



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM - UNICATOLICA”

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM - UNICATÓLICA

En uso sus atribuciones legales, en especial las conferidas por el Artículo 30 del Estatuto de la entidad, de conformidad con las normas legales vigentes, y

CONSIDERANDO:

1. Que la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium es una Institución de Educación Superior de carácter universitario, cuya naturaleza jurídica fue definida por la Ley 30 de 1992, privada sin ánimo de lucro y de utilidad común y fue reconocida mediante Resolución No. 944 del 19 de marzo de 1996 del Ministerio de Educación Nacional, con domicilio principal en la ciudad de Cali
2. Que la ley 30 de 1992 por la cual se organiza la Educación Superior en Colombia, reglamenta el Derecho Constitucional de la Autonomía Universitaria y le reconoce el derecho de darse y modificar sus estatutos, designar sus autoridades académicas y administrativas, crear, organizar y desarrollar sus programas académicos, definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales.
3. Que de acuerdo al literal “e” del artículo 30 de los estatutos de la institución es función del Consejo Superior conocer y estudiar para aprobación de la Consiliatura, todas las políticas y reglamentos de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium que se requieran para su organización y funcionamiento.
4. Que la Consiliatura en su sesión del día 15 de marzo de 2013, delegó en el Consejo Superior, la revisión, ajuste y aprobación de las normatividades y políticas internas.
5. Que el artículo 11 de los estatutos de la institución establece los objetivos de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium y entre ellos, formar profesionales comprometidos con la Iglesia, el evangelio, la sociedad y el medio ambiente impartiendo educación superior de alta calidad.
6. Que la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium se proyecta como una institución orientada hacia la excelencia y la alta calidad académica y administrativa de sus programas de formación, lo que se ve fundamentado en sus objetivos, principios y valores que inspiran su Proyecto Educativo Institucional.
7. Que, frente a los requerimientos institucionales para abordar eficientemente los procesos de aseguramiento de la Calidad, el Consejo Superior atendió una propuesta de definición de la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, presentada por la Dirección de Comunicación y Divulgación Institucional, encontrándola ajustada a los lineamientos institucionales.

ACUERDA

PRIMERO: Expedir la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL para la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium; para dicho fin acoge el documento que sobre el tema se



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATÓLICA”

ha presentado por la Dirección de Comunicación y Divulgación Institucional y aprobado en la sesión del 22 de junio de 2021 y que se compone del siguiente texto:

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATÓLICA

Introducción

La Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium - UNICATÓLICA”, se define como una Institución de Educación Superior de origen privado, de utilidad común, sin ánimo de lucro, con carácter académico de Institución universitaria (Ley 30 de 1992), creada con el objetivo de contribuir al desarrollo de las comunidades del área de influencia de la Arquidiócesis de Cali, mediante la realización de su labor académica, en concordancia con los principios cristianos y la fe católica”. (PEI, p. 36, 2020.)

UNICATÓLICA cuenta con procesos instituidos y sólidos orientados al mejoramiento continuo del desarrollo institucional. De esta forma el Plan de Desarrollo Institucional (PDI 2018-2028), considera que la gestión de la Comunicación Estratégica Institucional como línea, responde al eje estratégico de Identidad, Formación y Cultura Organizacional, en el cual confluyen otros lineamientos como Identidad y Espiritualidad Universitaria, Liderazgo Institucional, Bienestar Universitario e Impacto y Sostenibilidad Ambiental.

En este marco, se concibe como objetivo de la línea de Comunicación estratégica Institucional, garantizar los procesos de comunicación institucional para la comunidad interna y externa estableciendo estrategias, que permitan la adecuada información, el reconocimiento y reputación de marca.

La comunicación interna y externa en UNICATÓLICA es legítima como un componente estratégico que busca difundir las diversas acciones institucionales, en tanto promueve y activa el cumplimiento de las metas estratégicas, en consonancia con las necesidades y aportes de su comunidad académica, adecuadamente informada, participativa y transformadora.

Es así como se ha consolidado el documento que se presenta a continuación, el cual establece los alcances, objetivos y lineamientos de política de comunicación en coherencia con las metas estratégicas de la institución, que pretende movilizar la comunicación como dispositivo que logre



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

contribuir en el alcance de resultados tangibles, de manera que se divulguen los logros y avances y se fortalezca la cultura organizacional.

El documento contiene los marcos normativos nacionales, institucionales y conceptuales, las premisas y el sistema de comunicaciones que derivarán en la construcción de un Plan Estratégico de Comunicaciones, construido participativamente con representantes de los diversos estamentos de la Universidad.

Una comunidad educativa informada y comunicativamente activa coadyuva al logro institucional consolidando una cultura institucional sólida y coherente, cuyos principios y valores fortalecen la identidad y el sentido de pertenencia.

1. Marco de Referencia

1.1. Referentes Externos

- **Constitución Política de Colombia.** La Política de Comunicación Institucional, cumple con los requerimientos legales nacionales, en concordancia con la Constitución Política de Colombia cuando indica, que se “garantiza a toda persona 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. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”.

- **Ley 30 de 1992.** La Ley general de la educación superior, “Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior” indica que el propósito de la Universidad colombiana es: b) 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.

- **Acuerdo 02 de 2020 del Consejo Nacional de Educación Superior, CESU.** por el cual se actualiza el modelo de acreditación en alta calidad, que atiende el mejoramiento de la calidad de la educación superior, en armonía con las dinámicas sociales, culturales, científicas, tecnológicas y de innovación.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

- **Decreto 1330 de julio 25 de 2019.** Por el cual se sustituye el Capítulo 2 y se suprime el Capítulo 7 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015 -Único Reglamentario del Sector Educación, que busca regular los procesos de registro calificado y calidad académica de las IES, para consolidar una visión de calidad que responda a las demandas sociales, culturales y ambientales, en la cual se reconoce la diversidad de las Instituciones de Educación Superior, su naturaleza y sus objetivos.

- **Resolución 015224 de agosto 20 de 2020.** por la cual se establecen los parámetros de autoevaluación, verificación y evaluación de las condiciones de calidad de carácter institucional reglamentadas en el Decreto 1075 de 2015, modificado por el Decreto 1330 de 2019, para la obtención y renovación del registro calificado”. Se establece como lineamiento mantener activa una estrategia de comunicación y gestión de la información, con profesores y estudiantes, ofrecer medios de fácil acceso y medidas de información permanente y oportuna al igual que socializar y comunicar con la comunidad académica las políticas institucionales.

El decreto 1330 de 2019 y la resolución 015224 de agosto 20 de 2020, conciben el lineamiento de la Gestión de la información que indica que la institución deberá contar con información que le permita a la comunidad institucional conocer, apropiar, proceder y tomar decisiones, basada en datos y análisis de los mismos, de tal forma que se sustenten en las políticas, normas, procesos de planeación y resultados de gestión.

a) Marco normativo institucional para cumplir con las regulaciones, estándares y política aplicables con respecto al acceso, uso, divulgación, retención, actualización y/o eliminación de información y comunicaciones internas, conforme con la Ley de Protección de Datos.

b) Descripción de los mecanismos y sistemas para la gestión de la información que faciliten la planeación, el monitoreo y la evaluación de las actividades institucionales y la toma de decisiones relacionadas con las labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión, garantizando que la información sea veraz, oportuna, precisa, completa y confiable.

c) Procedimientos para el registro de información actualizada, en los sistemas de información que administren el Ministerio de Educación Nacional y el Ministerio de Ciencia, Tecnología e



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

Innovación, de acuerdo con los requerimientos de los mismos en cuanto a periodicidad y tiempos de suministro.

Las oficinas de comunicaciones de las IES, tienen el compromiso de promover políticas, que permitan entender que la comunicación contribuye al proyecto educativo a partir de la divulgación efectiva de información, priorización de la participación y la movilización en procesos diversos y tiempos corporativos.

1.2. Referentes Institucionales

- **El Proyecto Educativo Institucional.** desde su fundación en 1996, la Institución ha venido en constante crecimiento al unísono de los fenómenos socio culturales del entorno actual, en el contexto de desarrollo de las instituciones de Educación Superior, en concordancia con la Ley 30 de 1992, y su filosofía cristiana por la vida y la dignidad, cuyas áreas identificadas para su desarrollo futuro se ampliaron y se configuran como: relación consigo mismo; con los demás; con lo trascendente y con la naturaleza.

“Unicatólica se define como una Institución de Educación Superior de origen privado, de utilidad común, sin ánimo de lucro, con carácter académico de Institución universitaria (Ley 30 de 1992), creada con el objetivo de contribuir al desarrollo de las comunidades del área de influencia de la Arquidiócesis de Cali, mediante la realización de su labor académica, en concordancia con los principios cristianos y la fe católica”. (PEI, p. 36, 2020.).

La interacción con el entorno, ha ido creciendo en la dinámica institucional y académica, en tanto ha ampliado su rango de acción a diversos campos de formación en saberes plurales: las artes, las ciencias sociales, las ciencias políticas, la salud, la educación y la pedagogía, la teología, la filosofía y las humanidades, las ingenierías y las ciencias básicas y las ciencias administrativas y contables, lo que nos invita a concebir la interdisciplinariedad, la vocación pastoral y el relacionamiento con el contexto social, como elementos constitutivos de una concepción y acción de comunicación integrada.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

Como principios orientadores, la comunicación institucional aporta en la construcción de una imagen e identidad reputacional sólida, que contribuye al desarrollo de competencias sociales de liderazgo entre los actores de la vida institucional, en tanto fortalece la cultura organizacional; y fomenta el respeto por la otredad, la responsabilidad social, la dignidad humana, la veracidad, la creatividad y la transparencia.

“Unicatólica promueve la construcción de una sociedad caracterizada por el reconocimiento del ser humano, como sujeto integral comprometido con la transformación de su entorno, con capacidad para validar, confrontar, aceptar y adoptar acciones que conllevan a una convivencia en el marco del respeto por los derechos y deberes del ser humano. De esta manera, contribuye con su aporte a la construcción de una sociedad crítica, reflexiva y consciente de la diversidad; el respeto; el amor; la equidad y la justicia como valores fundantes de la dignidad humana”. (PEI, p. 39, 2020.).

- **El Plan de Desarrollo Institucional 2018-2028 (P.D.I).** establece una línea estratégica para la comunicación institucional, cuyo objetivo es **garantizar** los procesos de comunicación institucional para la comunidad interna y externa estableciendo estrategias que permitan la adecuada información, el reconocimiento y reputación de marca.

Dichas estrategias se configuran bajo los siguientes aspectos:

1. Redefinición del enfoque de los procesos de comunicación institucional, en tanto caracteriza los procesos de comunicación institucional, de acuerdo a las necesidades y ejes estratégicos de la Institución, y se redefinan y reorganicen los servicios de comunicación institucional; que deriven en la implementación de planes para la reorientación de la comunicación institucional, teniendo en cuenta los grupos de interés.
2. Mejoramiento de las condiciones institucionales para la gestión de la información y la comunicación de los procesos, orientada a todos los grupos de interés a nivel interno y externo y gestión de la información y de orden comunicacional para los procesos que implementan las diversas áreas de la Institución, orientada a los grupos de interés internos y externos.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

3. Formación, promoción y fortalecimiento de una cultura de la comunicación institucional de manera articulada y responsable.

- **La Resolución de Rectoría No. 337. Política de la Dirección de Comunicación y Divulgación Institucional.** Política Institucional en la que se denomina a la instancia responsable de la gestión de la información al Departamento de Comunicación y Divulgación Institucional, cuyo enfoque se concentra en la determinación de lineamientos y directrices orientados a atender con diversos servicios informativos, mediáticos y de comunicación las áreas de la Institución.

Implementada la mencionada resolución que da sentido a la política de comunicación, en la actualidad se proponen modificaciones y complementariedades a la actual política de comunicación, al unísono de los procesos de cambio organizacional enmarcados en el Plan de Desarrollo Institucional (2018-2028) y la Estructura Organizacional.

2. Marco Conceptual

2.1. Comunicación Institucional: Es un sistema integrado de acciones encaminadas a promover el intercambio entre los actores de la Institución, mediante el flujo dinámico de relaciones sociales y mensajes con el propósito de mantener informados y comprometidos a los diversos públicos y audiencias, en busca de fortalecer los vínculos y el relacionamiento de la organización al interior y con su entorno.

En esta dimensión la comunicación institucional, debe entenderse como *una estrategia de gestión al servicio de la planeación y la cultura de la organización*, mediante la generación de acciones y productos de comunicación con impacto, que aporten en la construcción colectiva de una cultura de la información y de la interacción, en coherencia con la misión institucional y su apuesta por la dignidad humana como el centro de la vida.

La comunicación, sus estrategias, productos y flujos se gestionan con el fin de dar cuenta del impacto positivo de la acción de la Institución en sus audiencias de interés y su entorno, y de



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

afianzar el impacto positivo de esta acción institucional en la vida de otros y el aporte significativo en el mejoramiento de su calidad de vida, generando estrategias comunicativas que promuevan la reputación y el cambio social.

En este sentido la comunicación institucional integrada a la planeación estratégica, se convierte en la acción más poderosa con la que cuenta una organización para expresar su visión del mundo, es una oportunidad para descubrir aquellos temas que se consideran claves, y representa la promesa que la organización hace a la sociedad civil acerca de lo que debe alcanzar.

De acuerdo con lo planteado por Rodríguez (2001, p.2) “la comunicación institucional será determinada como un sistema o conjunto de procesos de construcción de símbolos, significados compartidos e intercambios de información, establecidos entre los integrantes de una organización para con ellos mismos y con el entorno externo. Un subsistema en interactividad con otros que forman parte de uno mayor: la organización”; la comunicación es un proceso constante, dinámico, que no solo se ocupa de la difusión de información, sino que se sitúa como una estrategia de apoyo a la conducción, organización y planeación de la Institución.

La Comunicación institucional, debe integrar la perspectiva estratégica, cultural y sostenible. Responder a la necesidad de gestionar procesos de comunicación estratégicos mediante acciones formativas y soluciones para el entorno con enfoque en democratización de la información, construcción y aporte al fortalecimiento de escenarios de comunicación intercultural y promuevan en la organización como subsistema social acciones de comunicación para el cambio social y la sostenibilidad.

2.2 Comunicación Interna: Se refiere a los canales y mecanismos de información que existen en una organización, cuyos mensajes y prácticas de interacción tienen como destino los colaboradores de las diversas áreas y departamentos de la Institución. Por medio de la comunicación interna se logra organizar y mejorar el intercambio de información entre áreas., promover el conocimiento de la dirección y de los colaboradores, generar una identidad institucional y promover la participación interna.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

2.3 Comunicación Externa: es la comunicación de la Institución al mundo exterior, es aquella que se propicia entre el interior de una organización determinada y aquellos agentes del exterior con los que se vincula, como comunidad en general, competencia, autoridades, empresarios y diversos círculos organizacionales del contexto de actuación de la organización. La comunicación externa articula la transmisión de mensajes coherentes y eficaces hacia afuera y el intercambio de información y procesos de comunicación con el entorno, mediante el uso de diversos canales y objetivos de forma alineada con la misión de la organización.

2.4 Comunicación y Relaciones Públicas: Las Relaciones Públicas (RR.PP. como corresponde a su sigla), son una serie de actividades estratégicas de comunicación que se coordinan y mantienen a mediano y largo plazo, cuyo objetivo principal es fortalecer los vínculos de forma focalizada con audiencias de interés e informarlas sobre las actuaciones e incidencia en el entorno de la organización.

Se definen como un conjunto de técnicas destinadas a establecer conexiones con los actores sociales y públicos de interés de la Institución, mediante planes de y actividades del mercadeo y la publicidad de orden comercial, reputacional y mediático.

2.5 Comunicación como proceso: La comunicación institucional concibe el proceso de interacción entre actores de la organización como dialógico y dinámico en el cual la gestión de la información en el contexto interno y externo exige un modelo de desarrollo y cumplimiento de los propósitos institucionales que se alimenta de la cultura organizacional, es decir es el medio mediante el cual las instituciones manifiestan su identidad, la manera en que cuentan lo que hacen y cómo se proyectan a sí mismas hacia el exterior.

En este sentido, la expresión Comunicación institucional, como proceso, se refiere al conjunto de elementos y actividades de comunicación que emprenden las instituciones de modo organizado.

2.6 Identidad visual e imagen Institucional: La identidad corporativa expresa lo que una organización quiere transmitir, su individualidad y su naturaleza visual, y la imagen corporativa representa cómo el público en general percibe una marca.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

La imagen institucional es la percepción que sobre una persona moral tiene su grupo objetivo mediante la cual éste le otorga una identidad. La imagen es el conjunto de elementos que identifican y distinguen a una institución u organización, en aplicaciones gráficas y visuales.

3. Políticas de Comunicación Institucional

Son Políticas de Comunicación Institucional, las que se exponen a continuación:

- La Institución promueve sus procesos de comunicación, con el fin de fortalecer la misión y la visión institucional que, refrendadas en el Proyecto Educativo Institucional, gestionan el quehacer de la Institución y sus actores en contexto, en sus dinámicas de interacción al interior y con el entorno para el desarrollo de procesos y proyectos informacionales y comunicacionales de las diferentes dependencias. Dichos procesos de comunicación están orientados al posicionamiento de la identidad institucional a nivel local, regional, nacional e internacional, como referente de defensa de derechos humanos, paz, incidencia social y transformación educativa e intercultural.
- La Institución debe dar conocer a los diferentes grupos de interés, lo que es y lo que hace, a partir de las funciones sustantivas a nivel local y nacional a través de los medios de comunicación.
- La Institución promueve la comunicación integrada con el fin de articular los ejes estratégicos del Plan de Desarrollo Institucional, procurando identificar los ápices estratégicos de convergencia o áreas de correlación que permitan desarrollar procesos matriciales al servicio de la presencia efectiva en los campos del mercadeo, el bienestar y la gestión humana.
- La Institución apuesta por la construcción de condiciones para la convivencia, el respeto a la diversidad y la pluralidad cultural mediante la formalización de mensajes y productos y escenarios de comunicación que representen la identidad de los miembros y actores del entorno interno y externo.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

- Se requiere impulsar la aproximación y diálogo de la Institución con sus contextos, interno y externo, mediante el desarrollo de productos, procesos dialógicos y mecanismos que le permitan un contacto permanente y en doble vía con sus públicos.
- Se debe propiciar el sentido de identidad y pertenencia a la Institución, estimulando la participación de la comunidad universitaria, en proyectos y encuentros de orden académico, social y cultural, entre otros; que propicien la interacción, tales como: eventos y acontecimientos institucionales e interinstitucionales y de relacionamiento con el entorno, en los que se referencien los hitos estratégicos de la institución, sus logros, sus públicos, en la voz de sus gentes apelando a la perspectiva documental e histórica en voces de sus propios colaboradores, estudiantes, docentes, egresados y audiencias externas.
- Es fundamental fortalecer la imagen de la institución, promoviendo el uso uniforme y regulado de los símbolos institucionales, en tanto se sigan las aplicaciones del manual de identidad de marca en los protocolos establecidos de uso administrativo, académico y protocolario.
- La Institución, establece y mantiene activas las relaciones con los medios de comunicación comerciales y/o alternativos de carácter local, regional, nacional e internacional.

3.1. Objetivos de las Políticas de Comunicación Institucional

Se reconocen los siguientes objetivos de las Políticas de Comunicación Institucional:

3.1.1. Objetivo General

Definir los lineamientos y criterios para la ejecución de una comunicación interna y externa institucional, el mejoramiento de las condiciones para la gestión de la información y el fortalecimiento de una cultura de comunicación institucional.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

3.1.2. Objetivos Específicos

- Promover entre sus públicos y audiencias externas la apropiación de la cultura organizacional, los principios y los valores institucionales, integrando en sus acciones de comunicación, estrategias de integración, participación y diálogo intercultural que fortalezcan acciones de bienestar, buen vivir y sentido de pertenencia social e institucional.
- Orientar y brindar direccionamiento a las áreas institucionales para la implementación de los procesos de comunicación relacionados con el nivel de gestión institucional.
- Fomentar acciones integradas de comunicación, con el fin de incidir en el entorno mediante el posicionamiento de la imagen, la identidad y la reputación corporativa, en los ámbitos local, regional, nacional e internacional.
- Definir un plan estratégico de comunicación que gestione de forma horizontal y transversal los escenarios, productos, canales y medios institucionales.
- Evaluar sistemáticamente con intervención de las áreas de la institución, los medios y procesos de comunicación con el fin de establecer acciones de mejora con participación amplia de la comunidad educativa y sus estamentos constitutivos.
- Consolidar el comité institucional de comunicación como un órgano interno que promueve la reflexión en la Institución, alrededor del sentido de la comunicación institucional y de la orientación de las estrategias de comunicación interna y externa.

3.2. Criterios de la Políticas de Comunicación Institucional.

En el marco de la implementación de las Políticas de Comunicación institucional, se definen los siguientes criterios:



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

- Trabajo sinérgico y sistemático: Promover el trabajo en equipo, la comunicación interáreas con el responsable y colaboradores de la oficina de comunicaciones. Es vital articular perspectivas, lectura de necesidades y de contexto entre áreas para remar en el mismo sentido.
- Interacción y coherencia con la filosofía institucional: Los procesos, acciones de comunicación y mensajes deben guardar coherencia con la filosofía institucional, con el fin de apostarle al cumplimiento de los propósitos institucionales con indicadores y logros concretos.
- Alineamiento con las funciones sustantivas: la gestión de la comunicación debe estar alineada con el conjunto de acciones estratégicas y tácticas definidas en docencia, investigación y proyección social.
- Responsabilidad integradora: La gestión comunicacional parte de la oficina de comunicaciones, sin embargo, no es de su privativa responsabilidad, por cuanto existe una corresponsabilidad entre cada líder de proceso y los demás públicos de la Institución. La Institución como convergencia comunicativa es una construcción colectiva, organizada y participativa.
- Cultura de la comunicación: Promover mediante el trabajo en equipo los procesos relacionales soportados en valores corporativos, otorgando a la información y a la comunicación la categoría de activo cultural y social entre los público objetivo de la Institución.

4. Sistema Institucional de Comunicación

El Sistema Institucional de Comunicación se concibe como un proceso estratégico que dinamiza y orienta, la gestión de la información y la comunicación institucional, atendiendo las expectativas de los públicos objetivos en los que se establece un nivel de relacionamiento. Su fin es propender por una comunicación transversal, transparente, oportuna y eficaz, que redunde en la construcción de relaciones equitativas e incluyentes con su comunidad educativa y los actores del entorno institucional; de tal forma que contribuya a la legitimación y posicionamiento de su imagen e identidad y visibilice una reputación organizativa y social, coherente con su misión católica y cristiana, y con su filosofía humanista”.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

El Sistema está orientado a la gestión de los procesos de comunicación con el propósito de orientar y asesorar a la alta dirección universitaria y fungir como puente y táctica entre los diversas áreas y actores institucionales, en la construcción de mensajes, en la consolidación de una imagen común en torno a los pilares fundamentales de la Institución, en conjunto con los mecanismos eficientes de divulgación de la información institucional y las estrategias de comunicación pertinentes.

4.1 Elementos Constituyentes del Sistema Institucional de Comunicación

La Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium considera que el Sistema Institucional de Comunicación, recurre a mecanismos y construcciones colectivas que permitan orientar y fortalecer los flujos de comunicación, retroalimentar los medios de comunicación intra e interinstitucionales, y gestar proyectos de comunicación en contextos institucionales.

Por lo anterior, se establece que el Sistema Institucional de Comunicación está compuestos por:

- La comunicación Institucional
- La comunicación Interna
- La comunicación externa y las relaciones públicas
- Identidad e Imagen Institucional
- Los medios de comunicación y redes sociales institucionales
- Los públicos objetivos de la comunicación Institucional
- La cultura de la comunicación

ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021
22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM - UNICATOLICA”

El Sistema Institucional de Comunicación, se puede representar con el siguiente esquema:



Esquema No. 1 Sistema Institucional de Comunicación

4.1.1 La Comunicación Institucional

La Comunicación Institucional se ocupa de socializar el direccionamiento estratégico, la identidad Institucional, las políticas que rigen el Gobierno Institucional y la rendición de cuentas. Se propone mantener informados a los públicos de la institución de las decisiones institucionales.

Esta comunicación es concisa y apela a los detalles como a la síntesis en tanto debe reflejar las posturas y avances del ejercicio institucional de autorregulación. Es una comunicación concreta que refleja la planeación de información de alta importancia y relevancia institucional.

La Rectoría de UNICATÓLICA a través de la Oficina de Comunicaciones, será la principal garante de la comunicación institucional. Su puesta en marcha requiere de una participación colectiva de áreas y escenarios tales como: Vicerrectorías Académica, Administrativa y Pastoral, Mercadeo y Educación Continua, Gestión Humana, Oficina de Egresados, Bienestar Universitario, Facultades Académicas, Dirección de Investigaciones, Proyección Social, Planeación, Calidad y Relaciones Interinstitucionales.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

El Rector, los Vicerrectores, Decanos y demás directivos en sus funciones estratégicas son los responsables de accionar, observar y evaluar los procesos de comunicación en cada una de sus áreas en concordancia de la política de comunicaciones y su plan estratégico.

Adicionalmente, se deberá involucrar a los estudiantes como generadores de necesidades de información y fuentes de contenido que deberán ser corroboradas, con el objetivo de generar espacios de participación en la producción de contenidos.

En caso de situaciones especiales que ameriten comunicados de la Institución o sus directivos, el Director de Comunicación podrá convocar un comité extraordinario de comunicaciones, conformado por el Rector, el Secretario General y los Vicerrectores.

Lineamientos de Comunicación Institucional

- Las decisiones tomadas en reuniones, comités, juntas u otros espacios laborales resultado de los acuerdos entre las diversas áreas de la institución, deberán responder a un efecto fuente, donde los resultados se comunican entre líderes y con sus colaboradores y grupos de interés asociados con los temas tratados y puedan interactuar y participar para concretar las ideas propuestas.
- Las decisiones que deriven en resultados, tomadas en reuniones institucionales, que necesiten ser comunicadas, como: La Consiliatura, el Consejo Superior, la Rectoría, las Vicerrectorías y el Consejo Académico, deberán ser divulgados, mediante un proceso de planeación de medios con el apoyo de la oficina de Comunicaciones.
- La Institución establecerá las estrategias, los mecanismos y los canales de comunicación adecuados para brindar información relacionada con la misión, identidad institucional, políticas, reglamentos y disposiciones a los públicos objetivo establecidos.
- Los proyectos institucionales que por su preeminencia institucional y que articulen áreas de orden institucional, deben gestionar la realización de un plan específico de comunicación que se adecúe a los requerimientos puntuales. Temas como Acreditación, Autoevaluación, Investigación, Pastoral, Docencia y Currículo, Modelo Pedagógico, Bienestar, Investigación.
- Esta política incorpora la realización de planes de comunicación específicos, para los líderes institucionales Rector y Vicerrectorías, son también una fuente de información puesto que promueven estratégicamente gestión directiva que exige la presentación reiterada, de balances, planes, y proyectos determinados.
- Se debe formular un plan de crisis, que defina las acciones de comunicación en el antes, durante y después de una crisis, al igual que la definición de los voceros de comunicación institucionales según sea la situación, que dé declaraciones a medios masivos de comunicación o a la opinión pública.

ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

- En relación a la gestión de información, se establece que todo colaborador será responsable del manejo de la información para el correcto ejercicio de sus funciones y no podrá entregarla ni difundirla sin previa autorización. Si la información contiene datos personales deberá regirse a la Política de Protección de Datos Personales.
- Los integrantes de comités directivos, técnicos o institucionales deberán guardar reserva de la información manejada durante las sesiones de trabajo.
- El Comité institucional de Comunicación aportará en el fortalecimiento de las estrategia comunicacional que será abordada desde la formulación del plan estratégico de comunicación, que será orientado por la Rectoría, el Departamento de Planeación Institucional y la Oficina de Comunicaciones, los cuales establecen los temas que serán objeto del plan de comunicaciones, según la importancia estratégica para la institución y durante un tiempo previsto, asegurando una adecuada alineación entre las políticas, planes y programas institucionales con las estrategias comunicacionales.

4.1.2 La Comunicación Interna

La comunicación interna, es la comunicación que se desarrolla entre las personas que hacen parte de la Institución, puede ser formal e informal. En el terreno formal la comunicación interna integra escenarios de comunicación, es decir espacios en los cuales se desarrollan encuentros institucionales como reuniones, comités, asambleas, juntas, entre otros. En el plano de la información, se entiende como medios de comunicación al interior de la organización - medios institucionales-, precisamente constituidos para este fin, con el propósito de divulgar la información institucional, las noticias que dan cuenta de la vida organizacional, sus logros, sus hitos, sus rostros y perfiles institucionales.

Las Áreas y Dependencias Institucionales, así como los estudiantes y colaboradores son fuentes esenciales y primarias de esta información.

Una labor de la gestión de la comunicación interna es identificar el mensaje clave con las audiencias o públicos de interés, con el fin de acertar y ser efectivos en la apropiación de la información.

Lineamientos de Comunicación Interna

- Para lograr ser efectivos en la comunicación interna es necesario definir los temas de interés por audiencia, sus intereses organizacionales y comunicativos, utilizando un lenguaje amable y sencillo, que de forma convocante active su conexión con la información.

ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

- La Comunicación Interna debe asumirse como proceso cambiante, y los medios creados para fortalecerla deben ser evaluados de manera permanente con el fin de conocer si nuestros públicos los están siguiendo y se ven representados.
- La Comunicación Interna no se debe limitar a la realización de planes de medios, sino que debe avanzar en la creación y fortalecimiento de escenarios de comunicación para que los públicos y audiencias internas participen en la vida institucional, generando vínculos e interacciones interpersonales e interáreas.
- Teniendo en cuenta que la comunicación interna está orientada a un proceso transversal de flujos de comunicación dinámicos y abiertos que surgen del contexto y las necesidades de las diferentes unidades académicas y administrativas, será responsabilidad de la Oficina de Comunicaciones, con el apoyo del Comité Institucional de Comunicaciones garantizar el flujo adecuado de la información y establecer las necesidades en materia comunicacional de cada una de las áreas sustantivas.
- La Oficina de Comunicaciones cuenta con comunicadores organizacionales que darán respaldo al ejercicio de gestión de la cultura y el clima organizacional mediante la generación de campañas y proyectos de relacionamiento y apropiación de sentido de pertenencia al interior de la Institución.
- Es vital articular y hacer uso de herramientas de comunicación interna que permitan divulgar las situaciones y estrategias relacionadas con el mejoramiento de las condiciones del bienestar institucional.

4.1.3 La Comunicación Externa y las Relaciones Públicas

La Comunicación externa corresponde a las estrategias y mensajes que están orientados a los públicos y audiencias externas, a través del uso de canales y medios de comunicación en diversos soportes, digital, sonora y radial, audiovisual y televisiva e impresa.

La comunicación externa es amplia y suficiente e integra acciones de relaciones públicas, asuntos públicos, relaciones corporativas e interinstitucionales, relaciones con la comunidad y relaciones interinstitucionales con organizaciones públicas, privadas, tercer sector y agencias de cooperación nacional e internacional.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

Los mensajes y estrategias trazadas exigen la gestión de planes de comunicación y de mercadeo, al servicio del posicionamiento de la Institución, entre sus públicos de interés, para gestionar usuarios y públicos vigentes y potenciales que privilegien en su elección la institución. Por lo anterior, la comunicación y el mercadeo son áreas que fungen como complemento en pro de los objetivos organizacionales, y está direccionada al posicionamiento de marca.

En el campo educativo la gestión de las comunicaciones externas exige planes de relacionamiento y afianzamiento de la reputación, se consolidan y se construyen alianzas duraderas y vínculos permanentes, en tanto en cada acción se involucren la filosofía institucional de vocación de servicio. Es el caso de UNICATÓLICA y su integración a la Arquidiócesis de Cali, lo que permite articularse a procesos eclesiales, de dignificación humana, paz y fe cristiana, extensivos a comunidades diversas y actores sociales heterogéneos sociodemográfica y culturalmente desde su rango de acción en el suroccidente colombiano. De esta forma, la Institución se presenta ante la comunidad externa como una institución universitaria plural a nivel poblacional, en su oferta de programas académicos, proyección social, educación continua.

Las dinámicas actuales de calidad de la educación superior, maximiza la interacción en tanto su mapa de audiencias es amplio conformado por autoridades eclesiásticas, y ministeriales en los campos de la Ciencia, la Tecnología, y propiamente la educación.

Es así como, se concibe la gestión del posicionamiento de imagen institucional con sus públicos de interés, con medios de comunicación, comerciales y alternativos, instituciones aliadas, asociaciones de las profesiones, gremios, padres de familia y potenciales estudiantes, empleadores y egresados en los contextos de actuación local y nacional.

Es importante anotar que, en esta dimensión amplia de la comunicación externa, la comunicación de entorno es fundamental posicionarla, con la legitimación de líderes de conocimiento, docentes, estudiantes, colaboradores, egresados y directivos articulados a dinámicas de producción académica e intelectual que, con temas de vanguardia, tendencia desde una perspectiva crítica logren ser referente de cubrimiento informativo noticioso.

Lineamientos de la Política de Comunicación Externa y Relaciones Públicas

- La Institución es coherente entre lo que dice que es y lo que es.
- La Institución busca generar alianzas sólidas y sostenibles con los medios de comunicación comerciales y/o alternativos.

ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

- La Institución gestiona comunicaciones externas mediante la movilización de experiencias de sus públicos objetivo, asociado a historias y narrativas de mejoramiento de la calidad de vida de su comunidad académica.
- La tarea de la comunicación externa responde a la identificación de medios y canales, y se basa en la selección de canales apropiados (Página web, redes sociales, medios audiovisuales y digitales, prensa e impresos, entre otros.), con el propósito de publicar información relevante institucionalmente a los públicos externos.
- Se debe divulgar e informar a la comunidad las líneas generales de información relevante, como son la Investigación, la Proyección Social, la presencia internacional, los perfiles destacados, la oferta de programas e infraestructura universitaria.
- La Institución establece los medios de comunicación de carácter institucional que posibilitan el intercambio permanente de información entre las diferentes áreas. La Oficina de Comunicaciones es responsable de la administración de dichos medios de comunicación institucional y debe garantizar un equilibrio en la difusión de información de las diferentes áreas.
- Es política de la Institución guiar y conservar las relaciones duraderas con los medios de comunicación comerciales/alternativos locales, nacionales e internacionales. La Oficina de Comunicaciones es la única dependencia que cuenta con la facultad de emitir comunicaciones institucionales a dichos medios.
- Es vital gestionar en este ámbito las relaciones públicas y corporativas de la Institución, sus autoridades, órganos de gobiernos y sus directivos, con el fin de fortalecer la reputación de la Institución.
- La formación de voceros de comunicación, se hace esencial para fortalecer la reputación y la figuración externa de la Institución. Una vocería efectiva otorga posicionamiento, visibilización y respuesta efectiva y confiable frente a las demandas de información de un hecho institucional ante la comunidad.
- El Rector es el vocero natural de la Institución, seguido del Secretario General y los Vicerrectores, quienes son intermediarios entre la Institución y los públicos externos.
- Los directivos académicos y administrativos serán voceros técnicos en el tema que les competa puntualmente. Bajo ninguna situación los funcionarios podrán realizar pronunciamientos autónomos en asuntos relacionados con la Institución y que no estén orientados a su competencia.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM - UNICATOLICA”

- El Secretario General obra como vocero natural y con previo asesoramiento de la Oficina de Comunicaciones, determinará los voceros específicos ante los medios de comunicación, según las situaciones, asuntos y pertinencia de los pronunciamientos.
- Los voceros autorizados por la Institución deben presentarse ante medios de comunicación como colaboradores, reflejando la identidad misional de la Institución.
- El contacto con los medios de comunicación se manejará a través de la Oficina de Comunicaciones, ningún colaborador y/o directivo está autorizado para dar declaraciones a los medios de comunicación sin previa orientación y aval.
- Los integrantes de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium podrán pronunciarse a título personal cuando se trate de situaciones que no sean de carácter institucional o no estén relacionadas con la identidad Institucional.

4.1.4 Identidad Visual e Imagen Institucional

La identidad visual y la imagen institucional es lo que permite a la institución presentarse visual y gráficamente ante sus públicos, se caracteriza por que nos permite mostrarnos como una unidad, entera y consistente.

Los manuales de Identidad Visual e imagen Institucional otorgan a las instituciones atributos que permiten mediante aplicaciones en diversos soportes expresivos expresarse ante sus audiencias de interés, con el fin de proyectarse en los niveles interno y externo con claros.

Lineamientos de Identidad Visual e Imagen Institucional

- La Oficina de Comunicaciones velará por la unificación de los criterios de uso de la imagen, el diseño de piezas comunicativas en las aplicaciones de marca estableciendo una serie de lineamientos básicos.
- Es primordial trabajar en una identidad visual unificada, con el uso adecuado del logo-símbolo de la Institución sobre los formatos y registros en diversos soportes expresivos de utilización institucional.
- La Oficina de Comunicaciones y la Dirección de Mercadeo son los responsables de resguardar y propender por el cumplimiento y buen uso de la identidad visual e imagen institucional en cada una de las piezas de promoción publicitaria e institucionales con impacto en los públicos específicos.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

- Las unidades constitutivas de la oficina de comunicaciones deberán garantizar el cumplimiento de los atributos de marca al igual que vincular en los procesos comunicativos en soporte digital, escrito, y audiovisual, los símbolos gráficos y la imagen institucional creada gráficamente para posicionar el nombre de UNICATÓLICA.
- La Unidad de Diseño Gráfico se caracteriza por velar por el buen uso de la imagen e identidad visual de la Universidad.
- La Identidad visual, la imagen y la marca, las representan los símbolos institucionales, los logos y las propuestas gráficas que permiten a los públicos objetivo y de interés, reconocer e identificar a la Institución y sus atributos corporativos.
- La Comunidad Universitaria, hará uso del Manual de Identidad e Imagen Institucional para la ejecución de actividades relacionadas con el uso de imágenes, piezas y medios institucionales.

4.1.5. Los medios de comunicación y las redes sociales institucionales

Los medios institucionales y las redes sociales, se conciben como parte del conjunto de acciones, procedimientos y tareas que se llevan a cabo para transmitir o recibir información a través de diversos canales, métodos y técnicas de comunicación interna y externa con la finalidad de aportar en la divulgación de la información institucional.

Lineamientos para la gestión de medios de comunicación Institucionales

- La divulgación y publicación de la información en medios internos o externos se someterá a un análisis de priorización de contenidos y públicos, con el fin de evitar exceso y hostigamiento de información.
- Las solicitudes realizadas por la comunidad institucional para la divulgación de diversos asuntos, eventos, temáticas, entre otros deberá corresponder con los parámetros establecidos por la oficina de comunicaciones.
- El desarrollo de nuevos medios y formas de comunicación con los públicos internos y externos deberá ser aprobado y asesorado por la Oficina de Comunicaciones. Para la toma de decisiones específicas sobre el uso y aplicación de nuevos medios institucionales es de obligada consulta y aplicación cada uno de los manuales que rigen la Oficina de Comunicaciones.

ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

Lineamientos para Gestión de Redes Sociales Institucionales

- Las Redes Sociales institucionales serán administradas por la Oficina de Comunicaciones, quien, además, guiará los usos específicos en las diversas áreas y escenarios de la Institución.
- Los contenidos definidos podrán ser ubicados en aquellos servicios de redes sociales y profesionales que se encuentren disponibles y sean pertinentes con la Institución: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y otros que se encuentren apropiados para la divulgación institucional.
- Los contenidos que se divulgarán en las redes sociales institucionales, son diseñados de acuerdo al Manual Digital y de redes sociales institucionales, en el cual se expone el criterio editorial y responsabilidad para determinar las publicaciones que se ubiquen en la red social asignada.
- La actualización de las redes sociales se llevará a cabo de manera permanente conforme a las tendencias y a los comportamientos de sus audiencias y áreas institucionales. Se utilizarán hashtags institucionales que serán compartidos con los seguidores y colaboradores de la institución para generar interacción y engagement o grado de interacción que consigue una cuenta con sus seguidores en las redes sociales.
- Cada red social requiere un indicador de gestión concreto de actualización de información, con el fin de garantizar permanente actualización de la información y por tanto vigencia y reputación institucional.
- Los perfiles en redes sociales de distintas áreas y dependencias de la Institución, se crean y operan, de acuerdo a la presente política y con los procedimientos establecidos en el Manual de Gestión de Medios de Comunicación y Redes Sociales Institucionales bajo el consentimiento y lineamiento de la Oficina de Comunicaciones, respetando lo establecido en el Manual Digital y de Redes Sociales y conservando los criterios de correcta escritura y uso.
- Los perfiles institucionales deben identificarse como cuenta oficial que los distinga de las cuentas personales de directivos administrativos y académicos, docentes y funcionarios a quienes se les recomienda etiquetar sus publicaciones con el hashtag #OpiniónPersonal.

4.1.6 Los públicos objetivos de la comunicación institucional

Se consideran públicos y audiencias de la comunicación institucional los actores internos y externos de la Institución.



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

En el ámbito interno corresponde al conjunto de autoridades, directivos, colaboradores, profesores y estudiantes que configuran la comunidad académica y administrativa de la Institución.

Son audiencias de tipo externo, las entidades de regulación y control del Estado, las instituciones de educación superior del orden investigativo y académico del entorno de la Universidad, entidades, empresas y organizaciones de los diversos sectores eclesástico, público, privado, tercer sector y colectivos empresariales, culturales, ambientales, políticos, tecnológicos y empresas mediáticas que hacen parte del entorno de la institución.

En el ámbito externo se reconoce como público de interés la comunidad en general, y los potenciales estudiantes que aspiran a vincularse académicamente a la Institución.

4.1.7 La Cultura de la Comunicación

Se comprende la gestión de la cultura de la comunicación como el proceso que permite a la comunidad educativa apropiar las orientaciones e indicaciones en torno al manejo de la información institucional, sus usos y aplicaciones en productos comunicativos creados promover procesos de comunicación efectiva.

Mediante la gestión de la cultura de la comunicación se establecen los mecanismos de acompañamiento y retroalimentación, a las diferentes dependencias para el desarrollo de estrategias comunicacionales, de acuerdo con las necesidades de interacción, divulgación y gestión de información con los diversos públicos y audiencias internas y externas.

5. Estructura de Gestión del Sistema Institucional de Comunicación

5.1 El Comité Asesor de Comunicaciones

Es un órgano asesor del Rector, responsable de garantizar el direccionamiento y la adecuada coordinación de todas las actividades relacionadas con la comunicación institucional.

5.2 Áreas y Unidades de la estructura organizacional relacionadas con Comunicación Institucional



ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

a) La Oficina de Comunicaciones

Es la dependencia responsable de garantizar una comunicación efectiva y el flujo permanente de la información de la Institución con sus públicos internos y externos.

La Unidad de Diseño Gráfico

Responsable de la elaboración de las piezas gráficas y digitales requeridas por la Institución para los públicos internos y externos.

La Unidad de Publicaciones Institucionales

Atiende la elaboración de publicaciones de carácter institucional para público interno y externo.

La Unidad de Producción Audiovisual

Responsable de la producción de los medios audiovisuales requeridos por la comunicación interna y externa.

La Unidad de Comunicación Digital

Responsable de la Promoción de las actividades de la Institución a través de medios digitales.

6. Seguimiento y Evaluación de la Comunicación Institucional

La gestión de la comunicación exige procesos de seguimiento y auditoria, por tanto, la Oficina de Comunicaciones deberá establecer mecanismos para realizar la evaluación sistemática de las actividades y canales de comunicación institucionales, estos mecanismos se concentran en:

- Medir el impacto de la gestión de la comunicación en y desde los contextos de interacción internos y externos.
- Implementar un modelo de evaluación con indicadores que permita valorar el impacto del proceso de comunicación institucional.
- Caracterizar los procesos, medios y escenarios comunicativos de sus audiencias de interés como el tipo de mensajes frecuentes con impacto en sus públicos de interés.
- Promover durante y después de cada estrategia o actividad comunicativa la evaluación, con el fin de definir acciones de mejora y hacer seguimiento.

ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM - UNICATOLICA”

En una segunda instancia, la calidad de la gestión de la comunicación, aporta en el riguroso proceso de autoevaluación permanente, que aborda de forma transversal a la Institución en mecanismos de difusión y retroalimentación de la información, apropiación del direccionamiento estratégico y percepciones de los miembros de la comunidad educativa sobre las acciones y productos comunicativos para la transformación social y cultural, y su aporte en el cumplimiento de los propósitos misionales.

Referencias Bibliográficas

- Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 6. 7 de julio de 1991 (Colombia).
- Fernández, C. (2005). La comunicación en las organizaciones. España: Editorial Trillas.
- Gumucio - Dragón, Alfonso Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo Signo y Pensamiento, vol. XXX, núm. 58, enero-junio, 2011, pp. 26-39 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia.
- Max-Neef, M, Elizalde, A y Hopenhayn, M. (2010.). Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro. Universidade de Pernambuco.
- Ministerio de Educación Nacional (2019). Decreto 1330 de 2019.
- Ministerio de Educación Nacional (2020). Resolución 015224
- Múnera Uribe, P. A. (2007). La Idea De Organización. Medellín, Colombia.
- Ovalle, Mónica (2003). La Comunicación Organizacional de Cara al Siglo XXI. Razón y palabra, ISSN-e 1605-4806, N°. 32, 2003. (Consultado en mayo 20 de 2021). En: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=642950>.
- Pérez, R. A. (2008). Estrategias de la comunicación. Madrid: Ariel.
- Trelles, I. (Compiladora). (2001). Comunicación Organizacional. Ciudad de La Habana: Editorial Félix Varela.
- UNICATÓLICA. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium). 2019. Modelo Pedagógico Institucional. (MPI)
- UNICATÓLICA. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium). 2020. Proyecto Educativo Institucional (PEI).
- UNICATÓLICA. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium). 2018. Plan de Desarrollo Institucional. P.D.I.

SEGUNDO: Revisión y actualización. La revisión de esta política se hará anualmente y se actualizará según cambios determinantes aprobados por la alta dirección.

TERCERO: Vigencia. El Presente Acuerdo rige a partir de la fecha de expedición.



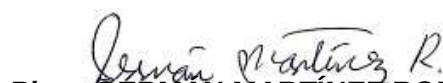
ACUERDO DE CONSEJO SUPERIOR No. 64 DE 2021

22 de junio de 2021

“Por el cual se define la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIIUM - UNICATOLICA”

CUARTO: La Política de Comunicación Institucional de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium se regirá por los parámetros señalados en el citado documento el cual hace parte de este acuerdo y se adopta como Política Institucional para la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE


Pbro. GERMAN MARTÍNEZ RODAS
PRESIDENTE CONSEJO SUPERIOR


JAIME ENRIQUE POSSO BLANDÓN
SECRETARIO GENERAL