



ACUERDO 013
(10 de octubre de 2023)

“Por el cual se Actualiza la Política de Comunicaciones de la Fundación Universitaria de Popayán”

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN, en ejercicio de sus facultades legales y estatutarias y,

CONSIDERANDO:

- a. Que la Constitución Política de Colombia en su artículo 69 garantiza la autonomía universitaria y por ende la facultad de las universidades para darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos, mandato que ha sido desarrollado mediante la Ley 30 de 1992, por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior en Colombia.
- b. Que el Ministerio de Educación Nacional definió la calidad como el conjunto de atributos articulados, independientes, dinámicos, contruidos por la comunidad académica como referentes y que responden a las demandas sociales, culturales y ambientales, manteniendo el respeto por la diversidad y la autonomía de las instituciones de Educación Superior.
- c. Que el Proyecto Educativo Institucional (PEI) de la Fundación Universitaria de Popayán establece la necesidad de contar con políticas en todas las áreas que garanticen el cumplimiento de su misión y de sus objetivos institucionales.
- d. Que la Institución asume las Comunicaciones como instrumentos imprescindibles para el cumplimiento de sus objetivos en el fortalecimiento de la identidad institucional y el desarrollo de espacios bajo las dinámicas propias del flujo y manejo de la información necesarias para atender la constante innovación, las tecnologías y las nuevas dinámicas del sector.
- e. Que, en concordancia con los procesos de autoevaluación y de mejoramiento continuo, la Institución considera necesario actualizar su Política de Comunicaciones para generar un marco de regulación sobre los procesos en sus diferentes ámbitos que permitan gestionar los canales adecuados para atender las diferentes necesidades que se presentan de tipo comunicacional, fortalecer su imagen, así como sus relaciones internas y externas, todo en cumplimiento de lo dispuesto en la legislación vigente por parte del Ministerio de Educación Nacional, y la normativa interna relacionada con el Estatuto General, el Proyecto Educativo Institucional (PEI) y el Plan de Desarrollo Institucional (PDI).
- f. Que en atención a que la Fundación Universitaria de Popayán es una entidad de Educación Superior de carácter autónomo, le es potestativo reglamentar todas las actividades que tengan una incidencia en asuntos de orden administrativo, académico, financiero y disciplinario.
- g. Que el Consejo Superior, en ejercicio de las atribuciones legales y estatutarias que le son propias en sesión ordinaria del día 21 de junio de 2023, analizó y aprobó la actualización de la Política de Comunicaciones de la Fundación Universitaria de Popayán.



En mérito de lo expuesto,

ACUERDA:

- ARTÍCULO PRIMERO:** Aprobar la actualización de la Política de Comunicaciones de la Fundación Universitaria de Popayán, documento que se anexa al presente acuerdo como parte integral del mismo.
- ARTÍCULO SEGUNDO:** Facultar al Rector para que apruebe los procedimientos y expida los documentos complementarios en la regulación de los procesos derivados de la Política de Comunicaciones.
- ARTÍCULO TERCERO:** El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición y deroga las disposiciones que le sean contrarias y aquellas que se hayan expedido anteriormente en el mismo sentido.

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en sede de la Fundación Universitaria de Popayán, a los diez (10) días del mes de octubre del año dos mil veintitrés (2023).

P. DANILO MANZILLER DÍAZ CARMONA
Presidente Ad Hoc Consejo Superior

L. ANGELA ORDÓÑEZ RUIZ
Secretaria General



POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN Y ALCANCE DE LA POLÍTICA

ARTÍCULO 1. Definición: En la Fundación Universitaria de Popayán se entiende la **comunicación** como un proceso transversal, estratégico y participativo que permite fortalecer la identidad institucional como una herramienta importante para la toma de decisiones en la consolidación constante de la cultura organizacional.

Con esta Política, la Institución define los lineamientos generales necesarios para procurar idóneas dinámicas de comunicación, dirigidas a audiencias internas y externas, y articular el trabajo de áreas que generan procesos informativos o de publicidad.

ARTÍCULO 2. Alcance: Esta Política de Comunicación Institucional está dirigida a los actores que integran la comunidad universitaria, y que ven la necesidad de tomar decisiones, transmitir información, gestar procesos de comunicación y dar publicidad o visibilidad a sus gestiones administrativas y académicas.

CAPÍTULO II

OBJETIVOS Y PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA

ARTÍCULO 3. Objetivos: Esta Política Institucional de Comunicaciones brinda los lineamientos generales para la gestión de dinámicas y procesos de comunicación de la Fundación Universitaria de Popayán, con el ánimo de aportar a la toma de decisiones estratégicas, velar por la imagen y prestigio institucional, fortalecer ejercicios de difusión de información y publicidad de servicios educativos, administrando idóneamente los canales de comunicación institucionales y garantizando el cumplimiento de los lineamientos de imagen corporativa.

Esto se hace mediante los siguientes objetivos específicos:

- a. Coordinar, orientar y divulgar las actividades universitarias, logrando una correcta gestión de canales y medios de comunicación a nivel interno y externo.
- b. Trabajar de manera articulada con todos los niveles directivos de la Institución para garantizar el flujo adecuado de información.
- c. Crear estrategias que permitan el posicionamiento entre las audiencias institucionales, logrando generar un mayor impacto en la región.
- d. Analizar canales, mensajes y percepción de audiencias alrededor del proceso comunicativo de la Institución.
- e. Orientar el protocolo institucional para apoyar y garantizar el correcto uso de la marca, la imagen y la reputación institucional.



ARTÍCULO 4. Principios Rectores: El trabajo desarrollado desde el área institucional de Comunicaciones se fundamentará bajo los siguientes principios:

- a. El respeto y reconocimiento de los diferentes procesos, identidades y expresiones culturales de quienes integran la comunidad académica y administrativa, serán las premisas para gestar cualquier producto comunicativo.
- b. La responsabilidad social, será siempre el eje fundamental del ejercicio comunicativo frente a los públicos internos y externos de la FUP.
- c. Todos los contenidos mediáticos estarán soportados bajo principios éticos y morales.
- d. La oficina institucional de Comunicaciones acompañará la correcta gestión de los espacios de participación de los diferentes actores de la comunidad educativa, garantizando un correcto flujo de información oficial y de carácter institucional.
- e. La equidad, en cuanto a género, infancia, etnias, minorías y discapacidad, será un principio fundamental del quehacer diario del área.

CAPÍTULO III

ESTRATEGIAS DE CUMPLIMIENTO y LÍNEAS DE ACCIÓN

ARTÍCULO 5. Estrategias de Cumplimiento: Para potenciar las dinámicas de comunicación al interior y exterior de la FUP, se establecen los siguientes lineamientos que permiten el fortalecimiento constante de las relaciones públicas de la Institución y la cohesión de la comunidad universitaria en sus dinámicas comunicativas cotidianas.

- La Fundación Universitaria de Popayán contará con el direccionamiento necesario para gestar procesos de comunicación con la efectividad que requiera el quehacer institucional. Esto, con el propósito de dar un mensaje claro, conciso y verás. Por ello, la oficina institucional de Comunicaciones será la encargada de idear, planear y ejecutar las estrategias necesarias acorde a la necesidad del contexto institucional.
- Los proyectos de carácter transversal e institucional deberán contemplar las líneas de acción y estrategias publicitarias, de comunicación e información, propuestos en el Plan de Comunicaciones vigente, para que, con ello, haya una cohesión en la proyección de la imagen institucional ante la comunidad.
- La comunicación asertiva y efectiva será el foco primordial del quehacer diario al interior de la Institución. Cada colaborador o estudiante estará en la libertad de expresar sus pensamientos y emociones, haciendo un debido uso de los canales, procedimientos y protocolos establecidos para cada audiencia y propósito. El respeto y la pluralidad deberán prevalecer siempre en cada mensaje emitido.
- Para la Fundación Universitaria de Popayán todos los actores que integran la comunidad universitaria son esenciales para la gestión de la comunicación. Entender su importancia y la transversalidad del proceso contribuye al diseño de los mecanismos de producción y emisión de mensajes con fines informativos y publicitarios.



- El señor Rector es el vocero oficial de la Fundación Universitaria de Popayán, siendo la cara visible ante los medios de comunicación sobre las acciones particulares de la Institución y que requieran divulgación a la sociedad en general. En casos particulares los Vicerrectores o Decanos estarán facultados para declaraciones oficiales que a sus competencias refieran, y en situaciones extraordinarias, la Rectoría podrá delegar a otros funcionarios para dar declaraciones particulares sobre hechos específicos, identificándose como miembro activo de la Institución.
- El contacto con los medios de comunicación locales, regionales, nacionales o internacionales se gestará a través de la oficina institucional de Comunicaciones, siendo esta la dependencia encargada de establecer las Giras de Medios, programar entrevistas y procurar cubrimientos periodísticos al interior de la FUP que sean debidamente agendados o necesarios. Ningún otro funcionario tendrá potestad de contactar periodistas o solicitar notas en medios externos con fines particulares de su dependencia.
- Toda dependencia o programa académico deberá ceñir sus acciones, con fines informativos o publicitarios, al Plan de Comunicaciones vigente. Esto, con el objetivo de estandarizar procesos comunicativos, gráficos y audiovisuales que contribuyan al fortalecimiento de la imagen y prestigio de la Institución.
- La Fundación Universitaria de Popayán contará con una línea editorial y gráfica establecida, parametrizadas en el Manual de Imagen Institucional y el Plan de Comunicaciones vigente, la cual precisará los productos de comunicación orientados a brindar información y publicidad de los servicios educativos institucionales.

ARTÍCULO 6. Creación de Productos Multimedia. Todo producto comunicativo producido por la Fundación Universitaria de Popayán estará orientado a la divulgación de resultados de acciones a nivel académico, investigativo o de proyección social que se ejecutan al interior de las dependencias y programas. Los mismos guardarán las exigencias establecidas en el Manual de Imagen y Plan de Comunicaciones.

- **Producción audiovisual.** El cuerpo de colaboradores de la oficina de Comunicaciones serán los encargados de preproducir, producir y posproducir el material audiovisual y gráfico que alimentará los canales y medios de comunicación institucionales. Las demás dependencias podrán generarlo y entregarlo para ser publicado posteriormente, únicamente bajo la aprobación de esta área, quienes tendrán el criterio necesario para aprobar o desaprobar productos y mensajes. Todo lo publicado en los medios y canales de comunicación internos deberá respetar el estilo gramatical y gráfico establecido por el área.
- **Cubrimiento de eventos.** La oficina institucional de Comunicaciones será la encargada de hacer el cubrimiento a nivel audiovisual y fotográfico de los eventos institucionales que se realicen tanto al interior como por fuera de la Institución. El personal de la dependencia tendrá la facultad de hacer entrevistas, captura de imágenes y redacción de notas periodísticas, las cuales se darán a conocer a través de los diversos medios de comunicación institucionales. Toda dependencia o programa académico que requiera de este servicio, deberá solicitarlo de acuerdo con los procedimientos establecidos para tal fin.

PARÁGRAFO. Esta producción multimedia estará enfocada en alimentar periódicamente los canales de comunicación, y tendrá fines institucionales. En ningún caso, atenderá requerimiento de particulares o se compartirán con fines personales, que no estén acorde con los objetivos institucionales.



ARTÍCULO 7. Impronta Institucional: Para garantizar un correcto flujo de información, posicionamiento de marca y buen uso de elementos comunicativos que fortalezcan la identidad institucional, se presenta a continuación su transversalidad, como ejes de estricto cumplimiento. Será responsabilidad del equipo de Comunicaciones implementarlos de manera estratégica, para que la impronta institucional sea atractiva a los públicos interno y externo, velando por que genere posicionamiento e impacto.

- **Nombre:** Siempre que se utilice el nombre de la Fundación Universitaria de Popayán, deben escribirse las tres primeras letras de cada palabra en mayúscula, debido a que hace referencia a un nombre propio. Si se va a usar la sigla FUP, que es una abreviatura de este, los tres fonemas deben cumplir con la misma regla. Al iniciar cualquier texto en el que se haga alusión a la Institución, es preciso hacer referencia al nombre completo: Fundación Universitaria de Popayán. En los siguientes párrafos se utilizará la sigla FUP como una referencia gramatical para nombrar la Institución.
- **Marca:** La marca institucional hace alusión a una institución educativa que se encuentra inmersa en el mercado de la Educación Superior, esta es la forma como se reconocen los servicios que ofrece la Institución en su nicho de mercado y la región. Por ende, siempre se hará referencia a la FUP como una Institución de Educación Superior, esto como única referencia frente a organizaciones con similar segmento de mercado.
- **Logotipo:** Se considera como el elemento gráfico más importante, el cual identifica todas las instancias y espacios a la Fundación Universitaria de Popayán. Por ello, el Manual de Imagen es la herramienta con la que la Institución cuenta para aplicarlo adecuadamente en todos los mensajes que se generen a nivel visual, impresos, digitales, audiovisuales, entre otros. Es importante tener claras las normas allí expresadas, pues de eso depende la coherencia, claridad y eficiencia de los mensajes emitidos, el posicionamiento gráfico de la FUP y la recordación de marca. Por ende, su diseño y estructuración será responsabilidad del equipo de Diseño Gráfico de la Institución o de quien se contrate para tal fin. El área institucional de Comunicaciones se encargará de su divulgación y control de uso. Ninguna persona está autorizada para hacer modificaciones o ajustes al mismo y en caso de usarse, será esta misma área la única dependencia encargada de su autorización.
- **Denominaciones:** Las denominaciones, son todos aquellos procesos que se derivan del nombre FUP, es decir, otras dependencias, programas académicos, espacios artísticos, áreas de trabajo, laboratorios, productos institucionales, entre otros. Ninguna dependencia está acreditada para diseñar o utilizar logos diferentes al autorizado institucionalmente, el cual está graficado de acuerdo con el Manual de Identidad. Sí está permitido el uso de las denominaciones, como un acompañamiento al logo institucional, buscando una homogenización en el uso de conceptos al interior y exterior de la FUP. A estas denominaciones y el uso de un logo diferente al institucional habrá las excepciones que la alta dirección crea necesarias, las cuales se determinarán de acuerdo con las necesidades que se crea pertinentes.
- **Mensajes institucionales:** Todo mensaje emitido desde la Fundación Universitaria de Popayán atenderá los lineamientos expresados en el Plan Institucional de Comunicaciones vigente, el cual se presentará a la comunidad universitaria con el ánimo de encaminar toda dinámica comunicativa acorde a la estrategia planteada y aprobada por la alta dirección. Por tanto, se deberá emplear el slogan institucional en las diferentes estrategias publicitarias necesarias, se deberá respetar el lema planteado por el Plan de



Comunicaciones en curso y todo mensaje se expresará a través de la primera persona del plural “nosotros”, entendiendo que el proceso de Comunicación es transversal y propio de todos en la comunidad. Así mismo, toda pieza gráfica deberá conservar la línea gráfica institucional, respetando los colores, tipografías y estructuras de diseño establecidas.

- **Material P.O.P.:** Este corresponde al material impreso y publicitario, piezas promocionales como afiches, volantes, pendones, plegables, avisos publicitarios, lábaros, rompetráficos, dummies, entre otros, que contribuyen al posicionamiento de la FUP. Este material deberá cumplir con los lineamientos institucionales y lo estipulado en el Manual de Imagen. Todo aquel material impreso que no contenga lo ahí estipulado no contará con la autorización de divulgación y difusión. Del mismo modo, la papelería institucional, como hojas, sobres, tarjetas, carpetas, etc., que contiene información Institucional: logo, dirección y teléfonos de contacto, deberán estar ajustados a un diseño que le caracteriza. Las hojas y sobres se utilizarán para entregar la correspondencia que desde la FUP se envíe a las audiencias interna y externa, esto con el fin de lograr posicionamiento y recordación de marca. Las tarjetas se emplearán como medio de presentación ante cualquier público con el que se desee establecer algún tipo de relación y/o acercamiento. El diseño de estas piezas será responsabilidad exclusiva del equipo de Diseño Gráfico de la Institución o de la empresa que se contrate para tal fin. Ninguna dependencia podrá modificarla o utilizar una diferente, y en todos los casos deberá someterse a consideración del Manual de Imagen creado para tal fin. Será deber de los jefes y directores de área, directores de programa y demás directivos, velar por que su dependencia mantenga vigente el material utilizado.
- **Fotografía:** El área institucional de Comunicaciones será la dependencia encargada de hacer los registros fotográficos del diario acontecer de la Institución, y contará con la autorización de los integrantes de la comunidad universitaria, tanto en su contrato de matrícula como en su contrato laboral, para hacer uso de la imagen, exclusivamente con fines institucionales, teniendo la responsabilidad de su buen uso, estética y publicación con los fines acordes a su plan de acción.

ARTÍCULO 8. Procesos de Comunicación: Para la Fundación Universitaria de Popayán se hace imprescindible orientar, coordinar y supervisar procesos comunicativos al interior y exterior de la Institución, esto con el ánimo de dar un mensaje claro, conciso y consecuente con los objetivos corporativos, ser parte activa en la toma de decisiones y procurar mantener la imagen y el prestigio institucional en la región y el mundo. Por ello, todo integrante de la comunidad universitaria deberá estar supeditado a los lineamientos dados desde la oficina institucional de Comunicaciones, los cuales serán consecuentes con el Plan de Comunicaciones vigente, el Manual de Estilo y Manual de Imagen.

- **Comunicación interna.** Las dinámicas de comunicación interna estarán encaminadas a la recepción y difusión de mensajes que garanticen a todos los integrantes de la comunidad universitaria de la FUP estar al tanto de lo que sucede con ella. Para tal fin, resulta imperante establecer un proceso de doble vía para que haya una permanente retroalimentación.

De este modo, para la Fundación Universitaria de Popayán todos los integrantes de la comunidad universitaria son actores fundamentales para los procesos de comunicación, por lo cual son indispensables en su transversalidad y emisión de mensajes. Así, se contribuye a la consolidación de una cultura



organizacional que permita fortalecer procesos y dar claridad a trámites administrativos de carácter institucional.

Para entregar información veraz, oportuna y de una manera efectiva, el área de Comunicaciones, en concordancia con las áreas de Gestión del Talento Humano y Bienestar Institucional, serán las encargadas de generar estrategias que permitan estar en contacto con el público interno. Y en este sentido, se establecerán los medios y canales de comunicación interna, efectivos y dinámicos, para consolidar la comunidad universitaria y propender por un correcto flujo de información.

- **Comunicación externa.** Las gestiones de comunicación externa en la Fundación Universitaria de Popayán serán acordes al marco estratégico institucional y el acontecer cultural, económico y social de la región y el país, para poder definir las estrategias que permitan establecer una relación adecuada con el público externo de tal manera que se logre un constante y permanente contacto con ellos, y como resultado se logre el posicionamiento de la Institución, recordación de marca y, sobre todo, generación de impacto.

Por esto, es fundamental gestionar buenas relaciones con los medios de comunicación, organizaciones y entidades aliadas u otras instituciones que contribuyan al posicionamiento de marca y buen prestigio de la institución. De este modo, la gestión de la comunicación externa se basa en la selección de los canales adecuados que permitan una correcta divulgación de la información y publicidad institucional. Es responsabilidad de la oficina de Comunicaciones saber en qué medio o canal hacer la difusión del producto comunicativo y bajo qué criterios exteriorizarlo.

ARTÍCULO 9. Audiencias: Las estrategias y líneas de acción de la Oficina de Comunicaciones irán encaminadas a diversos públicos objetivos, los cuales contribuyen desde sus contextos y actividades profesionales a la construcción del discurso institucional proyectado desde y para la Institución. Estos son los públicos objetivos con los cuales se establecerá una relación permanente.

Audiencia interna: Estos son actores comunicacionales que se consideran como emisores y receptores de información, quienes además de generar contenido, también son un público nicho para gestar información y divulgación sobre el diario acontecer de la Institución.

- **Directivos:** Se refiere quienes integran la Asamblea General, el Consejo Superior, el Rector, los Vicerrectores, Directores y Coordinadores de área y Directores de programa.
- **Administrativos:** Son todas aquellas personas que cumplen con funciones administrativas dentro de la Institución, como asistentes, profesionales de apoyo, auxiliares, entre otros.
- **Estudiantes:** Este es el público razón de ser de la Institución. Se refiere a todas aquellas personas que realizan sus estudios profesionales de Pregrado o Posgrado o acceden a cualquiera de los servicios de educación que ofrece la Institución.
- **Docentes:** Son quienes ingresan a la institución con el objetivo de transmitir su conocimiento, y contribuyen a la formación de los futuros profesionales de la región.



Audiencia Externa: Es la integrada por personas que se consideran como consumidores del contenido y receptores de la información emitida a nivel institucional, siendo actores que contribuyen a la divulgación de estos productos comunicativos y que además son potenciales usuarios de nuestros servicios. Se trata de:

- **Aspirantes:** Son todas aquellas personas a la que se les dirige todas las estrategias y productos comunicativos con el ánimo de ofrecerles los servicios educativos de la institución, siendo clientes potenciales para la proyección regional.
- **Egresados:** Es la población de todos aquellos que integraron la comunidad universitaria en calidad de estudiantes en periodos académicos pasados y que han obtenido su título de Pregrado o Posgrado a nombre de la FUP.
- **Empresarios:** Son los actores del sector externo, pensados como aliados estratégicos para las gestiones académicas, investigativas y de proyección social de la Institución, convirtiéndose en un importante referente institucional. Consolidar un canal de comunicación con ellos genera credibilidad, posicionamiento, fidelización y compromiso. Para tal fin, serán los directivos quienes establezcan las relaciones con los empresarios y den las pautas para llegar a ellos de manera eficaz y pertinente.
- **Padres de familia:** Es el público al que se le dirige estrategias y productos comunicativos encaminados a hacer el mercadeo correspondiente de los servicios educativos institucionales, así como de Bienestar, Emprendimiento, Investigación, entre otras, manteniendo una relación constante con el núcleo familiar de los estudiantes.
- **Medios de comunicación:** Es el público compuesto por periodistas y empresarios de los medios de comunicación locales y regionales, con los cuales se busca relacionarse constantemente para la gestión de correctas publicaciones con información institucional pertinente y de impacto.
- **Pares académicos y sector educativo:** Los pares académicos son aquellos que actúan en representación del Ministerio de Educación Nacional y velan porque los procesos académicos y administrativos se cumplan de manera adecuada. El sector educativo se refiere a todas las instituciones públicas o privadas pertenecientes al sector: Universidades, IES, entidades del estado, colegios, entre otros.
- **Sociedad en general:** Se refiere a todas aquellas personas ajenas a la institución con las cuales se busca generar un vínculo, que permita dar a conocer los procesos y proyectos que se gestan en la Institución, impactando de manera positiva, logrando confianza y recordación de la IES.

ARTÍCULO 10. Medios de comunicación: Con el ánimo de establecer un buen flujo de procesos comunicativos, la Fundación Universitaria de Popayán dispone de diversos medios que se utilizarán para garantizar la efectiva entrega de productos multimedia, de comunicación, publicidad e información a la comunidad universitaria. La oficina de Comunicaciones será el ente que diseñe, estructure y alimente dichos medios de comunicación institucionales.

- **Página web:** Por ser un medio inmediato y de acceso permanente, se convertirá en una fuente permanente de consulta por parte de todos los colaboradores y estudiantes de la Institución. Podrá contener textos, imágenes, videos, audios, enlaces, entre otros. En ella, se divulgará información de manera ágil, oportuna



y rápida y se actualizará permanentemente, reestructurándose de acuerdo con las necesidades Institucionales.

Estará siempre a la vanguardia en temas de diseño, tecnologías de información y comunicaciones, en articulación con plataformas internas, externas, bibliotecas virtuales, redes sociales y tendencias del mercado. Se caracterizará por la búsqueda constante por desarrollar herramientas que permitan mejorar los servicios Institucionales desde la plataforma web. Del mismo modo, la creación de subportales y subdominios deberán ajustarse a la normatividad expresada en esta Política y en los manuales de Identidad y de Imagen institucional.

En todos los casos, será el área de Comunicaciones Institucionales la encargada de aprobar, coordinar, acompañar y asesorar el proceso. Garantizar su correcto uso, seguridad, actualización y demás mecanismos que permitan cumplir con sus fines, recaerá sobre la figura del Webmaster. El soporte y respaldo estará mediado por la Gerencia de Tecnología e Información, GTI de la Institución.

- **Redes Sociales:** La Institución estará presente en las redes sociales que según las tendencias y necesidades institucionales se requiera y estarán a cargo del área de Comunicaciones Institucionales, bajo la figura del Community Manager.

Los programas académicos, áreas o dependencias también podrán contar con sus redes propias, previa autorización del área, siendo responsables en su uso y manejo, siempre teniendo en cuenta la pertinencia, coherencia y las normas institucionales, supeditados además bajo los lineamientos establecidos institucionalmente y respetando los descritos en esta Política, el Manual de Imagen y el Plan de Comunicaciones vigente.

En estos casos, será el Community Manager quien supervisará los contenidos publicados en cada una de las plataformas, aprobará o desaprobará otras cuentas con el nombre y marca de la Institución y estará en constante comunicación con los encargados de las redes sociales de otras dependencias y programas. Así, las cuentas gestionadas por el Área serán las únicas reconocidas como oficiales por la Fundación Universitaria de Popayán.

- **Correo electrónico:** El correo electrónico es uno de los medios más importantes para estar en contacto con la comunidad académica. Todas las personas que hacen parte de la Institución (directivos, docentes, administrativos y estudiantes) deberán contar con un correo institucional que permita establecer una comunicación eficiente, directa y permanente con los miembros de la Institución. Este será de uso obligatorio y el único medio a través del cual se envíe o reciba información de carácter institucional y oficial.
- **Carteleras:** Es un medio formal para dar a conocer información institucional o académica, las cuales deberán estar ubicadas en puntos estratégicos de los diferentes Campus, Claustros y Sedes de la Institución, que cuenten con un importante flujo de personas y deberán contener datos formativos o informativos de alto interés e impacto.

Los espacios y actualización de las mismas será responsabilidad del equipo de Diseño del área de Comunicaciones, que continuamente vigilará y verificará que la información publicada cumpla con la



normatividad establecida. Las dependencias o programas podrán contar con carteleras propias y serán autónomas en el manejo de la información. Sin embargo, todo lo que se publique en ellas debe ser pertinente y acorde a los lineamientos institucionales.

- **Boletines:** El boletín institucional es una herramienta comunicacional de alto impacto a través del cual se establece una comunicación directa con los públicos objetivos internos pues se proporciona información sobre los procesos, eventos, logros, actualidad institucional, entre otros.

El boletín de la Institución será realizado y divulgado por el equipo de Prensa, acorde con el acontecer noticioso de la institución y su periodicidad de publicación estará supeditada a las directrices y estrategias establecidas por la oficina institucional de Comunicaciones.

- **Otros medios:** De acuerdo con las necesidades y directrices Institucionales, la oficina de Comunicaciones será la encargada de la implementación y puesta en marcha de todos los medios de comunicación que se creen en la Institución (radio, televisión, periódicos, medios digitales, entre otros). Estos se utilizarán para estar en contacto con todos los públicos objetivos y entregar la información efectiva, veraz y oportuna que la Institución genera.

ARTÍCULO 11. Riesgo de reputación. En caso de que se presente una situación que ponga en riesgo la imagen o reputación de la Institución, el vocero ante los medios de comunicación será el Rector o quien él delegue para tal fin. Del mismo modo, los pronunciamientos oficiales estarán bajo la supervisión de la alta dirección, otorgando información a las diferentes audiencias previamente revisada y aprobada, y posteriormente publicada en los medios que la Oficina de Comunicaciones crea pertinentes. Del mismo modo, el área apoyará todo el proceso de la gestión de crisis que se pueda presentar en la institución, y será la responsable de divulgar las decisiones tomadas por la alta dirección ante las eventualidades presentadas.

PARÁGRAFO. La Coordinación de Comunicaciones desarrollará junto al cuerpo Directivo de la Institución, diversos talleres y ejercicios constantes de vocería con la finalidad de garantizar una buena representación de la Institución en diferentes instancias y medios de comunicación externos.

CAPÍTULO IV DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 12. Comité de Comunicaciones: La Institución contará con un Comité de Comunicaciones destinado para determinar los proyectos, iniciativas y estrategias a implementar, de acuerdo con objetivos institucionales y las directrices de la alta dirección.

ARTÍCULO 13. Comité de Redes Sociales: Su implementación se da con el ánimo de estandarizar piezas gráficas, productos audiovisuales, publicaciones en general y mensajes emitidos a través de las diferentes cuentas de redes sociales que a lo largo del tiempo se han creado con el nombre y logotipo de la Fundación Universitaria de Popayán.

PARÁGRAFO. La integración, funciones y regulación en general de los Comités, serán dispuestos en documento institucional complementario.



ARTÍCULO 14. En el marco de los procesos de Aseguramiento de la Calidad y los lineamientos del Ministerio de Educación Nacional, la Institución generará estrategias de seguimiento ante la implementación y el impacto de la presente política.

ARTÍCULO 15. La Política de Comunicaciones y cada uno de sus postulados son sujetos de autoevaluación y mejora continua, atendiendo siempre las disposiciones normativas de orden nacional que tenga incidencia sobre ella, y sus actualizaciones o ajustes deberán realizarse bajo los trámites institucionales de rigor necesarios para tal efecto.