
 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	<b>MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES</b>	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: <b>Direccionamiento Estratégico</b>	Versión: 01	
	Proceso: <b>Gestión Integrada</b>	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	





**UNIVERSIDAD DISTRITAL  
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**

**MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES**



**RECTORÍA**

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

## 1. OBJETIVO GENERAL



Establecer los conceptos generales del Sistema Integrado de Comunicaciones para la armonización, articulación e integración de facultades, centros, institutos, sedes y unidades académicas y administrativas, con los medios, canales y herramientas de comunicación institucional, que garanticen la adecuada visibilidad de la Universidad en términos de información e imagen institucional.

### 1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar y organizar el portafolio de servicios de comunicación institucional de la Universidad para ampliar y fortalecer su alcance de cara a la comunidad universitaria.
- Organizar y potencializar la circulación de contenidos de calidad desde las Facultades, Centros, Institutos y otras unidades académicas y administrativas para promover el reconocimiento local, nacional y global de la Universidad.
- Dinamizar la interacción con los grupos de interés para aumentar la participación de la comunidad universitaria y los ciudadanos mediante procesos de comunicación eficientes.
- Fortalecer la comunicación organizacional o interna para incidir en la apropiación de la misión y visión institucional y en la promoción de los valores con la comunidad universitaria.
- Orientar los planes, los productos y las demás iniciativas del Sistema Integrado de Comunicaciones a la normativa vigente para entidades públicas e Instituciones de Educación Superior, en materia de divulgación, publicidad y acceso a la información.

## 2. ALCANCE.

Inicia con la identificación de los medios, canales y herramientas de comunicación institucional, aborda el marco legal y establece los criterios de comunicación y de contenidos generales para ser aplicados por los responsables de las actividades de comunicación en las unidades académicas y administrativas de la Universidad.



	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

### 3. MARCO NORMATIVO

- **Artículo 15 de la Constitución Política de Colombia, Capítulo 1**, de los Derechos Fundamentales, establece que: "...todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas".
- **Ley 30 de 1992** en su Capítulo II, Artículo 6, literal b) señala como objetivo trabajar por la creación, el desarrollo y la transmisión del conocimiento en todas sus formas y expresiones y promover su utilización en todos los campos para solucionar las necesidades del país.
- **Ley 1712 del 2014** por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y se regula el derecho de acceso a la información pública nacional y se establecen los principios y procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.
- **Decreto Nacional 2573 de 2014** por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamentan parcialmente las Leyes 1341 de 2009 y 1450 de 2011, y se dictan otras disposiciones.
- **Ley 1437 de 2011** por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.
- **Acuerdo CSU 003 de 1997, Artículo 32, capítulo IV, del Estatuto General de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas**, se promoverá la participación de los proyectos en la construcción y mantenimiento de la imagen institucional, a la información a la comunidad externa e interna de todas las actuaciones de la institución, al establecimiento de identidad e identificación de las acciones de la Universidad a través de logos y formas simbólicas.
- **Plan Anticorrupción** de la Universidad Distrital vigencia 2017 "*Hacia la Transparencia Institucional*".



### 4. POLÍTICAS DE OPERACIÓN

- Desde la Rectoría se realizarán las gestiones necesarias para adecuar y preparar a la Universidad en la integración y armonización de las actividades de comunicación

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

con los responsables de facultades, centros e institutos, para asegurar objetivos comunes de comunicación, la unidad de criterios e imagen institucional.

- El Comité de Comunicaciones será la instancia que emanará las líneas editoriales y avalará los planes, proyectos y programas relacionados a la comunicación en la Universidad. Por tanto, los integrantes desde sus roles impulsarán y acompañarán de manera permanente el adecuado funcionamiento del Sistema Integrado de Comunicaciones y de la Política de Comunicaciones que lo rige.
- Desde la Rectoría de la Universidad se velará en todo momento por asegurar la capacitación e integración permanente de los delegados y equipos de comunicación en torno a planes y políticas para la coordinación efectiva de las actividades.
- La Universidad garantizará la realización desde el Sistema Integrado de Comunicaciones de campañas institucionales, eventos de promoción académica y de servicios.
- Los equipos o delegados de comunicación de facultades, centros e institutos y otras unidades administrativas, en articulación con los medios, canales y herramientas de comunicación, garantizarán la adecuada operación del Sistema Integrado de Comunicaciones y asegurarán el correcto desarrollo de las políticas y planes de comunicación siempre construidos en coherencia con los Planes Estratégicos de Desarrollo de la Universidad.
- Los delegados y equipos de comunicación desde las Facultades, Centros, Institutos y otras unidades administrativas, son los responsables de la gestión de la información misional, institucional y pública de acuerdo con su rol, además de la coordinación en sitio de los reporteros estudiantiles quienes apoyarán la gestión de contenidos desde los proyectos curriculares.
- Los reporteros estudiantiles serán convocados ampliamente por todos los medios y canales de comunicación de la Universidad, de forma pública y visible, asignados a las Facultades como monitores de acuerdo con el número de proyectos curriculares a atender. Deberán contar con un buen promedio y desarrollar sus actividades de comunicación con objetividad y responsabilidad para apoyar la producción de los contenidos de calidad en sus facultades en la modalidad de monitores.
- La Universidad velará en todo momento por contratar perfiles para el desarrollo de las actividades de comunicación de profesionales en comunicación social y periodismo, además de otras áreas del conocimiento afines propias de este campo.
- Los delegados de comunicación desde las Facultades garantizarán la interacción diaria con las fuentes primarias de la información para la óptima ejecución de las



	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

actividades y la vinculación permanente de los estudiantes, docentes y administrativos en los procesos de comunicación.



- La Universidad velará en todo momento por el fortalecimiento, accesibilidad e innovación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación – TIC – para ampliar el alcance y la interacción de la Universidad con todos sus grupos de interés.

## 5. CUADRO DE RESPONSABILIDADES PORTAL WEB INSTITUCIONAL

No.	Contenido	Periodicidad	Generador contenido	Administrador de contenido	Publicador	Medio, canal y herramienta
<b>CONTENIDOS ESTÁTICOS</b>						
1	Principales datos de la página oficial (misión, visión, datos de contacto, equipo de trabajo, directorio y otros datos generales) y las subpáginas institucionales. Cada delegado velará para que en el portal web a su cargo se realice la actualización de la información y la publicación de la imagen y hoja de vida de la función pública de directivo a cargo.	Cada vez que se requiera actualización de datos generales. Inmediato luego de realizada la solicitud.	Delegado de las Facultades, Centros, Institutos y unidades administrativas.	Equipo web Red de Datos UDNET	Administrador web de la Facultad, Centro, Instituto o unidad administrativa que cuente con este perfil. En caso contrario, la actividad está a cargo del generador de contenido.	Portal web Institucional  Carteleras institucionales
<b>NORMATIVA (CONVENIOS, DOCUMENTOS INSTITUCIONALES)</b>						
2	Convenios	Cada vez que se suscriban	Responsable de gestionar el convenio	Administrador de contenido	Delegado CERI	Portal web institucional  Sitio de convenios CERI

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	



3	Documentos institucionales, políticas, resoluciones y otra normativa	Cada vez que se expida	CSU Órganos de dirección.	Equipo web – Red de Datos UDNET  Secretaría General	Secretaría General	Portal web institucional  Sistema de información Secretaria General
4	Informes de gestión	Trimestral, semestral y anual	Unidades académicas y administrativas	Equipo web – Red de Datos UDNET	Unidades académicas y administrativas	Portal web institucional
<b>TRÁMITES Y SERVICIOS</b>						
4	Convocatorias	Cada vez que se abran	CERI CIDC  Oficina de Atención al Ciudadano  Facultades  Centros Institutos	Equipo web – Red de Datos UDNET	Desde la unidad donde se genere o se conozca la convocatoria	Portal web institucional sitio Convocatorias
<b>NOTICIAS Y DATOS DE ACTUALIDAD</b>						
5	Noticias y temas de actualidad que correspondan a las funciones misionales de la Universidad	Permanente	Gestores de contenido /Reporteros estudiantiles	Rectoría	Desde la unidad donde se genere el contenido	Portal web institucional - Agencia de Noticias UD – Redes sociales y boletines
<b>REDES SOCIALES Y CANALES INSTITUCIONALES</b>						
6	Redes sociales	Permanente	Gestores de contenidos	Rectoría  Equipo web – Red de Datos UDNET	Administradores de contenido publican directamente en las redes a su cargo y vinculan a @udistrital @laudEstereo	
<b>CONDOLENCIAS</b>						

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

7	Condolencias	Cuando sea requerida	Unidades académicas y administrativas	Unidades académicas y administrativas	Las condolencias serán enviadas y divulgadas mediante correo interno por listas segmentadas (Facultades, docentes, estudiantes, administrativos).
<b>OPINIÓN</b>					
8	Columnas, editoriales y opiniones de integrantes de la comunidad universitaria	Cuando sea solicitado	Integrantes comunidad universitaria	Rectoría Equipo web – Red de Datos UDNET	Las opiniones de los integrantes de la comunidad universitaria serán publicadas en el micro sitio Comunidad de acuerdo con su categoría (docentes, estudiantes y administrativos) y mediante la lista masiva de opinión creada para tal fin.
<b>FECHAS CÉLEBRES</b>					
9	Fechas nacionales célebres	Según cronograma	Facultades Centros Institutos Unidades	Rectoría Equipo web – Red de Datos UDNET	Las fechas nacionales como el día del servidor público, del maestro, del ingeniero, entre otras, serán publicadas en el portal web principal. Mientras que para las fechas de carácter interno como el día de la secretaria, de la madre, del padre, serán publicadas en las categorías dispuestas de acuerdo con su tipología (docentes, estudiantes, administrativos). Para la celebración o anuncios de las fechas de los proyectos curriculares serán publicadas en la sección Egresados y en las facultades respectivamente.

## 6. PROCEDIMIENTOS ARTICULADORES DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIÓN

Se han definido tres grandes procedimientos con los que iniciará el funcionamiento del Sistema Integrado de Comunicaciones y que involucra a las Facultades, Centros, Institutos y unidades administrativas con los medios, canales y herramientas de comunicación

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

institucional, integración que se realiza con base en un trabajo colaborativo y solidario y que será medido de forma semestral para su mejoramiento continuo.

Son estos la gestión de contenidos de calidad, gestión de eventos y gestión de campañas institucionales, en donde se agrupan las diferentes actividades que permitirán mejorar la prestación del servicio de comunicación e información.



### 6.1. DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO GESTIÓN DE CONTENIDOS

No.	Actividad	Responsable	Registro
1	Atender los requerimientos y gestionar contenidos de calidad desde facultades, centros, institutos y demás unidades que lo requieran con sus fuentes de información específicas (docentes, estudiantes destacados, semilleros y grupos de investigación, administrativos)	Delegados de comunicación – reporteros estudiantiles  Coordinador y Administrador de contenidos de la Rectoría  Equipo web de la Red de Datos UDNET	Contenidos publicados en la Agencia de Noticias UD ubicada en el portal principal de la Universidad <a href="http://www.udistrital.edu.co">www.udistrital.edu.co</a> y distribuidos sistemáticamente en las redes sociales oficiales y en los boletines informativos institucionales.
2	Atender los requerimientos y gestionar contenidos de calidad desde facultades, centros, institutos y demás unidades que lo requieran con sus fuentes de información específicas (docentes, estudiantes destacados, semilleros y grupos de investigación, administrativos)	Delegados de comunicación de – reporteros estudiantiles de las unidades académicas y administrativas	Contenidos e información (circulares, oficios, informes, normativa) publicada de acuerdo con su naturaleza en:  a. Periódico Institucional UDebate. b. Boletín Informativo c. Emisora LAUD 90.4 FM d. Cartelera institucionales e. Sistema de televisores f. Foro Abierto CSU



### 6.2. DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO GESTIÓN DE EVENTOS. EN CONSTRUCCIÓN

No.	Actividad	Responsable	Registro
1	Solicitar anualmente el listado de los eventos más representativos realizados desde las Facultades, Centros, Institutos y	Comité de Comunicaciones	Plan anual de eventos con su respectivo plan de medios



	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

	<p>unidades administrativas, tanto de carácter externo como interno, para realizar la consolidación del plan anual de eventos de la Universidad, cronograma que debe comprender objetivos académicos e institucionales, público objetivo, espacios, características y presupuesto.</p>	<p>Rectoría o unidad que se cree para tal fin.</p> <p>A su vez las Facultades bajan la solicitud a los proyectos curriculares</p> <p>Centros, Institutos y unidades administrativas reportan</p>	
2	<p>Divulgar oportunamente los eventos a realizar mediante los medios, canales y herramientas de comunicación institucional</p>	<p>Unidades académicas y administrativas</p> <p>Medios, canales y herramientas de comunicación institucional.</p>	<p>Eventos divulgados con oportunidad en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal web institucional- sección Eventos a través del usuario y contraseña asignada.</li> <li>• Creación de evento en Facebook y las demás Redes sociales oficiales.</li> <li>• Afiches en carteleras institucionales.</li> <li>• Canales y herramientas TIC para divulgación interna y externa</li> <li>• Telemercadeo directo por la unidad organizadora con las partes interesadas.</li> <li>• Plan de medios</li> </ul>
3	<p>Organizar la logística y definir el protocolo del evento</p>	<p>Unidades académicas y administrativas</p>	<p>Ver protocolo de eventos.</p>
5	<p>Evaluar el plan anual de eventos</p>	<p>Comité de Comunicaciones</p>	<p>Evaluación del plan anual de eventos de acuerdo con los siguientes indicadores:</p> <p>Número de eventos realizados / número de eventos planeados</p> <p>Número total de asistentes /número de asistentes proyectado</p> <p>Número de impactos en prensa logrados</p> <p>Encuesta de satisfacción aplicada a los asistentes.</p>

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	



### 6.3. DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO GESTIÓN DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

No.	Actividad	Responsable	Registro
1	Definir anualmente de acuerdo con las necesidades las campañas institucionales a realizar	Comité de Comunicaciones – se debe apoyar en el comité de convivencia y de ética y buen gobierno.	Calendario anual de campañas institucionales
2	Establecer estrategia de comunicación para campañas institucionales	Comité de Comunicaciones  Rectoría o unidad que se cree para tal fin	Estrategia de comunicación de la campaña
3	Ejecutar estrategias de comunicación de las campañas institucionales planeadas	Sistema Integrado de Comunicaciones	Campañas desarrolladas de acuerdo con el cronograma y divulgadas mediante los medios, canales y herramientas de comunicación institucional definidas en la estrategia.
4	Medición e impacto	Comité de Comunicaciones	Evaluación del impacto de la campaña de acuerdo con sus objetivos para el mejoramiento continuo.

### 7. PRODUCTOS, METAS E INDICADORES DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIÓN

Los delegados de comunicación por cada Facultad, Centro, Instituto o unidad académica y administrativa tendrán la responsabilidad de enviar la información correspondiente de acuerdo con su alcance para:



- a. La **elaboración del periódico institucional UDebate** que tendrá repartición con un periódico de distribución nacional dos veces en el año (abril – agosto) en la ciudad de Bogotá con 10 mil ejemplares y 5 mil para la comunidad universitaria, y

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

en la que cada facultad, centro, instituto y unidades académicas y administrativas aportarán en su construcción.

- b. La **elaboración del Boletín Informativo de la Universidad** que contará con una línea gráfica definida y unificada que permita la recordación y la apropiación, un tema principal definido de acuerdo con la imagen institucional.
- c. La **divulgación de contenidos de calidad y la actualidad universitaria** mediante la Agencia de Noticias de la Universidad Distrital alojada en el Portal Web Institucional, en la Emisora de la Universidad LAUD 90.4 FM y de acuerdo con la especialidad del tema, si tiene relación con el máximo órgano de dirección, en el Foro Abierto CSU. Además los contenidos se replicarán por las redes sociales institucionales.
- d. Las **carteleras institucionales** (televisores y físicas) ubicadas en cada Facultad, Centro, Instituto y sede, para lo cual cada responsable de comunicación tendrá a su cargo la actualización permanente de los contenidos, campañas e información (normativa y circulares) en coherencia con los circulados por los demás medios, canales y herramientas de comunicación institucional.
- e. Las **campañas institucionales** serán el resultado de un trabajo conjunto y articulado en todas las unidades académicas y administrativas de la Universidad con el fin de dar un mayor alcance.
- f. Los **eventos institucionales** que contarán con un cronograma anual de eventos unificado y en el marco de un protocolo de eventos establecido para fortalecer los procesos de convocatoria, logística, imagen institucional y asistencia de las actividades organizadas por la Universidad.

PRODUCTO	META	INDICADOR
Periódico UDebate	Distribuir dos veces en el año 30 mil ejemplares (15 mil por cada salida) del periódico institucional UDebate con un periódico de circulación nacional y garantizar su distribución a la comunidad universitaria.	# de salidas de periódico proyectadas / # de salidas de periódico planeadas en el año Medición: semestral
Boletín informativo	Divulgar a los públicos internos y externos un boletín quincenal que integre e incluya la información producida por la Universidad y que visibilice los avances y resultados de las funciones misionales universitarias	# de boletines realizados / # de boletines programados Medición: trimestral



	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

Contenidos de calidad (noticias) y/o información pública	Gestionar contenidos de calidad desde cada Facultad, Centro, Instituto, sede y unidades académicas y administrativas mediante el Sistema Integrado de Comunicaciones	# de notas gestionadas / # de notas proyectadas *24 semestre (una semanal) Medición semestral
Portales web	Aumentar en un 5% semestral el número de visitantes nacionales e internacionales en el Portal Web Institucional y en 3% en las subpáginas de la Universidad.	# De visitas registradas / # de visitas proyectadas de acuerdo con la línea base. Medición: semestral
Redes sociales institucionales	Alcanzar semestralmente un aumento del 3% en el número de seguidores en las redes sociales institucionales	# de seguidores conseguidos / # de seguidores reportados Medición: semestral
Carteleras Institucionales	Mantener la actualización permanente de la información y los contenidos en las carteleras institucionales en facultades, centros, institutos y sedes	# de publicaciones realizadas / # de publicaciones proyectadas Medición semestral
Campañas institucionales	Implementar campañas de alto alcance que promuevan la misión, los valores, los objetivos y los principios institucionales y generen valor a la Universidad y apropiación por parte de la comunidad universitaria.	# de campañas ejecutadas / # de campañas planeadas Medición semestral
Eventos institucionales	Ejecutar los eventos institucionales planeados en el Cronograma Anual de Eventos de la Universidad.	# De eventos realizados / # de eventos planeados. Medición semestral

## 8. MEDIOS, CANALES Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL UTILIZADOS POR EL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES

### I. Emisora Laud 90.4 F.M.

La emisora universitaria de la Universidad Distrital LAUD 90.4 FM difunde la cultura, la ciencia y la tecnología en Bogotá, a través de una programación orientada hacia el interés público, haciendo énfasis estratégico en la música latinoamericana como identificación, distinción y diferenciación de la Emisora. Es el medio oficial por el que la Universidad comunica su actualidad y funciones misionales a través del dial 90.4 FM, el portal informativo y las redes sociales de la emisora. LAUD 90.4 FM a su vez cuenta con los siguientes servicios:

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

- a. Página web y redes sociales
- b. Visitas guiadas a colegios, universidades y comunidades.
- c. Servicios de producción radiofónica
- d. Convenios

## II. Foro Abierto CSU

El Foro Abierto CSU de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, como medio de comunicación y divulgación del Consejo Superior Universitario, divulga y publica la información producida desde el máximo órgano de gobierno como comunicados, circulares, resoluciones y proyectos de acuerdo en su etapa de socialización y publicación. Divulga también por este canal y las redes sociales las columnas de opinión, blogs, informes y perfiles de los integrantes del CSU. A su vez cuentan con los siguientes servicios:

- a. Boletín y video informativo
- b. Programa radial Punto de Vista
- c. Portal web forocsu.distrital.edu.co

## III. Agencia de Noticias UD

Alojada en el Portal Web Institucional para la divulgación de los contenidos de calidad que se produzcan desde las unidades académicas y administrativas de la Universidad. De allí se emanan los boletines informativos y se distribuye sistemáticamente a las redes sociales institucionales.

## IV. Periódico Institucional UDebate

Periódico institucional digital e impreso de circulación semestral y distribución de 15 mil ejemplares en zonas residenciales del Distrito Capital, entidades públicas y privadas segmentadas, y comunidad universitaria.



Udebate virtual, estará alojado en la página web principal, la App institucional y las redes sociales.

## V. Boletines informativos.

Integra la información gestionada desde las unidades académicas y administrativas de la Universidad, para la divulgación por listas masivas de correo electrónico.

## VI. Material Publicitario

Elementos (afiches, volantes, plegables, folletos, certificados, entre otro material POP) para la divulgación efectiva y masiva del mensaje a comunicar.

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

## VII. Revistas Institucionales y Científicas

La Universidad Distrital con el fin de impulsar la visibilidad nacional e internacional cuenta con revistas que reciben, divulgan y publican temas de actualidad universitaria y académica, artículos temáticos y dan voz a los integrantes de la comunidad universitaria y a expertos nacionales e internacionales.



Las revistas y todo el material impreso que involucre la imagen institucional de la Universidad será avalado desde la Sección de Publicaciones, con el acompañamiento para cuando sea requerido, del Comité de Comunicaciones, con el fin de garantizar el adecuado uso de la imagen institucional y de los recursos.

## VIII. Servicios de comunicación TIC

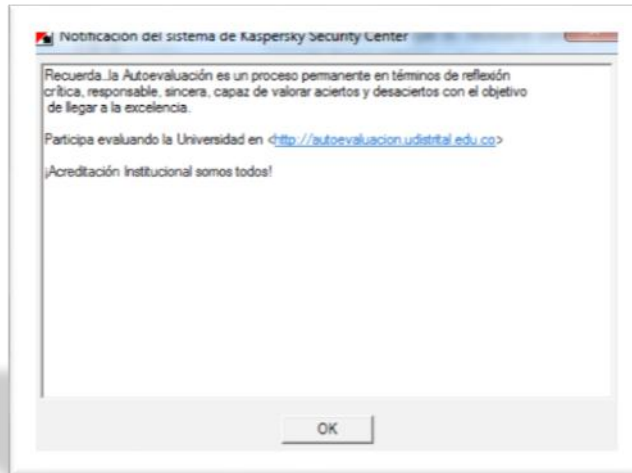
- a. **Portal web institucional.** Divulga ampliamente la vida universitaria y publica la información correspondiente en los términos de ley.
- b. **Listas de correo masivo electrónico.** Permite la distribución de mensajes de manera masiva a diferentes grupos objetivo.

*Listas generales:*

- profesores@listas.udistrital.edu.co agrupa todos los correos institucionales de profesores de planta y de vinculación especial.
  - directorio@listas.udistrital.edu.co agrupa correos institucionales de las dependencias.
  - admin@listas.udistrital.edu.co agrupa correos institucionales de personal administrativo de planta y de contratistas (OPS, CPS).
  - udistrital@listas.udistrital.edu.co agrupa Todos los correos institucionales, tanto los anteriores, como los de estudiantes.
- c. **Fondos de pantalla.** Los fondos de pantalla son visibles solamente en aquellos equipos que estén incluidos en el dominio udistrital.edu.co y que utilicen una cuenta de usuario de dominio. Se configura como fondo de pantalla la imagen y el mensaje que se desea. Este será visible a partir del siguiente reinicio de cada computador. Se debe realizar la solicitud al correo **servidores@udistrital.edu.co** indicando fecha de inicio y de finalización de visualización del fondo de pantalla.

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

- d. **Mensajes emergentes.** Son una ventana emergente con mensajes cortos (máximo 100 caracteres) que se visualizan en los computadores que se encuentren registrados en la consola del antivirus institucional. Solo permite enviar texto e hipervínculos. Se debe realizar la solicitud al correo [servidores@udistrital.edu.co](mailto:servidores@udistrital.edu.co)



- e. **Mensajes auditivos a través de la infraestructura de telefonía (VoIP).** Se activan de manera automática los altavoces de los hardphone que se encuentren en funcionamiento en las oficinas, emitiendo un mensaje de voz, el cual debe ser corto y preciso, no superando un tiempo de 30 segundos. El mensaje debe ser enviado previamente al correo [telefonía@udistrital.edu.co](mailto:telefonía@udistrital.edu.co) Los mensajes pueden ser diferenciados por facultades o sedes, de ser necesario.
- f. **Streaming - Portal Web Institucional.** Transmisión vía web de eventos, conferencias, conversatorios, seminarios, preferiblemente realizados desde sedes de la universidad, aunque se pueden hacer desde sitios externos siempre y cuando existan las condiciones técnicas y logísticas.

Se debe realizar la solicitud al correo [webmaster@udistrital.edu.co](mailto:webmaster@udistrital.edu.co) indicando:

Título del evento:



Lugar donde se realizará el evento:

Fecha del evento

Hora de inicio

Hora de finalización

Públicos a los que se orienta el evento

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

Correo electrónico de la persona responsable de la actividad  
Resumen del evento (un párrafo corto introductorio)

- g. **Guía de servicios- Portal Web Institucional.** Espacio en el PWI en el que cada una de las dependencias plasma la información básica exigida en la estrategia de “Gobierno en Línea” de Nivel Nacional y Decreto Distrital 267 de 2007 y decreto Distrital 77 de 2012, y Circular 006 de 2014 de la Oficina de Alta Consejería.
- h. **Plataformas institucionales - Portal Web Institucional.** Páginas de unidades académicas y administrativas, grupos de investigación, estudiantes, profesores, administradas directamente por cada unidad con el apoyo del área Web máster de la Red de Datos UDNET.
- i. **Foros de discusión.** Espacio que permite proponer temas de interés sobre los cuales se puede intervenir de manera interactiva, previo registro de los participantes. El servicio de apertura o creación de Foro se hace por solicitud al correo [webmaster@udistrital.edu.co](mailto:webmaster@udistrital.edu.co) indicando nombre y tema del foro e identificación del moderador a quien se le asigna un usuario y contraseña. Dicha persona responde las inquietudes, propone y/o publica nuevos temas.



## 9. CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN DE CONTENIDOS.

La Universidad Distrital Francisco José de Caldas ha definido los siguientes criterios basada en los insumos de la estrategia de Gobierno en Línea que es aplicable a las entidades públicas de orden local, regional y nacional.

### ***1. LOS CONTENIDOS DEBEN SER ENTENDIBLES, AGRADABLES Y DE FÁCIL USO***

- a) Los contenidos deben ser claros, precisos y de lenguaje sencillo. Se utilizará para todas las comunicaciones internas y externas por medios digitales y tradicionales, la fuente que determine el manual de imagen institucional vigente. Los contenidos no deben dejar dudas sobre el mensaje que se desea transmitir. Se debe tener en cuenta que serán leídos, compartidos y utilizados por personas de diferentes niveles de educación y de diferentes regiones del país.



 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	 <b>SIGUD</b> Sistema Integrado de Gestión
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

b) Se recomienda no usar abreviaturas. Si necesita utilizarlas éstas deben ir referenciadas después de que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis o guion, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.

c) Se recomienda no utilizar siglas sin que al pie se especifique qué significan. Ejemplo: la Oficina Asesora de Planeación y Control, (OAPC). Estas pueden mencionarse por primera vez en el texto, si después se vuelve a nombrar puede utilizarse solo la sigla.

d) Evitar al máximo los tecnicismos. Si es estrictamente necesario utilizarlos, se debe explicar el significado del mismo inmediatamente después de que es utilizado por primera vez, incluyendo la explicación dentro de paréntesis. Para el caso de textos científicos se podrá hacer caso omiso de estos tecnicismos y tener en cuenta las normas vigentes para tales casos.

e) En las fechas el formato numérico que se utilizará es dd/mm/aaaa. Textual: día, mes y año, escritos de manera completa y de acuerdo con las reglas ortográficas vigentes. Para el formato de hora se usará el formato doce horas, ejemplo: 10:00 a.m., 12:00 m.



f) Se deben seguir las reglas sintácticas, gramáticas y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española (RAE).

g) Se recomienda no utilizar términos en idiomas extranjeros. Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben presentarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo el término en caracteres itálicos) y deben ser explicados inmediatamente después de la primera vez que son utilizados.

## **II. LOS CONTENIDOS DEBEN SER VIGENTES, RELEVANTES, VERIFICABLES Y COMPLETOS**

a) Los contenidos que la Universidad Distrital Francisco José de Caldas ofrezca deben ser coherentes a los principios del Sistema Integrado de Comunicaciones y a los ejes de la comunicación. Mediante los contenidos no se debe dar lugar a interpretaciones erradas. De igual forma, se debe evitar cualquier tipo de distorsión o interpretación tendenciosa de la información que va a ser publicada por los medios informativos ya definidos y clasificados en esta Política.

b) Los medios informativos de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas divulgarán contenidos que sean de la competencia del alma máter y sobre los cuales se

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

tenga completa seguridad en términos de veracidad. En caso de ofrecer contenidos tomados de un tercero ajeno a la entidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.

c) Cuando se publique información en forma de artículos, la información debe provenir de fuentes totalmente confiables. Si la fuente no es totalmente confiable o si no se tiene certeza de la fuente de donde proviene, la información debe ser corroborada al menos con tres (3) fuentes adicionales, identificando las fuentes al final del artículo.

d) Cuando se publique información en medios electrónicos en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización. Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben estar acordes con los textos. Cuando este tipo de material sufre algún tipo de tratamiento técnico (por ejemplo: montajes, composición, transparencias, etc...) se debe indicar claramente en el pie del material que éste ha sido tratado y ha sufrido modificaciones de su versión original.

e) Antes de ofrecer contenidos por los medios informativos de la Universidad Distrital se debe validar la vigencia y calidad de los mismos.

f) Todo archivo que se publique respetará las normas nacionales de derecho de autor que apliquen.



### **III. LOS CONTENIDOS NO DEBEN SER OFENSIVOS NI DISCRIMINATORIOS**

a) Los contenidos divulgados por los medios informativos de la Universidad Distrital no deben tener carácter ofensivo, sexista, racista, discriminatorio, obsceno, en la medida que los contenidos ofensivos atentan contra derechos fundamentales de los particulares. En todo momento se debe tener presente que se trata de la imagen de la Universidad.

b) Se debe evitar todo tipo de estereotipos excluyentes o negativos por raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.

c) Los contenidos no deben reflejar los intereses, deseos, gustos ni ningún otro tipo de tendencia de sectores en particular. Igualmente, no deben reflejar posiciones políticas, religiosas, económicas ni de ninguna otra índole, que puedan indicar preferencias con grupos específicos.

d) No se deben utilizar regionalismos o frases coloquiales que son de uso común en algún lugar del país pero que en otras regiones pueden ser consideradas ofensivas.

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	



#### **IV. LOS CONTENIDOS DEBEN MANTENER LA PRIVACIDAD**

- a) No se deben ofrecer contenidos que revelen aspectos confidenciales de las personas o entidades, que afecten el buen nombre o que puedan generar efectos legales adversos a las entidades que publiquen la información. Es importante en este punto tener claros conceptos jurídicos tales como indagatorias, llamado a juicio o demás, que de una u otra forma están afectando la condición jurídica de las personas o las instituciones. Toda publicación debe estar ajustada a la normatividad vigente.
- b) En los casos en que algún ente de control local o nacional solicite información de los particulares, se aclarará que la misma sólo será utilizada para los fines para los cuales se solicita la información y que no será divulgada a terceros sin consentimiento de quien suministra la información, salvo en los casos previstos por la ley colombiana.
- c) Las imágenes y documentos que hagan referencia a niños, niñas y/o adolescentes, deben respetar el principio de confidencialidad y reserva sumarial, por lo tanto respecto a las imágenes deberán ir distorsionadas con el propósito de impedir la identificación del menor de acuerdo con la normatividad.

#### **V. LOS CONTENIDOS DEBEN OBSERVAR EL DERECHO DE AUTOR Y DE PROPIEDAD INTELECTUAL.**

En este punto referirse al Acuerdo 004 de octubre 11 de 2012 del Consejo Superior Universitario por medio del cual se expide el Estatuto de Propiedad Intelectual. Sin embargo se tendrán en cuenta las siguientes aclaraciones.

- a) Las obras protegidas por el derecho de autor que se encuentren dentro de los sitios Web hacen parte del patrimonio de la Universidad y por lo tanto son considerados bienes fiscales, razón por la cual su utilización debe estar expresamente autorizada.
- b) Si un usuario interno o externo del portal web de la Universidad o cualquier sitio que esté bajo el dominio udistrital.edu.co desea hacer uso (reproducción, transformación o puesta a disposición) de materiales y obras protegidas por el derecho de autor, debe cerciorarse de contar con la debida autorización del titular de sobre dicho material, a menos que dicho material especifique el uso y la autorización expresa que se le pueda dar. La Universidad incluirá y dejará en conocimiento del visitante esta mención en la página web oficial en el sitio que corresponda.

	MANUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE COMUNICACIONES	Código: C-MG-001	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Gestión Integrada	Fecha de Aprobación: 14/08/2017	

c) La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual y los programas informáticos y bases de datos. Cualquier material de este tipo que sea tomado de alguna fuente externa a la entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles (“”) y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos, los siguientes datos: autor (es), libro u otra fuente del cual fue tomada, fecha de publicación.

d) La protección de los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial se observarán en lo relativo a marcas, nombres comerciales, logos, productos editoriales, enseñas, lemas, nombres de dominio, secretos empresariales, saber-hacer, diseños industriales, patentes, modelos de utilidad y derecho de autor.

**V. DATOS PÚBLICOS Y DATOS SENSIBLES.** Con el fin de aportar a un Estado más eficiente, participativo y transparente, que preste mayor información a los ciudadanos y a las empresas a través del aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, se establecen las restricciones en la publicación de datos personales. Para conocimiento de los lineamientos en esta materia consultar la normativa vigente de Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Sin embargo, a continuación se distinguen los datos públicos de los sensibles:

a. Dato Público: son considerados datos públicos, entre otros, los datos relativos al estado civil de las personas, a su profesión u oficio y a su calidad de comerciante o de servidor público. Por su naturaleza, los datos públicos pueden estar contenidos, entre otros, en registros públicos, documentos públicos, gacetas, boletines oficiales y sentencias judiciales debidamente ejecutoriadas que no estén sometidas a reserva.

b. Datos Sensibles: se entiende por datos sensibles aquellos que afectan la intimidad del titular o cuyo uso indebido puede generar su discriminación, tales como aquellos que revelen el origen racial o étnico, la orientación política, las convicciones religiosas o filosóficas, la pertenencia a sindicatos, organizaciones sociales, de derechos humanos o que promueva intereses de cualquier partido político o que garanticen los derechos y garantías de partidos políticos, así como los datos relativos a la salud, a la vida sexual y los datos biométricos.

Revisó	Johnny Alexander Uribe Ochoa	Asesor de Rectoría
Revisó	Sistema Integrado de Gestión SIGUD	Coordinador y responsable del procedimiento
Proyectó	Andrea Peñaloza Acosta	Contratista Rectoría – CERI