

POLÍTICA DE COMUNICACIONES INSTITUCIONALES UNIVERSIDAD DE CALDAS 2023-2026

PRESENTACIÓN

La Política de Comunicación de la Universidad de Caldas durante el periodo 2022 – 2026 se construye alrededor de las dinámicas cotidianas del entorno universitario, donde no basta con comunicar algo y esperar que el mensaje llegue exactamente como se pretendía, de ahí la importancia de construir un documento que genere una serie de herramientas claves para hacer que la comunicación, las estrategias y las iniciativas que se deseen desarrollar sean mucho más efectivas.

Es por eso que este documento contiene lineamientos institucionales que brindan herramienta de gestión que permiten dirigir las relaciones internas y externas de la Universidad de Caldas, al entender que los procesos de intercambio basados en la comunicación cotidiana conducen a la creación y el fortalecimiento de un ambiente en el que conviven y se enriquecen las diferencias a través del diálogo creativo que a su vez fortalecen la imagen institucional y el tejido universitario.

Hoy la Universidad de Caldas ha tenido un rápido crecimiento y juega un papel trascendental en la región como institución del conocimiento que además enfrenta retos ante una sociedad con altos flujos de información y la innovación intensiva, por lo cual todo el tiempo genera preguntas sobre cómo expresar su identidad, como mantener informado a su público interno, como posicionarse y proyectar una imagen hacia el público externo, como divulgar sus actividades, generar participación en ellas y fortalecer relaciones con su entorno. Desde esta perspectiva la Universidad de Caldas asume la comunicación como herramienta indispensable para cumplir sus fines.

Para eso es necesario enfocarse y proponer acciones específicas de comunicación donde se reflexione sobre las audiencias o públicos específicos a quienes se les construirá los mensajes para así realmente involucrarlos y generar participación, en este caso es clave la identidad, reconstrucción del tejido universitario y la regionalización.

Esta política establece los principios y lineamientos para gestionar la comunicación institucional de manera efectiva y alineada con su misión y visión, con un enfoque regional y una participación activa de todos los actores institucionales.



TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO.....	1
1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	1
2. PRINCIPIOS Y VALORES.....	1
3. ESTRUCTURA Y RESPONSABILIDADES.....	2
4. PÚBLICOS	3
5. PROCESOS DE COMUNICACIÓN	3
6. GESTIÓN DE CRISIS EN LA COMUNICACIÓN.....	4
7. DISPOSICIONES FINALES.....	6



1. OBJETIVO

Establecer herramientas y lineamientos básicos para la generación de mensajes atendiendo a criterios de eficiencia y eficacia, al igual que fortalecer la comunicación corporativa con los fines de la Universidad reconociendo la diversidad y pluralidad propia del quehacer académico y atendiendo a las particularidades de las diferentes sedes.

Igualmente garantizar una comunicación clara, transparente y coherente que fomente la confianza y el sentido de pertenencia en la comunidad universitaria, además de fortalecer la presencia de la universidad en el ámbito local, nacional e internacional.

1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ser canal asesor que permita sinergias entre los distintos productos de comunicación de la Universidad, entendiendo que es un solo proceso y evitando el surgimiento de productos paralelos para la comunicación institucional, así mismo agrupar los medios existentes en las diferentes sedes o facultades.
- Generar estrategias para el incremento de la visibilidad institucional a través de los distintos canales y medios.
- Cuidar el uso apropiado de la Imagen visual Institucional y hacer cumplir el Manual de Imagen lo que a su vez permitirá fortalecer la identidad institucional tanto al interior como al exterior
- Promover la comunicación responsable en términos de la confiabilidad, calidad y oportunidad de la información.

2. PRINCIPIOS Y VALORES

Esta política de comunicación de la Universidad de Caldas tiene como base una gestión a través de los siguientes valores o principios orientadores, aplicados a la forma como se comunica y en lo que se comunica a nivel institucional con el fin de optimizar la comunicación interna y externa:

Transparencia – Este principio exige una comunicación coherente con las características y formas de actuar de la Universidad, de tal manera que las audiencias generen credibilidad y sepan que cuando se emiten mensajes estos se fundamentan en la identidad institucional.

Veracidad – Partimos de una comunicación sencilla, real y fundamentada donde primará siempre el decir la verdad, el ser honestos.



Relevancia – Se seleccionan mensajes claves, que sean relevantes para cada grupo de audiencia de tal forma que no se sature a las personas con información que no le resulte de interés o que no esté adecuada para su nivel de interpretación.

Inclusión – El proceso de comunicación en la Universidad de Caldas integra e incluye a todas las unidades académicas, administrativas y grupos de interés. Se busca que a través de este proceso se articulen todos en torno a la Universidad.

Planeación – Los efectos de cualquier proceso comunicativo resultan más claros si se han identificado las necesidades puntuales de comunicación, se han establecido objetivos y se tiene claridad en lo que se quiere comunicar y en cómo hacerlo. Diseñar un plan de acción, definir audiencias, saber cuáles son los medios apropiados es fundamental para el diseño de una estrategia de comunicación adecuada, idónea y efectiva.

Respeto - se refiere al trato que deberá darse por medio de todo comunicado o noticia que se publique, sin vulnerar el buen nombre, ideologías, puntos de vista o creencias de nuestra comunidad educativa.

Libertad de expresión - La Universidad fomenta la libertad de expresión en el marco del respeto por los derechos humanos y el buen nombre de los integrantes de la comunidad universitaria y demás comunidades internas o externas a la institución.

3. ESTRUCTURA Y RESPONSABILIDADES

- **Oficina de Comunicaciones:** Responsable de diseñar, coordinar y ejecutar la estrategia de comunicación institucional.
- **Voceros Institucionales:** Solo los portavoces designados podrán emitir declaraciones oficiales en nombre de la universidad. En este caso el Rector es el vocero principal y natural de la Universidad de Caldas, puede delegar esta vocería a otro funcionario del nivel directivo como los Vicerrectores, docente o persona relacionada con la Universidad cuando lo considere necesario u oportuno para su interacción con los medios de comunicación y la comunidad en general.

El Rector, a través de la Oficina de Prensa y Comunicaciones determinará los voceros ante los medios de comunicación, de acuerdo con los temas y pertinencia de los pronunciamientos. Es por esta razón que los voceros autorizados serán seleccionados de acuerdo a su amplio conocimiento de los temas estratégicos de su gestión, quienes limitarán esa función comunicativa a las materias propias de su competencia y conocimiento, con apego a los criterios institucionales dirigidos al



manejo de la información, al cuidado de la imagen corporativa y confidencialidad en un momento determinado.

- **Dependencias y Facultades:** Responsables de garantizar la correcta implementación de la política en sus comunicaciones internas y externas.
- **Medios Universitarios:** Radio, redes sociales, boletines y página web deben ser utilizados como herramientas estratégicas para la difusión de información.

4. PÚBLICOS

La Política de Comunicación de la Universidad de Caldas hace parte de un proceso de Información y Comunicación transversal y estratégico, orientada a articular las relaciones de comunidad Universitaria en distintas dimensiones, buscando la participación de directivos, docentes, estudiantes, investigadores, personal administrativo y egresados.

Públicos internos

Estudiantes, profesores, colaboradores administrativos, directivos, órganos de gobierno de la Universidad, los egresados y las familias de los públicos internos.

Públicos externos

Los futuros estudiantes de pregrado, posgrado y educación continua (presenciales o virtuales), padres de familia, otras instituciones educativas, el gobierno, los medios de comunicación, el sector empresarial, los proveedores y la comunidad en general.

5. PROCESOS DE COMUNICACIÓN

Definimos a continuación los procesos de comunicación que se consideran para el desarrollo de la presente Política y por medio de los cuales se mantiene informado a los distintos actores sobre los planes, programas, proyectos y actividades académicas y administrativas de la Universitaria de Caldas:

Comunicación Interna

Hace referencia a la circulación de mensajes orientados a la comunidad universitaria, producidos por las diferentes instancias de dirección, equipos de trabajo o integrantes de dicha comunidad. La comunicación organizacional involucra tanto los canales institucionales, como documentos y actividades definidos para este propósito.



Por medio de la comunicación interna se crea y mantienen buenas relaciones con y entre los integrantes de la organización, lo que a su vez los motiva a contribuir con su trabajo al logro de objetivos organizacionales. Sin una comunicación interna adecuada no se da una comunicación externa efectiva.

- Uso de canales oficiales (correo institucional, boletines, intranet, reuniones).
- Promoción de la participación y retroalimentación de la comunidad universitaria.
- Difusión de información relevante sobre procesos académicos y administrativos.

Comunicación Externa

Es la información que de manera estratégica está emitida para la distribución al público externo, su objetivo es promover la organización, generar reputación y credibilidad con la selección de canales adecuados para divulgar ampliamente la información relevante que se produce al interior de la Universidad.

- Coordinación de relaciones con medios de comunicación y entidades externas.
- Uso de redes sociales y página web para informar de manera oficial y transparente.
- Generación de contenido que fortalezca la imagen y reputación institucional, destacando la contribución de la universidad a la región y el país.

6. GESTIÓN DE CRISIS EN LA COMUNICACIÓN

- Implementación de protocolos de respuesta rápida y eficaz ante situaciones que afecten la imagen institucional.
- Coordinación de mensajes clave con el Comité de Crisis.
- Monitoreo constante de medios y redes sociales para detectar posibles crisis.

Tipos de Crisis

Las crisis pueden clasificarse en:

- **Académicas:** Fraude, plagio, conflictos entre docentes y estudiantes.
- **Administrativas:** Mal manejo de recursos, corrupción, fallos internos.
- **Sociales:** Protestas estudiantiles, conflictos laborales.
- **Tecnológicas:** Fallas en plataformas institucionales, filtraciones de datos.
- **Externas:** Desastres naturales, pandemias, conflictos legales.

Protocolo de Respuesta

Identificación de la Crisis



- Monitoreo constante de medios y redes sociales.
- Reporte inmediato al equipo de comunicaciones.
- Evaluación de impacto y nivel de gravedad.

Creación del Comité de Crisis

Es conveniente prever un comité de crisis que coordine con rapidez y capacidad de gestión la comunicación interna y externa ante cualquier situación de crisis. Su principal objetivo será acelerar el proceso de toma de decisiones para solucionar un problema definiendo las prioridades, estableciendo la estrategia y la táctica a seguir para informar durante la situación de crisis, de tal forma que se proteja la imagen y reputación institucional del impacto negativo que se pueda tener.

Se sugiera conformación con los siguientes integrantes:

- Rector o Vicerrector (Líder del comité).
- Jefe de Comunicaciones.
- Representantes de áreas afectadas.
- Asesor jurídico.
- Mercadeo.

Desarrollo de Mensajes Claves

- Redacción de comunicados claros y concisos.
- Enfoque en la transparencia y veracidad.
- Validación previa de mensajes por el comité.
- Asegurar que los mensajes cumplan con las políticas de comunicación institucional.

Portavoces Oficiales

- Solo voceros designados podrán emitir declaraciones.
- Evitar especulaciones y rumores.

Seguimiento y Evaluación

- Monitoreo de la respuesta pública y ajustes en la estrategia.
- Análisis post-crisis para identificar mejoras en el protocolo.



7. DISPOSICIONES FINALES

Esta política es de obligatorio cumplimiento para todas las dependencias, docentes, estudiantes y colaboradores de la Universidad de Caldas. Cualquier actualización o modificación será coordinada por la Oficina de Comunicaciones en conjunto con la Rectoría y demás instancias pertinentes.

Con la implementación de esta política, la Universidad de Caldas fortalece su compromiso con una comunicación institucional eficiente, incluyente y alineada con su misión de aportar al desarrollo regional y nacional.

Para complementa esta política de comunicación es necesario consultar:

1. Manual de Medios Institucionales
2. Manual de Protocolo
3. Plan de acción de Comunicaciones

