

RESOLUCIÓN

Radicado: S 202205000475

Fecha: 01/08/2022

Tipo: RESOLUCION



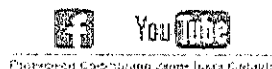
Por medio de la cual se definen los Lineamientos Generales de Comunicación e Información de la Institución

EL RECTOR,

En uso de sus facultades legales y estatutarias, en especial las conferidas por el literal e, del artículo 24, del Acuerdo No. 10 del 21 de abril de 2008, y

CONSIDERANDO :

1. Que es función de la Oficina Asesora de Comunicaciones adscrita a la Rectoría, generar estrategias, acciones y/o productos comunicacionales para la promoción y posicionamiento de la Institución y sus servicios, transmitiendo información eficiente, oportuna y efectiva a los públicos internos y externos, divulgando la gestión institucional y dando apoyo a los procesos misionales.
2. Que es función de la Oficina Asesora de Comunicaciones propender por la interacción entre los públicos de la institución, para lograr un mayor sentido de pertenencia, identidad y dinamismo entre los mismos.
3. Que es función de la Oficina Asesora de Comunicaciones fortalecer y cuidar la imagen Institucional y el posicionamiento de esta en el ámbito local y nacional.
4. Que la comunicación en la Institución es considerada transversal a todas las actividades institucionales y debe facilitar la toma de decisiones y la construcción de proyectos estratégicos, así como contribuir al clima laboral y a generar y consolidar el sentido de pertenencia por la Institución.
5. Que el Plan Estratégico de Comunicaciones Institucional es la guía para el desarrollo de procesos que, mediante la planificación oportuna de los mensajes, el diseño de estrategias eficaces, la selección pertinente y eficiente de los medios y el mejoramiento de las competencias comunicativas de sus integrantes, formalizan la divulgación de la ciencia, la innovación y el arte en la Institución, dan lugar a la deliberación entre sus estamentos, visibilizan las actividades académicas, administrativas, culturales y artísticas, y fortalecen su reputación.
6. Que la relación de la Institución con su entorno surge de diferentes estrategias institucionales y una de ellas es la comunicación para lograr un relacionamiento real, de acuerdo con las necesidades propias de la comunidad politécnica.
7. Que es compromiso permanente de la comunidad académica fortalecer y mejorar el proceso transversal de comunicaciones para un mejor desempeño organizacional, crecimiento, posicionamiento y sostenibilidad de la Institución, así como de sus distintos actores.



1/14

RESOLUCIÓN

8. Que corresponde a los miembros de la comunidad politécnica cuidar y cumplir con la adecuada y oportuna información para fortalecer la divulgación de la producción de investigación, extensión y las actividades de los estudiantes, profesores, colaboradores y aliados como parte del desarrollo de la comunidad académica.
9. Que las relaciones de comunicación de la Institución con las partes interesadas se fortalecen mediante el aprendizaje organizacional que incentive la innovación en la gestión y la eficiencia organizacional, entre otros y para ello se ha definido la implementación del sistema de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS) en la Institución, entregando de esta manera respuestas oportunas a los diferentes públicos.
10. Que el Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG reconoce en la "Información y Comunicación" una de las dimensiones más relevantes en la planeación y gestión de las entidades; en tanto que permite no sólo la articulación interna en todo el ciclo de la gestión, encaminada a decisiones más informadas; sino que, además, garantiza el pleno ejercicio del derecho fundamental de acceso a la información pública.
11. Que lo anterior, conforme a los principios de "Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones" y la "Masificación del Gobierno en Línea" ahora Gobierno Digital, según los numerales 1 y 8 del artículo 2, de la Ley 1341 de 2009, que expresan que:

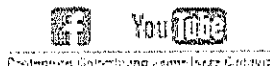
"1. Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Estado y en general todos los agentes del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberán colaborar, dentro del marco de sus obligaciones, para priorizar el acceso y uso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la producción de bienes y servicios, en condiciones no discriminatorias en la conectividad, la educación, los contenidos y la competitividad"

"8. Masificación del Gobierno en Línea. Con el fin de lograr la prestación de servicios eficientes a los ciudadanos, las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el desarrollo de sus funciones. El Gobierno Nacional fijará los mecanismos y condiciones para garantizar el desarrollo de este principio. Y en la reglamentación correspondiente establecerá los plazos, términos y prescripciones, no solamente para la instalación de las infraestructuras indicadas y necesarias, sino también para mantener actualizadas y con la información completa los medios y los instrumentos tecnológicos".

12. Que los Lineamientos de Comunicación e Información Institucional debe ser liderada y vigilada por la Oficina Asesora de Comunicaciones, considerando la transversalidad de los procesos y procedimientos que se realizan en esta unidad, y deben ser acatadas por todos los estamentos académicos y administrativos.
13. Que corresponde a la Rectoría definir los lineamientos generales de comunicación e información de la Institución.

En mérito a lo expuesto,

1 Modificado por la Ley 1978 de 2019





RESOLUCIÓN

RESUELVE :

ARTÍCULO PRIMERO. LINEAMIENTOS GENERALES DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN INSTITUCIONAL. Adóptense como lineamientos generales para la gestión de la comunicación e información Institucional por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones, los siguientes criterios:

Veracidad. Toda información que se emita a través de cualquier medio oficial de la Institución, tales como página web, redes sociales oficiales, canales de reproducción de material audiovisual o radiofónico, medios impresos, medios digitales o electrónicos, deberá ser verificada previamente a su divulgación.

Pertinencia. La información divulgada por la Institución deberá ser adecuada al contexto, momento y circunstancias presentadas, además de ser oportuna y veraz.

Segmentación. Según el carácter específico de la información, la Oficina Asesora de Comunicaciones podrá direccionar la misma a los públicos específicos que se consideren pertinentes; además de definir los medios y canales adecuados para garantizar la eficacia y eficiencia de los mensajes.

Vigencia. Los contenidos publicados en los diferentes medios de comunicación Institucional físicos o digitales deberán ser actuales y verificados de manera periódica para garantizar su vigencia.

Interacción. La Oficina Asesora de Comunicaciones dará respuesta apropiada y oportuna a las solicitudes de información, sugerencias, quejas o reclamos que se generen en cumplimiento de los procedimientos internos y las normas de transparencia que rigen a las entidades de carácter público.

Responsabilidad. La Oficina Asesora de Comunicaciones tiene a su cargo la administración y manejo de la Identidad e Imagen Institucional y, por lo tanto, el lenguaje que se utilice en los mensajes emitidos, así como el manejo de los símbolos, lemas y logos de la Institución, se hará con el mayor cuidado y responsabilidad con el fin de incidir positivamente en la reputación corporativa, que es un patrimonio institucional.

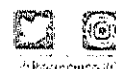
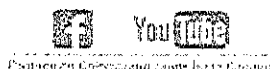
Concordancia. Los medios de comunicación e información institucional deberán gestionarse conforme a los lineamientos establecidos por la Política de Gobierno Digital.

Convergencia. Los medios de comunicación institucionales se administrarán bajo criterios de articulación e integración de tal manera que se promueva el uso de los diferentes canales de información.

Innovación. La Institución promoverá el uso y aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones a través de la interacción y la colaboración entre diferentes actores para la generación de valor público usando medios digitales.

Seguridad. Se realizará seguimiento permanentemente a los medios digitales, para evitar o contrarrestar los riesgos de ataques cibernéticos que puedan afectar la prestación de los servicios digitales de la Institución.

Monitoreo a medios. Se hará seguimiento a las interacciones de los usuarios a través de los diferentes medios y canales institucionales (web y redes sociales), con el fin de prevenir riesgos que



RESOLUCIÓN

puedan afectar la imagen Institucional, tales como son la suplantación de los perfiles institucionales, la introducción de virus informáticos, la divulgación de información injuriosa o falsa, entre otros.

Medición y análisis. La Oficina Asesora de Comunicaciones realizará de manera permanente seguimiento a los indicadores de gestión de los diferentes medios de comunicación físicos o digitales a través de las herramientas adecuadas o instrumentos diseñados para estos fines, con el propósito de obtener datos que puedan ser sujetos de evaluación y análisis cuantitativos y cualitativos que permitan tomar decisiones o ajustar estrategias que encaminadas al logro de los objetivos institucionales.

Transparencia. La Oficina Asesora de Comunicaciones se articulará con los diferentes estamentos institucionales con el fin de proveer los medios y mecanismos para garantizar el acceso a la información conforme a las normas de transparencia (Ley 1712 de 2014), atención al ciudadano, acceso a PQRS, planeación institucional, normatividad, trámites y servicios, contratación y derechos pecuniarios.

ARTICULO SEGUNDO. CRITERIOS PARA LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN. La información que sea objeto de difusión a través de los diferentes medios de comunicación institucionales deberá cumplir con los siguientes criterios:

- Ser de interés general.
- Corresponder a fines académicos o de interés general.
- El contenido no debe promocionar la venta de bienes o la prestación de servicios con fines económicos o publicitarios, para entidades, empresas o particulares.
- En el caso de corresponder a promoción de servicios, deberá existir un convenio entre la Institución y la entidad sobre la que se hace mención, en el que se indique que tal difusión hace parte de las obligaciones del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.
- Las publicaciones en cualquier tipo de formato que deban ser realizadas desde cualquier Facultad, dependencia, unidad de gestión o proceso oficial de la Institución, deberán contar con la aprobación o visto bueno de la Oficina Asesora de Comunicaciones

ARTÍCULO TERCERO. TIPOS DE CONTENIDOS. La Institución a través de los diferentes medios hará difusión de los siguientes tipos de contenido:

Informativo. Noticias importantes o relevantes relacionadas con el acontecer institucional, que ofrecen información de las actividades realizadas por las Facultades, dependencias, unidades de gestión y personajes.

Educativos y formativos. Se desarrollarán contenidos en los distintos campos de la ciencia de carácter académico. Se priorizarán los contenidos educativos y formativos, entendiendo los mismos como el conjunto de saberes o formas culturales acumuladas por la humanidad, cuya asimilación se considera valioso para el desarrollo del individuo y la sociedad y entendiendo lo formativo desde un enfoque que genere pensamiento crítico, objetivo y diverso entre la comunidad politécnica; entre este tipo de contenidos se encuentran las siguientes temáticas:

- a) **Académicos.** Programas o contenidos producidos por las Facultades, dependencias, unidades de gestión, grupos de investigación o profesionales en áreas de las ciencias, entre otros, prevaleciendo aquellos temas de prioridad institucional y nacional.

RESOLUCIÓN

- b) **Culturales.** Programas o contenidos capaces de brindar herramientas a los oyentes para la interpretación de las artes, música, cine, entre otras áreas.
- c) **Análisis.** Contenidos con un enfoque altamente crítico, capaz de orientar en diversos temas mediante el análisis e interpretación de la realidad nacional, ciencia, artes con la orientación de expertos en la materia.
- d) **Generales.** Contenidos que busquen orientar a la comunidad politécnica en temas de salud, derechos civiles y humanos, culturales, entre otros.
- e) **Específicas.** Contenidos que puedan apoyar los programas de educación en todas sus facetas.

Culturales. Se generarán contenidos artísticos y culturales que promueven la cultura universal: arte, cine, literatura y música, entre otros, y en los que se podrán abordar las siguientes temáticas:

- **Temas culturales universitarios.** Programas o contenidos orientados a desarrollar espacios y contenidos para hablar abiertamente de la cultura y las expresiones artísticas que se desarrollan en la Institución.
- **Temas culturales nacionales.** Programas o contenidos para la promoción de la cultura nacional, enaltecer grupos étnicos socialmente relegados y grupos sociales.
- **Temas culturales internacionales.** Programas o contenidos enfocados en ofrecer información de diversas culturas y países del mundo.
- **Temas culturales generales.** Programas o contenidos enfocados en tocar temas generales sobre cultura, arte o música.

Contenidos periodísticos. Son aquellos contenidos realizados por la Institución en función de divulgar noticias o socializar información relevante de interés general. El cubrimiento periodístico, audiovisual y fotográfico de los eventos oficiales de la Institución lo hace la Oficina Asesora de Comunicaciones.

ARTICULO CUARTO. REVISIÓN DE CONTENIDO. Con el fin de servir como instancia de diseño de estrategias, planificación, revisión y estructuración de los productos y contenidos desarrollados por la Oficina Asesora de Comunicaciones se contará con un espacio dirigido por el Jefe de la Oficina y los funcionarios adscritos a esta dependencia encargados de la creación y difusión de contenidos e información Institucional.

PARÁGRAFO. La Oficina Asesora de Comunicaciones podrá invitar discrecionalmente a otros funcionarios de la Institución si lo considera pertinente a las sesiones de este Comité.

ARTICULO QUINTO. IMAGEN E IDENTIDAD INSTITUCIONAL. La Oficina Asesora de Comunicaciones vela por el cumplimiento y buen uso de la identidad e imagen Institucional. Teniendo en cuenta que la imagen corporativa es uno de los patrimonios intangibles de toda Institución, todos los contenidos y piezas comunicacionales deben contar con una identidad unificada, que la represente e identifique, y que marque su posicionamiento en la sociedad.

La Institución cuenta con un Manual de Imagen y de Identidad que orienta el cumplimiento de las políticas y garantiza el buen uso y cuidado de la imagen Institucional y los lineamientos generales para la utilización de los símbolos, logos, lemas y colores institucionales. Ninguna pieza institucional podrá publicarse o difundirse sin logos y sin el correcto uso del mismo.

La Oficina Asesora de Comunicaciones recomendará la adaptación en el caso que sea pertinente, de los mensajes o piezas comunicacionales que requiera la comunidad politécnica en el cumplimiento de sus funciones misionales.

RESOLUCIÓN

No se autoriza a ninguna dependencia la creación de logos y/o eslogan que obstaculicen la presentación del logo institucional y el posicionamiento de marca del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. La creación inconsulta y desarticulada de logos por parte de terceros ajenos a la Oficina Asesora de Comunicaciones podría confundir y distorsionar la percepción e identificación de la imagen por parte del público.

Todas las piezas comunicacionales realizadas en las dependencias de la Institución, antes de ser difundidas o publicadas en redes sociales, página web, carteleras o cualquier material P.O.P., deben contar con la revisión y aprobación de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

La realización de piezas gráficas que sirvan de complemento para las estrategias de información interna o externa, deben ser concertadas y aprobadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Antes de proceder con la orden de impresión de material gráfico institucional de cualquier dependencia, en cualquiera de sus formatos, debe contarse con la aprobación de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

ARTICULO SEXTO. COMUNICACIONES INTERNAS. Son aquellas dirigidas a los públicos internos de la Institución (Directivos, personal administrativo y de servicios, contratistas, docentes, estudiantes, graduados y proveedores) que utilizan los canales de comunicación propios con los que cuenta la Institución y que, de ser necesario, apelan a los medios de comunicación masiva para que la estrategia de impacto de la información, obtenga un doble propósito en el público objetivo y en la opinión pública.

ARTICULO SÉPTIMO. RUTA DE ATENCIÓN A SOLICITUDES DE COMUNICACIÓN INTERNA. Las dependencias que requieran los servicios de publicación en el portal web, divulgación de información a través de correos masivos, diseño, realización audiovisual y otros servicios comunicacionales, deben diligenciar el formato FCM01 en la versión actualizada acorde con el Sistema de Gestión de la Calidad, el cual debe enviarse únicamente al correo electrónico de la Oficina Asesora de Comunicaciones comunicaciones@elpoli.edu.co.

Toda solicitud de publicación, difusión, diseño, realización audiovisual, préstamo del auditorio y demás actividades comunicacionales, debe hacerse con mínimo cuarenta y ocho (48) horas de anticipación, salvo situaciones excepcionales concertadas con la Oficina Asesora de Comunicaciones.

A partir de la fecha de recepción del correo se cuenta el plazo para dar respuesta a la solicitud.

En caso de que se reciba el correo posterior a las 5:30 p.m. la fecha de referencia será la del día siguiente hábil.

El plazo que tiene la Oficina para responder a esta solicitud es de ocho (8) días, a excepción del servicio de elaboración de pieza gráfica, cuyo plazo es de quince (15) días.

ARTICULO OCTAVO. ADMINISTRACIÓN DE LOS MEDIOS DIGITALES. Se entenderá por medios digitales aquellos formatos a través de los cuales se puede crear, observar, transformar y conservar la información en una gran variedad de dispositivos electrónicos digitales. El Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid cuenta con medios digitales tales como el portal web www.politecnicojic.edu.co, el canal YouTube, redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), Polifacetas Boletín Digital y pantallas digitales.



RESOLUCIÓN

La Oficina Asesora de Comunicaciones está encargada de la administración de los medios digitales institucionales y a través de esta Resolución Rectoral se definen los criterios y lineamientos para la publicación de contenidos en cada uno de ellos.

Políticas de Gobierno Digital. Todos los contenidos publicados en los medios digitales del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid deberán estar alineados a la política nacional de Gobierno Digital y en cumplimiento de la Ley 1712 de 2014, Ley de Transparencia y el Decreto 1008 de 2018 "Por el cual se establecen los lineamientos generales de la política de Gobierno Digital y su subroga el capítulo 1 del título 9 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1078 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector de Tecnologías de la Información y las comunicaciones".

ARTÍCULO NOVENO. PORTAL WEB INSTITUCIONAL. El Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid cuenta con un portal web cuyo dominio es <https://www.politecnicojic.edu.co> y es la Oficina Asesora de Comunicaciones la dependencia responsable de administrar, estructurar, diseñar, crear, redactar, revisar y actualizar los contenidos que se publiquen en este sitio.

Los contenidos del portal web serán de interés para los públicos internos y externos de la Institución y estarán orientados a la generación y dinamización de información de valor para la comunidad politécnica y serán cargados a esta plataforma, previa autorización de la Oficina Asesora de Comunicaciones y siguiendo todos los trámites de rigor.

La página web institucional está reglamentada por las normas gubernamentales vigentes, en la que su diseño y contenido debe cumplir con los manuales de imagen y estilo establecidos.

El portal web cuenta a su vez con sitios que tienen la finalidad de alojar información específica de Facultades, dependencias, unidades de gestión o procesos académicos. La generación de contenidos y su actualización serán responsabilidad de cada dependencia acorde a las normas, directrices y orientaciones establecidas por la Institución o la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Todas las imágenes, videos y fotografías utilizadas en las publicaciones del portal web, deberán contar con los derechos de uso de imagen, de lo contrario dicho contenido no podrá ser publicado.

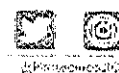
Las solicitudes de publicación en el portal web deben ser realizadas a través de la ruta de atención definida en el artículo séptimo de esta Resolución Rectoral y los contenidos serán revisados y editados si es del caso por la Oficina Asesora de Comunicaciones articuladamente con la dependencia solicitante; para garantizar el seguimiento de los lineamientos de la imagen institucional, la unidad en el tono lingüístico, ajuste al lenguaje digital y la responsabilidad frente a la veracidad y calidad de la información.

El banner principal ubicado en la página de inicio del portal web, será utilizado para la publicación de contenidos de índole académico de interés general o de gran relevancia institucional.

En ningún momento el portal web podrá entenderse como una intranet institucional.

PARÁGRAFO. La plataforma educativa Polivirtual no se encuentra a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones, razón por la que no le es aplicable los lineamientos que para la web se indican en la presente Resolución Rectoral.

ARTICULO DÉCIMO. CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL. La Oficina Asesora de Comunicaciones es la única dependencia autorizada para el uso y administración de la cuenta de



27/14

RESOLUCIÓN

correo webmaster@elpoli.edu.co, desde donde se envían los mensajes de correo oficiales a los diferentes estamentos Institucionales.

Las solicitudes de envíos de correos electrónicos a la comunidad politécnica en general o públicos específicos deben ser realizadas a través de la ruta de atención definida en el artículo séptimo de esta Resolución Rectoral y los contenidos serán revisados y editados si es del caso por la Oficina Asesora de Comunicaciones articuladamente con la dependencia solicitante; para garantizar el seguimiento de los lineamientos de la imagen institucional, la unidad en el tono lingüístico, ajuste al lenguaje digital y la responsabilidad frente a la veracidad y calidad de la información.

Ninguna dependencia está autorizada para el envío de mensajes masivos con el propósito de divulgar información relacionada con actividades oficiales institucionales.

Polifacetas Boletín Digital. Es una estrategia de email marketing a través de la cual los integrantes de la comunidad politécnica reciben periódicamente a través de mensaje de correo electrónico, contenidos que tienen el objetivo de informar sobre las últimas novedades o temas de índole Institucional. La estrategia tiene como finalidad ser un medio eficaz para construir relacionamiento con los diferentes públicos y lograr una articulación con los demás medios o canales de comunicación institucionales.

El Polifacetas Boletín Digital, tendrá una periodicidad mínima de una vez a la semana y los contenidos narrativos o gráficos deberán cumplir con los criterios establecidos con las políticas definidas en este acto administrativo.

La estructura de este producto y los temas abordados serán definidos por los funcionarios adscritos a la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Los envíos masivos de correos electrónicos con información institucional son determinados y autorizados por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

PARÁGRAFO. La base de datos de los públicos destinatarios de la información enviada, es actualizada semestralmente y administrada por la Coordinación de Informática Corporativa.

Se excluyen de esta directriz los correos enviados por las dependencias responsables de procesos administrativos a bases de datos de empleados, estudiantes, docentes o graduados en cumplimiento de sus funciones misionales.

ARTICULO DÉCIMO PRIMERO. REDES SOCIALES INSTITUCIONALES. La Oficina Asesora de Comunicaciones es la única dependencia autorizada para administrar las claves y crear los contenidos que se publican desde las cuentas institucionales en las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), y será la encargada de diseñar y definir las estrategias, campañas institucionales y la forma como se lleva a cabo la interacción con los usuarios de estos canales.

En relación con la interacción a través de las redes sociales institucionales, la Oficina Asesora de Comunicaciones podrá borrar o bloquear las opiniones, comentarios, críticas y sugerencias que considere pertinentes o que atenten contra el buen nombre, la buena fe, la moral y las buenas costumbres de la Institución y/o las personas que la integran, además tendrá la potestad de denunciar a aquellos que inciten o difundan la comisión de delitos penales o actos ilícitos civiles.



POLITÉCNICO COLOMBIANO
JAIME ISAZA CADAVID

Calidad

académica y humana

RESOLUCIÓN

Las publicaciones en las redes sociales cuentan con una etiqueta clara de utilización y publicación. Las dependencias podrán solicitar compartir el contenido y el mismo solo podrá ser de interés para el público externo y deberá contar con un contenido segmentado para cada red social.

Todas las imágenes, videos y fotografías utilizadas para la publicación en las redes sociales, deberán contar con los derechos de uso de imagen. Si la dependencia no los diligencia, la Oficina Asesora de Comunicaciones no podrá realizar la publicación.

Las publicaciones que se hayan realizado en las redes sociales institucionales y sobre las que posteriormente se hayan realizado ajustes en la misma, no podrán eliminarse del feed de cada red social.

No se podrán utilizar las redes sociales institucionales para la publicación de contenidos comerciales o con fines comerciales o lucrativos de empresas, proveedores o terceros.

La frecuencia en las publicaciones en las redes sociales obedecerá a unos horarios y topes por día establecidos en el plan digital Institucional.

Cuando se trate de eventos o actividades de cualquier índole, las dependencias deberán solicitar y suministrar con el debido tiempo a la Oficina Asesora de Comunicaciones los contenidos que serán objeto de difusión en redes sociales, de no hacerse de manera oportuna que garantice la revisión de estos y la creación de copys, estos no serán publicados.

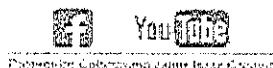
Las redes sociales oficiales de carácter Institucional son las siguientes:

- Facebook: @polijic
- Instagram: @PolitecnicoJIC
- Twitter: @PolitecnicoJIC

Las dependencias académicas o administrativas podrán administrar cuentas de redes sociales para mantener una comunicación con sus públicos objetivos pero estas cuentas deberán ser autorizadas, monitoreadas y evaluadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones para garantizar el cumplimiento de las políticas generales de comunicación de la Institución, así como el cumplimiento de los lineamientos del Manual de Identidad Corporativa y del Manual de Comunicación Digital. Las dependencias deberán asignar una persona para la administración de estas cuentas, cuya responsabilidad será seguir las políticas aquí descritas y acoger y acatar las recomendaciones y lineamientos de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

No se autoriza a ninguna dependencia, unidad de gestión, grupo de interés o persona, la creación de cuentas en redes sociales, ni tampoco el uso de los símbolos ni logos oficiales para informar ni interactuar a nombre de la Institución sin el visto bueno de la Oficina Asesora de Comunicaciones por cuanto:

- a) Es la imagen digital de la Institución y solo debe ser administrada por la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- b) Dicha dependencia debe responder ante la Rectoría por las publicaciones realizadas y las crisis digitales.
- c) La administración de claves es una responsabilidad que no puede recaer en diferentes funcionarios.
- d) No es conveniente que los públicos identifiquen en las redes sociales diferentes nombres de la misma Institución, esto dificulta el posicionamiento de marca y confunde a los públicos.



5/12

RESOLUCIÓN

ARTICULO DÉCIMO SEGUNDO. CONTENIDOS AUDIOVISUALES. La Oficina Asesora de Comunicaciones realizará producción audiovisual con el fin de promover una comunicación integral, transparente y efectiva para construir relaciones de confianza con los públicos de interés, siguiendo los lineamientos del Manual de Imagen e Identidad Institucional y conforme al Plan Estratégico de Comunicaciones Institucional.

La producción de los contenidos deberá estar apoyados en los insumos que de manera oportuna y completa suministren las Facultades, dependencias, unidades de gestión, docentes, grupos de investigación o personal relacionado con la Institución.

La aprobación para la realización, producción, publicación y/o divulgación de contenidos audiovisuales es del jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

La creación de contenidos audiovisuales realizados por la Oficina Asesora de Comunicaciones contará con unos estándares mínimos que garanticen la calidad de las producciones.

Los contenidos audiovisuales producidos podrán ser alojados para su acceso en servidores propios, en el host del portal web Institucional o en los sitios web tales como plataformas o redes sociales oficiales de la Institución que se consideren pertinentes, manteniendo sobre ellos siempre la propiedad intelectual de estas creaciones audiovisuales.

La Institución figura como "Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid Oficial" en el sitio web YouTube, siendo esta la cuenta oficial. En este sitio se compartirán y publicarán los videos propios o de carácter externo que se difundirán de manera oficial.

En ningún caso se autoriza la creación de cuentas en YouTube para la difusión de contenidos audiovisuales creados por las dependencias o unidades de gestión del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. En todos los casos que se requiera hacer difusión de contenidos audiovisuales creados institucionalmente o en desarrollo de actividades académicas, de extensión o de cualquiera otra índole, se deberá realizar la solicitud a la Oficina Asesora de Comunicaciones a través de la ruta de atención definida en el artículo séptimo de esta Resolución Rectoral.

Informativo Polifacetas Audiovisual. Es un producto desarrollado por la Oficina Asesora de Comunicaciones que tiene como finalidad la difusión de noticias de carácter Institucional, académico, cultural y de interés general de la comunidad politécnica.

El Informativo Polifacetas Audiovisual, tendrá una periodicidad mínima de una vez a la semana y los contenidos narrativos o gráficos deberán cumplir con los criterios establecidos con las políticas definidas en este acto administrativo.

La estructura de este producto, los temas abordados y sus prioridades serán definidos por los funcionarios adscritos a la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Los contenidos y notas deben ser divulgados en términos de oportunidad y pertinencia, es decir, la información debe ser vigente y divulgada en el momento correcto.

La difusión del Informativo Polifacetas Audiovisual se hará a través de la publicación de cada edición en el canal oficial de YouTube del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, ubicación desde la cual podrá ser compartida a través del portal web, el Polifacetas Boletín Digital, las redes sociales de la Institución y ser difundido su enlace a través de mensaje de correo electrónico.

RESOLUCIÓN

Transmisiones en directo. La Oficina Asesora de Comunicaciones es la dependencia encargada de la realización de transmisiones en directo de carácter Institucional a través del portal web, redes sociales o cualquier otro medio; siendo esta dependencia la encargada de definir las condiciones técnicas, logísticas y humanas para la prestación de este servicio.

La aprobación de la realización de una transmisión en directo será de competencia del Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Las facultades, dependencias o unidades de gestión que soliciten el servicio de transmisión en directo, deberán apoyar la realización de esta facilitando las condiciones necesarias que sean requeridas y acogiéndose a los lineamientos de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Contenidos audiovisuales creados por terceros. Los videos creados o suministrados por terceros diferentes a la Oficina Asesora de Comunicaciones y sobre los que se solicite divulgación, deberán cumplir con unos criterios mínimos de calidad en términos de resolución de imagen, calidad del audio, pertinencia de las imágenes incluidas, utilización adecuada de la imagen Institucional, créditos, textos y edición en general.

La Oficina Asesora de Comunicaciones tendrá la discrecionalidad de abstenerse de publicar o divulgar el material suministrado en caso de que los contenidos no cumplan con los criterios mínimos enunciados.

No existe por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones, servicios de camarografía y/o fotografía social o personal. Todo cubrimiento en ese sentido debe ser bajo el interés institucional y con la aprobación de esta dependencia. La no prestación del servicio por no ser solicitado con la debida antelación es responsabilidad de la dependencia solicitante. Se exceptúa de esta reglamentación, cualquier evento extraordinario que se presente.

Las solicitudes de realización de contenidos audiovisuales o transmisiones en directo deben ser realizadas a través de la ruta de atención definida en el artículo séptimo de esta Resolución Rectoral.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO. DISEÑO GRÁFICO. La Oficina Asesora de Comunicaciones es la responsable de velar por el cuidado y buen uso de la imagen Institucional, siendo la garante de la unidad gráfica de toda pieza que identifica a la Institución ante sus públicos internos y externos; razón por la que es la encargada del diseño del material publicitario, impreso, audiovisual y digital.

Esta dependencia cuenta con personal profesional e idóneo para la elaboración de las piezas gráficas que requieran las diferentes dependencias y que hacen parte de la divulgación de campañas o actividades a su cargo interna o externamente, encargándose de la conceptualización y elaboración de todo el material gráfico, velando por el cumplimiento estricto de los Manuales de Imagen y de Estilo.

La Oficina Asesora de Comunicaciones a través de su proceso de diseño gráfico, será la encargada de la realización de piezas graficas tales como tarjetas de invitación a los eventos académicos, piezas promocionales, académicas e informativas para las redes sociales, banners para la página web, avisos para la valla digital, entre otros.

Toda pieza de comunicación o material divulgativo diseñado o producido se constituye en Institucional, en consecuencia y sin excepción alguna, llevarán el logo del "POLI" y el slogan o lema de la Rectoría.

RESOLUCIÓN

Cuando el slogan o lema vayan acompañados de otros logos, estos serán ubicados de izquierda a derecha acorde a su jerarquía, ubicándose a la izquierda los de menor y a la derecha lo de mayor.

Las Facultades, dependencias, unidades de gestión, grupos de investigación o personal adscrito a la Institución, no pueden tercerizar los procesos gráficos con externos sin previa evaluación y aprobación de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Las solicitudes de realización de piezas gráficas la comunidad politécnica en general o públicos específicos deben ser realizadas a través de la ruta de atención definida en el artículo séptimo de esta Resolución Rectoral.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO. CARTELERAS INSTITUCIONALES. Será responsabilidad de la Oficina Asesora de Comunicaciones la administración de las carteleras institucionales que están distribuidas en todas las sedes del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid y la fijación de material académico, cultural e informativo en general, debe hacerse con el visto bueno de esta Oficina.

En este grupo de medios de comunicación están incluidas las carteleras fijas (de diferentes materiales: corcho, paño, metal, madera, vidrio); las carteleras digitales (pantallas planas que emiten imágenes y sonidos pre-editados); y las estructuras que se conocen como "llamadores" o "rompe tráfico" (estructuras livianas, móviles, que se ubican en corredores de alto flujo, en las entradas de los salones o auditorios donde se realizan eventos, o en la recepción de las oficinas administrativas).

Las carteleras ubicadas en todas las sedes podrán tener un uso institucional o un uso público, según sea definido por la Oficina Asesora de Comunicaciones. No se permitirá publicar o ubicar contenidos en sitios diferentes a las carteleras, es decir, en paredes, puertas, ventanas, columnas, espejos, mobiliario docente, etc.

Las carteleras que sean destinadas para el uso institucional estarán debidamente marcadas, para conocimiento de la comunidad politécnica. Los contenidos (mensajes, afiches y publicaciones) que se fijen allí serán redactados o autorizados por las dependencias administrativas y académicas de la Institución.

La Oficina Asesora de Comunicaciones se encargará de vigilar el estado de los materiales ubicados en estas estructuras, así como de garantizar que la información sea pertinente para el público institucional y se mantenga actualizada.

En las carteleras que estén marcadas para el uso público se podrán ubicar contenidos provenientes de los diferentes estamentos de la Institución, que sean del interés de toda la comunidad politécnica.

Los contenidos que sean ubicados en las carteleras de uso público deberán regirse por los siguientes lineamientos:

- Los contenidos que sean publicados en las carteleras deben ser respetuosos con el lenguaje, con las normas, con los valores institucionales y, sobre todo, con las personas. No se permiten mensajes con lenguaje o imágenes soeces, ni contenidos que promuevan la pornografía, el consumo de droga ni la comisión de delitos o contenidos que atenten contra la moralidad y la legalidad. La Oficina Asesora de Comunicaciones estará autorizada para retirar de las carteleras los mensajes que incumplan esta política.



POLITÉCNICO COLOMBIANO
JAIME INAZA CADAVID

Calidad

académica y humana

RESOLUCIÓN

- No se permitirán mensajes injuriosos ni calumnias, que atenten contra la honra y el buen nombre de ninguna persona vinculada o relacionada con la Institución. La Oficina Asesora de Comunicaciones estará autorizada para retirar de las carteleras los mensajes que incumplan esta política.
- Dado que la información publicada en las carteleras es de carácter efímero, se solicitará que las mismas personas que hagan uso de estos soportes para publicar sus propios contenidos se encarguen de retirarlos cuando la información haya caducado. En todo caso, la Oficina Asesora de Comunicaciones estará autorizada para retirar de las carteleras los mensajes que estén desactualizados o que hayan permanecido en un mismo espacio durante más de quince (15) días.
- Los contenidos que se ubican en las carteleras deben ser de interés para la comunidad politécnica, y tener relación con la labor misional de la Institución. Por lo tanto, no deben utilizarse para fines comerciales ni proselitistas, a menos que se trate de promocionar eventos debidamente autorizados por las directivas de Institución. La Oficina Asesora de Comunicaciones estará autorizada para retirar de las carteleras los mensajes que incumplan esta política.

En las carteleras institucionales no está permitida la fijación de informaciones y avisos de carácter privado o comercial, ajenos al "POLI".

Para la administración de las Carteleras Institucionales se cuenta con una reglamentación, que está a disposición de todas las dependencias. De manera permanente se hace una revisión a este sistema de información interna, para retirar todo el material que no cumpla con estas disposiciones.

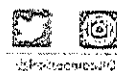
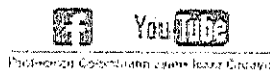
ARTICULO DÉCIMO QUINTO. VALLAS O PANTALLAS DIGITALES. La producción y difusión de contenidos para vallas o pantallas digitales variará en función a si son propias o externas (operadas por terceros).

Difusión de contenidos en vallas o pantallas digitales propias. Los contenidos deberán ser determinados, conceptualizados y diseñados por la Oficina Asesora de Comunicaciones. En caso de ser producidos por otra entidad, Institución, dependencia o unidad de gestión, los mismos deberán ser aprobados por la Oficina Asesora de Comunicaciones, quien determinará la programación y rotación de los contenidos.

Difusión de contenidos en vallas o pantallas digitales externas. La producción y difusión de contenidos en vallas o pantallas digitales externas, que sean operadas por terceros, se realizará conforme a lo estipulado en los convenios o contratos de prestación de servicios realizados entre la Institución y el operador en particular.

Los contenidos producidos y realizados para ser difundidos en estas vallas o pantallas digitales de tipo Institucional deberán ser aprobados por la Oficina Asesora de Comunicaciones, quien determinará si el mismo cumple con lo establecido en el Manual de Imagen e Identidad Institucional.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO. FONDOS DE ESCRITORIOS EN LOS EQUIPOS DE COMPUTO Y DESCANSA PANTALLAS. Estos serán programados por la Oficina Asesora de Comunicaciones periódicamente conforme a las campañas institucionales que se estén adelantado o las noticias sobre las que se quiera realizar difusión a la comunidad politécnica, esperando impactar con mil doscientas (1.200) pantallas instaladas en toda la Institución.



RESOLUCIÓN

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO COMUNICACIONES EXTERNAS. La Oficina Asesora de Comunicaciones se encarga de la estrategia, la consecución, la elaboración, el envío y la evaluación del impacto, del material informativo que genera la Institución, con destino a los públicos externos entre los que se encuentran los medios de comunicación y sus representantes, los grupos de interés y el público en general, acorde con la pertinencia de la información.

La elaboración de boletines de prensa está bajo la responsabilidad de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Su contenido y difusión deben contar con la aprobación previa de la Rectoría. Ninguna dependencia del "POLI" está autorizada para elaborar o gestionar boletines de prensa de manera independiente.

El contacto y la atención a los medios de comunicación lo realiza exclusivamente el personal profesional asignado por la Oficina Asesora de Comunicaciones para esa tarea, y de acuerdo con los lineamientos generales de la política de comunicaciones.

Los comunicados públicos de la Institución son elaborados por la Oficina Asesora de Comunicaciones, de acuerdo con los lineamientos determinados por el Rector de la Institución.

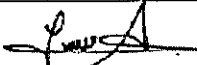
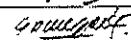
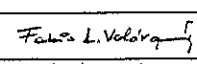
Las bases de datos de los medios de comunicación y los periodistas independientes son administradas únicamente por esta dependencia, con el fin de garantizar la atención estratégica y sin privilegios a todos los medios acreditados.

Las estrategias informativas en caso de una crisis al interior de la Institución son gestionadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones, encargada de velar por el cumplimiento de los protocolos establecidos y los conductos regulares determinados para la vocería institucional.

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO. La presente Resolución Rectoral rige a partir de la fecha de su publicación y deroga toda norma que le sea contraria.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE


JAIRO ALEXANDER OSORIO SARAZ
Rector

	NOMBRE	FIRMA	FECHA
Proyectó	Jeny Alejandra Agudelo Urrego Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones		05 de julio de 2022
Revisó	Gracce Andrea García Flórez Abogada Contratista Jurídica		15 de junio de 2022
Revisó	Fabio León Velásquez Suárez Jefe Oficina Asesora Jurídica (E)		05 de julio de 2022
Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes y por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para la firma			