 UNIVERSIDAD CENTRAL	ACUERDO DEL CONSEJO SUPERIOR N.º 7 - 2015	Única Versión Abril 23 de 2015
		Página 1 de 6

“Por el cual se modifica la Política de Comunicación de la Universidad Central”.

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL,

en uso de sus facultades estatutarias, y

CONSIDERANDO:

Que en virtud de la autonomía universitaria otorgada por el artículo 69 de la Constitución Política, las universidades podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos y reglamentos.

Que es función del Consejo Superior determinar la política general acorde con las dinámicas institucionales, con el fin de orientar y facilitar los procesos y procedimientos misionales y de apoyo a la gestión.

Que el artículo 31 del Estatuto General faculta al Consejo Superior para establecer la organización académica y administrativa de la Institución y vigilar que se cumplan las políticas de la Universidad y evaluar sus resultados.

Que la Política de Comunicación debe estar articulada al quehacer institucional, a fin de contribuir a la observancia de los principios de la Universidad y al cumplimiento de su misión consignados en el Proyecto Educativo Institucional (PEI).

Que el Acuerdo 02 de 2008 estableció la Política de Comunicación en la Universidad Central, la cual debe reformularse a fin de que esté en consonancia con los avances y el dinamismo propios de la comunicación y la información.

Que el Consejo Superior, en sesión ordinaria del 23 de abril de 2015, consideró y aprobó la propuesta de modificación de la Política de Comunicación remitida por el Comité de Publicaciones, en los términos y condiciones establecidas en el presente acuerdo.

En mérito de lo expuesto,

 UNIVERSIDAD CENTRAL	ACUERDO DEL CONSEJO SUPERIOR N.º 7 - 2015	Única Versión Abril 23 de 2015
		Página 2 de 6

ACUERDA:

ARTÍCULO 1.º. Modificación. Apruébase la modificación a la política que institucionaliza la gestión de la comunicación, define las directrices y los responsables de su ejecución, basada en los principios de *oportunidad, pertinencia, veracidad, transparencia, inclusión y equidad* para aportar a la cultura democrática, según los principios, objetivos y valores que identifican a la Universidad Central.

Capítulo I. Fundamentos

ARTÍCULO 2.º. Compromiso institucional. La Universidad Central, en cuanto institución comprometida con la formación, la investigación, la producción y la socialización de conocimiento, entiende la comunicación como un proceso participativo y lo asume de manera ecuaníme y responsable. En este sentido, en ningún contenido informativo que se difunda por los medios institucionales se podrá, de forma directa o indirecta, discriminar por razones de género, orientación sexual, credo o política. Así mismo, la Universidad se abstendrá de publicar información cuyo contenido promueva el racismo, la violencia, la intolerancia o cualquier práctica que atente contra la dignidad y la integridad humanas o que vaya en contravía de los principios institucionales.

ARTÍCULO 3.º. Definición y alcance. Se entiende por comunicación institucional el proceso de producción, circulación, intercambio y asimilación de información entre la Universidad y sus públicos objetivos. Por lo tanto, esta implica hacer una planeación estratégica y establecer la forma en que dicha información debe circular a través de los medios oficiales de los que la Institución dispone para tal fin, así como la manera en que debe surtir la relación con los medios externos de comunicación para difundir, a través de estos, la información de carácter institucional.

PARÁGRAFO. Los procesos de comunicación de la Universidad Central deberán estar acordes con la *Política de Propiedad Intelectual*, la *Política de Publicaciones*, el *Manual de identidad visual corporativa*, el *Manual de estilo* de la Universidad y las disposiciones vigentes en la Institución en materia de creación, uso y actualización para el portal institucional y ambientes virtuales.

 UNIVERSIDAD CENTRAL	ACUERDO DEL CONSEJO SUPERIOR N.º 7 - 2015	Única Versión Abril 23 de 2015
		Página 3 de 6

ARTÍCULO 4.º. Objetivo general de la comunicación en la Universidad Central.

Contribuir a la información, visibilidad, articulación e interacción de los diferentes estamentos de la Universidad, así como entre esta y el público externo, para el cumplimiento de su misión y su visión.

ARTÍCULO 5.º. Objetivos específicos. Son objetivos específicos de la comunicación en la Universidad Central:

- a. Aportar a la visibilidad y el impacto de los avances, procesos y resultados de formación, investigación, innovación e interacción social generados o propiciados por la Universidad, tanto a nivel interno como externo.
- b. Contribuir a la gestión administrativa de la Institución.
- c. Promover y difundir el sistema de valores, principios e ideales de la Universidad.
- d. Garantizar la adecuada proyección de la imagen institucional.
- e. Facilitar la participación de la comunidad unicentralista en la toma de decisiones sobre asuntos institucionales.
- f. Minimizar distorsiones, especulaciones o interpretaciones erróneas con respecto a los asuntos institucionales.

ARTÍCULO 6.º. Modalidades de la comunicación en la Universidad Central. Según su público objetivo y su finalidad, la comunicación en la Universidad Central podrá ser:

- a) **Interna:** se orienta a la comunidad unicentralista (directivos, profesores, estudiantes, administrativos y egresados); su fin es asegurar que todos sus integrantes intercambien información clara, pertinente y oportuna que les permita potenciar su participación en las dinámicas universitarias.
- b) **Externa:** su fin es contribuir a la proyección de la imagen, la identidad y el quehacer institucionales en los sectores académico y científico, y en la sociedad en general.
- c) **Interinstitucional:** busca promover y fortalecer las relaciones con otras entidades, nacionales o internacionales, con el fin de establecer nexos y convenios que potencien la docencia, la investigación y la proyección social.

 UNIVERSIDAD CENTRAL	ACUERDO DEL CONSEJO SUPERIOR N.º 7 - 2015	Única Versión Abril 23 de 2015
		Página 4 de 6

Capítulo II. Responsabilidad en la comunicación institucional


ARTÍCULO 7.º. Responsables de la gestión de la comunicación. Se entiende por “responsable de la gestión de la comunicación” a todo integrante o dependencia de la Institución que produzca o intervenga en el flujo de información relevante para el adecuado cumplimiento de las funciones misionales. En ese sentido, todos los integrantes de la comunidad unicentralista tienen una parte de responsabilidad en esta gestión. No obstante, cabe explicitar a los siguientes responsables:

- a. Consejo Superior
- b. Rectoría
- c. Vicerrectoría Académica
- d. Vicerrectoría Administrativa y Financiera
- e. Secretaría General
- f. Dirección de Relaciones Interinstitucionales
- g. Personal docente
- h. Departamento de Comunicación y Publicaciones
- i. Red Interna de Corresponsales

ARTÍCULO 8.º. Departamento de Comunicación y Publicaciones. Esta dependencia, adscrita a la Rectoría, es la instancia encargada de coordinar los procesos de comunicación institucional.

ARTÍCULO 9.º. Red Interna de Corresponsales. La Red Interna de Corresponsales (RIC) es un grupo de comunicación efectiva que actúa como proveedor y multiplicador de información. Está integrada por corresponsales de cada dependencia, tanto académica como administrativa, y por los representantes de docentes y estudiantes ante los cuerpos colegiados de la Universidad.

ARTÍCULO 10.º. Voceros institucionales. Los voceros tienen la misión de trasladar la posición y los mensajes oficiales de la Universidad a los medios externos de comunicación y a la opinión pública.

 UNIVERSIDAD CENTRAL	ACUERDO DEL CONSEJO SUPERIOR N.º 7 - 2015	Única Versión Abril 23 de 2015
		Página 5 de 6

Capítulo III. Medios de comunicación institucionales

ARTÍCULO 11.º. Caracterización de los medios de comunicación institucionales. Los medios de comunicación institucionales tienen como eje rector el acontecer institucional y deben promover los principios y fortalezas de la Universidad Central. Ellos sirven de marco para la participación y la libre expresión de los integrantes de la comunidad universitaria. Son reconocidos como tales por el Consejo Superior o por quien este delegue para tal efecto, y su administración y gestión están a cargo del Departamento de Comunicación y Publicaciones.

Como medios institucionales, tienen la facultad exclusiva de dar a conocer la información que se considera oficial de la Universidad Central; esto sin perjuicio de la existencia de otros medios y productos de comunicación en ella, en particular de los desarrollados por las áreas académicas en el marco de las actividades de formación, investigación, creación e interacción social.


Capítulo IV. Acerca de la imagen corporativa

ARTÍCULO 12.º. Identidad corporativa. Se entiende por identidad corporativa el sistema de valores, principios misionales e ideales que diferencian y singularizan a la Universidad Central en el contexto de las instituciones de educación superior. Estos se plasman en el Proyecto Educativo Institucional (PEI), el Estatuto General y la demás normativa institucional vigente.

ARTÍCULO 13.º. Imagen corporativa. La imagen corporativa de la Universidad Central corresponde a la manera como su identidad corporativa se proyecta en el entorno y al conjunto de percepciones que la Institución suscita entre los diversos sectores de la sociedad.

ARTÍCULO 14.º. Identidad visual corporativa. Comprende el logotipo, los colores corporativos, las tipografías institucionales, la bandera y demás elementos gráficos que identifican visualmente a la Universidad Central.

ARTÍCULO 15.º. Proyección de la identidad corporativa. La adecuada proyección de la identidad corporativa de la Universidad es uno de los objetivos de la comunicación

 UNIVERSIDAD CENTRAL	ACUERDO DEL CONSEJO SUPERIOR N.º 7 - 2015	Única Versión Abril 23 de 2015
		Página 6 de 6

institucional, de acuerdo con lo estipulado en el literal c del artículo 5.º de la presente política. Para ello, son elementos esenciales la correspondencia de los contenidos respecto al sistema de valores, principios y propósitos misionales que conforman la identidad corporativa institucional, así como la aplicación acertada de la identidad visual corporativa y el uso correcto del lenguaje.

Capítulo V. Reglamentación y vigencia

ARTÍCULO 16.º. Reglamentación. Para que la comunicación institucional en la Universidad Central se ajuste a los principios, fundamentos y objetivos estipulados en la presente política, el Rector establecerá el *Reglamento para la comunicación institucional*.

ARTÍCULO 17.º. Vigencia y derogatoria. El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición y deroga el Acuerdo 02 de 2008 y las disposiciones que le sean contrarias.

Dada en Bogotá, D.C., a los veintitrés (23) días del mes de abril del año dos mil quince (2015).

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE.

JAIME POSADA DÍAZ
Presidente

FABIO RAÚL TROMPA AYALA
Secretario General