



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS CONSEJO ACADÉMICO

Acuerdo No.

“Por el cual se adopta la Política de Comunicaciones y se crea la Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa”.

El Consejo Superior de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en uso de sus atribuciones legales y estatutarias, y

CONSIDERANDO

Que la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en virtud del Artículo 69 de la Constitución Política de Colombia de 1991, es una institución autónoma de educación superior y, por tanto, tiene la facultad de regirse por sus propios estatutos de acuerdo con la ley, y en particular con lo relacionado con la comunicación y el tratamiento de la información.

Que según el Artículo 20 de la Constitución Política de Colombia, a toda persona se le garantizará la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación, bajo criterios de responsabilidad social y garantizando el derecho a la rectificación en condiciones de equidad y sin censura.

Que la Ley 30 de 1992 en su Capítulo II, Artículo 6, literal b) señala como objetivo trabajar por la creación, el desarrollo y la transmisión del conocimiento en todas sus formas y expresiones y promover su utilización en todos los campos para solucionar las necesidades del país.

Que en virtud del Artículo 6 de la Ley 872 de 2003, por la cual se crea el Sistema de Gestión de la Calidad en la Rama Ejecutiva del Poder, se promueve la transparencia y la comunicación con el ciudadano, garantizando el fácil acceso a la información.

Que mediante la Ley 1712 del 2014 por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y se regula el derecho de acceso a la información pública nacional y se establecen los principios y procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.

Que mediante la implementación de la Estrategia de Gobierno en línea se busca mejorar la eficiencia de la gestión pública para la construcción de un Estado más eficiente, transparente y participativo, además de prestar mejores trámites y servicios en línea acordes a las necesidades prioritarias de los ciudadanos.

Que según el Artículo 32, capítulo IV, del Estatuto General de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, se promoverá la participación de los proyectos en la construcción y mantenimiento de la imagen institucional, a la información a la comunidad externa e interna de todas las actuaciones de la institución, al establecimiento de identidad e identificación de las acciones de la universidad a través de logos y formas simbólicas.

Que mediante Acuerdo 01 del 18 de enero de 2008 del Consejo Superior Universitario, se confirma el Plan Estratégico de Desarrollo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas 2008-2016 “Saberes, Conocimientos e Investigación de Alto Impacto para el Desarrollo Humano y Social”; donde se fundamentan los principios y el carácter de la Universidad, que la definen como el espacio social, institucional y cultural para la formación de profesionales, la construcción de conocimientos y saberes en el marco de la libertad de cátedra, la autonomía la democracia, el pluralismo, el espíritu crítico y la ética. Y así mismo, en cumplimiento de la Política 1: Articulación, Contexto y Proyección Estratégica, Estrategia 3: Consolidación de la acción universitaria como foro permanente para la reflexión y espacio para la formulación y realización de propuestas para su posicionamiento en el contexto local, regional, nacional e internacional, Programa 1 “Divulgación y posicionamiento de la imagen de la Universidad y desarrollo de acciones de comunicación tendientes a su visibilidad”.

Que el proceso de autoevaluación institucional, se considera en el plan de mejoramiento como una de las acciones fundamentales para la sostenibilidad de la acreditación, la política de comunicaciones. De ahí que su formulación e implementación redundará en el fortalecimiento de la calidad universitaria.

Que mediante Resolución de Rectoría No. 227 de 2014, se realiza el mejoramiento continuo a la Política, Objetivos y Modelo de Operación por Procesos del Sistema Integrado de Gestión de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, SIGUD, y se dictan otras disposiciones.

Que el Modelo de Operación es el estándar que soporta la operación de la Institución, y está basado en un enfoque por Procesos, entendido éste como la secuencia de actividades que lógicamente relacionadas y que tomadas en su conjunto generan valor y un resultado orientado al cumplimiento de la misión y los objetivos institucionales de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas con miras a la satisfacción y expectativas de los usuarios y partes interesadas.

Que en mérito de lo expuesto, este máximo órgano de dirección,



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

ACUERDA

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1°. DEFINICIÓN. La Política de Comunicación es un instrumento normativo del tratamiento de la información que produce la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y la manera como se comunica con sus grupos de interés, orienta el Proceso de Comunicación Estratégica de acuerdo con el Modelo de Operación por Procesos del Sistema Integrado de Gestión de la Universidad Distrital, SIGUD.

Por esto, se compromete a:

- Promover los procesos de toma de decisiones y de construcción participativa.
- Mejorar la interacción comunicativa con los grupos de interés internos y externos.
- Contribuir al mejoramiento de las comunicaciones y el tratamiento asertivo y eficiente de la información para de esta manera generar credibilidad en nuestros usuarios y partes interesadas.
- Fortalecer la cultura y los valores institucionales, a fin de optimizar su clima organizacional y la calidad de sus servicios.
- Definir estrategias de desarrollo y manejo de los diferentes medios de información
- Impulsar y fortalecer la gobernabilidad y el reconocimiento social sobre bases sólidas, pertinentes, planeadas y estructuradas.

Para lograrlo, se designaran los recursos presupuestales, humano, técnico y logístico necesarios para el cumplimiento de esta Política

ARTÍCULO 2°. ALCANCE. La presente política de comunicaciones es transversal al modelo de operación por procesos, planes, estrategias, programas y proyectos de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y será facilitadora en la toma de decisiones y de construcción participativa.

ARTÍCULO 3°. DEFINICIONES. Para los efectos de la presente Política de Comunicaciones se entenderá por:

- a) **Actualizar.** Introducir o aportar los datos más actuales o recientes de la Universidad.

- b) **Canal de comunicación.** Es el medio de comunicación a través del cual se transmite la información para el logro de los objetivos de las estrategias comunicativas planteadas por la Universidad.
- c) **Comunicación.** La comunicación es insumo fundamental para el conocimiento y la comprensión de sus procesos y su capacidad de interactuar cara a cara y por los canales de comunicación oficiales, con otros actores colectivos o individuales a fin de lograr el cumplimiento de sus propósitos misionales. La comunicación en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas hace parte del quehacer diario y se considera transversal a todas las actividades institucionales, siendo facilitadora de los procesos de toma de decisión y de proyectos estratégicos que contribuyen al clima laboral y sentido de pertenencia de la comunidad universitaria.

“Comunicar implica estar dispuesto a suministrar información de manera constante y aceptar los comentarios y requerimientos que puedan hacerse con relación a un tema específico”. Jesús María Aguirre (1943).

- d) **Comunicación para el cambio social.** Es una comunicación ética, es decir de la identidad y de la afirmación de valores; amplifica las voces ocultas o negadas, y busca potenciar su presencia en la esfera pública. Recupera el diálogo y la participación como ejes centrales; entra un poco más tarde en escena, pero su contribución es definitiva. Alfonso Gumucio Dragón (1950).

Parágrafo.-La comunicación en la Universidad Distrital estará orientada a fin de permitir la participación de todas las voces de la comunidad universitaria y buscar puntos de reflexión y acuerdos, para el mejoramiento de la cultura institucional y la participación colectiva de la comunidad universitaria, enmarcada en los parámetros definidos en la Política.

- e) **Comunicaciones externas.** Conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener y mejorar la relación con los grupos de interés externos de la Universidad, así como a proyectar una imagen favorable basada en investigaciones, logros académicos, programas de pregrado y posgrado y demás actividades que ofrece la institución educativa, con el fin de aportar al reconocimiento social sobre bases sólidas, estructuradas, pertinentes y planeadas.
- f) **Comunicaciones internas.** Actividades de comunicación que se realizan dentro de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas para implementar una cultura institucional basada en los valores y principios de la Universidad y mantener las buenas relaciones entre los miembros de la comunidad universitaria. Mediante las herramientas de comunicación interna se mantendrán informados a todos los públicos internos con el fin de facilitar la circulación de la información y mitigar la cultura del rumor.

- g) **Comunicación institucional.** Conjunto de mensajes que una unidad académica y/o administrativa proyecta a sus grupos de interés con el fin de dar a conocer su misión, visión, objetivos, principios y valores, planes, metas, proyectos y programas. Esta información tiene que ser dinámica, planificada y concreta. Tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a su misión, planes y actividades.
- h) **Comunidad universitaria.** Está compuesta por estudiantes, docentes, administrativos, directivos, egresados y empleadores de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- i) **Control social.** El control social es toda intervención o fiscalización que se efectúa para supervisar el funcionamiento correcto de algo, en este caso, la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- j) **Estrategia.** Actividad que requiere planificación, ejecución, seguimiento y evaluación, por lo tanto, los contenidos que se produzcan responderán a los objetivos y metas de los planes propuestos.
- k) **Facilitadores de la comunicación.** Son los delegados por las unidades académicas y/o administrativas, para adelantar acciones de comunicación y manejo de la información. Están a cargo de la actualización de la información en las sub páginas web, redes sociales y demás canales de comunicación oficiales con los que cuenta la Universidad.
- l) **Gobierno en línea.** Estrategia del Gobierno Nacional para contribuir a la construcción de un Estado más eficiente, más transparente, más participativo y que preste mejores servicios a los ciudadanos y las empresas, mediante el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC.
- m) **Grupos de interés.** Un grupo de interés es un grupo de personas organizadas en torno a un interés común y que se pueden ver afectados por el desarrollo de las actividades, en este caso, de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas,
- n) **Información.** Está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en una cierta situación, acción o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.
- o) **Información Pública.** Es toda información que un sujeto obligado genere, obtenga, adquiera, o controle en su calidad de tal. Entiéndase por sujeto obligado cualquier persona natural o jurídica, pública o privada.

Parágrafo. Concepto Ley 1712 de 2014 por la cual se crea la Ley de Transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones.

- p) **Publicar o divulgar.** Significa poner a disposición en una forma de acceso general a los miembros del público e incluye la impresión, emisión y las formas electrónicas de difusión.

Parágrafo. Concepto Ley 1712 de 2014 por la cual se crea la Ley de Transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones.

- q) **Principio de Transparencia.** Principio conforme al cual toda la información en poder de las entidades públicas oficiales locales, regionales, nacionales están en el deber de proporcionar y facilitar el acceso a la misma en los términos más amplios posibles y a través de los medios y procedimientos que al efecto establezca la ley de Transparencia, excluyendo solo aquello que esté sujeto a las excepciones constitucionales y legales y bajo el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta ley.
- r) **Participación ciudadana.** Hace referencia al conjunto de acciones o iniciativas que pretenden impulsar la democracia participativa a través de la integración de la comunidad.
- s) **Red de Comunicación.** Es el grupo integrado por los facilitadores de la comunicación y los funcionarios a cargo de los canales de comunicación oficiales de la Universidad, mediante la plataforma WhatsApp, con el fin de centralizar, articular y atender en tiempo real las necesidades de comunicación que produce la Universidad.
- t) **Rendición de cuentas.** Es un espacio de interlocución entre los servidores públicos y la ciudadanía o los grupos de interés de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Tiene como fin promover la transparencia, condiciones de confianza y garantizar el ejercicio al control social.
- u) **Redes sociales.** Estructura social de gran alcance que le permite a la Universidad informar en tiempo real y a un gran número de integrantes de la comunidad universitaria o ciudadanos locales, regionales, nacionales o internacionales sobre sus actividades, logros o cualquier concepto que se quiera emitir en línea.
- v) **Servicio en línea.** Servicio que puede ser prestado por medios electrónicos a través del portal de una entidad. Mejora los tiempos de entrega del servicio y disminuye la tramitología.
- w) **Universidad pública.** Universidad cuya financiación corre a cargo principalmente de un gobierno, bien nacional o de alguna entidad estatal, a diferencia de las universidades privadas.



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

CAPÍTULO II

OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

ARTÍCULO 4°. Objeto. La Política de Comunicaciones tiene como objeto establecer los lineamientos, parámetros, procedimientos y características, que garanticen la entrega de la información y la comunicación asertiva a los miembros de la comunidad universitaria y a las partes interesadas. De la misma forma, cumplirá los siguientes objetivos:

- a) Fortalecer la promoción y apropiación social del conocimiento a través de la divulgación de las actividades institucionales, académicas, científicas, artísticas y culturales, luego de cumplir con los criterios propuestos de publicación.
- b) Garantizar a los grupos de interés de la Universidad, la participación y el acceso oportuno, veraz y efectivo a la información y a los contenidos que produce la institución.
- c) Asegurar la adecuada y oportuna actualización de la información en todos los canales de comunicación de la Universidad que permitan mejorar los índices de Transparencia.
- d) Consolidar y definir el Sistema Informativo y de Comunicación de la Universidad mediante la articulación interna de los facilitadores de la comunicación con los canales oficiales, coordinados por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa que asegure la correcta divulgación de la información y el acceso a los grupos de interés.
- e) Centralizar en un área dedicada exclusivamente al tema de las comunicaciones, el manejo de la información que produce la Universidad, con el fin de generar unidad y criterio en el desarrollo de los contenidos.

CAPÍTULO III

SISTEMA INFORMATIVO Y DE COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

ARTÍCULO 5°. DEFINICIÓN DEL SISTEMA INFORMATIVO Y DE COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS.- El sistema informativo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas se define como la estructura institucional que articula a las unidades académicas y/o administrativas y canales de comunicación institucional es en torno a contenidos y productos (Información, boletines, periódicos, mensajes, convocatorias, resultados, logros, imágenes y multimedia) mediante mecanismos establecidos en tiempo real o por medios electrónicos, para la correcta, solidaria y eficiente divulgación de la información que produce la

Universidad y en el marco de los lineamientos de contenido y publicación definidos en esta Política. Este Sistema propenderá por el reconocimiento social y la construcción del imaginario de la Universidad pública de Bogotá con los grupos de interés del contexto interno, local, nacional e internacional.

La comunicación en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas es un proceso de direccionamiento estratégico que facilitará el flujo de la información en las siguientes direcciones:

- **Descendente.** Se da en la medida en que la transmisión de la información oficial que expiden los órganos de dirección de la Universidad Distrital fluye en esta dirección hacia las bases de la comunidad universitaria. Cuando se da de forma eficiente y mediante adecuadas estrategias de comunicación, asegura una buena comprensión de los objetivos misionales, de la organización y del desempeño de la Universidad.
- **Ascendente.** Se da en la medida en que los funcionarios públicos y miembros de la comunidad universitaria interactúan y exponen sus necesidades desde las bases, mediante los canales de comunicación oficial, hacia la alta dirección y los órganos de máxima dirección de la Universidad. También se evidencia cuando los movimientos estudiantiles, sociales o grupos sindicales comunican sus necesidades hacia los órganos de dirección. Facilita procesos de toma de decisión y permite comprobar si la comunicación descendente se ha producido y trasladado de forma eficaz y fidedigna a las bases. Se utilizará para la recolección de la información para el diseño de políticas y planes estratégicos. Los canales de comunicación oficiales se democratizarán para la comunidad universitaria mediante el directorio de comunicaciones, servicios a los cuales podrán acceder los miembros de esta comunidad.
- **Horizontal.** Se da tanto en los niveles jerárquicos de la Universidad Distrital, como también entre las distintas instancias, las cuales comparten funciones e intereses comunes. Facilita la ejecución de estrategias globales y de alta participación de los grupos de interés internos. Mediante el establecimiento de canales de comunicación oficiales que faciliten el flujo de la información en esta dirección, se facilitará la coordinación de actividades, la ejecución de las campañas de comunicación, el mejoramiento del clima laboral y la comunicación asertiva para el logro de objetivos comunes.

ARTÍCULO 6°. PRINCIPIOS DEL SISTEMA INFORMATIVO Y DE COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS.-Todos los planes, proyectos, acciones y procedimientos del Sistema Informativo y de Comunicaciones, así como todos los contenidos y productos de comunicación que deriven de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, atenderán a los principios enunciados a continuación.

- a) **Pertinencia.**-La información y los contenidos que produzca la Universidad Distrital Francisco José de Caldas se ajustarán a las líneas estratégicas de desarrollo institucional y a su posicionamiento en ámbitos científicos, académicos y culturales, y en el contexto local, nacional e internacional.
- b) **Transparencia.**-Principio conforme al cual toda la información en poder de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas es pública, en consecuencia de lo cual proporcionará y facilitará el acceso a la misma en los términos más amplios posibles y a través de los medios y procedimientos que al efecto establezca la Ley 1712 de 2014 de Transparencia y derecho al acceso de la información, excluyendo solo aquello que esté sujeto a las excepciones constitucionales y legales y bajo el cumplimiento de los requisitos establecidos en dicha ley.
- c) **Buena fe.** En virtud de la cual la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, al cumplir con las obligaciones derivadas del derecho de acceso a la información pública, lo hará con motivación honesta, leal y desprovista de cualquier intención dolosa o culposa.(Ley 1712 de 2014 de Transparencia y derecho al acceso de la información).
- d) **Veracidad.**- Los datos y contextos que se reflejen en cualquier nivel de comunicación que se emplee para establecer contacto con cualquiera de los públicos de interés de la Universidad, deberán ser claros, corresponder a la verdad, suministrados por fuentes autorizadas y aportar a la construcción de confianza. La Universidad velará por los valores permanentes de crear cultura, de inspirar principios y orientar a los estudiantes en criterios de verdad.
- e) **Objetividad.**- La Universidad Distrital Francisco José de Caldas velará siempre por la objetividad de la información en sus contenidos. Los facilitadores de la comunicación redactarán en tercera persona, nunca en primera persona, ni reflejando sus opiniones personales sobre los hechos por los que escriba o interactúe a nombre de la Universidad.
- f) **Servicio.**- La información que se produzca debe privilegiar el sentido de utilidad, de manera que los diferentes grupos de interés se sientan motivados a consultar y seguir los contenidos que circule la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Prestar un buen servicio a la comunidad universitaria y ciudadanía, será un mandamiento natural que está ligado de manera intrínseca a la misión institucional y, por ende, debe ser aplicado por todos los miembros en el desarrollo de sus funciones públicas.
- g) **Asequible.**- Los flujos de información de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas con sus diferentes públicos deberán ser cordiales, claros, respetuosos, de fácil y oportuno acceso.

- h) **Ética y responsabilidad.**- Los contenidos que genere la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, deberán ser responsables con su entorno y aportar al desarrollo y crecimiento de sus públicos, a través del respeto y el reconocimiento de sus saberes, historia y talentos.
- i) **Vigencia.**-La información publicada en los canales de comunicación institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas garantizarán la actualización oportuna y permanente de la información, velando siempre por la vigencia de sus contenidos y la caducidad de la información.
- j) **Participación.**-La comunicación en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, propende por la participación activa de los miembros de la comunidad universitaria y por la colaboración permanente de todos los funcionarios públicos en el flujo de la información.
- k) **Coherencia.**-Los contenidos que produzca la Universidad Distrital Francisco José de Caldas son coherentes con la actividad universitaria y con sus realidades.
- l) **Reflexión y Crítica.** Los espacios de interacción que la Universidad Distrital Francisco José de Caldas establezca con sus grupos de interés, facilitarán la reflexión crítica para la búsqueda de nuevos planteamientos y posturas frente a determinados temas de competencia de la institución y que tengan entre sus objetivos la discusión para la construcción colectiva de conocimiento. Este principio estará enmarcado dentro de las bases del respeto por la diferencia y atenderá los artículos que correspondan según lo emanado por la Constitución Política de Colombia.

ARTÍCULO 7°. ESTRUCTURA DEL SISTEMA INFORMATIVO Y DE COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS.-El Sistema Informativo y de Comunicación estará conformado por Comités Especializados por ámbitos y públicos en la Universidad, con el fin de velar por el ordenamiento de los productos comunicativos, la imagen institucional y la unidad de criterios de divulgación. De tal forma, se contendrá la dispersión de las comunicaciones en la Universidad y se atenderá oportunamente los requerimientos informativos.

I. Comité Directivo de Comunicaciones. Estará integrado por:

- a) El Rector, quien lo preside.
- b) El Presidente del Consejo Superior Universitario o su delegado en comunicación.
- c) Un (1) Representante de los Estudiantes.
- d) El Vicerrector Académico.
- e) El Vicerrector Administrativo y Financiero.
- f) El Secretario General.

- g) El Jefe de la Oficina Asesora de Planeación y Control.
- h) El Jefe de la Oficina Asesora de Control Interno, con voz pero sin voto.
- i) El Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa.

Parágrafo.- El Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa, quien actuará como Secretario Técnico del Comité podrá invitar a las sesiones que éste realice a funcionarios y/o contratistas de la Universidad así como de otras entidades y/o particulares, estudiantes activos de la Universidad Distrital, con voz pero sin voto, cuya presencia pueda aportar elementos de juicio necesario para la ilustración de los diferentes temas de su competencia.

La asistencia será indelegable para los jefes o directivos, a menos que se presentase una situación extraordinaria. Para este caso, será modificada la fecha del comité. Se deberá asegurar en todo momento la asistencia de las directivas para darle alcance a la comunicación en la Universidad.

Misión. Liderar la orientación y el correcto desarrollo de las comunicaciones para la toma de decisiones, de cara al reconocimiento social de la Universidad con sus grupos de interés. Se reunirá todos los primeros lunes de inicio de mes, cuatro (4) veces al año, así: febrero, junio, agosto y noviembre, o cada vez que sea requerido, con el fin de realizar seguimiento a las líneas de acción propuestas.

Serán funciones de este Comité:

- Generar los lineamientos y directrices que en material de comunicaciones requiera la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Orientar el discurso o mensajes clave intrínsecos, trazados en los planes, acciones y actividades que se desarrollarán en marco de las comunicaciones en la Universidad.
- Tomar decisiones a nivel macro, fijar un vocero, establecer los mensajes claves y/o definir los mecanismos y flujos de la información al momento de presentarse una crisis institucional.
- Establecer las líneas macro de los contenidos editoriales para el periódico UDebate, que tiene un alcance de 25 mil lectores entre integrantes de la comunidad universitaria y la ciudad.
- Formular acciones de mejora continua para el buen desarrollo de los planes trazados en materia de comunicación en la Universidad.

II. Comité Operativo de Comunicaciones Interdisciplinario.

Este Comité será coordinado por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa y actuará con la estructura de comisiones por temáticas, para lo cual en todo caso, esta oficina ejercerá las Secretarías Técnicas. Las comisiones que harán parte de este Comité son las siguientes:

Comisión de Comunicación Interna:

- a. El Jefe de la División de Recursos Humanos.
- b. El Jefe de la División de Recursos Físicos.
- c. Un (1) Representante del Equipo del Sistema Integrado de Gestión, SIGUD, adscrito a la Oficina Asesora de Planeación y Control.
- d. Un (1) delegado del Comité Paritario de la Seguridad y Salud en el Trabajo, COPASST.
- e. El Coordinación General de Autoevaluación y Acreditación.
- f. El Director de Centro de Bienestar Institucional.
- g. El Gestor del Subsistema de Gestión Ambiental.

Misión. Optimizar y fortalecer el clima organizacional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, mediante la unificación de criterios de información dentro los funcionarios y establecimiento de estrategias comunicativas y mensajes claves que propendan por la cultura institucional, y que respondan a la misión y a la visión de la Universidad.

Esta Comisión tendrá como funciones:

- Establecer estrategias de comunicación interna para el fortalecimiento de la cultura institucional basada en la misión, visión, valores y principios de la Universidad.
- Crear o impulsar canales de comunicación interna para el correcto flujo de la información al interior de la Universidad Distrital.
- Proponer temas para la elaboración del **Boletín Interno Institucional** el cual saldrá mensualmente y con criterios de unidad por parte de las unidades académicas y/o administrativas. Éste será el único boletín que circulará de manera oficial al interior de la Universidad Distrital.
- Priorizar las acciones dirigidas hacia el diseño de estrategias de comunicación del riesgo y formación de los actores internos ante una eventual crisis institucional.

2. **Comisión de Comunicación Científica e Investigativa.** Contempla el componente científico e investigativo de la Universidad y lo integran:

- a) El Director del Centro de Investigaciones y Desarrollo Científico (CIDC).
- b) El Director del Instituto de Estudios e Investigaciones Educativas (IEIE).
- c) El Coordinador de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación de Bogotá (OTRI).
- d) El Coordinador de la Red de Investigaciones de Tecnología Avanzada de la Universidad Distrital (RITA).

Serán invitados de manera periódica el Herbario Forestal de la Facultad de Medio Ambiente y Recursos Naturales y todos los laboratorios por Facultades dedicados a la investigación y al conocimiento científico en la Universidad.

Misión. Velar por la amplia visibilidad de los campos de investigación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas con sus grupos de interés, mediante el seguimiento de la información y aseguramiento de la divulgación de las convocatorias, temas, resultados y logros investigativos.

Esta Comisión tendrá como funciones:

- Establecer las estrategias de divulgación de las actividades científicas de la Universidad mediante la definición clara y estratégica de sus líneas de acción y grupos de interés.
- Definir las actividades para comunicar los contenidos científicos a la comunidad universitaria.
- Proponer temas para la elaboración del **Boletín Científico y de Investigación** de la Universidad el cual saldrá mensual o bimestral de acuerdo con las pautas de comunicación y divulgación que fijen los integrantes al interior de la comisión. Este boletín será editado con criterios de unidad por parte de los actores de la investigación en la Universidad y será el único boletín científico que circulará de manera oficial al interior y exterior de la Universidad Distrital.

3. Comisión de Comunicaciones Externas. A esta comisión asistirán:

- a. Un (1) Delegado por Facultad designado por el Decano.
- b. El Director del Instituto de Lenguas de la Universidad Distrital (ILUD).
- c. El Director del Instituto para la Pedagogía, la Paz y el Conflicto Urbano (IPAZUD).
- d. El Director del Instituto de Extensión y Educación para el Trabajo y Desarrollo Humano (IDEXUD)
- e. El Director del Centro de Relaciones Interinstitucionales (CERI)
- f. El Director de la Emisora Laud 90.4 FM.

Misión. Realizar el seguimiento y monitoreo de la información misional y académica que produce la Universidad Distrital Francisco José de Caldas para crear estrategias de comunicación externa que permitan la visibilidad del alma máter en escenarios y públicos externos.



Son funciones de esta Comisión:

- Establecer los compromisos y parámetros de divulgación en medios de comunicación masivos y alternativos, por cada una de las Facultades para la correcta circulación de la información con los grupos de interés, previamente identificados por cada Facultad.
- Facilitar y agilizar el flujo de mensajes y contenidos que transmite la Universidad hacia sus públicos externos.
- Brindar oportunamente información actualizada, veraz y de interés a los públicos externos.
- Proponer temas para la elaboración del **Boletín de Comunicaciones Externas** de la Universidad el cual saldrá mensual o bimestral de acuerdo con las pautas de comunicación y divulgación que fijen los integrantes al interior del comité. Este boletín será enviado vía correo electrónico a las bases de datos de las partes interesadas externas, como el Concejo de Bogotá, el Congreso de la República, rectores y oficinas de comunicación de las demás universidades públicas y privadas, gremios de las universidades (Aciet y Ascún), Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría de Educación Distrital, entre otras.
- Proponer el desarrollo de los temas y contenidos editoriales, en coherencia con las líneas macro establecidas por el Comité Directivo de Comunicaciones, para el periódico UDebate, que tiene un alcance de 25 mil lectores entre integrantes de la comunidad universitaria y la ciudad.

4. Comisión de Comunicaciones Estudiantiles. Estará integrada por:

- a) El Representante estudiantil al Consejo Superior Universitario.
- b) El Representante estudiantil al Consejo Académico.
- c) El Representante estudiantil al Consejo de Participación universitaria
- d) Los Representantes Estudiantiles de las Facultades de la Universidad.

Misión. Realizar seguimiento mensual a los canales de comunicación estudiantiles y formular estrategias y actividades de divulgación y comunicación con estudiantes y demás miembros de la comunidad universitaria.

Serán funciones de esta Comisión:

- Mantener los canales de comunicación dispuestos para los estudiantes, actualizados y con información de interés académico, político, social, cultural y de entretenimiento para todo el grueso de la comunidad estudiantil.

- Establecer estrategias comunicativas que faciliten la pertenecía de los estudiantes por la Universidad.
- Implementar estrategias y canales de comunicación que dinamicen la información desde las representaciones estudiantiles, en dirección descendente y horizontal, y de manera adecuada, a la comunidad estudiantil de la Universidad.
- Coordinar y proponer los temas para la elaboración y producción del **Periódico Estudiantil** que tendrá una circulación en los meses: marzo, junio, agosto y noviembre. Este Comité Editorial contará con la participación y orientación del Jefe de la Sección de Publicaciones.
- Promover actividades, eventos y foros virtuales en la Universidad con temas de interés estudiantil y académico.

ARTÍCULO 8°. LÍNEAS DE ACCIÓN DEL SISTEMA INFORMATIVO Y DE COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DISTRITAL. Las líneas de acción que regirán el Sistema Informativo y de Comunicaciones son:

- Apropiación.** Los contenidos que produzca la Universidad Distrital en cualquier nivel, tienen como eje central a los grupos de interés. Las estrategias que se deriven de los planes de comunicaciones buscarán que estos públicos generen apropiación por la institución, de manera que les resulte fácil reconocer sus atributos, identidad y pertenencia.
- Inclusión.** La Universidad Distrital abrirá espacios de comunicación incluyentes a los miembros de la comunidad universitaria y a nuevos públicos. La Universidad planificará gradualmente, tanto en sus espacios físicos y de infraestructura, como en sus prácticas y formas de comunicación y lenguaje, nuevos canales y herramientas para interactuar con públicos con alguna situación de discapacidad.
- Participación.** La Universidad Distrital velará en todo momento por la garantía de espacios físicos y virtuales que faciliten la participación activa de los integrantes de la comunidad universitaria y permitan espacios de reflexión colectiva, respetando siempre las diferencias y el derecho a la intimidad personal y al buen nombre (Artículo 15 de la Constitución Política de Colombia).
- Valor de lo público.** Las comunicaciones en la Universidad Distrital estarán siempre orientadas al valor de lo público, como espacio donde los individuos ejercen su ciudadanía. Por tanto, se respetarán todas las voces y los miembros de la comunidad universitaria tendrán el derecho a la libre expresión mediante los canales y herramientas de comunicación dispuestas para tal fin y en el marco de los lineamientos básicos de divulgación y publicación establecidos en esta

política. Al mismo tiempo, el integrante de la comunidad universitaria deberá reconocer y respetar los derechos que le asisten a los demás miembros y ciudadanos, respecto a su intimidad personal y buen nombre y a la garantía de presunción de inocencia (Constitución Política de Colombia).

- e) **Innovación.** La innovación estará siempre presente en la planeación de las actividades de comunicación y será un componente vital en el proceso de comunicación estratégica y sus procedimientos, como quiera que ellos deban ser reflejo de la calidad en las competencias de su comunidad académica y administrativa.

ARTÍCULO 9°. MEDIOS QUE UTILIZARÁ EL SISTEMA INFORMATIVO Y DE COMUNICACIÓN. Los medios de información que fortalecerá e impulsará la Universidad Distrital Francisco José de Caldas se clasificaron en los siguientes grupos:

- a) **Medios digitales.** Los contenidos serán distribuidos en tiempo real, de manera estratégica y oportuna en páginas web y redes sociales oficiales. Mediante la Red de Comunicación e Información se ampliará la divulgación colaborativa entre los facilitadores de la comunicación. La Universidad Distrital velará por la circulación de los contenidos a las diferentes plataformas utilizadas por los grupos de interés con acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y a la telefonía móvil celular. La Universidad deberá también garantizar el fácil acceso a los contenidos recientes e históricos (Ley 1712 de Transparencia y derecho al acceso de la información). Se velará para que todos los productos publicitarios físicos puedan ser realizados y divulgados también de forma digital.
- b) **Medios publicitarios físicos.** Estos medios hacen referencia al conjunto de piezas impresas que genera la Universidad, entre ellas volantes, folletos, afiches, pendones, revistas, libros y periódicos. El desarrollo de las publicaciones contará con una línea editorial que responda a los planes y proyectos y a la misión y a la visión de la Universidad. Para los casos de los productos editoriales se acogerá a la Política de Publicaciones aprobada por la Universidad. La línea gráfica corresponderá al Manual de Imagen Institucional. Para todas las solicitudes de material promocional y de divulgación física se tendrá en cuenta planear el diseño digital del producto para un mayor alcance de la divulgación.
- c) **Medios sonoros y audiovisuales.** Estos medios hacen referencia a las piezas de audio y de video, y a los programas institucionales que se producen desde la Emisora Laud 90.4 F.M. Los contenidos que produzca la Universidad Distrital deberán corresponder al momento de su producción a las nuevas formas de interacción digital y tener en cuenta que serán divulgados por canales externos radiales y por plataformas digitales.

- d) **Medios tradicionales.** Responden a las diferentes herramientas análogas que tiene la Universidad para comunicarse con sus grupos de interés internos y externos, son ellas: cartas, memorandos, circulares, carteleras físicas y comunicados especiales.
- e) **Medios de interacción cara a cara.** Son los espacios físicos o presenciales que se dan para el relacionamiento cara a cara de la Universidad Distrital con sus grupos de interés internos y externos. El líder del Proceso de Comunicaciones deberá propender por la formulación y organización permanente de estos espacios que faciliten la democracia y la participación activa de las comunidades en la construcción colectiva del conocimiento y la planeación.

ARTÍCULO 10°. TIPOS DE CONTENIDO QUE PRODUCE LA UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS.

- a. **Declaraciones públicas.** Información oficial expedida por los órganos de dirección de la Universidad o de la Rectoría para divulgación y conocimiento de los grupos de interés. En situaciones regulares el vocero oficial será el Rector de la Universidad Distrital y de acuerdo con la situación o con los parámetros informativos definidos para una situación eventual o inesperada, la vocería oficial podrá estar a la cabeza de un miembro delegado por el Consejo Superior Universitario (CSU) o por el Consejo Académico según sea el caso. Para casos de vocería del CSU se acudirá al responsable de la Secretaría General. La Universidad podrá reservarse el derecho a dar declaraciones públicas y podrá hacerlo mediante comunicación escrita donde aclare de manera expedita la situación en referencia, y con fin de prevenir interpretaciones relativas o erradas por parte de los medios de comunicación.
- b. **Contenido académico y científico.** El contenido académico atenderá las necesidades de divulgación misionales y comprende eventos, actividades y todo lo relacionado con docencia, investigación, extensión y proyección social. Las fuentes de la información serán desde la Vicerrectoría Académica, los institutos de investigación, los representantes docentes ante los órganos de dirección de la Universidad, Decanos, hasta los coordinadores de Facultad, coordinadores de currículo, docentes investigadores, docentes, estudiantes de semilleros de investigación y estudiantes con logros académicos y/o científicos.
- c. **Contenido institucional.** Esta es la información de orden institucional o de interés administrativo y financiero que produce la Universidad Distrital, comprende también eventos institucionales. La información relacionada a la contratación de la Universidad también puede ser clasificada como institucional y se registrará de acuerdo con el Acuerdo No. 003 del 11 de marzo de 2015 por el cual se expide el Estatuto de Contratación de la Universidad. La divulgación de la información se acoge a la Ley 1712 de 2014 de Transparencia y derecho al acceso de la información.



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

- d. **Campañas de comunicación.** Campañas de comunicación desarrolladas por la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y divulgadas por los medios de información institucionales con el fin de crear cultura institucional y buenas prácticas académicas y administrativas.
- e. **Normatividad.** La información sobre la normatividad de la Universidad como Acuerdos, Resoluciones, Circulares, Decretos, Actas entre otros documentos o actos administrativos serán publicados en el Sistema de Información de la Secretaría General - SISGRAL. Esta Secretaría tendrá a cargo la custodia de la información oficial y normativa que produce la Universidad Distrital y facilitará y dinamizará su divulgación por los medios informativos que se establezcan para tal fin. La publicación de la información se acoge a la Ley 1712 de 2014 de Transparencia y derecho al acceso de la información.

ARTÍCULO 11°. CANALES DE COMUNICACIÓN MEDIANTE LOS CUALES SE DIVULGA LA INFORMACIÓN.

Canales Externos	Canales Internos
Emisora Laud 90.4 F.M. / Emisora web de la Facultad Tecnológica.	Intranet.
Página web institucional y sub páginas, Foro Abierto, redes sociales institucionales en Facebook, Twitter y YouTube. Streaming. Correos a grupos de interés externos.	Correos electrónicos institucionales. Extensiones telefónicas. Unidades académicas y/o administrativas.
Línea telefónica institucional, unidades académicas y/o administrativas.	Sistema Distrital de Quejas y Soluciones de la Oficina de Atención al Ciudadano.
Videos institucionales. Chat y foros. Boletín de comunicación externa.	Carteleras físicas y digitales (circuito cerrado de televisión) Streaming.
Publicaciones e impresos (Periódico UDebate, libros, revistas, folletos, plegables, pendones)	Boletín interno y demás boletines producto de las comisiones.
Medios de comunicación. Líderes de opinión. Ruedas de prensa, agenda de medios y comunicados de prensa.	Material de divulgación interna. Afiches y pendones.
Comunicados oficiales, presentaciones, cartas, oficios, actas e informes. Eventos, talleres, foros, Congresos y reuniones.	Comités, reuniones y actividades internas.
Publicidad y material POP.	Representantes estudiantiles, representantes docentes, líderes administrativos y consejos académicos.
App desarrollada por la Red de Investigaciones RITA.	Chat y foros dirigidos al público interno.



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

Concejo de Bogotá, Congreso de la República, Ministerio de Educación Nacional.	Fondos de pantalla, mensajes telefónicos.
--	---

CAPÍTULO IV

LINEAMIENTOS DE DIVULGACIÓN Y CONTENIDOS EN LA UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

ARTÍCULO 12°. LINEAMIENTOS GENERALES DE DIVULGACIÓN Y CONTENIDOS. Debido a las características de los medios digitales, en donde los contenidos se pueden divulgar en tiempo real, de forma rápida y a un gran número de personas, se han definido los lineamientos básicos que establecen las características que debe considerar la Universidad Distrital Francisco José de Caldas al momento de publicar en medios físicos, multimedia y digitales. Las publicaciones realizadas por la Universidad se acogerán a la Ley 1712 de 2014 de Transparencia y derecho al acceso de información y a las demás resoluciones y mandatos en materia de divulgación, expedidos por el Ministerio de Educación Nacional y el Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

- a) Los canales de comunicación oficiales de la Universidad Distrital publicarán la información que sea tramitada mediante los procedimientos establecidos institucionalmente y que cumplan con los principios y ejes de comunicación trazados y estipulados en esta Política.
- b) Los sitios web (página principal, páginas de Facultades, dependencias e Institutos) no deberán tener enlaces a páginas externas que no correspondan a la Universidad sin previa autorización de las dependencias a cargo. Para el caso de vinculación a otras instituciones públicas o privadas locales, departamentales, nacionales e internacionales tendrán que corresponder a fines misionales, académicos y contractuales. Para el caso de convenios deberá anexarse la documentación respectiva que lo demuestre. La Red de Datos – UDNET- de la Universidad Distrital será la dependencia que supervisa dicho procedimiento.
- c) Para el caso de solicitudes de formularios que solicitan las unidades académico-administrativas, se deberá utilizar y promover el uso de las plataformas institucionales que ofrece la Universidad. Para incentivar su utilización, la Universidad promocionará el procedimiento y alcance a los usuarios internos.
- d) Todo material publicitario o informativo como volantes, programas académicos, folletos o material publicitario que produzca la Universidad, deberá tener incluida la frase reglamentaria: “Institución de Educación Superior sujeta a inspección y vigilancia por parte del Ministerio de Educación Nacional”.



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

- e) Mantener la información actualizada de los programas académicos con los que cuente la Universidad de acuerdo con los requerimientos del MEN para la divulgación de la información (pregrado- posgrado).
- f) Los Institutos y Facultades podrán compartir la información de sus actividades en los canales de comunicación oficiales de la Universidad, con el fin de asegurar la institucionalidad y la divulgación masiva de la información.
- g) El portal web institucional principal es <http://www.udistrital.edu.co> del cual se desprenden los subdominios de Facultades, dependencias e Institutos. También tendrán validez las páginas, subpáginas o sitios que están bajo el dominio [udistrital.edu.co](http://www.udistrital.edu.co). Para el caso de las páginas que no estén bajo este dominio, no serán consideradas como institucionales y deberán migrar a la plataforma institucional. Mientras tanto, las páginas por fuera del dominio [udistrital.edu.co](http://www.udistrital.edu.co) no están autorizadas a utilizar el escudo o la imagen institucional de la Universidad, para estos casos la Universidad podrá proceder legalmente.
- h) Las redes sociales (RR.SS) oficiales principales son [Facebook.com/UniversidadDistrital](https://www.facebook.com/UniversidadDistrital), en [@udistritalcanales](https://twitter.com/udistritalcanales) canales de comunicación habilitados para el manejo oficial de la información. En la medida de lo posible, los usuarios internos apoyarán la divulgación de sus actividades mediante las redes sociales principales de la Universidad. Para las RR.SS creadas por las diferentes instancias de la Universidad se divulgará e interactuará de manera articulada y coordinada entre las demás RR.SS institucionales. Para el caso de las instancias que no cuentan con redes sociales, no se recomienda crear nuevos canales, sino direccionar la información mediante la Red de Comunicación e Información para ser divulgada mediante las RRSS oficiales principales.
- i) En caso de requerir un espacio de divulgación web bajo el dominio de la Universidad, deberá hacerlo desde el correo institucional de la unidad académico-administrativa directamente a la Red de Datos – UDNET- al correo webmaster@udistrital.edu.co con copia a udnet@udistrital.edu.co adjuntando la debida documentación que la acredite.
- j) Cuando se tome información de un tercero para una publicación ya sea escrita o electrónica, se deberá citar la fuente, asegurándose de cumplir con la normatividad sobre derechos de autor.
- k) De acuerdo con la estructura de la página web institucional, en su sección Comunidad, ésta será la plataforma institucional para que miembros de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y administrativos) puedan acceder a este servicio que ofrece la Universidad. El interesado ingresará al sitio <http://comunidad.udistrital.edu.co> y conocerá las instrucciones que allí se indican.



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

- l) Los textos para divulgar noticias y eventos de la Universidad deberán tener un mínimo de 500 caracteres y al final del texto llevar el nombre de la unidad académico-administrativa y su correo institucional. Se recomienda redactar cuartillas de máximo cuatro párrafos.
- m) No se duplicará información en el portal o sub portales, a menos que sea estrictamente requerido por la Secretaría General o la alta dirección. Se propenderá porque se pueda acceder desde diferentes lugares a una misma información alojada en la plataforma que designe el responsable de la información.
- n) Tiempos de publicación: las noticias de carácter misional tendrán una duración al aire en la página web principal, en la zona de banner, hasta por una semana calendario. Para el caso de información que contenga información de actividades de largo plazo (admisiones, elecciones o coyunturas especiales) quedarán permanentes hasta el cumplimiento de la actividad. Todo este tipo de actividades contará con un plan de divulgación y expectativa con fechas y tiempos. Para el caso de noticias informativas y de actualidad se rotarán de acuerdo con la disponibilidad del espacio. En este espacio se dispondrá de 15 banner como máximo. *Estas características pueden variar de acuerdo con la plataforma o sistema que utilice la Universidad.
- o) En caso que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido divulgado por los medios informativos de la Universidad Distrital quede en duda, se debe corregir esta información de la manera más diligente.
- p) En caso de ser solicitadas aclaraciones o correcciones sobre una publicación emitida por cualquier medio informativo de la Universidad Distrital, se procederá a realizarlas con el acompañamiento de la Secretaría General y/o la Oficina Asesora Jurídica.

CAPÍTULO V

MISIÓN, VISIÓN, FUNCIONES Y ESTRUCTURA DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES Y PRENSA.

ARTÍCULO 13°. MISIÓN. La Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, tiene como misión dirigir, formular, planear, organizar, coordinar y divulgar las actividades de comunicación y prensa en toda la institución, mediante un talento humano capacitado para tal fin, y en función de alcanzar la democratización del acceso al conocimiento y al derecho social a una Educación Superior de excelencia, equidad y competitividad, mediante la generación de contenidos pertinentes para tal fin y la difusión de saberes y conocimientos con un criterio informativo e imagen institucional, que propendan por el desarrollo sociocultural de la Universidad, Bogotá y el país.



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

ARTÍCULO 14°. VISIÓN. La Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa será el área encargada de liderar en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas el Proceso Estratégico de Comunicación, en aras de la eficiencia y la unidad de criterios, que le permitan construir flujos de información internos y externos de forma sistemática, que comuniquen el quehacer diario de los integrantes de la comunidad universitaria, para alcanzar el reconocimiento académico, político y social sobre bases sólidas y fundamentadas en la gobernabilidad, en la investigación y academia, el prestigio institucional y el sentido de pertenencia.

ARTÍCULO 15°. FUNCIONES. Son funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa:

- a) Implementarlas políticas, estrategias, planes, programas y proyectos de comunicación para la Universidad.
- b) Formular las estrategias de promoción, posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional.
- c) Proyectar el presupuesto anual de comunicaciones.
- d) Diseñar y ejecutar el Plan Estratégico de Comunicaciones en coherencia con los planes de desarrollo y proyectos institucionales.
- e) Fortalecer los canales y herramientas de comunicación y proponer nuevas acciones de mejora continua para el Proceso de Comunicación.
- f) Orientar bajo los criterios de la Rectoría y los órganos de máxima dirección, las relaciones de la Universidad Distrital con los medios de comunicación local, regional y nacional.
- g) Facilitar y dinamizar los flujos de información y contenidos que se transmiten mediante el Sistema Informativo y de Comunicación de la Universidad.
- h) Garantizar la dinámica de los Comités de Comunicación Institucional.
- i) Dirigir, hacer seguimiento y evaluar los procesos de comunicación institucional internos y externos, y de relacionamiento estratégico para la divulgación de la información con las partes interesadas y ciudadanos a nivel regional, nacional e internacional.
- j) Brindar a las partes interesadas información actual, veraz y oportuna.
- k) Optimizar y fortalecer el clima organizacional de la Universidad mediante la unificación de criterios de información e imagen en las comunicaciones internas y el desarrollo de campañas institucionales.
- l) Estructurar los contenidos y mensajes claves que produce la Universidad en sus diferentes frentes.
- m) Apoyar los procesos de inducción y re-inducción de los funcionarios públicos y los procesos de inducción de los estudiantes.
- n) Garantizar y promover espacios de participación de la comunidad universitaria en procesos de construcción colectiva y encuentros ciudadanos.
- o) Definir el protocolo para la logística de los eventos académicos e institucionales.

- p) Monitorear y analizar la información divulgada por los medios de comunicación locales y nacionales y proponer acciones de mejora continua que incidan en el reconocimiento social sobre bases sólidas.
- q) Priorizar las acciones dirigidas hacia la formulación de estrategias de comunicación del riesgo y entrenamiento de los facilitadores de comunicación ante una eventualidad o crisis institucional.
- r) Realizar trimestralmente y cada vez que sea requerido los informes de gestión del área.
- s) Las demás funciones que le sean asignadas y que correspondan a la naturaleza de la dependencia.

ARTÍCULO 16°. ESTRUCTURA. La Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa es la unidad administrativa encargada de coordinar el Sistema de Información y Comunicación de la Universidad. Mediante la adopción de esta Política se creará la Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa adscrita a la Rectoría y tendrá la siguiente estructura básica atendida por funcionarios de Planta de la Universidad, que en cabeza de un Jefe de Oficina Asesora le permita atender las funciones asignadas en este Acuerdo.

Parágrafo.- La estructura de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa será: Un (1) Jefe de Oficina Asesora de Libre Nombramiento y Remoción , Código 115, Grado 01; Un (1) Profesionales Especializados, Código 335, Grado 07; tres (3) Profesionales Universitarios Código 340, Grado 04. Dos (2) Técnicos Código 401 Grado 10.

El Rector procederá con la asignación del personal y de las funciones.

- La Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa se articulará mediante el Sistema de Información y de Comunicación de la Universidad con la Emisora Laud 90.4F.M., la Sección de Publicaciones, la Red de Datos y demás canales de comunicación institucionales, mediante prácticas de comunicación colaborativas y sistémicas. Se acudirá a la Red de Comunicación establecida mediante la plataforma WhatsApp e integrada por los facilitadores de comunicación de unidades académicas y/o administrativas, para el intercambio de la información en tiempo real, con el fin de masificar su divulgación y distribuirla hacia las partes interesadas.
- Para el correcto desarrollo del Plan Estratégico de Comunicación, esta instancia deberá haber establecido previamente la identificación y clasificación de las partes interesadas y las diferentes estrategias para informarlos de acuerdo la incidencia en los diferentes procesos de la Universidad.
- Esta unidad administrativa establecerá mecanismos de evaluación de la Información que es comunicada, en términos de utilidad, interés, oportunidad y confiabilidad. También deberá

valorar el impacto de la información comunicada mediante indicadores de divulgación, de satisfacción y efectividad.

- I. **Un (1) Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa.** Comunicador Social y/o profesional en Ciencias Políticas con Maestría en Comunicación Organizacional y/u Opinión Pública y más de 10 años de experiencia en el campo de la comunicación para las organizaciones y medios de comunicación.
- II. **Un (1) Profesional en Comunicación Social y Periodismo con especialización en opinión pública, medios de comunicación o áreas afines para las comunicaciones externas.** Experiencia de más de 5 años de trabajo en medios de comunicación y/o en organizaciones privadas o públicas como jefe de prensa o a cargo de las comunicaciones externas.
- III. **Un (1) Profesional en Comunicación Social** para la implementación, seguimiento y desarrollo de la política de comunicaciones en la Universidad y las comunicaciones internas.
- IV. **Un (1) Profesional en Comunicación Social, Sociología, Psicología o áreas afines,** a cargo del componente social para los proyectos de infraestructura de la Universidad.
- V. **Un (1) Profesional en Publicidad, Mercadeo o áreas afines** a cargo del correcto desarrollo de los eventos académicos e institucionales y la promoción institucional de la Universidad.
- VI. **Un (1) Tecnólogo en Producción Audiovisual y Multimedia** con experiencia mínima de un año en la creación de piezas audiovisuales.
- VII. **Un (1) Técnico en Diseño Gráfico** para apoyar el desarrollo de la correcta implementación del manual de imagen institucional y la realización de piezas gráficas que requiera la Universidad.

CAPITULO VI

“DISPOSICIONES FINALES”

ARTÍCULO TRANSITORIO.- Hasta tanto se surta el proceso de creación de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa, la Secretaría Técnica de los Comités y comisiones, estará bajo la responsabilidad de la Rectoría de la Universidad y su delegado para el tema de comunicaciones.

ARTÍCULO 17º. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias,



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en la sala de juntas del Consejo Académico, a los XX días del mes de XXXXX de 201X.

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

<i>Proyectó</i>	<i>Rectoría</i>		
<i>Revisó</i>	<i>Oficina Asesora de Planeación y Control</i>	<i>Equipo SIGUD</i>	
<i>Revisó</i>	<i>Coordinación General de Autoevaluación y Acreditación Institucional</i>	<i>Uriel Coy Verano</i>	
<i>Revisó</i>	<i>Vicerrectoría Académica</i>	<i>Giovanni Rodrigo Bermúdez Bohórquez</i>	
<i>Revisó</i>	<i>Red de Datos UDNET</i>	<i>Martha Valdés</i>	