presentaciones de Publicaciones del Proyecto Editorial
- Homenajes, recordatorios, aniversarios, etc.
- Presentaciones de Memorias Anuales o Evaluaciones Estadísticas.

El objetivo de definir, priorizar y comunicar una agenda de eventos es evitar que se repitan situaciones que hemos vivido reiteradamente durante todo 2015: atención a actividades que no se realizan con la planificación correspondiente, en las que no se consideran fechas, alcance del evento o la realización de otras actividades que resten importancia al mismo.

Para solucionar este inconveniente proponemos:

- Definición de una AGENDA DE EVENTOS que los protagonistas de UTU conocerán y que deberán tener en cuenta a la hora de proponer otras actividades públicas.
- La entrega de diplomas o certificados de Capacitación y Acreditación de Saberes se realizarán dos veces al año en Montevideo, debido a la cantidad de egresados por año. En el Interior del país dado que el número de egresados es menor, se realizará una vez al año en el Campus correspondiente.
- Los eventos de egresados de carreras técnicas y/o tecnológicas, se realizarán una vez al año y solo para las primeras generaciones.

2) NUEVA FRASE/SLOGAN/LEMA

Instalación de una nueva campaña audiovisual y gráfica bajo el lema “UTU transforma”. Esto porque CETP–UTU transforma los territorios y las comunidades en los que se instala, transforma a sus protagonistas, transforma a la educación técnico-profesional, hoy articuladora de ciencia y tecnología y generadora de perfiles que pueden aportar a la innovación y el desarrollo del país

UTU viene implementando una concepción sistémica de la educación, que tiene a la investigación y la socialización de la información como dimensiones indispensables para construir acciones (precisamente) transformadoras y no reproductoras de las desigualdades.

Este espíritu transformador resulta un componente fundamental para un país orientado al desarrollo productivo con justicia social.

La Dirección de Comunicaciones buscará articular acciones con otros actores institucionales, especialmente con la Tecnicatura en Audiovisuales y la Escuela de Comunicación Social, para la generación de piezas publicitarias y de difusión en escuelas (mediante afiches) y en redes sociales y portal web (agregando a los anteriores fotografías y breves videos que evidencien esa “transformación”)

Por otra parte ya se encuentra trabajando en la generación de productos que evidencien una nueva impronta, más actualizada y si se quiere joven (folletería, afiches y objetos de propaganda)

3) ADOPCIÓN DE UNA IMAGEN ASOCIADA

Este Plan tiene como uno de sus ejes fundamentales el trabajo para que el imaginario colectivo logre asociar a nuestra institución con la figura del hornero.

Esta búsqueda se basa en la necesidad de remitir el término “transformar” en algo concreto y real pero al mismo tiempo vivo, dinámico, único en sí mismo (lo que suaviza y hasta “humaniza” una palabra que puede en nuestro caso ser muy vinculada a lo tecnológico)

Pero además, justamente el accionar de este animal autóctono, nacional (pero también regional) cuenta con notables paralelismos con la forma de ser y hacer de nuestra institución.

El hornero (cada hornero) transforma el simple barro en una obra de ingeniería que no es sólo útil a su vida sino a la de otras especies. Esto es porque el nido se construye para una sola estación, luego es abandonado por el grupo familiar pero lo construido (el nido) es utilizado por otras especies de aves o por roedores.

Es un animal que sin ser doméstico o domesticable, no repele el contacto humano. Por el contrario, se adapta perfectamente a su cercanía tanto a nivel urbano como rural, y la construcción de su nido sobre una casa es señal de buena suerte según la literatura popular.

Son fieles (se mantienen como pareja durante toda la vida) y no realizan distinción de género ya que se alternan para la búsqueda del alimento y la vigilancia de los pichones en el nido.

4) NUEVO LOGO

La Dirección de Comunicaciones entiende como una necesidad la aprobación de un nuevo logo institucional.

En dicho logo se pondera la instalación del actual nombre de la institución a través de su sigla, así como la introducción del hornero como figura emblemática.

El logo actual del CETP UTU se encuentra absolutamente desfasado con el contexto actual a nivel gráfico y especialmente institucional: nuestros estudiantes no son considerados piezas de una maquinaria ni el fruto uniforme de una cosecha, y además los aprendizajes que hemos generado han superado los límites del país gracias a acuerdos binacionales (en Río Branco y Chuy)

Más allá de la adhesión que pueda tener hoy un logo que se ha modificado escasamente en tantos años, vale dejar constancia que a lo largo y ancho del país existen decenas de versiones del mismo.

Teniendo estos elementos en cuenta valoramos que un cambio radical en el logo (y no una décima o vigésima versión del mismo como se ha venido dando en los últimos lustros):

- Mostrará un cambio en relación a la imagen institucional y pedagógica, más adecuada a la realidad actual
- Evidenciará un punto de partida hacia nuestra nueva imagen comunicacional
- Evitará dudas y conflictos respecto a cuál es en realidad el logo aprobado por el Consejo
- Abrirá un abanico de nuevas posibilidades para la creación (libro de cuentos, medallas institucionales, concursos de arte y otros)

5) CREACIÓN DE UN NÚMERO DE WHASAPP PARA LA OFICINA DE DIVULGACIONES

Actualmente las personas que quieren saber sobre nuestra oferta educativa concurren a la Oficina 1, llaman a nuestros teléfonos (no contamos con central telefónica lo que debilita esa vía) o nos escriben a Facebook o a nuestro mail.

La estrategia apunta a atender al público más joven de la institución (actuales y/o posibles estudiantes) brindando una herramienta que usan habitualmente (por cercana, accesible y gratuita)

El acceso a una cuenta de correo electrónico es sensiblemente menor en comparación al acceso a celulares, más aún en las edades más jóvenes.

En este sentido apuntamos a vehiculizar toda la información que ya tenemos uniformizada para las respuestas electrónicas por este nuevo canal.

La idea es establecer un horario de atención para el mismo y a través de Whasapp Web, sincronizar el aparato con una computadora para responder desde allí las consultas sobre fechas, lugares y opciones de inscripción.

Esta modalidad necesita:

- Un aparato celular con sistema Android
- Un chip con número telefónico e internet (el número debe ser fácil de memorizar, eso se coordina en forma previa con ANTEL) No es necesario que el mismo tenga acceso a llamadas ya que se utilizará sólo a los efectos mencionados.