

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Que, en el Estado constitucional de derechos y justicia, en concordancia con principios y normas de la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos, se reconocen los derechos a la comunicación, que comprenden: libertad de expresión, información y acceso en igualdad de condiciones al espectro radioeléctrico y las tecnologías de información y comunicación.

Que, el artículo 384 de la Constitución de la República, establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana.

INTRODUCCIÓN

La Universidad Politécnica Salesiana requiere de una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa, participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos; dialogal, ética y plural, que integre a la comunidad universitaria y, al mismo tiempo, genere vínculos con la sociedad, permitiendo así difundir los logros de la comunidad universitaria a nivel nacional, regional e internacional en cuanto a su excelencia académica e investigativa. Una comunicación que contribuya a la normativa institucional, que promueva los acuerdos y consensos abriendo horizontes de sentido en la perspectiva de construir una sociedad más justa y equitativa para afianzar el acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

Nuestra realidad institucional, caracterizada por su dinamismo y rápido crecimiento, nos invita a realizar una comunicación dinámica, sintonizada con nuestros principales destinatarios y gestionada de manera integrada y coordinada por las instancias correspondientes, mediante el uso de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC).

Para ello, es necesario diseñar, planificar, gestionar, ejecutar y evaluar los procesos comunicativos con la participación de todos los actores universitarios con base en una gestión de ‘responsabilidad compartida’ y en concordancia con la normativa institucional

salesiana que faciliten la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación, privados y comunitarios.

1. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

- 1.1. Las Políticas de Comunicación enmarcan las acciones comunicativas internas y externas, a través de la libre iniciativa basado en la defensa de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación, incluida las acciones interinstitucionales y aquella orientada a entornos virtuales de la Universidad Politécnica Salesiana.
- 1.2. La organización y procesos de comunicación estarán en concordancia con la Misión, Visión y Valores institucionales.
- 1.3. Los procesos de comunicación se desarrollarán en el marco del cuadro de referencia de la *Pastoral Juvenil Salesiana*, como dimensión de la acción educativo-pastoral, como obra y campo de misión, como gestión de procesos y productos destinados a crear y reforzar ambientes comunicativos salesianos.¹

2. DISCIPLINA DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

- 2.1. Los sujetos de estas políticas son: estudiantes, docentes, administrativos, personal de servicio y autoridades.
- 2.2. Los servicios de comunicación serán de índole:
 - 2.2.1. *Informativa*: Hace referencia a las actividades que buscan difundir información de la comunidad Salesiana hacia sus múltiples destinatarios a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.
 - 2.2.2. *Conocimiento*: Orientado a poner en común saberes, procesos, interpretaciones y explicaciones que inciden en el colectivo universitario.
 - 2.2.3. *Formativa*: Iniciativas direccionadas a la capacitación de la comunidad universitaria y de la sociedad.
 - 2.2.4. *Promocional*: Impulsar a través de la creación, realización, difusión e innovación los bienes, productos, servicios, actividades y oferta académica de la institución.
 - 2.2.5. *De integración*: Actividades de comunicación interna y externa, orientados a cohesionar la comunidad universitaria.

¹ Cf. Sistema Salesiano de Comunicación Social (SSCS), parte I de la Identidad, N° 59, p.19.

3. PRINCIPIOS

- 3.1. La comunicación institucional se regirá por principios de legalidad veracidad, lealtad, transparencia, responsabilidad, democracia, ética, libertad, equidad, participación e interculturalidad, plurinacionalidad, ejercicio de libertad de expresión y pensamiento, respeto a los derechos fundamentales.
- 3.2. La información que genera la Universidad debe ser fiable, legítima, verificada, contrastada, precisa, contextualizada y que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido acorde con la realidad.
- 3.3. La responsabilidad comunicacional debe estar garantizada por quienes son fuente de información u opinión y el uso de los canales y medios oportunos para la difusión, que debe ser entendida en una doble dimensión: la primera a quienes generan la información y son los primeros responsables; esta debe estar orientada a preservar la honra y la integridad de las personas e instituciones. La segunda implica que todos somos partícipes de generar comunicación en la Universidad utilizando los canales y medios disponibles.
- 3.4. La comunicación se constituye en una práctica democrática e incluyente, que busca fortalecer las interrelaciones entre sujetos e instancias para optimizar la gestión universitaria.
- 3.5. La comunicación en la Universidad promueve la amplia participación y fortalecimiento a la que sirven y de la que son parte, se orienta al desarrollo de las capacidades, la promoción de una sociedad equitativa, intercultural, solidaria y con responsabilidad social.
- 3.6. La comunicación debe construir y mantener un ambiente universitario que garantice el derecho de expresarse libremente, respetando la identidad y la normativa institucional.
- 3.7. La comunicación debe promover la participación de estudiantes, docentes, administrativos y autoridades en los procesos comunicacionales.
- 3.8. La comunicación debe impulsar el respeto a la diversidad, la valoración de las culturas originarias y el establecimiento de diálogos de saberes en igualdad de condiciones con el propósito de fortalecer el desarrollo de la interculturalidad a fin de que estas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore

y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

4. FINALIDADES

- 4.1. Organizar procesos y procedimientos orientados a la comunicación interna y externa de la institución.
- 4.2. Mantener y fortalecer la sinergia en las relaciones con las Instituciones Salesianas de Educación Superior (IUS) y con las demás universidades e instituciones en general.
- 4.3. Promover las relaciones con instituciones académicas, culturales, científicas, sociales en los ámbitos nacionales e internacionales.
- 4.4. Contribuir a las relaciones entre los miembros de la comunidad universitaria y favorecer la construcción de ambientes universitarios al estilo salesiano.
- 4.5. Promover, difundir y fortalecer la identidad e imagen institucional de la UPS.
- 4.6. Optimizar la eficiencia y la eficacia de los productos y servicios comunicacionales institucionales de manera oportuna, eficiente, transparente, verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

5. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna fortalecerá la convivencia interacción, participación, coordinación e integración de los miembros pertenecientes a la comunidad universitaria para conseguir objetivos estratégicos en situaciones de cambio, el intercambio de información en toda la organización para fomentar un clima organizacional positivo que beneficie el quehacer institucional cumpliendo así con las siguientes funciones:

- 5.1. Actualizar el Plan de Comunicación de acuerdo a los resultados que han generado valor a la institución.
- 5.2. Utilizar las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como vehículo directo de acercamiento.²
- 5.3. Asegurar una sinergia operativa entre las diferentes instancias de la institución promoviendo prácticas efectivas de retroalimentación.³
- 5.4. Fortalecer una cultura de comunicación con responsabilidades compartidas,

² Cf. Políticas para la presencia salesiana en la educación superior 2003-2008, N° 40, p. 7.

³ Cf. Sistema Salesiano de Comunicación Social (SSCS), parte II del Funcionamiento, N° 93, p. 27

reduciendo los focos de conflicto interno y así contribuyendo para la creación de espacios de información, participación y opinión.

- 5.5. Orientar la comunicación al interior de la institución a través de la creación de ambientes comunicativos salesianos.⁴
- 5.6. Dar seguimiento a las acciones predispuestas hacia la comunicación interna por las direcciones técnicas de comunicación y cultura de cada sede.

6. COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa promoverá la identidad salesiana y se orientará al posicionamiento de la universidad como institución de educación con excelencia académica e investigativa reconocida por su vinculación con la sociedad, a través de:

- 6.1. Implementar el Plan de difusión de las actividades más relevantes de la Universidad con el propósito de informar y rendir cuentas a la sociedad.
- 6.2. Inscribir los procesos institucionales comunicacionales en concordancia con el marco jurídico nacional vigente.
- 6.3. Fortalecer una cultura de comunicación con responsabilidades compartidas.
- 6.4. Aumentar la visibilidad de los logros alcanzados por la comunidad universitaria dentro del ecosistema digital.
- 6.5. Gestionar las estrategias orientadas a la configuración de una imagen institucional conectada con la identidad salesiana en los distintos sectores de la opinión pública.
- 6.6. Promover la comunicación externa operativa y de notoriedad aplicada por cada Sede de la Universidad Politécnica Salesiana.
- 6.7. Alinear las piezas gráficas impresas y digitales en concordancia con el manual de marca y acorde a los objetivos del plan de comunicación.

7. COMUNICACIÓN INTERINSTITUCIONAL

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

⁴ Cf. Sistema Salesiano de Comunicación Social (SSCS), parte II del Funcionamiento, N° 93, p. 27

- 7.1. Satisfacer las demandas de comunicación de las diferentes instituciones con las cuales interactúa la universidad.
- 7.2. Favorecer la sinergia de las IUS a todos los niveles a través del trabajo en red y la promoción de las relaciones con otras instituciones.⁵

8. PORTAL WEB Y REDES SOCIALES

La comunicación interna y externa en plataformas virtuales constituyen un soporte fundamental para la Universidad Politécnica Salesiana, gestionadas a través de la Secretaría Técnica de Gestión WEB y Redes Sociales con unidad de criterio y coherencia con los principios y filosofía de la Universidad; además deberá promover el uso de redes sociales con el propósito de favorecer una comunicación más interactiva y asertiva entre los actores de la comunidad universitaria, mediante las siguientes actividades:

- 8.1. Gestionar el Portal WEB de la Universidad Politécnica Salesiana con la finalidad de mantenerla actualizada y dispuesta con información que cumpla los intereses de los usuarios.
- 8.2. Difundir y promocionar en entornos digitales las actividades y procesos de la comunidad universitaria.
- 8.3. Gestionar las redes sociales nacionales de la Universidad Politécnica Salesiana.
- 8.4. Mantener e innovar las plataformas, medios y canales digitales institucionales.
- 8.5. Incentivar la participación de los estudiantes en las redes sociales nacionales de la Universidad Politécnica Salesiana.
- 8.6. Motivar la participación de los docentes en blogs y redes sociales nutriendo los espacios según su área de experticia.

9. ADMISIONES Y MARKETING

La difusión de los procesos de admisión, estará a cargo de la Secretaría Técnica de Admisión y Marketing, con unidad de criterio y coherencia con los principios y filosofía de la Universidad, mediante las siguientes actividades:

⁵ Cf. Políticas de las Instituciones Salesianas de Educación Superior, Políticas que se refieren a las relaciones de las instituciones, N° 28-8, p. 21.

- 9.1. Promocionar la oferta académica y procesos de admisión a través de las redes sociales creadas para este fin.
- 9.2. Gestionar las redes sociales de admisiones desde las Direcciones Técnicas de Admisiones de cada sede.
- 9.3. Incentivar la participación de los estudiantes en las redes sociales de admisiones de la Universidad Politécnica Salesiana por sede.
- 9.4. Organizar y participar en eventos que permitan la difusión de la oferta académica.

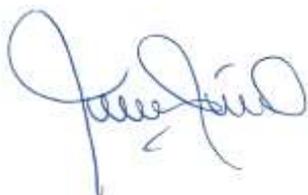
10. EVALUACIÓN

La comunicación que se realice en la Universidad Politécnica Salesiana será evaluada de forma permanente por las instancias involucradas: Comunicación y Cultura, Admisión y Marketing, Gestión WEB y Redes Sociales, en concordancia con los indicadores y parámetros establecidos en el Plan Operativo Anual (POA).

11. GENERALIDADES

Las políticas de comunicación señaladas en este documento tendrán vigencia a partir de su aprobación por el Consejo Superior.

Dado en la ciudad de Cuenca a los veintiún días del mes de octubre de 2020.



P. Juan Cárdenas Tapia, sdb. Ph.D
RECTOR



Ana María Reino Molina
SECRETARIA GENERAL

CERTIFICO:

Que el presente documento “Políticas de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana” fue aprobado por el Consejo Superior, mediante Resolución N°226-12-2020-10-21 de fecha 21 de octubre de 2020.



Ana María Reino Molina
SECRETARIA GENERAL

