



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA
NACIONAL

Educadora de educadores

CONSEJO SUPERIOR

ACUERDO N° 009 DE 10 JUNIO, 2021

“Por el cual se define y establece la Política de Comunicaciones de la Universidad Pedagógica Nacional”

EL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

En ejercicio de sus facultades constitucionales, legales y reglamentarias, especialmente las conferidas en virtud del artículo 69 de la Constitución Política de Colombia, de la Ley 30 de 1992 y del artículo 17 del Acuerdo No 35 de 2005 del Consejo Superior y,

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con el literal a) del artículo 17 del Acuerdo 035 de 2005 (Estatuto general de la Universidad Pedagógica Nacional) una de las funciones del Consejo Superior es: *“Diseñar y definir las políticas académicas y administrativas y la planeación institucional.”*

Que en el artículo 6 del Acuerdo precitado, se consagra entre los objetivos de la Universidad los siguientes: *“c. Socializar los saberes relacionados con la educación mediante diferentes estrategias de publicación, y ofrecer Servicios de Información y Documentación Educativa, a nivel local, nacional e internacional y g. Producir materiales para los diferentes niveles y modalidades educativas del país, y divulgar los resultados de los proyectos y programas de investigación, formación y extensión”.*

Que en el Plan de Desarrollo Institucional 2020-2024 “Educadora de educadores para la excelencia, la paz y la sustentabilidad ambiental”, se establece en su numeral 6.4.1.4 el Proyecto 4. **Sistema integral de comunicaciones**, el cual se orienta a: *“fortalecer el proceso de comunicaciones de la Universidad Pedagógica Nacional para posicionar la imagen institucional ante la comunidad universitaria interna y externa, y la ciudadanía en general.”*

Que la Universidad Pedagógica Nacional reconoce la importancia de la comunicación, como un aspecto fundamental para su proyección y posicionamiento por lo que requiere establecer una política que atienda a las necesidades de la Universidad en la materia.

Que la Universidad Pedagógica Nacional tiene entre su misión aspectos relacionados con la comunicación entre los cuales se destacan los siguientes:

- a. Formar seres humanos, en tanto personas y maestros, profesionales de la educación y actores educativos al servicio de la Nación y del mundo, en todos los niveles y modalidades del sistema educativo y para toda la población en sus múltiples manifestaciones de diversidad.
- b. Investigar, producir y difundir conocimiento profesional docente, educativo, pedagógico y didáctico.
- c. Fundamentar su acción en la formación de niños, niñas, jóvenes y adultos desde su diversidad, con conciencia planetaria, en procura de la identidad y el desarrollo nacional.
- d. Consolidar una interacción directa y permanente con la sociedad para aportar en pro de la construcción de Nación y región mediante el diálogo.
- e. Trabajar por la educación como derecho fundamental y por una cultura educativa que oriente los destinos del país.

Que es necesario establecer los lineamientos para fortalecer la producción de contenidos educativos basados en los procesos de investigación, proyección social y desarrollos curriculares que genera la comunidad universitaria en ámbitos como la cultura, la pedagogía, la paz, las ciencias y el ambiente, entre otros.

Que es necesario incentivar la formación de la comunidad educativa en torno a las estrategias, usos y medios de difusión y producción de contenidos con los que cuenta la Universidad, con el fin de articular y desarrollar propuestas de carácter comunicativo y educomunicativo.



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA
NACIONAL

Educadora de educadores

CONSEJO SUPERIOR

ACUERDO N° 009 DE 10 JUNIO, 2021

“Por el cual se define y establece la Política de Comunicaciones de la Universidad Pedagógica Nacional”

Que mediante Resolución Rectoral 0581 del 27 de agosto de 2020 se creó el Comité de Comunicaciones de la Universidad Pedagógica Nacional como un órgano de carácter técnico, asesor del Rector y del Comité Directivo, cuyo objeto es apoyar las comunicaciones internas y externas a partir de la creación, administración, actualización y uso adecuado de la información institucional y de la imagen corporativa.

Que entre las funciones del Comité de Comunicaciones señaladas en el artículo 3 de la Resolución Rectoral 0581 de 2020 se encuentra el proponer y hacer seguimiento a la política institucional de comunicaciones.

Que, en sesión del 08 de abril de 2021, el Comité de Comunicaciones aprobó proponer como Política de Comunicaciones el documento denominado: **“Política de Comunicaciones Universidad Pedagógica Nacional”**.

Que en sesión virtual ordinaria del día 02 de junio de 2021, el Consejo Académico de la Universidad Pedagógica Nacional avaló el documento: **“Política de Comunicaciones Universidad Pedagógica Nacional”**, tal como consta en el Acta No. 26 de 2021.

Que en sesión virtual ordinaria del día 10 de junio de 2021 el Consejo Superior de la Universidad Pedagógica Nacional decidió aprobar y definir la **“Política de Comunicaciones Universidad Pedagógica Nacional”**, tal y como consta en el Acta No. 12 de 2021.

Que, en mérito de lo expuesto,

ACUERDA

ARTÍCULO 1. Objeto. Definir y establecer como Política de Comunicaciones de la Universidad Pedagógica Nacional, las líneas y acciones contenidas en el documento “Política de Comunicaciones de la Universidad Pedagógica Nacional”, el cual hace parte integral del presente acto administrativo.

ARTÍCULO 2. Modificaciones. Que las modificaciones a la “Política de comunicaciones de la Universidad Pedagógica Nacional” serán propuestas por el Comité de Comunicaciones y aprobadas por el Comité Directivo.

ARTÍCULO 3. Vigencia. El presente Acuerdo entra en vigencia a partir de la fecha de su expedición y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bogotá a los 10 JUNIO, 2021

JORGE ENRIQUE CELIS GIRALDO
Presidente (E) del Consejo

GINA PAOLA ZAMBRANO RAMÍREZ
Secretaria del Consejo

V.B. CORREO ELECTRÓNICO:

Elaboró: Comité de comunicaciones

Yaneth Romero Coca – Jefe Oficina Desarrollo y Planeación

Elsa Liliana Aguirre Leguizamó – Jefe Oficina Jurídica



POLÍTICA DE COMUNICACIONES

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

Introducción [T1]

La Universidad Pedagógica Nacional (UPN) “construye y difunde conocimiento en los campos educativo, pedagógico y didáctico” (PEI, 2020, p. 32). Como aspecto esencial de su actividad misional de ser educadora de educadores, ha consolidado a lo largo de su historia una tradición investigativa y de difusión del saber pedagógico que es patrimonio de la sociedad colombiana.

En este marco de referencia, la comunicación en la UPN se entiende como una conexión entre el individuo y las colectividades con su comunidad. A través de ella, las personas interpretan, comprenden, transforman y asimilan el mundo físico y social en sus formas de hacer y vivir.

La comunicación liga los procesos de significación donde se articula la lengua, la expresión creativa e imaginativa, los modos de vida, la espiritualidad y los valores éticos y estéticos, e involucra también los elementos y rasgos que envuelve la cultura, entendida como el conjunto de actividades, creencias y estructuras del pensamiento comunitario y cotidiano.

Estos y otros elementos se recogen en la Política de Comunicaciones, que retoma los aportes y avances formulados en administraciones anteriores, al igual que las trayectorias de las dependencias y unidades que han aplicado dichas acciones o son resultado de las mismas, y en cuyos desarrollos fue posible identificar y establecer, a partir del año 2020, las estrategias y líneas de acción, los principios y objetivos que les son propios y que fortalecen los deberes misionales de la Universidad.

1. Contexto y antecedentes [T1]

La Universidad Pedagógica Nacional ha realizado diferentes iniciativas comunicativas a lo largo de los años, no solo para informar o visibilizar la actividad investigativa, de docencia o de proyección social, sino también para



reflexionar, fortalecer y dinamizar los procesos de diálogo entre la Universidad y los distintos actores sociales. En ese sentido, la comunicación en la Universidad Pedagógica Nacional se ha transformado, y seguirá haciéndolo, para estar al tanto de las nuevas formas de comunicación, las tecnologías o los nuevos campos de la producción de contenidos.

Desde esta perspectiva, la Universidad ha generado en sus planes de desarrollo estrategias como las siguientes:

En el Plan de Desarrollo Institucional 1998-2003, se propuso la creación del Colegio Académico de Comunicación y Educación (CACE) de la Universidad Pedagógica Nacional, como un programa del campo estratégico 2: Liderazgo y Proyección de la Universidad.

El CACE que se concibió desde el Proyecto Educativo Institucional así:

“Como una unidad académica abierta, nodal, articuladora de proyectos, capaz de vincularse en red con los procesos que tienen lugar en la Universidad y el país, desde la investigación, la formación y la extensión. Se constituye alrededor de la generación de un espacio cultural en el que confluyen diversos enfoques, reflexiones y disciplinas acerca de la relación comunicación-educación, en particular frente a la problemática de los multimedios y la formación del nuevo ciudadano. (Plan de Desarrollo Institucional [PDI], 1998).

El Colegio Académico de Comunicación y Educación situaba la discusión sobre comunicación y educación en el centro de las reflexiones pedagógicas. Para ello, la Universidad construyó un espacio transversal que permitiera la confluencia de los diferentes equipos de trabajo y el diálogo entre diversas perspectivas acerca de las relaciones entre comunicación y educación con proyectos como:

- Red de producción y distribución de materiales educativos, cuyos objetivos fueron diseñar y producir paquetes multimediales (video, CD-ROM e impresos); capturar, clasificar y sistematizar programas de televisión educativa y asesorar pedagógica y comunicacionalmente los proyectos con componentes audiovisuales y multimediales.



- Mejoramiento de la infraestructura para el fortalecimiento de las publicaciones, que tenía como objetivos estimular la producción intelectual de la comunidad universitaria, estableciendo criterios y normas de publicación, y creando un comité editorial que orientara las publicaciones con rigor académico y con calidad de producción.
- Extensión-imagen corporativa, cuyos objetivos eran construir y perfeccionar los símbolos institucionales, producir diferentes materiales de divulgación (impresos, audiovisuales, multimediales, satelitales, etc.) y realizar eventos culturales, seminarios, simposios, conferencias, congresos, etc.
- Circuito cerrado de televisión: Telepedagógica, que tenía como propósitos diseñar alternativas audiovisuales que se incorporaran a los procesos pedagógicos; organizar una programación con la participación de las diferentes unidades académicas mediante el empleo de medios alternos como las redes de datos, la voz y la imagen, los cuales pueden permitir una comunicación en tiempo real, y adjudicar un punto de voz, datos y video para cada unidad académica, de tal manera que este sirviera como órgano de difusión de sus actividades.
- Creación de una emisora pedagógica universitaria en Bogotá D. C., cuyos propósitos eran dotar a la Universidad Pedagógica Nacional de una radiodifusora en la banda de frecuencia modulada (FM), con el fin de ampliar su cobertura de servicio y extensión.

Asimismo, se definió el subproyecto: "Mecanismos y espacios de comunicación de la comunidad universitaria", como parte del campo estratégico referido a la cultura institucional. Este proyecto tenía como objetivo fortalecer los mecanismos y espacios de comunicación entre los diversos actores que componen la comunidad universitaria, poniendo en funcionamiento la emisora y el canal de televisión internos y diseñando otros mecanismos y estrategias de comunicación (PDI, 1998-2003).

Durante el mismo periodo, se creó la serie de publicaciones Horizonte de la Educación y la Comunicación, la cual constó de cuatro libros: *Cultura escolar*,



cultura mediática/intersecciones, escrito en Argentina por los profesores Jorge Alberto Huergo y María Belén Fernández; *Experiencias pedagógicas en comunicación, medios y nuevas tecnologías*, editado por el CACE, *Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación*, de los autores María Teresa Herrán, Jesús Martín Barbero y Marco Fidel Zambrano, y la última publicación fue *Comunicación, humanismo y nuevas tecnologías en el espacio escolar*, de los autores Luis Ossin y Jorge Alberto Huergo.

Tanto el Colegio de Comunicaciones, como el subproyecto "Mecanismos y espacios de comunicación de la comunidad universitaria", desarrollaron actividades durante la vigencia del PDI 1998-2003, periodo luego del cual no tuvieron continuidad.

En el 2005, el proyecto Red Académica elaboró un documento borrador de política para la gestión de información y comunicación a través del portal institucional. En este se afirmaba que la comunicación debe ser "abierta y democrática, pero bajo la responsabilidad de salvaguardar la integridad e imagen de la Universidad".

Es así como una de las prioridades de la Red Académica para la gestión del portal institucional es "generar estrategias y procesos de descentralización del manejo de la información y la comunicación" (Unda y Guardiola, 2005). El documento hace énfasis en que las políticas se deben enmarcar dentro de gestión de la información y se definen dos: la consolidación de una cultura para el manejo adecuado de la formación y la autonomía para construcción y gestión de la información.

Igualmente, se proponen las estrategias para la gestión de la información, las funciones de la Red Académica como responsable del portal institucional, los criterios para la publicación de sus contenidos, la administración y gestión de este, su integridad técnica y los criterios básicos para el almacenamiento y publicación de información.



En diciembre del 2005, se elabora el documento borrador "Comunicación: un propósito conjunto un primer acercamiento a los medios y formas de la comunicación en la UPN" (Grupo de Comunicaciones Corporativas [GCC], 2005). Este documento hace un diagnóstico de los medios y las comunicaciones en la Universidad, teniendo en cuenta su diversidad y particularidad, en la medida en que es una institución uniprofesional que tiene como misión la formación de docentes.

Analiza cómo se utilizan los medios y se dan los procesos comunicativos en las diferentes unidades académicas. En cada una de estas, se desarrollan acciones que responden a sus necesidades, en particular la de emitir información, dejando en segundo plano el contexto y el reconocimiento de la dinámica cultural de la Universidad.

De igual forma, se hace uso de los medios impresos y audiovisuales con el apoyo de los grupos o divisiones creados para tal fin, como son la División de Recursos Educativos y el Grupo de Comunicaciones Corporativas. Sin embargo, se hace evidente la gestión que realizan los comunicadores vinculados a otras dependencias.

Siguiendo esta misma línea de trabajo, para el año 2008 se escribió el documento de trabajo Política de Comunicaciones, el cual realiza un análisis del pensamiento comunicativo de la Universidad desde las distintas instancias que hacían parte de este proceso: División de Recursos Educativos, Comunicaciones Corporativas y el Proyecto Fondo Editorial.

En este texto, la comunicación es entendida como un proceso dialógico, es uno de los elementos fundamentales para que exista un verdadero flujo de información dentro de la institución y desde esta hacia la sociedad. La participación de la comunidad universitaria genera espacios de discusión que permiten establecer un diálogo constructivo entre las unidades e instancias de la Universidad, desde la perspectiva académica y la administrativa.



Por lo tanto, el carácter participativo y estratégico de las comunicaciones se convierte en un elemento transversal a todas las acciones que se desarrollan en la Universidad y en un punto de encuentro con la sociedad a partir del trabajo realizado en torno a la pedagogía y la formación de maestros (Política de Comunicación. Documento de trabajo, 2008, p. 3).

Entre el año 2005 y 2008, el proyecto Red Académica permitió a la Universidad incursionar en las posibilidades que brindaba Internet. El portal institucional fue creado y con él una nueva forma de comunicar e informar a la comunidad, tanto interna como externa, de las actividades propias de la institución, investigación, docencia, programas, etc. Para el año 2008, se planteó un proyecto borrador de política que logró hacer un diagnóstico general.

En 2012, y bajo la dirección de la Vicerrectoría de Gestión Universitaria, se construyó el proyecto Gerencia de Medios, con el objetivo de potenciar e integrar el Fondo Editorial, la División de Recursos Educativos y la Oficina de Comunicaciones Corporativas; áreas que acompañan, fortalecen y desarrollan estrategias de visibilización, comunicación y apropiación social del saber pedagógico producido en la Universidad con el fin de potenciar las áreas misionales de docencia, investigación y extensión. La Gerencia de Medios asumió la administración del portal web.

En este marco, el proyecto Gerencia de Medios diseñó cinco líneas generales sobre las cuales se orientaron las acciones, mecanismos y modos de desarrollar el sistema de apropiación social del conocimiento, que no solo fortalecía y promovía las dinámicas de las unidades académicas, sino que facilitaba escenarios para el diálogo entre la Universidad y la sociedad para responder al compromiso de la institución con las demandas sociales y culturales.

Este proyecto propuso como derroteros los siguientes campos de acción:

1. Desarrollar estrategias de convergencia de medios, formatos y plataformas a partir de nuevas narrativas y estéticas, potenciando la usabilidad de la web.



2. Generar políticas y protocolos que faciliten la interacción entre las áreas relacionadas y de estas con los agentes internos y externos.
3. Desarrollar y consolidar la imagen corporativa.
4. Buscar nuevas opciones de interacción entre la Universidad y su entorno local, nacional e internacional, desde aspectos cognitivos, socioafectivos y de la gestión, para generar un diálogo intercultural entre regiones y países.
5. Visibilizar la producción de conocimiento y los desarrollos de la UPN.

Durante su implementación, el proyecto Gerencia de Medio favoreció la reconfiguración del Fondo Editorial y la asignación a Comunicaciones del manejo del portal institucional.

Para los años 2013 y 2014, este proceso se enmarcó en la política de Apropiación Social del Conocimiento, considerada como un conjunto de acciones que buscaba desarrollar y fortalecer diálogos de saberes entre diferentes agentes académicos, pedagógicos y sociales en ambientes interdisciplinarios, interculturales, regionales e interinstitucionales, con el ánimo de desarrollar las capacidades y aumentar las oportunidades de las comunidades académicas y sociales a favor de la construcción de saber social y pedagógico.

En este sentido, la Apropiación Social del Conocimiento está orientada al desarrollo de acciones que favorezcan el diálogo de saberes y el reconocimiento de los compromisos educativos y culturales de la Universidad, expresados en las demandas sociales que reclaman mayor acceso al conocimiento y a los desarrollos científicos y tecnológicos.

Esto implica nuevas maneras de entender los procesos de construcción del conocimiento en términos de las relaciones que establecen los grupos y comunidades de investigación con las realidades locales y regionales. Para este propósito, el sistema de apropiación social del conocimiento exige una descentralización del saber que se produce en la Universidad y la puesta en



marcha de mecanismos institucionales que favorezcan sinergias entre la actividad investigativa con los contextos y las problemáticas sociales.

Siguiendo estos lineamientos, las nuevas sociedades del conocimiento exigen formas de comunicación que permitan, por un lado, la socialización del conocimiento y, por el otro, el diseño e introducción de instrumentos eficaces para potencializar los diálogos entre las comunidades académicas y los actores y grupos sociales. Esto hace que la comunicación, en el sistema de apropiación social del conocimiento, se oriente hacia las maneras de percibir, representar y reconocer la realidad social que permite, entre otras cosas, la movilización social.

Para la vigencia 2014-2019, el PDI, "Una universidad comprometida con la formación de maestros para una Colombia en paz", desarrolló los siguientes programas y acciones encaminados a fortalecer y dinamizar procesos de comunicación interna y externa, entre otros.

3.1.4. Programa 4. Recursos de apoyo académico, en el cual se proyectó la dotación de materiales educativos e infraestructura tecnológica, entre otros, para potenciar la formación estudiantil y complementar el proceso educativo de los docentes.

3.1.6. Programa 6. Fortalecimiento y desarrollo de programas de formación apoyados en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en el cual se contempló el diseño de materiales educativos y otras opciones tecnológicas que favorecieran la construcción de sujetos mediados por las tecnologías y el uso de medios, entre otros.

3.1.7. Programa 7. Apropiación social del conocimiento y comunicación institucional, que propuso la creación de una política editorial y fortalecer la producción de contenidos editoriales, educativos y didácticos, así como cualificar y dinamizar los procesos de comunicación, tanto en la comunidad universitaria como fuera de ella.

Durante este periodo, se crearon el Centro de Innovación y Desarrollo en Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación (CINNET), que



retomó y amplió las actividades desarrolladas por el proyecto Instituto de Tecnologías Abiertas y Educación (ITAE), y la emisora, La Pedagógica Radio, que funciona en plataformas virtuales.

2. Principios y objetivos [T1]

2.1. Principios [T2]

La Política de Comunicaciones de la Universidad se rige por los siguientes principios:

- **Veracidad**

La Universidad promueve la producción y difusión de información y contenidos reales, obtenidos por medio de la indagación y verificación de las fuentes de información, así como se abstiene de difundir información que no esté debidamente verificada.

- **Transparencia**

La Universidad garantiza a la comunidad universitaria el acceso oportuno a la información que sea de su interés y restringe solamente la información que afecte derechos de terceros o cualquiera prohibida expresamente por la ley.

- **Libertad de expresión**

La Universidad fomenta la libertad de expresión en el marco del respeto por los derechos humanos y el buen nombre de los integrantes de la comunidad universitaria y demás comunidades internas o externas a la institución.

- **Excelencia**

La Universidad promueve la creación y difusión de contenidos que respondan al rigor científico y a la calidad académica.

- **Diálogo e intercambio de saberes**

La Universidad fomentará el encuentro de los actores educativos y sociales en espacios de creación y comunicación que son base del intercambio de saberes.



- Democratización del saber

La Universidad acompaña y difunde diversas iniciativas para la circulación del saber pedagógico, científico y cultural y promueve el diálogo entre la comunidad universitaria y la sociedad en general.

- Respeto del interés público

La Universidad Pedagógica Nacional mantendrá una comunicación permanente, de doble vía, con los públicos internos y externos procurando el beneficio de la sociedad en general.

La política de comunicaciones de la Universidad se rige por el siguiente objetivo general y objetivos específicos.

2.2. Objetivo general [T2]

La política tiene como objetivo fortalecer los procesos de comunicación y educación desarrollados por la Universidad Pedagógica Nacional, que en el marco de sus funciones misionales establece relaciones con diversos actores sociales y de la vida científica, académica y cultural, tanto a nivel nacional como internacional. Por lo tanto, el Sistema Integral de Comunicaciones se contempla como un proyecto de diálogo integral entre los distintos medios y miembros de la comunidad; diseñará, orientará y producirá estrategias comunicativas y contenidos bajo la concepción de comunicación transmedia y convergencia mediática en consonancia con las políticas y el PDI. Articula estrategias, medios y recursos para el posicionamiento de la Universidad y así contribuir con el cumplimiento de sus fines.

2.2.1. Objetivos específicos [T3]

- a. Difundir y visibilizar los resultados de los procesos académicos de formación e investigación, al igual que los procesos de extensión universitaria.
- b. Propiciar por la difusión y apropiación social del conocimiento a los diferentes grupos de interés.



c. Orientar a la dirección de la Universidad en comunicación, manejo asertivo de la información, relacionamiento y sensibilización con miras a entregar información o insumos para la toma de decisiones.

d. Garantizar la difusión e intercambio oportuno, transparente y eficaz de mensajes, información y materiales o recursos educativos de la Universidad a los diferentes grupos de interés.

e. Brindar los lineamientos para el buen uso de la información y la imagen de la Universidad de manera adecuada y en todos los medios institucionales.

3. Difusión y apropiación social del conocimiento [T1]

La Subdirección de Recursos Educativos, Comunicaciones Corporativas, La Pedagógica Radio y la Subdirección de Gestión de Sistemas de Información surgen en momentos históricos y por necesidades comunicacionales diferentes para la Universidad Pedagógica Nacional. Teniendo en cuenta tanto su objeto y necesidad de interacción, se creó mediante Resolución Rectoral 0581 del 27 de agosto de 2020 el Comité de Comunicaciones como espacio orientador del accionar conjunto de las instancias mencionadas.

A través de dicho comité, se busca armonizar el actuar del personal que integra estas instancias no solo compartiendo capacidades, sino también trabajando por construir una comunicación directa entre los diversos públicos que componen la comunidad universitaria de la UPN.

3.1. Subdirección de Recursos Educativos [T2]

Desde 1998, la Sección de Recursos Bibliográficos y Audiovisuales —luego llamada División de Recursos Educativos (DRE)—, en representación de la Universidad Pedagógica Nacional, junto con otras instituciones de educación superior hizo parte de la Mesa de Televisión y Educación Superior promovida por el entonces Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión) —hoy RTVC—, que analizó y concertó una estrategia integral para Colombia denominada Proyecto Nacional de Cultura y Educación a través de Medios Masivos de Comunicación (Procem). Esta se enfocaba en cinco principios orientadores:



movilización social; reconocimiento de la diversidad cultural y ambiental; respeto por el conocimiento y la experiencia; transversalidad, estabilidad y permanencia de los programas dentro de su propia dinámica de evolución, y crecimiento constante. En la Mesa de Televisión y Educación Superior, la UPN con las Universidades Nacional, Javeriana, del Valle y la UNAD promovieron del proyecto denominado Franja Universitaria para la Televisión.

En octubre del 2000, se abrió la Licitación Pública Nacional 01 de 2000 para la contratación de la programación para Señal Colombia 001. Inravisión invitó entonces a participar a las universidades colombianas en una licitación cerrada en los espacios propuestos por la mesa de trabajo.

Dicha licitación la ganó la División de Recursos Educativos con la propuesta de serie documental *Viaje maestro*, la cual visibilizaba las diferentes maneras de hacer escuela en Colombia, inspirado en el proyecto Expedición Pedagógica "orientado básicamente a generar una movilización nacional que permitiera concretar acuerdos territoriales, sectoriales e institucionales por la educación" (Unda y Guardiola, 2005).

La convocatoria y financiación significó desarrollar por tres años la serie documental *Viaje maestro*, tiempo en el que se emitieron 32 capítulos de televisión a través de los que se hicieron visibles diversas propuestas pedagógicas centradas en lo étnico, lo urbano y lo rural.

Viaje maestro fue un acercamiento a la escuela colombiana para entender y corroborar el rol fundamental que cumple dentro de la sociedad; aproximarse a un concepto diferente de escuela, pues se consideraba el contexto de la institución como punto de partida para formular planes educativos institucionales, y, quizás lo más importante, se convirtió en el vehículo para que la Universidad Pedagógica Nacional incursionara en la televisión pública como un escenario más desde el cual se pronunció y dio a conocer su misión y su filosofía.

En 2003, la dependencia crea la serie audiovisual *Si no me acordara yo*, que narra experiencias exitosas sobre resolución de conflictos en el marco del



Proyecto Cultura, desarrollado entre el Ministerio de Cultura y la Oficina del Alto Comisionado para la Paz.

En 2004, la DRE se separa de la producción de publicaciones, de la editorial y del almacén de libros e inicia el reto de crear el campo de la producción audiovisual en la Universidad. Ese mismo año, RTVC invita a la dependencia a participar en Canal Institucional para contarle al país qué hacía la Universidad Pedagógica Nacional y para ello se crea el programa institucional *Historias con futuro*, vigente en la actualidad.

A lo largo de los años, *Historias con futuro* se ha afianzado como un espacio de diálogo entre maestros, estudiantes, académicos y comunidades. Un escenario de intercambio de ideas y experiencias sobre la base de construir discursos audiovisuales que muestren, comuniquen y difundan la memoria pedagógica de la nación colombiana.

Al mismo tiempo, desde 1999, se pensó el desarrollo del circuito cerrado de televisión Telepedagógica, de acuerdo con las consideraciones del Colegio Académico de Comunicación y Educación (CACE), como se mencionó en los antecedentes. Hasta 2009, y en sus diez años de funcionamiento, Telepedagógica tuvo como objetivo:

La promoción de una cultura audiovisual y la redefinición de los espacios públicos de la institución a partir de una nueva manera de relacionarnos, dentro de una estética y economía de la imagen que se espera estimule nuevas formas de expresión cultural, académica y simbólica. (Huergo y Belén, 1999, p. 40).

En octubre del 2005, se desarrolló el IX Encuentro Nacional de Televisión y Seminario Internacional Televisión y Educación: Nuevos Escenarios, con el apoyo de la Comisión Nacional de Televisión, en el que se entendía a la televisión como "un lugar de creación e intercambio de los diferentes mensajes que circulan en la sociedad contemporánea" (Universidad Pedagógica Nacional, 26, 27 y 28 de octubre de 2005) y de manera premonitoria consideraba la convergencia con el internet como un desafío para la educación del siglo XXI.



En 2014, el Consejo Superior de la Universidad cambió el nombre de División de Recursos Educativos por Subdirección. Ese mismo año, la SRE lanzó la Convocatoria Haz, que apoyó y acompañó el diseño, producción y difusión de materiales educativos que realizó la comunidad universitaria hasta su cierre. En 2015, el proyecto *La imagen cuenta* fue una propuesta pedagógico-audiovisual que apostaba por la creación de un “diálogo audiovisual” que permitía a los docentes y estudiantes construir narrativas propias desde su entorno social, escolar y mediático, con el propósito de visibilizar sus aprendizajes y evidenciar sus necesidades expresivas y creativas a través de los medios. También se trataba de leer críticamente y con sentido pedagógico la producción audiovisual que hace parte importante de la vida social y familiar del ciudadano, con particular énfasis en sus posibilidades didácticas en la escuela.

La estrategia de formación se sustenta en una “pedagogía para el desarrollo de proyectos pedagógicos audiovisuales” con apropiación institucional que busca integrar la producción audiovisual desarrollada por la Universidad por más de 15 años, consolidada en canales como YouTube o Señal Institucional, y los diferentes principios pedagógicos del Plan de Desarrollo Institucional 2014-2019. Desde 2015, la Subdirección de Recursos Educativos establece cuatro líneas, de acuerdo con la meta del PDI 2014 -2019, “Desarrollar estrategias de comunicación con el fin de contribuir al uso pedagógico del material audiovisual producido por la UPN”, parte del programa 7. Apropiación Social del Conocimiento y Comunicación Institucional y del proyecto 3. Fortalecimiento de las Comunicaciones y los Recursos Educativos.

Esto es, “un proyecto de comunicaciones y recursos educativos que fortalezca y dinamice los modos, las prácticas y relaciones al interior de la comunidad universitaria, y que lidere los procesos de diálogos entre la Universidad y los distintos actores sociales” (PDI, 2014-2019, 2014, p. 86), que para la dependencia respondía a acciones que potencian el uso del lenguaje audiovisual y generan procesos de innovación pedagógica, al tiempo que hacen visibles las iniciativas que se desarrollan desde la Universidad para el país. La Subdirección



de Recursos Educativos también produce contenido audiovisual de carácter informativo en formato de clips cortos en los que se comunica a la comunidad universitaria y al público en general temas de interés académico, administrativo, coyuntural, logros, invitaciones a eventos, etc. Estos se difunden a través del canal de YouTube oficial de la UPN y en los distintos medios de comunicación y redes de la institución.

En el marco del Plan de Desarrollo Institucional 2020-2024, “Educadora de educadores para la excelencia, la paz y la sustentabilidad ambiental”, la Subdirección de Recursos Educativos apoyará el fortalecimiento del proceso comunicativo, mediante la consolidación de una política de comunicaciones que oriente el sistema integral de comunicaciones en el diseño y la implementación de estrategias comunicativas y de producción de contenidos.

3.2. Comunicaciones Corporativas [T2]

Como antecedente de las comunicaciones corporativas se encuentra La Subdirección de Gestión de Sistemas de Información (SGSI) que era responsable de las bases de datos, estructura y funcionamiento de la página web de la Universidad. Adicionalmente, se adelantó la primera propuesta del proyecto de la emisora digital UPN, focalizada en una parrilla de contenidos pedagógicos mediante la producción y participación de estudiantes, docentes, directivos y egresados. Al mismo tiempo, se comenzó a organizar el archivo fotográfico y posteriormente se crearían las cuentas en redes sociales de la Universidad.

El portal web, en sus inicios, se encontraba a cargo de la Red Académica, un grupo de aproximadamente ocho personas que se orientaba a la promoción de los programas académicos y al funcionamiento administrativo. Posteriormente, la Red Académica desapareció y los compromisos del portal web los asumió la SGSI y el GCC; compromisos que llevaron a un nuevo diseño en el 2009, el cual se enfatizó en la creación de sitios web especializados y en la propuesta de la Agencia Pedagógica de Noticias (APN), la cual se integró al *home* del portal mediante un *slider*, noticias destacadas, cajas misionales, galerías fotográficas y una primera propuesta de agenda digital UPN. De la misma forma, se buscó



atender las directrices A, AA y AAA, la creación del documento '*Lineamientos de actualización y administración del portal UPN*' y la estrategia de descentralización mediante la habilitación de microsítios, desarrollos digitales, capacitaciones, veeduría sobre la autonomía y administración de contenidos, apoyo visual y articulación con la SGSI para el funcionamiento y mantenimiento de los diferentes sitios web. Para el año 2017 se avanzó en el rediseño del portal.

Actualmente, se mantienen las sesiones de socialización de propuestas para el desarrollo de proyectos digitales y mantenimiento acordes al cronograma interno de tráfico GCC y orientados al cumplimiento de los planes de desarrollo institucional (PDI) y de mejoramiento, junto al cumplimiento de los lineamientos de Gobierno Digital; todo con el objetivo de seguir potenciando en el portal los enfoques de participación, innovación, pertinencia de los contenidos, apropiación de lo público y el compromiso de la comunidad pedagógica con la sociedad.

El continuo desarrollo del portal se ha venido abordando en sesiones internas para determinar los ajustes pertinentes frente al cumplimiento de requerimientos específicos institucionales, y en sesiones externas, para llevar a cabo los desarrollos acordes con los requerimientos y orientaciones de las unidades académicas y administrativas; sesiones que se desarrollan en diferentes etapas.

Las sesiones internas se adelantaron con el objetivo de reconocer el horizonte digital, consolidar la estructura del proyecto, establecer un cronograma de trabajo y compromisos de las partes; mientras que las sesiones externas se hicieron con reuniones posteriores para socializar avances, realizar ajustes, revisar cronogramas y establecer una fecha de entrega del proyecto, una para la capacitación del administrador de contenidos y la de publicación, junto a una serie de actividades de promoción y divulgación.

El desarrollo de proyectos digitales tiene unos periodos en los que la SGSI realiza las cargas en los servidores virtuales, la solicitud y habilitación de dominios con el operador vigente y las pruebas de funcionamiento en dominios. La unidad solicitante realiza la carga de contenidos, funcionamiento, verificación de



interfaces y navegación y el GCC brinda la pauta digital y establece la conexión entre nodos con el portal UPN.

Al momento de entregar los proyectos digitales finalizados es importante siempre reconocer la sincronía y el compromiso de la unidad solicitante en la administración de los contenidos (gestión, autonomía y pertinencia); del GCC, en el cumplimiento de la pauta digital del portal (acompañamiento visual, lenguaje institucional y herramientas tecnológicas), y de la SGSI, en la seguridad y soporte de funcionamiento.

Actualmente se adelanta la renovación de sitios web de las licenciaturas, que salda la deuda histórica que se tenía con el diseño web para dispositivos móviles. Al mismo tiempo, se adelanta la descentralización de los dominios para obtener estadísticas específicas de consulta a las licenciaturas, lo que no era posible desde su desarrollo, así como la visualización plena en los celulares de manera responsiva, lo que garantiza un fácil acceso por parte del estudiantado.

3.3. Emisora La Pedagógica Radio [T2]

La Pedagógica Radio fue creada en el año 2016 e inició transmisiones en línea el 25 de octubre, como parte del Plan de Desarrollo Institucional 2014-2019, que proyectaba “el fortalecimiento de los ejes misionales, el uso de las TIC y la proyección social del conocimiento”.

En ese programa se crean la Licenciatura en Educación Básica a Distancia y la emisora virtual, esta última como parte de los apoyos y recursos educativos con que la Licenciatura se pondría en funcionamiento y cuya modalidad requería de formatos de audio y video. De manera simultánea, la emisora vinculó actividades de docencia, proyección social e investigación por medio de proyectos de facultad, semilleros de investigación, prácticas pedagógicas, producción de contenidos educativos en diferentes formatos y difusión del conocimiento. Durante ese periodo se trazaron cinco iniciativas

1. Creación de proyectos de facultad vinculados a la emisora: En estos se proyectaron y consolidaron los programas de radio con los que cada facultad



cuenta. Los proyectos buscan la articulación entre los saberes y conocimientos generados en las facultades por los maestros y estudiantes y la producción de contenidos de radio propios, pertinentes y en contexto que permitan a la Universidad llegar a públicos más amplios.

2. Realización de prácticas pedagógicas: Esta iniciativa responde a la necesidad y posibilidad de vincular a los estudiantes y maestros a procesos de creación de contenidos radiales y en otros formatos, en el marco del enfoque educomunicativo. Las prácticas vinculadas se ubican en el campo de la educación rural, la difusión de las ciencias, la creación de contenidos en formatos de audio y video, entre otros.

3. Vinculación de semilleros de investigación a los programas de radio: Esta propuesta se realizó en dos líneas, la primera como parte de los procesos que los maestros adelantan con estudiantes de semilleros, que ya contaban con alguna trayectoria y que vieron en la radio una posibilidad de formación. En la segunda línea, algunos programas de radio crearon semilleros de investigación desde sus áreas de conocimiento, pero anclados a la producción radial.

4. Formación en producción radial y redes sociales: Estrategia que el equipo de la emisora adelanta como apoyo y fortalecimiento a los procesos de práctica, investigación y difusión del conocimiento que son adelantados por los maestros y estudiantes vinculados a la emisora. Es una iniciativa que ubica a los participantes como sujetos activos en la planeación, producción y difusión de contenidos radiales y en otros formatos.

5. Vinculación de la emisora en programas y proyectos de extensión, investigación y publicación: Esta iniciativa surgió como resultado de la participación en algunos proyectos en los que se integró tanto el equipo científico como técnico y por la iniciativa de algunos maestros que, dada la experiencia adquirida en La Pedagógica Radio, la vincularon como parte de convocatorias y proyectos.



En el caso de publicaciones y en alianza con el Fondo Editorial de la UPN se producen contenidos educativos, lo que permite a la emisora y a la Universidad tener mayores articulaciones entre procesos académicos, investigativos y de proyección social.

Lo anterior bajo un enfoque educomunicativo que orienta las actividades de producción de contenidos y materiales didácticos en los cuales estudiantes, maestros y comunidad invitada son participantes directos. La radio así entendida es un medio de comunicación y producción de contenidos que están al servicio de la educación y la creación a partir de las tecnologías digitales.

La emisora tiene como propósito fortalecer la Universidad sin Fronteras en el marco de una radio con enfoque educomunicativo al servicio de la comunidad, cuyos contenidos den cuenta de los desarrollos académicos que a nivel científico y pedagógico ofrece la Universidad, al igual que exaltar la diversidad, la cultura, la paz, la pluralidad y la democracia como características propias de la comunidad universitaria que asume con responsabilidad y compromiso social sus mandatos misionales.

3.4. Subdirección de Gestión de Sistemas de Información [T2]

La Subdirección de Gestión de Sistemas de Información (SGSI), fue creada a través del decreto 2902 de 1994, y se encarga del mantenimiento de la infraestructura tecnológica y de comunicaciones de la Universidad y procura la adquisición de la última tecnología que permita a la UPN ser más competitiva.

Las primeras referencias de una dependencia encargada de informática y sistemas en la UPN son de finales de los años 70, época en que la Universidad adquirió sus primeros equipos electrónicos. Una de las primeras dependencias que usó equipos computarizados en la institución fue la división de Personal, que utilizaba tarjetas perforadas que almacenaban información. Los funcionarios programaban a mano la máquina para perforar las tarjetas, pero no se contaba con la máquina para leerlas, por lo que la UPN acudía al DANE para acceder a la



información impresa en papel y mantener la historia, la cual se llevaba hasta entonces en libros con registros manuales.

Otra dependencia que se lanzó a la sistematización con el uso de equipos electrónicos y sistemas informáticos fue Admisiones y Registro, con la que se creó una de las primeras redes de área local de la Universidad. Para el año 1985, se adquirió un servidor con algunas terminales brutas que permitían el registro de datos para centralizar la información. Tres años después se adquirió un servidor más robusto para el mismo uso con un sistema operativo llamado Prime.

Para inicios de los años 90, se adquirieron más equipos para la Universidad y se vio la necesidad de sistematizar más los procesos, uno de ellos los pagos de nómina en cheque con el sistema Qpro en la Oficina de Personal. En esta misma línea y para el año 1994, se crea la oficina de sistemas con el Acuerdo 076 que establece en el artículo 23:

La División de Gestión de Sistemas de información es una unidad de apoyo de carácter administrativo dependiente de la Vicerrectoría de Gestión Universitaria, que tiene a su cargo la dirección de los procesos de ejecución y gestión de las políticas emanadas de los Consejos Superior y Académico, relacionadas con los sistemas de información de la Universidad, redes de información, centros de documentación y biblioteca en su proyección interna y externa, y con la producción, utilización y venta de materiales y recursos educativos.

En este mismo año, Colombia recibe la primera señal de Internet proveniente de Homestead, Florida, la cual fue enviada a través del servicio satelital Impsat al Cerro de Suba en Bogotá y de allí redireccionada a la Torre Colpatria y finalmente al campus de la Universidad de los Andes.

Es importante recordar que la primera aproximación a Internet realizada en Colombia fue en el año 1988 con la creación de la red local RDUa de la Universidad de los Andes, en Bogotá. Posteriormente, en el año 1994, esa institución es seleccionada por un grupo de otras universidades colombianas y



algunas agencias gubernamentales para convertirse en el primer proveedor de servicios de Internet en el país.

Es por esta época (1995) cuando se da inicio a la instalación de las primeras redes de cableado estructurado dentro de la Universidad Pedagógica Nacional, lo que permitió un mejoramiento de las comunicaciones con la intervención de la Oficina de Sistemas, inicialmente en los edificios P, A y B. Con posterioridad, se integra toda la sede Calle 72 y otros edificios donde opera la institución.

Tres años después, para 1998, se crean los primeros correos electrónicos institucionales, lo que optimizó las comunicaciones, que hasta esa fecha se realizaban de manera personal, por archivo y correspondencia o llamadas telefónicas.

Paralelamente, durante ese periodo se dio la creación de la primera página web de la Universidad, que se convirtió en un portal web dinámico, con mejor diseño y participativo, asumido por la Vicerrectoría Académica en el año 2004 con miras a mejorar las comunicaciones y difusión de la oferta académica y de actividades de la UPN.

Dentro del proceso de evolución y mejora se crean subdominios dentro del portal web, los cuales son entregados a las dependencias de la Universidad para su uso y control. En este marco y para el año 2005, mediante Resolución 0696, se adopta el manual de políticas, procesos y procedimientos para la administración de los recursos computacionales, informáticos, multimediales y de comunicaciones de propiedad de la Universidad Pedagógica Nacional.

En el año 2009, es devuelta la administración del portal web a la SGSI y al Grupo de Comunicaciones Corporativas. Desde entonces, estas dependencias apoyan la administración del portal web de la Universidad, el cual está dirigido a resolver necesidades de información y comunicación principalmente del ámbito educativo.

Desde esa perspectiva, la Universidad cuenta con varios elementos y mecanismos que facilitan la comunicación interna y externa en la institución. Uno



de ellos es el Centro de Cómputo de la Universidad, que fue completamente renovado y modernizado en el año 2017, con lo que se obtuvo la certificación internacional del Data Center con certificación ICREA nivel 2 del año 2018 para la UPN.

Paralelamente, se implementó un rediseño a toda la red de datos de la sede Calle 72, cableado estructurado y equipos de conexión, lo que significa que este centro de cómputo y proceso de comunicación informático cumple con altos estándares de calidad en su diseño, procesos de operación y equipos que lo conforman.

Además, brinda una disponibilidad anual del 100 % en la prestación de los servicios informáticos a la comunidad universitaria, administrados por la Subdirección de Gestión de Sistemas de Información, lo que convierte a la Universidad Pedagógica Nacional en una de las pocas universidades públicas de Colombia que obtiene esta certificación en *data center*.

Finalmente, el trabajo de la Subdirección de Gestión de Sistemas de Información, que es una unidad de apoyo transversal en la Universidad, constituye uno de los pilares fundamentales en las comunicaciones de la institución en la formación de educadores, que se reconocen como un instrumento que contribuye a fortalecer sus compromisos misionales desde una perspectiva pedagógica, a partir del uso de las herramientas tecnológicas.

4. Responsables, tipos de información y recursos para la comunicación [T1]

Los responsables de la comunicación articularán sus acciones de la siguiente manera:

Subdirección de Recursos Educativos o quien haga sus veces: Se orienta a la creación, producción y circulación de materiales educativos en los que la imagen audiovisual, las plataformas y digitales son esenciales. Estimula el diálogo entre diversos saberes académicos, pedagógicos, sociales e institucionales y viabiliza los procesos de intercambio de información entre la comunidad académica y el



país. Sus decisiones estarán dirigidas a la planeación estratégica establecida por el Plan de Desarrollo Institucional.

Responsables de las comunicaciones corporativas: Se orientan a la comunicación y difusión de información institucional de carácter oficial tanto a nivel interno como externo, de igual manera, entregan a las directivas elementos de información y juicio para la toma de decisiones organizacionales en términos comunicativos y en el marco de los ejes misionales de la Universidad.

Responsables de la emisora La Pedagógica Radio: Se orientan a la creación y difusión de contenidos educativos, científicos y culturales que fortalecen la proyección de la Universidad, al igual que su vinculación con comunidades y redes académicas. En este sentido y bajo el enfoque educomunicativo, produce contenidos multimedia de interés educativo y pedagógico en articulación con las facultades y demás dependencias de la Universidad.

La Subdirección de Gestión de Sistemas de Información: Se orienta al mejoramiento, actualización y administración de la infraestructura tecnológica que soporta los canales de comunicación usados por quienes integran la institución, con la organización, fluidez y efectividad necesarias.

Los responsables de la comunicación se reunirán una vez cada semestre, para fijar el plan de comunicaciones de la Universidad. De igual forma, elaborarán y actualizarán las guías para el tratamiento de la identidad visual y manejo de la imagen institucional; las guías o formatos de gestión de los contenidos digitales, audiovisuales, radiales y de prensa, y las guías o lineamientos para el manejo de la comunicación organizacional.

4.1. Vocería institucional [T2]

Las comunicaciones de carácter oficial emitidas desde la Universidad Pedagógica Nacional, solo podrán ser generadas por los siguientes integrantes de la comunidad educativa:

1. Rector: Como representante legal, para información relacionada con asuntos de carácter internacional, nacional o local, políticas públicas, educación y



formación de maestros y en cualquier caso que se considere de interés institucional.

2. Vicerrector académico: En los temas relacionados con la formación, en sus diferentes niveles y modalidades, a los asuntos estudiantiles y la política de admisión.

3. Vicerrector de Gestión: En los aspectos relacionados con la Política de Investigación y Gestión de la Universidad.

4. Vicerrector administrativo y financiero: Será vocero en aspectos de la administración de la Universidad, personal de planta docente, relaciones laborales y políticas de bienestar.

Estos voceros podrán delegar a un directivo o representante de los medios institucionales, en los casos que lo amerite o fuere necesario.

4.2. Tipo de información y medios [T2]

La información emitida desde la Universidad Pedagógica Nacional se clasifica de la siguiente manera:

4.2.1. Información institucional [T3]

Es la producida en el ejercicio de sus funciones por los miembros de la comunidad académica y administrativa, la cual es avalada institucionalmente por los responsables de la comunicación de acuerdo con sus funciones.

4.2.2. Información oficial [T3]

Se refiere a los pronunciamientos que desde el Gobierno universitario se generan y son promovidos por las directivas universitarias —rector, vicerrectores y decanos— y son difundidas por los medios oficiales dispuestos por la institución.

4.2.3. Divulgación científica y pedagógica [T3]

Hace referencia a la divulgación y circulación de la ciencia, el conocimiento y los saberes científicos y pedagógicos generados por la Universidad en el marco de



sus funciones misionales y que de forma didáctica busca contribuir con el fortalecimiento del capital científico y cultural de la nación.

Por su parte los medios de comunicación son un recurso utilizado por la Universidad Pedagógica Nacional y son los siguientes:

- **Redes sociales:** Son aquellas cuentas oficiales que la Universidad crea en las distintas redes sociales, como medio de intercomunicación activo con diversos actores sociales y la comunidad académica. Dichas cuentas serán definidas y creadas por las personas responsables de la comunicación, de acuerdo con las necesidades institucionales.
- **Emisora:** Como medio en línea produce y transmite programas, información y contenido de radio y multimedia en diferentes formatos. Cuenta con parrilla de programación de emisión permanente cuyos contenidos se articulan con los principios misionales de la Universidad.
- **Boletines electrónicos:** Se trata de correos masivos segmentados por públicos internos de la comunidad universitaria: funcionarios, docentes, estudiantes y egresados. El objetivo de estos boletines electrónicos es difundir información oficial de las diferentes áreas de la universidad como convocatorias, concursos, publicaciones, becas, eventos académicos, entre otros.
- **Impresos:** Son todas aquellas comunicaciones de carácter oficial encaminadas a la comunicación interna y externa cuyo contenido circula en formato impreso y cumple con los lineamientos de la Política de Comunicación.
- **Publicidad:** Consiste en la realización de estrategias de divulgación para público externo a través de folletos y avisos de prensa. Asimismo, se utilizan las redes sociales.
- **Plataformas digitales de contenido audiovisual:** Canales de televisión y redes sociales en los cuales se almacenan, difunden y transmiten contenidos audiovisuales, y con lo que se genera un repositorio institucional de diversas temáticas y géneros.



5. Estrategias y líneas de acción de la política [T1]

Las estrategias y líneas de acción de la política se establecen en el marco de los ejes misionales la Universidad. A estos se articula la comunicación, la información y el uso educativo de los medios y la producción de contenidos para la difusión y apropiación social del conocimiento. La Política de Comunicaciones busca desarrollar y fortalecer diálogos de saberes entre diferentes agentes académicos, pedagógicos y sociales en ambientes interdisciplinarios, interculturales, regionales e interinstitucionales con el ánimo de desarrollar las capacidades y aumentar las oportunidades de las comunidades académicas y sociales a favor de la construcción de saber social y pedagógico.

Las estrategias y líneas de acciones del sistema de comunicaciones comprenden:

5.1. Estrategia: Promover las comunicaciones institucionales [T2]

Tiene como objetivo organizar las comunicaciones institucionales para responder a las necesidades de proyección y trabajo tanto interno como externo.

Líneas de acción:

- Exaltar el carácter público de la Universidad y su compromiso con la formación de maestros en las comunicaciones tanto internas como externas.
- Procurar la oportuna transmisión de información a los docentes, funcionarios, directivos y egresados, haciendo uso de los boletines institucionales, la página web, las redes sociales, los subdominios de las facultades y la emisora universitaria.
- Promover los contenidos informativos y educativos que la Universidad genera, por medio de los boletines de prensa, la página web, las redes sociales, el canal institucional y la emisora universitaria.

5.2. Estrategia: Promocionar la imagen e identidad institucional [T2]

Tiene como objetivo promover el uso adecuado de la imagen institucional.



Líneas de acción:

- Contribuir a dar valor simbólico, tanto interna como externamente, a las acciones relevantes que desarrolle la Universidad.
- Mejorar los procesos de interacción institucional, elevar su reconocimiento público y facilitar la gestión académica y administrativa.

5.3. Estrategia: Promover la producción de contenidos educativos [T2]

Tiene como objetivo fomentar la participación de la comunidad educativa, el desarrollo y creación de contenidos educativos en diferentes formatos que son resultado de la participación en convocatorias interinstitucionales, nacionales, internacionales, así como proyectos o iniciativas internas resultado del trabajo interdisciplinario de diferentes dependencias.

Líneas de acción:

- Realizar contenidos educativos en el marco de convocatorias institucionales o de carácter externo, tanto nacionales como internacionales.
- Fomentar la creación de contenidos educativos en diversos formatos.
- Apoyar la producción de contenidos educativos y su circulación, de acuerdo con las necesidades del contexto y en favor del posicionamiento institucional.
- Fomentar la realización de convocatorias para la creación de materiales educativos o de difusión de resultados de investigación en diversos formatos.
- Propender por la formación de los miembros de la comunidad universitaria en la producción de contenidos educativos en diferentes formatos.

5.4. Estrategia: Convergencias de medios y nuevas tecnologías para difusión del conocimiento [T2]

Tiene como objetivo apoyar las diferentes iniciativas de la comunidad universitaria a través de la difusión de los procesos y resultados de investigación, proyección social y prácticas pedagógicas.



Líneas acción:

- Exaltar la amplia experiencia y resultados que en procesos de investigación, proyección social y prácticas pedagógicas tiene la Universidad.
- Fortalecer por medio de la creación y difusión de contenidos, las redes o vínculos con entidades, organizaciones o comunidades.
- Favorecer el trabajo articulado entre los diversos medios y dependencias de la Universidad para la creación de contenidos y recursos educativos.

5.5. Estrategia: Fortalecimiento técnico y de soporte para las comunicaciones [T2]

Tiene como objetivo el fortalecimiento al sistema comunicaciones de la Universidad a través de las actividades de soporte técnico, renovación y actualización tecnológica de *software* y *hardware*.

Líneas de acción:

- Favorecer procesos de renovación y actualización tecnológica.
- Realizar acciones encaminadas al mantenimiento y soporte de los medios de comunicación de la Universidad.
- Proyectar y generar articulaciones funcionales y permanentes entre los medios institucionales y los recursos tecnológicos y técnicos de la Universidad.
- Propender por la vinculación de las redes y sistemas de información institucional para favorecer procesos y optimizar el acceso a la información.
- Realizar programas de capacitación de acuerdo con las necesidades y actualizaciones técnicas y tecnológicas del factor humano.

6. Recursos para la implementación de la política [T1]

Los recursos para la implementación, seguimiento, evaluación y actualización de la Política de Comunicaciones de la UPN serán asignados a través del presupuesto de funcionamiento, representados en la asignación de talento



humano vinculado a la Universidad (docentes y funcionarios de apoyo administrativo), la adquisición de bienes y servicios requeridos para la materialización de estrategias y acciones del plan de acción anual que se establezca para el desarrollo de la presente política.

Por inversión, se asignarán los recursos que representen el incremento de capacidades académicas, técnicas, físicas y tecnológicas, en armonía con los planes institucionales, especialmente el Plan de Desarrollo Institucional (PDI) aprobado para la Universidad, por el Consejo Superior Universitario.

7. Implementación, seguimiento, revisión y actualización de la Política [T1]

La implementación de la Política de Comunicaciones con sus estrategias y líneas de acción acordes con la presente política se realizará mediante los planes de acción anuales que adopte la Universidad, a través de las unidades o dependencias responsables de la Política de Comunicaciones.

El seguimiento, revisión y actualización de la Política de Comunicaciones se realizará por parte de los responsables de la presente política y a nivel de Rectoría y vicerrectorías. Presentarán los resultados y avances de la política como parte del informe de gestión institucional, al menos una vez al año, o según se requiera por las distintas instancias de dirección institucional.

La revisión, ajustes o actualizaciones que sean requeridos para que la Política de Comunicaciones sea pertinente y responda de manera eficaz a las necesidades institucionales y del contexto interno y externo deberán realizarse al menos cada dos años, y articular las estrategias y acciones que requieran asignación de recursos presupuestales adicionales con los procesos de planeación institucional, en especial con el Plan de Desarrollo Institucional.

Referencias [T1]

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.

Huergo, J., y Belén, M. (1999). *Cultura escolar. Cultura mediática/interacciones*.
Universidad Pedagógica Nacional.



- Téllez, G. (2002). *Pierre Bourdieu. Conceptos básicos y construcción socioeducativa*. Universidad Pedagógica Nacional.
- Unda, M., y Guardiola, A. (2005). Una década de expedición pedagógica en Colombia. *Revista Novedades Educativas*, 209.
- Universidad Pedagógica Nacional. (2005). *Comunicación: un propósito conjunto. Un primer acercamiento a los medios y formas de la comunicación en la UPN* (Grupo de Comunicaciones Corporativas, GCC) [texto borrador]. Universidad Pedagógica Nacional.
- Universidad Pedagógica Nacional. (26, 27 y 28 de octubre de 2005). CD Memorias IX Encuentro Nacional de Televisión y Seminario Internacional. Televisión y Educación: Nuevos Escenarios. Bogotá.
- Universidad Pedagógica Nacional. (1998). Plan de Desarrollo Institucional (1998-2003). Universidad Pedagógica Nacional.
- Universidad Pedagógica Nacional. (2019). Plan de Desarrollo Institucional (2020-2024). Universidad Pedagógica Nacional. <http://boletines.pedagogica.edu.co/uploadimages/files/PDI%202020-2024%20UPN.pdf>
- Universidad Pedagógica Nacional. (2020). Proyecto Educativo Institucional (2020-2024). Universidad Pedagógica Nacional. http://rectoria.pedagogica.edu.co/wp-content/uploads/2020/11/PEI_UPN_2020_web.pdf
- Velásquez, G. (2013). Convergencia de medios y nuevas formas de comunicación. *Revista Politécnica*, 9(16), 117-130.