

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
TÍTULO:
POLÍTICA DE COMUNICACIÓN
CODIGO: POL-ME1P.01 REVISIÓN: 00 FECHA: 08/08/2012

Objetivo:	Dar a conocer los lineamientos que rigen la forma de cómo la Universidad comunica la Información a toda la familia universitaria y entes externos.
Alcance:	Departamento de Comercialización y Ventas, a todas las áreas de la Universidad.
Procedimiento	<p>INTRODUCCIÓN</p> <p>La Universidad del Istmo requiere de una comunicación dialogal, ética y plural, que integre a la comunidad universitaria y al mismo tiempo, genere vínculos con la sociedad. Una comunicación que y promueva los acuerdos y consensos, solvente eficiente y eficazmente los problemas institucionales y de su contexto, abriendo horizontes de sentido en la perspectiva de construir una sociedad más justa y equitativa.</p> <p>Nuestra realidad institucional, caracterizada por su dinamismo y rápido crecimiento, nos invita a realizar una comunicación más dinámica, sintonizada con nuestros principales destinatarios y gestionada de manera integrada y coordinada por las instancias correspondientes, mediante el uso de medios de comunicación que los procesos tecnológicos y culturales nos proponen. En esta perspectiva, las Políticas de Comunicación, entendidas como principios, orientaciones de comportamiento y cursos de acción de los sujetos, contribuirán a que nos comuniquemos más y de mejor manera, para así optimizar nuestros procesos institucionales alcanzando los propósitos como comunidad universitaria.</p> <p>POLITICAS DE COMUNICACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none">1. Las Políticas de Comunicación apoyan y promueven todas las acciones comunicativas internas y externas de la Universidad del Istmo.2. La organización y procesos de comunicación estarán en concordancia con la Misión y Visión institucional, el proyecto orgánico y a las funciones propias de la Universidad.3. Los sujetos de estas políticas son: estudiantes, docentes, administrativos, personal de servicio y autoridades.4. Los servicios de comunicación serán de índole:<ul style="list-style-type: none">• Informativa: a través de actividades que buscan difundir información.• Propositiva: a través de la innovación de productos, procesos y contenidos comunicacionales.• De integración: a través de actividades de comunicación interna y externa orientados a cohesionar la comunidad universitaria.• De conocimiento: orientado a poner en común saberes, procesos, interpretaciones y explicaciones sobre los diferentes fenómenos de la realidad.• Promocional: de los bienes, productos y servicios de la institución.

• Formativa: a través de iniciativas direccionadas a la comunidad universitaria y la sociedad.

5. La comunicación institucional se regirá por principios de veracidad, transparencia, responsabilidad, democracia, ética, libertad, equidad, participación e interculturalidad.

6. La información que genera la Universidad debe ser fiable, es decir acorde con la realidad.

7. Debe sustentar el crecimiento institucional y personal a través de acciones que transparenten intereses, procesos y resultados en todos los campos.

8. La responsabilidad comunicacional está garantizada por quienes son fuente de información y el uso de los canales y medios oportunos para la difusión que debe ser entendida en una doble dimensión:

• La primera a quienes generan la información y son los primeros responsables; ésta debe estar orientada a preservar la honra y la integridad de las personas e instituciones.

• La segunda implica que todos somos responsables de hacer la comunicación en la Universidad utilizando los canales y medios disponibles. Esta implica que todos somos corresponsables de la misma (responsabilidades compartidas).

9. La comunicación se constituye en una práctica democrática e incluyente, que busca fortalecer las interrelaciones entre sujetos e instancias para optimizar la gestión universitaria.

10. La comunicación en la Universidad se orienta al desarrollo de las capacidades, la promoción de una sociedad equitativa, intercultural, solidaria.

11. Construir y mantener un ambiente universitario que garantice el derecho de expresarse libremente sobre la vida institucional y social, respetando la identidad y políticas institucionales.

12. La institución promueve la participación de estudiantes, docentes, administrativos y autoridades en los procesos comunicacionales.

13. La comunicación que se haga en la Universidad promoverá el respeto a la diversidad, la valoración de los saberes y culturas originarias y el establecimiento de diálogos de saberes en igualdad de condiciones con el propósito de fortalecer el desarrollo de los grupos culturales.

14. La comunicación promoverá la formación de redes de diálogo para poner en común problemas, buscar soluciones compartidas y horizontes de sentido que permitan que la universidad camine en su misión y visión.

15. La comunicación tiene como finalidad:

- Organizar flujos de información y procedimientos comunicacionales al interior de la institución y en su relación con el entorno.
- Mantener y fortalecer en forma sinérgica las relaciones en forma de redes universitarias y con las demás universidades e instituciones.
- Facilitar las relaciones con instituciones académicas, culturales, científicas, sociales y de investigación, en los ámbitos nacionales e internacionales.
- Organizar redes de diálogo e información en las diferentes instancias para poner en común problemas y buscar soluciones.
- Colaborar las relaciones entre los miembros de la comunidad universitaria y favorecer la construcción de ambientes académicos saludables, al estilo salesiano.
- Promover, difundir y fortalecer la identidad e imagen institucional de la universidad.
- Garantizar que la información y comunicación institucional sea oportuna, eficiente y transparente.
- Optimizar la eficiencia y la eficacia de los productos y servicios comunicacionales, a través de un sistema adecuado de comunicación.

16. Para la comunicación Interna fortalecerá la interacción, participación, coordinación, conocimiento e integración de la comunidad universitaria para lograr nuestros propósitos de manera eficiente y debe:

- Construir un sistema de comunicación interna y externa, sustentado en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación.
- Asegurar una sinergia operativa entre las diferentes instancias de la institución, promoviendo prácticas efectivas de retroalimentación.
- Fortalecer una cultura de comunicación con responsabilidades compartidas.

17. La comunicación externa promoverá la identidad de la Universidad de Istmo e informar y poner en común los conocimientos que se producen y las actividades más relevantes de manera veraz y transparente con la intención de:

- Fortalecer una cultura de comunicación con responsabilidades compartidas.
- Generar información dirigida hacia los medios de comunicación, cuya intención será de comunicar a la sociedad sobre actividades y conocimientos desarrollados por la Universidad que sean relevantes para el desarrollo del país.

18. La comunicación Interinstitucional Tiene como tarea principal fortalecer las relaciones personalizadas con todos los organismos e instituciones afines con el objeto de intercambiar experiencias, ideas, conocimientos académicos, científicos y de investigación para:

- Satisfacer las demandas de comunicación de las diferentes instituciones con las cuales interactúa la universidad.

19. El entorno visual busca gestionar la comunicación interna y externa en ambientes virtuales con unidad de criterio, de manera desconcentrada y coherente con los principios y filosofía de la Universidad, además de promover el uso de redes sociales en la Universidad con el propósito de favorecer una

comunicación más interactiva entre los actores de la comunidad universitaria, a través de:

- Administrar el Portal WEB.
- Administración de redes sociales de la Universidad (facebook, twitter y youtube)
- Facilitar el acceso desde el portal Web de la Universidad a otros portales, siempre y cuando se ajusten a los propósitos institucionales y que tengan las siguientes finalidades: portales para el aprendizaje, repositorios de documentos de interés institucional y recursos de interés universitario.
- Mantener e innovar los servicios que ofrece el Portal Web de la Universidad.
- La línea editorial del portal se orienta a comunicar las actividades y procesos trascendentes de la vida académica y universitaria de una manera clara, precisa, creativa, coherente y ética.

Definiciones

Comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra.

Anexo	
Historial de Modificaciones	
Áreas Consultadas	DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN, COMPRAS Y SERVICIOS GENERALES.
Autorizado por	Vo. Rector Vo. Vicerrector Administrativo y Financiero Vo. Director de Área Preparado por: Ing. Zunnie Peregrina