



**ACUERDO N°09  
SALA GENERAL  
Junio 30 de 2020**

**Por medio de la cual se adopta la Política de Comunicaciones de la Corporación  
Universitaria Remington**

La SALA GENERAL de la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON en ejercicio de sus atribuciones y, en especial, aquella que le confiere el artículo 29, literal N, de los Estatutos de la CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON, y

**CONSIDERANDO**

**Primero.** Que el principio de autonomía universitaria consagrado en el artículo 69 de la Constitución Política de Colombia, de conformidad con el artículo 28 de la Ley 30 de 1992, reconoce a las instituciones universitarias el derecho a darse y modificar sus estatutos, designar sus autoridades académicas y administrativas, crear, organizar y desarrollar sus programas académicos, definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales, otorgar los títulos correspondientes, seleccionar a sus profesores, admitir a sus alumnos y adoptar sus correspondientes regímenes y establecer, arbitrar y aplicar sus recursos para el cumplimiento de su misión social y de función institucional.

**Segundo.** Que de acuerdo con el artículo 29, literal a), del Estatuto General de la Corporación Universitaria Remington, una de las funciones es diseñar y evaluar las políticas de la Institución, teniendo en cuenta las necesidades locales, regionales y nacionales de formación de recursos; además de los planes y programas de educación de superior.

**Tercero.** Que la Corporación Universitaria Remington dentro de los procesos de cumplimiento de las condiciones institucionales descritas en el Decreto 1330 de 2019 y, en especial, en el artículo 2.5.3.2.1.2, relacionado con el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, determina la articulación por medio de políticas y procesos diseñados, contribuyendo al avance y fortalecimiento de su comunidad y de sus resultados académicos con principios de equidad, diversidad, inclusión y sostenibilidad.

**Cuarto.** Que la comunicación institucional es considerada como un proceso transversal y de apoyo para el despliegue del Plan de Desarrollo Institucional, que facilita el relacionamiento entre los públicos internos y externos y ayuda a consolidar el posicionamiento y la imagen de la Corporación Universitaria Remington.

**Quinto.** Que, de conformidad con lo expuesto, la Sala General,

**RESUELVE**

Adoptar, para todos los estamentos de la Corporación Universitaria Remington la siguiente Política de Comunicaciones:

**ARTÍCULO 1°. Objeto general.** Determinar los lineamientos de comunicación que deben ser conocidos, apropiados y aplicados por los públicos internos de la Institución para garantizar la eficiencia de las estrategias y acciones de comunicación organizacional.

**Objetos específicos:**





- Contribuir a la consolidación de una gestión comunicacional consistente y alineada con los objetivos estratégicos de la Institución.
- Proporcionar información clara y coherente sobre los parámetros del proceso para que los públicos dispongan adecuadamente de los medios institucionales y gestionen los mensajes acordes con los principios de la comunicación organizacional.
- Propiciar el conocimiento de las pautas básicas de relacionamiento entre los miembros de la organización para contribuir a la mejora y el fortalecimiento del clima y la cultura organizacional.
- Promover las buenas prácticas comunicacionales acordes con las políticas, procedimiento, manuales y protocolos con el fin de garantizar la unificación de criterios en los mensajes y la coherencia de las acciones de los miembros de la comunicad académica.

### **ARTÍCULO 2°. Marco legal.**

La presente política se expide de conformidad con las atribuciones legales y estatutarias, en especial las conferidas en la Constitución Política de Colombia, a saber:

- El artículo 69 reconoce y garantiza la autonomía universitaria y establece que “las universidades podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos, de acuerdo con la ley.”
- El artículo 20 “garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”.

Igualmente:

- Ley Estatutaria 1266 de 2008: “Por la cual se dictan las disposiciones generales del Hábeas Data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones”.
- Ley 1581 de octubre 17 de 2012: “La presente ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma”.
- Ley 30 del 28 de diciembre de 1992: “Por el cual se organiza el servicio público de la Educación Superior”, siendo uno de sus principios: “Promover la formación y consolidación de comunidades académicas y la articulación con sus homólogas a nivel internacional” (numeral h), artículo 6).

### **ARTÍCULO 3°. Ámbito de aplicación.**







- **Ámbito general:** la presente política aplica para todos los procesos institucionales creados o que se creen en el futuro, incorporando, tanto los de la sede central como los de las demás sedes regionales de la Corporación Universitaria Remington.
- **Ámbito de gestión:** la Política de Comunicaciones de la Corporación Universitaria Remington describen las normas y principios que rigen la gestión comunicacional en los distintos ámbitos (interno, externo y de crisis) y ante sus públicos de interés.

La definición de dichos lineamientos depende, en gran medida, de la cultura organizacional, creencias y valores que se practican al interior de la Institución, los cuales se verán proyectados por intermedio de la imagen y reputación institucional que perciben los públicos internos y externos.

La Dirección de Comunicaciones será la encargada de impulsar las estrategias y acciones adecuadas para la aplicación de la Política de Comunicaciones y el Plan Estratégico de Comunicaciones.

#### ARTÍCULO 4°. Política de Comunicaciones.

##### a) Ámbitos de comunicación:

- **Comunicación interna:** conjunto de mensajes y acciones comunicacionales que tienen como propósito dar respuesta a las necesidades de información, promover el sentido de pertenencia e integración y estimular el *engagement* (compromiso que se establece entre una marca y su audiencia) del público interno.
- **Comunicación externa:** mensajes comunicacionales dirigidos al público externo con el objetivo de proyectar una imagen corporativa coherente, aumentar los niveles notoriedad y generar credibilidad frente a la Institución.
- **Comunicación de crisis:** integración de tácticas y acciones que favorezcan la consolidación de una cultura de prevención y gestión de crisis, la cual puede devenir de situaciones externas o internas y que puede afectar la reputación o el funcionamiento de la Corporación Universitaria Remington.

b) **Principios de la comunicación institucional:** oportunidad, respeto, coherencia, responsabilidad, participación, inclusión, veracidad y relevancia.

c) **Identidad y símbolos institucionales:** los miembros de la comunidad universitaria deberán reconocer y respetar los símbolos institucionales, los cuales están constituidos por el himno, la bandera, el escudo y efigies; así como utilizar adecuadamente los elementos gráficos que representan la imagen visual de la Corporación Universitaria Remington.

d) **Producción de mensajes y contenidos:** la producción de mensajes institucionales debe ser producto del despliegue de la estrategia corporativa contenida en el Plan de Desarrollo Institucional y del relacionamiento con los públicos de interés; por lo tanto, debe ser asumida por los miembros de la comunidad universitaria con base en los principios de la comunicación organizacional.

e) **Tono y estilo de la comunicación:** en la Corporación Universitaria Remington, el tono y estilo de la comunicación, dependerá del tipo de público y el medio de comunicación;





sin embargo, se caracterizará por la formalidad y la diplomacia de los mensajes y las actuaciones de los miembros de la comunidad universitaria.

- f) **Revisión y corrección de estilo de mensajes institucionales:** la Dirección de Comunicaciones será el proceso responsable de realizar la revisión previa de esos mensajes institucionales para garantizar una redacción y gramática adecuada, así como un contenido coherente con el tema que se quiere divulgar y los públicos de interés. Para el efecto, dará el visto bueno, y si es del caso, hará sugerencias o anotaciones para que el responsable del mensaje las analice o aplique, cuando sea del caso.
- g) **Públicos de interés:** la Corporación Universitaria Remington reconoce como públicos de interés a todos los miembros que ejercen funciones sustantivas y misionales en la Institución, a los estudiantes, egresados y públicos externos que contribuyen al posicionamiento, reputación y potencian la docencia, investigación y proyección de la Corporación Universitaria Remington.
- h) **Voceros institucionales:** la principal vocería de la Corporación Universitaria Remington ante la comunidad universitaria o cualquier instancia externa está a cargo de quien ejerza la Presidencia de la Sala General, la Rectoría de la institución; luego, la Secretaría General o las Vicerrectorías, según sea el caso.

Por otra parte, para declaraciones o comunicados relacionados con logros institucionales, actividades académicas o de investigación, la Dirección de Comunicaciones brindará su apoyo en esta gestión y coordinará con la persona experta para que asuma la vocería.

- i) **Uso de los medios y herramientas de comunicación:** los canales de comunicación idóneos para divulgar información institucional deben ser aquellos que, por consenso, tengan las características necesarias para impactar a los diferentes públicos y que respondan a las necesidades de las estrategias informativas y de socialización definidas en el Plan Estratégico de Comunicaciones.

#### **ARTÍCULO 5°. Responsabilidad de la gestión.**

La coordinación de la comunicación institucional de la Corporación Universitaria Remington es responsabilidad de la Dirección de Comunicaciones, sin embargo, al ser un proceso inherente de las personas, dicha responsabilidad también deber ser asumida por todos los miembros de la comunidad universitaria, ya que constantemente son productores de mensajes verbales y no verbales que influyen en la imagen y reputación institucional.

**ARTÍCULO 6°. Vigencia:** La presente política rige a partir del 30 de junio de 2020 y deja sin efectos los reglamentos o manuales especiales que se hubiesen podido adoptar por instancias académicas y/o administrativas dentro de la Corporación Universitaria Remington.

#### **PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE**

Dado en Medellín, a los treinta (30) días del mes de junio de dos mil veinte (2020)

  
**JORGE VÁSQUEZ POSADA**  
Presidente

  
**GUSTAVO ADOLFO CASTRILLÓN SUÁREZ**  
Secretario General