

## ACUERDO

No.28

(25 de septiembre de 2014)

**POR MEDIO DEL CUAL SE ADOPTA LA POLITICA DE COMUNICACIONES Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.**

**EL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO**, en uso de sus atribuciones legales y estatutarias y,

### CONSIDERANDO

Que se hace necesario adoptar la política institucional de comunicaciones con base en la propuesta presentada ante e organismo por la vicerrectoría de responsabilidad social y bienestar universitario, la cual fue discutida y aprobada en la sesión del 25 de septiembre de 2014.

Que con la expedición del presente Acuerdo se regulan los aspectos esenciales del quehacer comunicacional de la universidad en procura de asegurar el cumplimiento de los objetivos, lineamientos y principios de esta importante área de la vida institucional,

### ACUERDA

**ARTÍCULO PRIMERO: POLÍTICA INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES:** La comunicación institucional debe contribuir al logro de la misión, visión, objetivos institucionales y transparencia de la gestión, fortaleciendo la apertura, interlocución, visibilidad y participación de sus grupos de interés, mediante:

- El ejercicio de la transparencia a través de la pedagogía ciudadana, rendición de cuentas e informe de gestión a la sociedad y la interacción permanente con otras entidades públicas, medios de comunicación externos y organizaciones de la sociedad civil, con el propósito de generar credibilidad y confianza en el cumplimiento de la misión institucional.
- El sentido de lo público como principio esencial que preside, en todas las instancias universitarias, las labores administrativas, investigativas y académicas.
- El reconocimiento, dirigido a afianzar la dignidad de las personas, en el juego de sus relaciones interpersonales y roles profesionales.

sentido de pertenencia, estableciendo relaciones de diálogo y colaboración entre los diferentes públicos internos y externos.

**ARTICULO SEGUNDO: PRINCIPIOS:** La práctica de los principios debe contribuir al fortalecimiento de la cultura institucional, la amplia difusión del conocimiento producido por la comunidad académica, su aprovechamiento colectivo y el mejoramiento de la imagen institucional.

En concordancia con lo anterior son principios orientadores del sistema de comunicación institucional, los siguientes:

### **Comunicación estratégica**

Promover en el imaginario colectivo el valor de la comunicación como eje estratégico para el desarrollo de la vida universitaria, en la promoción de espacios de encuentro, la construcción de vínculos entre los diversos actores, la posibilidad de disentir y proponer otros sentidos, así como la oportunidad de usar los medios de comunicación institucionales para el intercambio y la generación de conocimiento.

### **Equidad**

Generar condiciones para que los sentidos y visiones de mundo de los diferentes estamentos y grupos institucionales, circulen y compitan en condiciones de equidad.

No promover información que favorezca el afán de protagonismo, ni exclusiones de género, de estamentos universitarios, o de cualquier otra naturaleza.

### **Inclusión**

Asumir y reconocer el aporte de los miembros de la Universidad. Tener en cuenta sus propuestas para los procesos de toma de decisiones y elaboración de planes y proyectos.

### **Corresponsabilidad**

Apropiar la información fundamental para la realización del trabajo, conocer las reglas de la organización, asumir la función y los compromisos que corresponden, conocer y reconocer los roles y funciones de los demás actores para un adecuado intercambio y proceso de reconocimiento.

Cada uno de los actores universitarios es corresponsable de los resultados, compromisos y acciones de la Institución.

**ARTÍCULO TERCERO: LINEAMIENTOS:** Para operar el sistema, se desarrollarán acciones concretas dentro de los siguientes lineamientos:

1. Desarrollo de un plan estratégico de comunicaciones, concebido y enmarcado dentro del plan de desarrollo Institucional.

Administración de programas, proyectos y actividades derivados de la política y el plan - previamente aprobados por la Universidad - que atiendan efectivamente los requerimientos comunicacionales de la docencia, investigación, extensión, responsabilidad social, bienestar universitario, administración y de los grupos de interés.

3. Consolidación de la estructura organizacional aprobada, acorde con el sistema institucional de comunicación, que permita la planificación, programación, gestión y evaluación de los diferentes medios.
4. Diseño, implementación y mantenimiento de canales apropiados de retroalimentación para su mejoramiento continuo.

#### **ARTÍCULO CUARTO: OBJETIVOS DEL SISTEMA:**

##### **OBJETIVO GENERAL**

Consolidar un sistema de comunicación receptivo que atienda efectivamente las necesidades de comunicación de los grupos de interés (Docentes – administrativos –estudiantes – egresados - jubilados y externos).

##### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a. Consolidar un mensaje institucional, desde la participación de los diferentes actores, fortaleciendo la imagen proyectada.
- b. Formular una propuesta para la funcionalidad organizacional y la coherencia del sistema institucional de comunicaciones.
- c. Optimizar los flujos informativos que permitan a la Universidad expresarse efectivamente ante sus públicos de interés.
- d. Convocar a los diferentes actores internos y externos para lograr interacción en torno a propósitos comunes de la Institución.

**ARTÍCULO QUINTO: ELEMENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL:** De conformidad con lo anterior, la formulación del Plan Estratégico de Comunicaciones de la Universidad, gira alrededor de los siguientes ejes:

1. **COMUNICACIÓN CORPORATIVA:** Gestiona la identidad corporativa, en la medida en que preserva y fortalece la imagen proyectada hacia el ámbito interno y externo.
2. **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:** Busca garantizar la funcionalidad organizacional y la coherencia del sistema institucional de comunicaciones, desde la adecuada articulación de acciones y esfuerzos para lograr el propósito misional.
3. **COMUNICACIÓN INFORMATIVA:** Busca garantizar que la Universidad se exprese frente a la sociedad.
4. **COMUNICACIÓN MOVILIZADORA:** Busca convocar a los diferentes actores internos y externos para lograr interacción en torno a propósitos comunes.

**ARTICULO SEXTO:** El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición.

**PUBLIQUESE Y CUMPLASE**

Dado en Pereira a los veinticinco (25) días del mes de octubre de 2014.

**EDGAR ROBLES PIÑEROS**  
**PRESIDENTE**

**CARLOS ALFONSO ZULUAGA ARANGO**  
**SECRETARIO**