

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

Nombre de Documento:	Política de Comunicación
Tipo de Documento	Política

Tabla de Contenido:

- 1. Antecedentes**
- 2. Propósitos**
- 3. Alcance**
- 4. Documentos de Referencia**
- 5. Generales**
 - 5.1 Definiciones**
 - 5.2 Principios Fundamentales**
 - 5.3 Canales y Medios de Comunicación Institucionales**
 - 5.4 Ámbitos de Aplicación y Normas**
 - 5.4.1 Responsabilidades según ámbitos de comunicación
 - 5.4.2 Gestión de la imagen corporativa
 - 5.4.3 Lineamientos para la comunicación comercial
 - 5.4.4 Lineamientos para la gestión de prensa
 - 5.4.5 Sobre la vocería
 - 5.4.6 Lineamientos para la gestión y presencia en las redes sociales
 - 5.4.7 Lineamientos para los eventos y el protocolo institucional
 - 5.4.8 La comunicación en situaciones de contingencias
- 6. Niveles de Gestión y Responsabilidades**

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

1. Antecedentes:

En correspondencia con su naturaleza académica, el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC) es una organización rica en espacios y en contenidos de comunicación que interactúan en el marco de una estructura constituida por áreas académicas y administrativas. Esto genera continuas necesidades e iniciativas de comunicación, tan diversas como complejas.

La identidad del INTEC, su personalidad y su capacidad de diferenciarse de otras organizaciones depende en gran medida de la gestión del proceso de comunicación. En adición, cada acto de comunicación representa una oportunidad de ejercer la función educadora de la universidad, al ejemplificar los principios y valores de la institución a través de su discurso.

Esto hace indispensable contar con una política de comunicación que norme la forma en que la institución se dirige a la comunidad académica y a la sociedad, para garantizar una comunicación en la que prime el espíritu académico y el compromiso universitario con la construcción y recreación del conocimiento. El presente documento responde a esa necesidad.

2. Propósitos:

La comunicación, en sus distintas manifestaciones, es un ingrediente esencial en la gestión de las organizaciones, en las relaciones entre sus miembros y de éstos con su entorno; un ingrediente esencial en la consolidación de una cultura, una identidad y por ende de una imagen institucional.

Partiendo de ese principio, esta Política de Comunicación establece el marco de referencia, las condiciones y responsabilidades para que los miembros de la comunidad universitaria del Instituto Tecnológico de Santo Domingo gestionen de manera adecuada las prácticas de comunicación.

Sus objetivos procuran:

- 2.1. Delinear los principios y normativas generales de la comunicación del INTEC.
- 2.2. Propiciar que las acciones de comunicación que se lleven a cabo en nombre de la universidad hacia los públicos internos y externos sean consistentes con los valores, las buenas prácticas y los estándares de calidad del Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC).
- 2.3. Contribuir a la consolidación de una cultura institucional incluyente y alineada a los objetivos estratégicos, propiciando el compromiso de la comunidad con la misión, visión y valores institucionales.
- 2.4. Asegurar que todos los colaboradores académicos y administrativos, así como los miembros de cualquier organismo directivo de la institución, dispongan de información clara sobre su responsabilidad en el mantenimiento de las buenas prácticas de la comunicación, tanto en situaciones regulares como en condiciones de incidentes críticos para la imagen institucional.

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

3. Alcance:

3.1. La Política de Comunicación describe los principios y normas generales que rigen las dinámicas de difusión sobre el ser y el quehacer de la universidad ante todos los públicos internos y externos. Abarca los distintos ámbitos que conforman la comunicación institucional y se extiende a todas las formas principales de comunicación.

3.2. La Política de Comunicación compromete a todos los miembros de la comunidad académica, que a su vez asumen la responsabilidad de coordinación, articulación, animación y ejecución de las actividades que se desprenden de esta normativa.

3.3. La Dirección de Comunicación Institucional impulsará las estrategias adecuadas para aprovechar el poder de la comunicación en la proyección de la imagen institucional y velará por el cumplimiento de las normativas que se desprendan de esta Política. Sin embargo, la responsabilidad de comunicar de manera oportuna, adecuada, pertinente, eficaz y en consonancia con lo que establece esta Política es compartida por todos los miembros de la comunidad inteciana.

4. Documentos de Referencia:

- Estatutos Generales del Instituto Tecnológico de Santo Domingo, INTEC. Aprobados el 28 de julio 2015
- Manual corporativo del INTEC

5. Generales:

5.1 Definiciones:

- **Audiencia:** Grupo de personas a las que va dirigido un mensaje que se difunde a través de un medio de comunicación.
- **Canales:** Soportes físicos o tecnológicos necesarios para que el mensaje transite del emisor al receptor.
- **Cobertura:** Actividad mediante la cual se recoge información a través de medios técnicos y humanos para fines de difusión. También se considera cobertura la publicación en los medios de comunicación de informaciones sobre la institución.
- **Comunicación:** La comunicación se entiende como un acto de construcción de una relación transparente, confiable y veraz entre la universidad y los distintos interlocutores sociales con los que interactúa. Constituye, por ende, un dominio dialógico caracterizado por la apertura, la crítica y la autocrítica en una dinámica multicanal y multidireccional.
- **Colaborador:** Término utilizado para denominar al personal que presta sus servicios remunerados a la Institución. Se clasifican en:

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

a) Alta dirección: se refiere a las personas que ocupan una posición directiva. Incluye a los miembros del Consejo Académico y Consejo Académico Ampliado.

b) Personal administrativo o colaborador: personas que desempeñan funciones de naturaleza administrativa.

c) Personal académico: personas que desempeñan funciones de naturaleza académica, en docencia, investigación o extensión.

d) Personal administrativo-académico: personal que desempeña funciones en puestos administrativos y al mismo tiempo, o fuera de la jornada regular, realiza actividades de carácter docente.

- **Dato:** Representación simbólica o un atributo que se considera como una expresión mínima de contenido respecto de un tema.
- **Grupos de interés:** Grupos de personas que inciden directa o indirectamente en la imagen y en la reputación de la Institución, consiguiendo un impulso o un freno al desarrollo de las mismas. En este documento también se denominan públicos de interés o públicos interesados.
- **Identidad:** Conjunto de rasgos que definen la personalidad de la organización, expresada en la marca, a partir de sus características diferenciadoras, que la hacen única.
- **Imagen:** Conjunto de percepciones y valoraciones de rasgos y atributos que caracterizan a una organización, una marca o un producto.
- **Información:** Se refiere a toda comunicación o representación de datos con significado, con inclusión de formas textuales, numéricas, gráficas, cartográficas, narrativas o audiovisuales, y en cualquier medio, ya sea magnético, en papel, en pantallas de computadoras, audiovisual u otro.
- **Medios de comunicación:** Canales que permiten o facilitan la comunicación/difusión de informaciones relacionadas con la institución hacia sus públicos de interés y de éstos con la universidad.
- **Noticia:** Hecho novedoso sobre la institución, su quehacer o sus integrantes de interés para sus públicos de interés.
- **Prensa:** Medios de comunicación masiva (radio/tv/prensa escrita en formato de entrega físico o digital) cuyos contenidos informan, entretienen y educan a las audiencias, generando opinión pública. También se utiliza este término para referirse a los periodistas que trabajan en los medios de comunicación.
- **Públicos externos:** Grupos que no forman parte de la comunidad universitaria, a los que la institución mantiene como vinculados porque constituyen grupos de interés para la misma. Entre éstos están: egresados, empleadores, universidades nacionales e internacionales, instituciones gubernamentales y no gubernamentales de los sectores educación, ciencia, desarrollo y tecnología, agencias de cooperación internacional, potenciales donantes, colegios y escuelas, potenciales estudiantes de grado y postgrado, etc.

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

- **Públicos intermedios:** Grupos de personas relacionadas al INTEC por medio de los públicos internos. Su relación con la institución es indirecta. Este grupo incluye a padres de familia y suplidores.
- **Públicos internos:** Grupos que forman parte de la comunidad universitaria: estudiantes, personal docente e investigador, personal administrativo y de servicios, equipo directivo, Junta de Regentes.
- **Protocolo:** Conjunto de normas, tradiciones, costumbres y técnicas que se disponen para la organización de los actos institucionales. En este contexto, se refiere a las normas y reglas ceremoniales establecidas por decreto o por costumbre.
- **Redes sociales:** En este contexto el término “redes sociales” o “medios sociales” se utiliza para señalar a las plataformas de la web 2.0 diseñadas para albergar comunidades virtuales de individuos interconectados que comparten contenido, información, archivos, fotos, audios, videos, etc.
Las redes sociales institucionales o espacios institucionales son aquellas o aquellos gestionados directamente como medios de comunicación oficial.
- **Reputación corporativa:** Reconocimiento que los grupos de interés hacen del comportamiento corporativo de una organización a partir del grado de cumplimiento de sus compromisos con éstos. Reconocimiento público de la capacidad de la organización de crear valor de forma permanente.
- **Virtualización:** Procesos y objetos asociados a actividades de enseñanza y aprendizaje, investigación, extensión y gestión, que utilizan la Internet y las Tecnologías de la Información y la Comunicación como mediadoras.
- **Vocería o rol de portavoz:** Acto de hablar en nombre de la institución llevando su representación ante las distintas audiencias y asumir la responsabilidad formal de transmitir posiciones oficiales de la institución ante determinadas audiencias.
- **Web 2.0:** Evolución de la Web o Internet en el que los usuarios dejan de ser usuarios pasivos para convertirse en usuarios activos, que participan y contribuyen en el contenido de la red siendo capaces de dar soporte y formar parte de una sociedad que se informa, comunica y genera conocimiento.

5.2 Principios Fundamentales:

El INTEC promueve una comunicación guiada por los valores que inspiran a la organización. En este tenor, toda estrategia y acción de comunicación se sostiene sobre los siguientes principios:

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

1. Favorecemos una comunicación proactiva, oportuna y con capacidad de vincular a la universidad con su entorno, invitando a la sociedad al diálogo científico, tecnológico, político y social y emitiendo mensajes e información confiable y de interés.
2. Nos comprometemos a comunicar siempre con veracidad, objetividad, transparencia y pertinencia.
3. Aseguramos una gestión profesional de nuestros medios y contenidos porque de ellos depende la imagen de la institución.
4. Priorizamos las estrategias y mecanismos para la difusión del conocimiento producido por nuestra comunidad académica, para su aprovechamiento colectivo.
5. Fundamentamos nuestras acciones procurando incentivar siempre canales de retroalimentación de parte de nuestros públicos de interés.
6. Defendemos el derecho de cada miembro de la comunidad de manifestar sus opiniones, siempre que sean sustentadas rigurosamente y respeten las normas institucionales y el derecho de otros a disentir de las mismas.
7. Procuramos mantener en todo momento un ambiente de libertad académica con base en el rigor científico, así como en las dinámicas de aprendizaje y formación que son propias de nuestra naturaleza académica.

5.3 Canales y Medios Institucionales:

El INTEC creará y mantendrá los medios de comunicación institucional necesarios para sostener el flujo e intercambio de mensajes hacia todos sus públicos, con el propósito de asegurar que éstos dispongan de información relevante sobre el quehacer de la universidad. Así mismo, procurará de manera enfática la disponibilidad de canales de retroalimentación y de comunicación bi-direccional.

Se consideran de carácter oficial los medios electrónicos de comunicación.

Con el objetivo de asegurar una comunicación oportuna y de amplio alcance, se procurará siempre desplegar estrategias multidireccionales y multicanal, de modo que los flujos de información y comunicación alcancen a toda la comunidad, incluidos aquellos miembros de la misma que no tienen acceso a los medios electrónicos de comunicación institucional.

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

5.4 Ámbitos de Aplicación y Normas:

5.4.1. Responsabilidades según ámbitos de comunicación

La comunicación de la universidad abarca cinco (5) ámbitos, en los cuales se establecen relaciones con públicos de interés específicos.

La Dirección de Comunicación Institucional es la instancia apoderada del desarrollo de espacios, estrategias y acciones que impulsen una comunicación veraz, clara, fluida, abierta y oportuna con los distintos públicos de interés en cada uno de estos ámbitos. En estas funciones se apoyará, según cada público de interés, en unidades o instancias que asumirán la responsabilidad de fungir como facilitadoras o voceras. A saber:

Ámbitos de Comunicación	Públicos	Instancias y Co- Responsables
Comunicación con públicos internos	Junta de Regentes	Secretaría de la Junta de Regentes
	Personal Docente	Vicerrectoría Académica Decanos y coordinadores
	Personal Administrativo	Dirección de Gestión de Personas
	Estudiantes	Dirección de Servicios a Estudiantes Áreas académicas Áreas administrativas de servicios Docentes
Comunicación con egresados	Egresados	Departamento de Desarrollo y Egresados
Relaciones públicas e interinstitucionales	Organizaciones nacionales e internacionales	Rectoría Vicerrectoría Académica Vicerrectoría de Investigación y Vinculación Vicerrectoría de Administración y Finanzas
Comunicación comercial	Prospectos	Dirección de Mercadeo

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

5.4.2. Gestión de la imagen corporativa:

La imagen del INTEC se fortalece en la medida en que se fundamenta en una identidad consistente y coherente con la personalidad y los valores institucionales. La imagen corporativa es el resultado de un conjunto de atributos armónicamente articulados que configuran la personalidad de la marca INTEC. En este sentido, toda acción de comunicación interna y externa procura garantizar una proyección de la imagen institucional consistente y diferenciada hacia todos los públicos.

La Dirección de Comunicación Institucional es la instancia responsable de velar por los cumplimientos de los estándares trazados en el Manual de Imagen Corporativa en cada una de las acciones de promoción y difusión, publicidad y medios con impacto en los públicos de interés de la institución, tanto internos como externos. Para facilitar la aplicación de los estándares establecidos, el INTEC pone a la disposición su Manual Corporativo a través de su página web, sin restricciones.

Es política del INTEC velar por la imagen institucional en las actividades realizadas por la institución, de cualquiera de sus áreas académicas y administrativas.

5.4.3. Lineamientos para la comunicación comercial:

Las estrategias promocionales del INTEC y las acciones de comunicación comercial derivadas de éstas deberán ser coherentes con los lineamientos de la imagen institucional y respetar en todo momento los principios de comunicación desglosados en esta política. El INTEC asegurará en todo momento que su comunicación comercial manifieste los valores institucionales de respeto a la dignidad humana y promoción de la diversidad en el marco de una institución de naturaleza académica. El INTEC procurará que su comunicación comercial se realice a través de medios coherentes con sus valores y principios.

La Dirección de Mercadeo y las áreas responsables de la promoción de la oferta de programas, productos y servicios del INTEC deben asegurar que las estrategias, acciones y soportes de comunicación comercial cumplan con estas prerrogativas, por lo cual las propuestas y lineamientos gráficos y de contenido del material promocional del INTEC deben ser conocidas y aprobadas por la Dirección de Comunicación Institucional.

5.4.4. Lineamientos para la gestión de prensa:

Consciente del impacto que tienen los medios de comunicación en el logro de un adecuado posicionamiento de la institución, es política del INTEC administrar y cultivar relaciones positivas y de largo plazo con éstos, mediante una gestión transparente y oportuna de contenidos, con énfasis en aquellos que proyecten los avances en los objetivos de la Estrategia Institucional.

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

La gestión de las relaciones institucionales con los medios de comunicación es responsabilidad exclusiva de la Dirección de Comunicación Institucional, la cual que se apoyará en las áreas académicas para recibir insumos continuos, así como para responder a las demandas de información que provengan de la prensa.

La Dirección de Comunicación Institucional es la única dependencia que cuenta con la facultad de emitir comunicaciones institucionales a la prensa.

5.4.5. Sobre la vocería:

La universidad se comunica a través de dos tipos de vocería, a saber:

- La vocería institucional
- La vocería académica y /o experta

El/la Rector/a, como máxima autoridad ejecutiva del INTEC, ostenta la vocería institucional y es la persona responsable ante los medios de comunicación, los miembros de la comunidad académica y otras instancias institucionales de los pronunciamientos de carácter institucional. El/la Rector/a delegará en los miembros del equipo de Rectoría o del Consejo Académico la función de vocería cuando los temas a tratar requieren un pronunciamiento institucional y conciernen específicamente a áreas bajo la responsabilidad de éstos. En este sentido, los pronunciamientos de los/as vicerrectores/as y decanos/as ante los medios de comunicación serán considerados pronunciamientos institucionales y deberán contar con la aprobación del Rector/a.

Cualquier otra instancia administrativa deberá contar con la delegación expresa del/ de la Rector/a para emitir declaraciones en nombre del INTEC, sean éstas de carácter institucional o de orden académico/experto.

Adicionalmente, considerando la naturaleza de la universidad en cuanto generadora y diseminadora de conocimientos, en su relación con los medios de comunicación masiva el INTEC propiciará la proyección de profesores e investigadores abordando temas especializados y de actualidad. En estas condiciones la Dirección de Comunicación Institucional coordinará la participación de voces expertas en los medios de comunicación masiva de acuerdo con los temas y pertinencia de los pronunciamientos, procurando de este modo mantener el carácter plural que define el quehacer universitario.

Cuando los pronunciamientos temáticos provengan de centros y grupos de investigación adscritos al INTEC se tratarán como pronunciamientos de vocería experta y se procurará en todo caso que el medio de comunicación indique el nombre del centro del que provenga la información.

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

5.4.6. Lineamientos para la gestión y presencia en las redes sociales:

El INTEC promueve el aprovechamiento de las redes sociales como espacios de comunicación horizontal con los miembros de su comunidad y otros públicos de interés, bajo la premisa de que la reputación de la Institución se somete a los beneficios y riesgos propios de estos medios, amplificados por las tecnologías que los sostienen.

La Dirección de Comunicación Institucional es la instancia responsable de gestionar los espacios institucionales en las redes sociales y monitorear sus actividades.

Cualquier iniciativa de carácter institucional que surja de una instancia distinta (área académica, centro, programa adscrito al INTEC, grupo profesoral, etc.) debe ser aprobada por la Dirección de Comunicación Institucional. Para tales fines, esta dirección pone a la disposición de la comunidad académica un formulario de solicitud de apertura de nuevos espacios, anexo al Manual de Uso y Presencia en las Redes Sociales.

5.4.7. Lineamientos para los eventos y el protocolo institucional:

Los eventos institucionales reflejan la personalidad del INTEC y por ello deben procurar la expresión de una imagen de calidad en todo momento.

La organización de los eventos es una responsabilidad descentralizada. Cada área o unidad organizadora debe asegurar la adecuada proyección de la imagen del INTEC en el montaje y realización de los eventos bajo su responsabilidad. Para estos fines puede recibir la asesoría de la Dirección de Comunicación en lo relativo a montaje, ambientación, y presencia de la marca así como en aspectos de protocolo y ceremonial institucional.

En los eventos de alto impacto institucional, los que convocan a diversos públicos internos y externos y aquellos que de manera especial vinculan a la prensa, las áreas organizadoras contarán con el soporte y asesoría de la Dirección de Comunicación.

La convocatoria de prensa deberá ser gestionada siempre por la Dirección de Comunicación Institucional.

5.4.8. La comunicación de contingencia:

Se entiende por contingencia toda eventualidad que altera significativamente la actividad institucional y las operaciones de todas y cada una de las áreas del INTEC, con capacidad para captar una amplia cobertura noticiosa que genere daños permanentes, amenazando la imagen y la reputación misma de la organización a largo plazo.

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

El INTEC reafirma la importancia de contar con una gestión profesional, proactiva, ágil y responsable de la comunicación en momentos de crisis y de emergencia, y se compromete a una estrategia de prevención y mitigación (de tales momentos) sobre la base de un principio de transparencia.

La Dirección de Comunicación Institucional será responsable del desarrollo de planes de comunicación de crisis, los cuales deberán contar con la aprobación de la Rectoría o de la instancia designada por ésta.

5.5 Niveles de Gestión y Responsabilidades:

Los criterios establecidos en la presente política deberán cumplirse en el desarrollo (o despliegue) de las funciones que competen a las distintas instancias que integran la comunidad universitaria, las cuales asumen responsabilidades específicas de comunicación e información, clasificables de la siguiente manera:

- Responsabilidades relacionadas con actividades y programas propios: programas, proyectos y actividades bajo la entera responsabilidad de las instancias correspondientes, relacionados con sus planes y programas de trabajo, y que son ejecutados con recursos de las mismas.
- Responsabilidad compartida en programas y actividades de interés general: que se acuerdan, planifican y realizan con el apoyo del nivel central de la universidad, y el apoyo técnico y operativo de la Dirección de Comunicación Institucional y de las otras dependencias de la Universidad.

Es política del INTEC procurar que todos los miembros de la comunidad inteciana estén plenamente informados de las actividades de la Universidad, a fin de que puedan asumir de manera eficaz un rol proactivo en apoyo a las mismas. En este tenor, resulta indispensable que los distintos estamentos de la estructura académica y administrativa asuman su responsabilidad en el mantenimiento de las buenas prácticas de la comunicación.

Esta sección detalla las responsabilidades de todo el personal, organizados en grupos funcionales, en la comunicación efectiva dentro del INTEC.

Alta dirección (Consejo Académico y Consejo Académico Ampliado)

- Asegurar que esta Política de Comunicación sea conocida, entendida y asumida por los equipos de trabajo.
- Asegurar que la información esté a disposición de toda la comunidad en el momento oportuno y a través de los canales apropiados.

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

- Asegurar que los niveles medios dispongan de la información relevante para comunicarse con sus equipos de trabajo de manera efectiva.
- Mantener canales abiertos de comunicación de dos vías.

Coordinadores académicos y administrativos

- Mantener una comunicación continua y fluida con sus equipos, preferiblemente cara a cara, para asegurar que la información esté disponible y sea entendida dentro del contexto del departamento y ambiente de trabajo de los que son responsables, apoyando de este modo la gestión estratégica de la Universidad.
- Utilizar los canales de comunicación de dos vías y asegurar el flujo de información transversal.

El personal de comunicación

- Asumir esta política con responsabilidad plena garantizando una gestión profesional de la comunicación institucional.
- Impulsar las estrategias adecuadas para asegurar una óptima proyección de la imagen institucional con los insumos, los recursos y las herramientas disponibles.
- Velar por el cumplimiento de las normativas que se desprendan de esta Política.

Toda la comunidad universitaria

- Mantenerse informado de las actividades de la universidad haciendo uso de los medios y canales de comunicación institucional con el fin de asumir las responsabilidades propias de sus posiciones de manera eficaz.

	Política de Comunicación	Código:	INTEC-NGR-026
		Versión:	01
		Fecha Versión:	4/02/2016

Historial de Cambios					
Versión	Fecha	Sección	Descripción	Revisado por:	Aprobado por:

Sometido por:
<p>_____</p> <p>Rector</p>
Revisado y Documentado por:
<p>_____</p> <p>Director de Planificación y Calidad</p>

Aprobado por Comision Ejecutiva Junta de Regentes
<p>Acta: _____</p> <p>Resolución: _____</p> <p>Fecha: _____</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">Presidente</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">Vicepresidente</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">Secretario</p>