



---

---

**UNIVERSIDAD DEL VALLE**

**CONSEJO SUPERIOR**

**ACUERDO No. 003**

Febrero 10 de 2010

“Por la cual se adoptan las Políticas y Estrategias de Información y Comunicación para la Universidad del Valle”

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE,**  
en uso de sus atribuciones y,

**C O N S I D E R A N D O:**

1. Que la Universidad del Valle requiere contar con Políticas y Estrategias de Información y Comunicación que contribuyan al buen logro de su Misión y a la construcción de una cultura institucional acorde con su naturaleza académica y pública;
2. Que la comunicación en la Universidad del Valle se debe articular al quehacer de ésta, aportando de manera permanente al logro de la misión y los objetivos institucionales;
3. Que los medios de la Universidad del Valle deben someter su planificación, programación y gestión, a la órbita de las políticas y estrategias de Información y Comunicación de la Institución, y a las directrices que sobre su desempeño indiquen las instancias de dirección colegiada que orientan el quehacer de la entidad;
4. Que los medios externos de la Universidad deben cumplir una función de construcción cultural, informativa y de enlace de la Universidad con el conjunto de la sociedad, en función de la construcción de lo público y de la relación de la Institución con la sociedad.

5. Que la Universidad del Valle, además de la producción de publicaciones científicas, debe trabajar con vigor en el desarrollo de más estrategias y mecanismos para la amplia difusión del conocimiento producido por su comunidad académica, para su aprovechamiento colectivo.
6. Que en el Plan de Acciones e Inversiones 2008 - 2011, en el Asunto Estratégico 2. Vinculación con el Entorno, en la estrategia número dos Efectividad de las Relaciones Interinstitucionales dentro del proyecto estratégico denominado *“Formulación y aplicación de una política institucional de comunicación pública que considere el fortalecimiento de la estructura de comunicaciones y medios de la Universidad y el establecimiento de estrategias para mejorar la imagen institucional”*, se definió como Acción el Fortalecimiento de la Oficina de Comunicaciones y el indicador de conformación de un Comité de Comunicaciones, así como el establecimiento de la Política y Estrategias de Comunicación.
7. Que dichas Políticas y Estrategias de Información y Comunicación son una herramienta conceptual y metodológica que define los flujos requeridos para la operación (Comunicación Organizacional) y los mecanismos eficientes de divulgación de la Información Institucional (Comunicación Informativa), en seguimiento con lo establecido en el Plan para la Implantación del MECI en la Universidad el cual es parte integral del Sistema de Gestión Integral de Calidad – GICUV -.
8. Que el Consejo Superior delegó en la Rectoría el desarrollo de las políticas relacionadas con el GICUV, para lo cual en este caso se solicitó a un grupo de expertos en comunicaciones, pertenecientes a la comunidad universitaria, que elaboraran un documento, para cuya producción se consultó distintas instancias y estamentos universitarios, el cual sirvió de base para la elaboración de la presente resolución, que la Rectoría, dado el carácter general del tema, ha considerado conveniente sea recomendada por el Consejo Académico para ser aprobada por el Consejo Superior

**RESUELVE:**

**ARTICULO 1°.**

**Políticas generales.** En la Universidad del Valle, los procesos de Información y Comunicación se orientarán a:

- El fortalecimiento de los procesos de formación, investigación y proyección social de la Universidad.
- La defensa de lo público y de los procesos democráticos, basados en la equidad y la dignidad.
- La construcción de condiciones para la convivencia, el respeto a la diversidad y la pluralidad de culturas, pensamientos y cátedra.
- La generación de condiciones para la construcción de consensos.
- El logro de una constante y fluida aproximación y diálogo de la Universidad con sus contextos interno y externo.
- La circulación de información como insumo para la oportuna toma de decisiones.
- Estimular la divulgación de los desarrollos y procesos de investigación, formación y proyección social, dentro y fuera de la Universidad.
- Propiciar el sentido de identidad y pertenencia a la Universidad.
- Fortalecimiento de la imagen de la Universidad.

**ARTICULO 2°**

**Estrategias generales.** El desarrollo de las políticas generales, así como de las específicas que se presentan más adelante, compromete a todas las instancias de la Universidad, las que deben cumplir a este respecto el papel de coordinación, articulación y animación de las mismas, además de la ejecución de varias de las actividades y programas propios de éstas. Las siguientes son estrategias generales:

- La orientación general de las anteriores políticas, la realizará el Consejo Académico a través de los mecanismos que dicho Consejo establezca. El Consejo constituirá un Comité de Comunicaciones de entre sus integrantes, para orientar esta política.

- Las distintas instancias que integran la Universidad y que cumplen funciones específicas en el campo de la Información y la Comunicación, cumplirán dos tipos de actividades, las cuales deben estar soportadas en programas y planes de acción:
  - Programas y actividades propias: programas, proyectos y actividades bajo la entera responsabilidad de las Oficinas de Comunicación correspondientes, que se corresponden con sus planes y programas de trabajo, y que son ejecutados con recursos de las mismas.
  - Programas y actividades de interés general: se acuerdan, planifican y realizan con el apoyo del nivel central de la Universidad, y el apoyo técnico y operativo de las oficinas de comunicación central y de las dependencias de la Universidad
- La oficina de Comunicación y prensa de la Universidad, trabajará de manera articulada con la Dirección de Extensión y educación continua, en función de fortalecer el componente de proyección social de la Universidad.

### **ARTICULO 3°**

#### **Estrategias específicas:**

##### a. Formación e Investigación

Propiciar la reflexión sobre las perspectivas, tecnologías y avances de la Comunicación y la Información en los procesos formativos y de investigación en escenarios y debates académicos nacionales e internacionales, en los que tome parte la Universidad, a través de las siguientes estrategias:

- Diseñar y ofrecer espacios de debate abiertos a la comunidad universitaria, sobre la relación entre la comunicación y los procesos formativos, y la comunicación y los procesos de investigación.
- Diseñar y ofrecer, a los estudiantes y docentes de la Universidad, opciones formativas sobre la temática de Comunicación, con referencia a su campo disciplinar y a las relaciones docente-estudiantes en el proceso formativo

- Diseñar y ofrecer a los docentes y estudiantes de postgrado espacios de debate y reflexión sobre avances y líneas de investigación propias de la relación comunicación y sus correspondientes campos de formación e investigación.
- Diseño y ofrecimiento de espacios para el intercambio y debate conjunto entre docentes y estudiantes, tanto de la Universidad del Valle como con otras universidades, alrededor de temas propios de la relación entre la comunicación y los procesos de formación y de investigación.
- Vincular los medios de información internos y los medios masivos de información de la Universidad, para que mediante estrategias articuladas y conjuntas, brinden apoyo a estos procesos.

b. Movilización Social

Propiciar en la Universidad la divulgación y el intercambio de ideas acerca de temas de orden local, regional, nacional e internacional, relacionados con el bienestar integral de las comunidades y de la sociedad en su conjunto, a través de las siguientes estrategias:

- Apoyo de los medios internos y de los medios masivos de comunicación de la Institución, a la libre exposición e intercambio de ideas sobre temas de impacto político o técnico en el bienestar integral de la sociedad en su conjunto.
- Incluir en la estrategia editorial de la Universidad, una línea editorial que posibilite la divulgación impresa de materiales que expresen puntos de vista de los integrantes de la Institución, sobre temas de impacto político o técnico relacionados con el bienestar integral de la sociedad en su conjunto.
- Promover mediante foros, talleres y otro tipo de eventos académicos abiertos, la divulgación y debate de temáticas clave, propias del bienestar integral de la sociedad en su conjunto, en las agendas de trabajo y reflexión de las diferentes instancias políticas, legislativas, gubernamentales y de opinión.
- Promover y dar visibilidad en escenarios centrales del Municipio, el Departamento, la Región y el País, a los puntos de vista de la comunidad universitaria de la Institución, de la sociedad en su

conjunto, mediante estrategias que involucren, de manera articulada los medios internos y los medios masivos de información de la Universidad.

- Propiciar la presencia permanente de la Universidad en espacios y medios de opinión públicos como prensa, radio, televisión, eventos académicos y técnico-políticos, sobre temáticas relacionadas con el bienestar integral de la sociedad.

c. Información para la toma de decisiones

Disponer de una oportuna y ágil documentación y sistematización de procesos de interés para la Universidad y posibilitar a los públicos externos a la Universidad, el acceso a información generada en la Institución y de utilidad para la toma de las decisiones que les son pertinentes, a través de las siguientes estrategias:

- Realizar una oportuna divulgación de la información en las instancias de la Universidad, encargadas de tomar decisiones.
- Propiciar espacios y mecanismos diversos para la amplia y permanente divulgación y circulación de información en la Universidad, para facilitar sus procesos de toma de decisión, vinculando para ello los medios internos y los medios masivos de comunicación; así como estrategias, medios y mecanismos que se correspondan con las dinámicas y cultura de cada instancia y de cada estamento universitario.
- Desarrollar, en las unidades académicas, en coordinación con el Programa Editorial de la Universidad, estrategias encaminadas a divulgar internamente los resultados de la investigación y documentación o de la sistematización de procesos propios de ésta o que siendo externos, sean de su interés
- Diseminar y dirigir a públicos específicos clave, de manera oportuna y mediante la utilización de distintos medios de información –masivos y directos-, los resultados de investigaciones y estudios sobre aspectos relevantes para el bienestar integral de las comunidades y del conjunto de la sociedad, como insumo para que legisladores, gobernantes, ejecutivos, directivos, tomen decisiones oportunas.

- Diseñar y ejecutar estrategias para promocionar y posicionar positivamente los puntos de vista de la institución, acerca de asuntos relacionados con el bienestar integral de la sociedad en su conjunto

d. Imagen e identidad institucional

Promover y estimular en los miembros de la comunidad universitaria el sentido de pertenencia a la Universidad del Valle; y promover y divulgar de manera activa y permanente entre los integrantes de la Universidad, la imagen institucional, sus principios, valores, fortalezas, proyecciones y planes a través de las siguientes estrategias:

- Propiciar y estimular la participación de los integrantes de la Universidad en eventos de tipo académico y social en los que se enaltezca el nombre, historia y logros de la Institución y sus integrantes.
- Reconocer públicamente a los integrantes de la Universidad por su desempeño destacado en el cumplimiento de sus labores, así como en su proyección personal y profesional.
- Diseñar y desarrollar mecanismos de información y comunicación que posibiliten la participación y amplia información de los integrantes de la Universidad, sobre las decisiones, perspectivas y proyecciones de la misma.
- Promover el uso uniforme y regulado de los símbolos institucionales en papelería y materiales de uso administrativo, académico y protocolario.
- Diseñar, divulgar y aplicar un Manual de Protocolo de la Universidad.
- Desarrollar, de manera permanente, mecanismos de aproximación y relación de la Universidad, con sus contextos externos.
- Diseñar y desarrollar productos y mecanismos que le posibiliten a la Universidad un contacto permanente y de doble vía con los públicos que integran el municipio, la región, el país, y con los gremios y sociedades científicas de los sectores correspondientes con las disciplinas y campos de aplicación de sus ofertas académicas, tecnológicas e investigativas.

- Establecer y mantener activas de manera permanente relaciones con los medios de comunicación local, regional, nacional e internacional.
- Identificar y establecer relaciones activas y permanentes con líderes de opinión, líderes políticos y líderes sectoriales de la región y el país, mediante el desarrollo de mecanismos que vinculen los medios masivos de información de la Universidad, las oficinas de comunicación de las dependencias, así como mediante la participación en eventos académicos, técnicos y políticos de la región y el país.
- Actualizar de manera permanente y ofrecer a través de diferentes mecanismos, en la ciudad, el departamento y el país, el portafolio de servicios y productos de la Universidad.

**ARTICULO 4° VIGENCIA.** El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición.

### **COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE**

Dado en Santiago de Cali, en el Salón de Reuniones del Club de Ejecutivos, a los 10 días de febrero del año 2010.

El Presidente,

**ALEJANDRO LARREAMENDY JOERNS**  
Representante del Presidente  
de la República

**OSCAR LÓPEZ PULECIO**  
Secretario General