



Anexo 59

**Directrices para las comunicaciones  
internas y externas**

**Resolución 240 de 2014  
Rectoría**

**Resolución nro. 240**  
30 de octubre de 2014

Por la cual se establecen las directrices para las comunicaciones internas y externas en la Universidad de Ibagué

### **EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD DE IBAGUE**

En ejercicio de la facultad contenida en el literal a) del artículo trigésimo tercero de los Estatutos Generales, y de conformidad con lo previsto en el Acuerdo 315 de 2014 del Consejo Superior

### **CONSIDERANDO**

Que uno de los principales activos del modelo de gestión de las organizaciones es la comunicación clara y abierta y aliada para conseguir sus objetivos estratégicos en situaciones de cambio, y que debe obedecer a una cultura y a una identidad, orientadas a la calidad.

Que la correcta gestión de la comunicación dentro de las organizaciones reduce la posibilidad de los flujos incontrolados de información, disminuyendo así en un alto grado el riesgo de conflicto.

Que en mérito a lo expuesto

### **RESUELVE**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Fijar las directrices para las comunicaciones internas y externas de la Universidad, contenidas en el anexo de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Ordenar que el anexo de las directrices se publique en la página de Web de la Universidad, al final del cual se hará mención de la presente resolución.

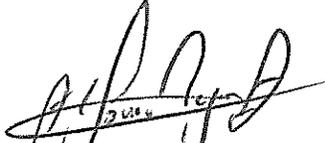
**ARTÍCULO TERCERO:** Cada vez que se identifiquen nuevas directrices o cambien las relacionadas con las comunicaciones al interior de la Universidad, se deberá proceder a elaborar un nuevo anexo numerado y fechado consecutivamente como una nueva versión y a publicarlo en la página web a cambio de la anterior versión, previamente aprobado por el Rector.



**ARTÍCULO CUARTO:** Ordenar que las versiones del anexo deban ser archivadas en forma independiente a los libros de resoluciones de la Rectoría y custodiadas en la Secretaría General para su fácil consulta.

Dada en Ibagué a los 30 días del mes de octubre de 2014.

Comuníquese y cúmplase.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alfonso Reyes Alvarado', with a date '19 Oct 14' written below it.

Alfonso Reyes Alvarado  
Rector

# **Directrices para las comunicaciones internas y externas de la Universidad**

## **Introducción**

La Universidad otorga una importancia fundamental a las comunicaciones internas y externas, entendidas como estrategias que se complementan mutuamente con el propósito de facilitar que la interacción de la Institución con sus públicos sea asertiva, oportuna, eficaz y transparente, en concordancia con la misión, la visión, los valores y los objetivos institucionales.

Las comunicaciones que se generen desde la Universidad tienen los siguientes objetivos:

- a. Consolidar la imagen y la identidad institucional
- b. Facilitar la comunicación entre los integrantes de la comunidad universitaria y acrecentar su sentido de pertenencia a la Institución
- c. Apoyar la mejora continua de la calidad de los procesos académicos y administrativos

## **1. Imagen institucional e identidad corporativa**

La imagen institucional de la Universidad de Ibagué es la forma como los públicos interno y externo ven, perciben, oyen e interpretan la Institución.

La reputación institucional está conformada por los atributos positivos que la comunidad reconoce en la Universidad de Ibagué, y que deben ser cuidadosamente preservados mediante la conducta institucional y las imágenes y símbolos que la Universidad proyecta al entorno. Estas imágenes y símbolos se difunden a través de mensajes, piezas publicitarias y otros medios.

La imagen institucional se preserva mediante las siguientes estrategias:

- a. Comunicación dialogante, es decir, de doble vía, que reconoce y respeta al interlocutor, y permite la retroalimentación de las ideas que se comparten.
- b. Información veraz, oportuna, permanente, inmediata, rápida y concreta
- c. Relaciones públicas asertivas
- d. Utilización de medios y procesos de comunicación eficaces de modo que proyecten el quehacer institucional a sus diferentes usuarios.

La preservación de la imagen y la reputación institucional es obligación de todos los funcionarios de la Universidad.

Las directrices sobre el uso de la imagen visual corporativa de la Universidad se encuentran consignadas en el Manual de Identidad Visual Corporativa, cuya observancia es obligatoria en todos los documentos institucionales, piezas publicitaria o promocionales, de

manera que se garantice coherencia y unidad de criterio para la utilización de la marca Universidad de Ibagué y su logo símbolo que es inmodificable.

Estas directrices buscan que la identidad visual que se proyecte sea sólida y ampliamente reconocida no sólo por la comunidad académica, sino por la sociedad en general, en los niveles regional, nacional e internacional. Una imagen sólida y representativa de la misión y del desempeño de la Universidad, constituye un valor fundamental para su reconocimiento como una Institución de Educación Superior líder, en permanente búsqueda de la excelencia académica y comprometida con el desarrollo social, cultural y económico de la región.

## **2. Comunicaciones externas**

### **2.1. Los voceros de la Universidad**

El portavoz de la Universidad es el Rector o quien él delegue como vocero ante los medios de comunicación.

Los voceros pueden ser integrantes de los consejos o funcionarios de la Universidad, que tengan las siguientes características:

- a. Tener conocimiento suficiente sobre la Universidad y el tema por tratar
- b. Tener la disponibilidad y la disposición para atender a los medios de comunicación
- c. Poseer habilidades comunicativas

La información y la opinión que suministren los voceros tienen carácter institucional.

### **2.2. Eventos**

Para la Universidad de Ibagué, todos los eventos que organiza o en los cuales participa son importantes porque en ellos se refleja la imagen de la Institución. Por esta razón, los organizadores de los eventos deberán asegurar que la planeación, programación, promoción y desarrollo de los eventos se realicen bajo rigurosos parámetros de calidad y cumplimiento.

La vocería en los eventos institucionales será asumida por el jefe o coordinador de la dependencia responsable de la organización del respectivo evento, o quien él delegue.

La Dirección de Promoción y Comunicación Institucional es responsable de las comunicaciones en los eventos que vinculan a los medios de comunicación. En los demás eventos, esta dependencia sirve de apoyo a las diferentes áreas de la Institución.

### **2.3. Medios de comunicación**

Las relaciones con los medios de comunicación revisten gran importancia para la Universidad, por cuanto son sus aliados en el fortalecimiento de la imagen institucional.

Todo mensaje emitido por la Universidad de Ibagué debe ser concordante con su misión, visión, valores y objetivos institucionales.

Comunicación Institucional es la única dependencia autorizada para emitir comunicaciones dirigidas a los medios de comunicación y a los periodistas en nombre de la Universidad.

Todo material impreso, audiovisual, radial, digital o publicitario, debe ser coordinado entre Comunicación Institucional y la dependencia que necesita generarlo.

### **3. Comunicaciones internas**

Los medios para las comunicaciones internas deben facilitar el intercambio de comunicaciones y el flujo de mensajes entre los integrantes de la comunidad universitaria; proporcionar una adecuada y oportuna información; y fortalecer la imagen institucional, el clima organizacional y el sentido de pertenencia.

La información oficial dirigida al público interno de la Institución se canalizará y emitirá sólo a través de los medios de comunicación internos reconocidos por la Universidad.

La comunicación dirigida a los públicos internos de la Universidad estará orientada a la consolidación de una comunidad universitaria cuya convivencia se basa en el diálogo y la participación y a la promoción de actividades y conductas de compromiso con la misión, visión y objetivos institucionales.

La creación de un nuevo medio de comunicación debe contar con el aval de Rectoría. La dependencia responsable debe tener un plan editorial que garantice la permanencia en el tiempo de la herramienta de comunicación.

#### **a. Carteleras**

Las carteleras son los únicos medios en los cuales está autorizado pegar y publicar avisos o afiches. Las paredes, puertas, mesas, ventanas o árboles, no están destinados para tal fin.

La información publicada en las carteleras debe ser de interés general para la comunidad universitaria. La administración de cada cartelera es responsabilidad del área a la cual ha sido adjudicada.

Comunicación Institucional es la dependencia responsable de la adjudicación, reubicación o eliminación de carteleras. El proceso contará con el acompañamiento de planta física.

No está permitida la publicación de información que, de forma implícita o explícita, incite al consumo de alcohol, cigarrillo o sustancias psicoactivas.

Los afiches o avisos que se fijen en las carteleras, y que no sean institucionales, deben llevar el visto bueno de Comunicación Institucional.

b. **Señalización**

Todos los letreros o avisos para la señalización de oficinas y espacios del campus universitario deberán acogerse a las disposiciones sobre imagen corporativa, y serán gestionados a través de la Dirección de Planeación y Comunicación Institucional.

c. **Uso de la página web**

Comunicación Institucional es la dependencia responsable de establecer las pautas a seguir para la publicación y actualización de información en el sitio web de la Universidad, buscando que esta sea clara, accesible y oportuna.

No se debe publicar contenido que pueda afectar la imagen institucional o derivar responsabilidades de tipo legal para la Institución, sus directivos, funcionarios, docentes o estudiantes.

d. **Correo electrónico**

La cuenta de correo electrónico @unibague.edu.co fue creada con el objetivo de permitir el intercambio de información institucional al interior y al exterior de la Universidad. Por ser un medio institucional, debe utilizarse exclusivamente con este fin.

e. **Correspondencia**

La correspondencia institucional interna y externa debe acogerse a lo dispuesto por el Sistema de Gestión Documental "Papiro", en el cual se han adoptado normas de gestión documental nacional e internacionales, de acuerdo con las pautas dadas por la Dirección de Planeación y Comunicación Institucional.

Los funcionarios que generen comunicaciones físicas y virtuales tienen el deber de asegurar la calidad de las mismas.

f. **Redes sociales**

Comunicación Institucional es la dependencia responsable de establecer las normas y recomendaciones para el buen uso de las redes sociales de la Universidad de Ibagué, al igual que para fomentarlas como escenarios de comunicación que complementen los otros medios de comunicación institucionales y que favorezcan la imagen corporativa.

g. **Intranet**

Comunicación Institucional es el área responsable de los lineamientos y actualización de esta plataforma digital dirigida a los colaboradores, con ella se busca tener en un solo sitio

información de interés para el empleado, contenido informativo, archivos, acceso a plataformas, servicios, boletines, entre otros, con el fin de facilitar la colaboración y la comunicación entre los funcionarios.

h. Solicitudes de servicios de comunicaciones

Los servicios de comunicaciones (productos comunicativos y de publicidad y apoyo en el desarrollo de eventos) deben ser tramitados ante Comunicación Institucional, siguiendo los procedimientos que dicha dependencia tenga establecidos.

Las solicitudes de diseño gráfico (asesoría de imagen gráfica para eventos, creación de conceptos gráficos para campañas internas y externas, y piezas gráficas) deben ser tramitadas ante Comunicación Institucional siguiendo los procedimientos que dicha dependencia tenga establecidos.

Las solicitudes de servicios de productos audiovisuales (grabaciones de piezas audiovisuales y transmisiones de eventos), deben ser tramitadas ante Comunicación Institucional siguiendo los procedimientos que dicha dependencia tenga establecidos.