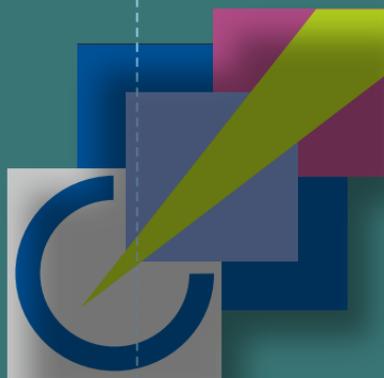


# Plan estratégico de difusión y diseminación

Procesos

Gestión

Convoca  
Empodera  
Innova  
Cultiva  
Apoya



## Convoca

Comunidad ●●●●●●●●

Organización ●●●●●●●●

Infraestructura ●●●●●●●●

Gestión ●●●●●●●●

Estructura ●●●●●●●●

Plataforma ●●●●●●●●

Física ●●●●●●●●



Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea

## Plan estratégico de difusión y disseminación

Resultado del proyecto ACACIA (561754-EPP-1-2015-1-CO-EPPKA2-CBHE-JP) cofinanciado por el programa Erasmus+ ACACIA: Centros de Cooperación para el Fomento, Fortalecimiento y Transferencia de Buenas Prácticas que Apoyan, Cultivan, Adaptan, Comunican, Innovan y Acogen a la comunidad universitaria.

### **Autores**

Eliana Gallardo Echenique, Gladys Molano Caro, Mirta Roldán Flores, Cristian Merino Rubilar, Emmanuelle Gutiérrez y Restrepo, Catherine Urbina Pizarro, Mailing Rivera Lam

### **Editor:**

Pedro Enrique Espitia Zambrano

### **Edición, Ilustración y diseño de portadas, diseño gráfico y diseño editorial accesible:**

Pedro Enrique Espitia Zambrano

Esta obra se distribuye bajo Licencia Creative Commons Atribución No Comercial Sin Derivar 4.0 Internacional



**Cómo citar este documento:** Gallardo, E., Molano, G., Roldán, M., Merino, C., Gutiérrez y Restrepo, E., Urbina, C., Rivera, M. (2019). Plan estratégico de difusión y disseminación. Proyecto ACACIA. 30 de junio de 2019. Recuperado de: [indicar la dirección desde donde se descargó], el [indicar fecha].

## Agradecimientos

Esta obra ha sido posible gracias al compromiso de todos los miembros del consorcio del proyecto ACACIA (Centros de Cooperación para el Fomento, Fortalecimiento y Transferencia de Buenas Prácticas que Apoyan, Cultivan, Adaptan, Comunican, Innovan y Acogen a la comunidad universitaria) y a la cofinanciación recibida por parte de la Comisión Europea a través del Programa Erasmus+.

El consorcio del proyecto ACACIA está conformado por tres universidades europeas y once de América Latina:

Universidad Distrital Francisco José de Caldas (UDFJC), Colombia. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España. Universidade Nova de Lisboa (UNINOVA), Portugal. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), Chile. Universidad Federal do Oeste do Pará (UFOPA), Brasil. Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), Perú. Universidad de Antofagasta (UA), Chile. Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense (URACCAN), Nicaragua. Universidad Pedagógica Nacional (UPN - Colombia), Colombia. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Brasil. Universitatea “1 Decembrie 1918” Alba Iulia (UAB), Rumania. Corporación Universitaria Iberoamericana (CUI), Colombia. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León (UNAN – León), Nicaragua. Universidad Continental (UC), Perú. INCI: Instituto Nacional para Ciegos de Colombia, Colombia. INSOR: Instituto Nacional para Sordos de Colombia, Colombia. Fundación Sidar Acceso Universal (de ámbito iberoamericano).

Agradecimientos especiales a José Félix Espinoza Cáceres (UNAN-León), José Alberto Carvajal Vargas (UNAN-León), Ricardo José Guevara Aragón (UNAN-León), Juana Argentina Mercado Mercado (UNAN-León)

# ÍNDICE

---

INTRODUCCIÓN	7
1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	10
1.1 Difusión, promoción y comunicación interna	13
1.2 Difusión, promoción y comunicación externa	15
1.3 Plan estratégico de difusión y diseminación para los medios de comunicación de masas	23
1.4 Protocolo para la gestión de comunicación de los CADEP Acacia	30
BIBLIOGRAFÍA	36

## Lista de abreviaturas y acrónimos

- PUCV = Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
- UPN = Universidad Pedagógica Nacional
- PT# = Paquete de Trabajo número tal.
- UDFJC = Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- UC = Universidad Continental
- UNED = Universidad Nacional de Educación a Distancia
- UANTOF= Universidad de Antofagasta
- CUI= Corporación Universitaria Iberoamericana.

# INTRODUCCIÓN

---

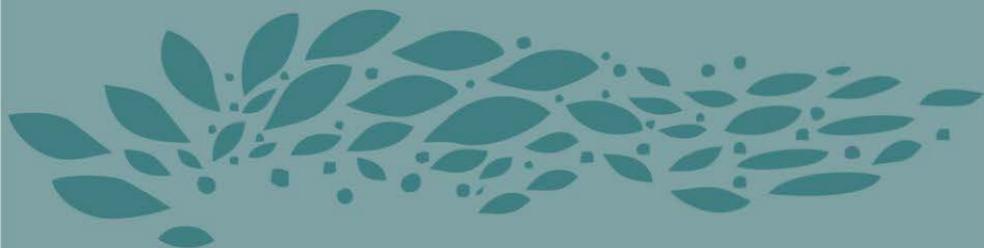
Presentamos el Plan estratégico de difusión y diseminación que tiene el propósito de favorecer la difusión interna y externa de las acciones y los resultados generados por el un CADEP Acacia.

El plan estratégico de difusión y diseminación describe entre otras, las actividades detallando estrategias, impacto en la creación de nuevas oportunidades para cada participante, etc.

Como lo señala la UNESCO (2003), las relaciones con los medios de comunicación cada vez cobran mayor importancia porque se debe mantener a los ciudadanos informados sobre los temas de actualidad en materia de cultura, educación, ciencias y comunicación. Informar y hacerlo correctamente no es sólo una tarea útil e interesante, sino una parte

esencial de las funciones de una Organización. Así mismo, “el éxito y el impacto de un proyecto innovador de cooperación transnacional dependen en gran medida de las actividades de comunicación y difusión” (Crea Business Idea, 2009).

Se emplearán canales y medios directamente relacionados con cada uno de los objetivos del proyecto, destinatarios y las actividades que desarrollan cada uno de los miembros del consorcio en ese ámbito. Se considerarán servicios/empresas, proveedores de tecnologías de apoyo, grupos de investigación en este campo, comunidades docentes.



# Plan estratégico de difusión y diseminación

## Capítulo

# 1



Cofinanciado por el  
programa Erasmus+  
de la Unión Europea

# 1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

---

La estrategia de comunicación está condicionada por el público objetivo al que va destinado el mensaje y por los diferentes niveles en los que estos se localizan. Los mensajes han de ser simples, claros y concretos, siendo la base para todas las actividades de difusión y deben ser relevantes para los públicos objetivo. Los mensajes recordarán los objetivos y resaltarán el valor añadido y los beneficios que el proyecto aportará.

Por tratarse de un proyecto internacional ha de tenerse en cuenta la existencia de varios idiomas correspondientes a los distintos países participantes: español, portugués e inglés (lenguaje científico).

### Objetivos:

- Fundamentar y favorecer la toma de decisiones con respecto a la difusión, promoción y comunicación.
- Eliminar posibles disonancias entre imagen deseada, proyectada y percibida.
- Optimizar la gestión estratégica de la imagen del proyecto y su comunicación.
- Fijar el orden de prioridades de difusión, promoción y comunicación.
- Favorecer la presencia mediática del proyecto.

Con el fin de responder de manera específica a los diversos grupos destinatarios, las acciones, materiales y recursos elaborados para su difusión se agruparán en tres dimensiones de acción:



**Figura 1. Tipos de difusión y diseminación**

## 1.1 Difusión, promoción y comunicación interna

Tiene como objetivo la sistematización y estructuración de la información de forma que garantice una gestión eficaz y transparente de las funciones y servicios del CADEP Acacia de cada Universidad y de la Red de CADEP Acacia, así como asegurar una fluida y eficiente comunicación entre los directamente involucrados, es decir, los Coordinadores de Módulo a través de dos vías:

1) una comunicación de carácter general entre todos los participantes y

2) a nivel de la coordinación de los Módulos para generar espacios de confianza y transparencia.

Para compartir la información, se establecen las siguientes líneas de acción y los siguientes medios de comunicación:

- Elaborar conjuntamente y compartir los textos, actas, notas de prensa, artículos e informes a través de la plataforma de la Red

de CADEP Acacia con las siguientes herramientas de gestión y de intercambio de información:

- ✓ Acceso habilitado y seguro para cada socio.
  - ✓ Archivo compartido de documentos (subida y descarga de documentos).
  - ✓ Acceso a documentos actualizados de planificación y gestión (plan de trabajo, distribución de actividades o tareas, actas de reunión, plantillas, modelos de notas de prensa, manual de imagen, manual de estilo, enlaces útiles para el trabajo de los socios, etc.
  - ✓ Fomentar entre los participantes la participación en la comunicación y difusión.
- Creación y difusión del Sitio Web oficial de la Red de CADEP Acacia.
  - Reuniones periódicas de planificación, coordinación, gestión y toma de decisiones.

- Herramientas de comunicación (teléfono, correo electrónico, videoconferencia, Skype, foros de discusión, chat, etc.) mediante periodicidad establecida.

## 1.2 Difusión, promoción y comunicación externa

Tiene como objetivo tanto la difusión, promoción y comunicación a los potenciales beneficiarios directos como a otros destinatarios generales, atendiendo a sus peculiaridades como es el idioma, la cultura, el ámbito geográfico, etc.

Para compartir la información, se establecen las siguientes líneas de acción y los siguientes medios de comunicación:

- Imagen de la Red CADEP Acacia presentada en un manual de identidad visual que incluye un logo representativo de cada uno de los CADEP. Asimismo, se describen las normas de aplicación para la correcta utilización del logotipo, tipografía, colores, etc.

- Sitio Web oficial de la Red: Es un canal de difusión de la información y desarrollo del proyecto ACACIA, así como un portal de información con el fin de dar amplia difusión y conocimiento al proyecto y sus resultados (Red de CADEP Acacia y centros particulares). Asimismo, será también una herramienta de difusión y alojamiento de otros materiales, como, por ejemplo, el material de referencia, las publicaciones, notas de prensa, fotografías de las actividades, los folletos, el logotipo, informes, etc. Esta información se actualizará periódicamente (mínimo una vez al mes).

La información estará estructurada en varios niveles:

- Descriptivo
- Promotor
- Informativo
- Divulgativo-documental
- Participativo
- Concienciativo

- Redes sociales (Facebook, Twitter...) con informaciones dirigidas a comunidades de profesores, estudiantes y funcionarios de las IES y sociedad interesada en el tema. Su propósito es crear conciencia sobre el tema de la convivencia en las IES y los factores socioculturales y afectivos que la ponen en riesgo.

### **1.2.1 Material promocional**

Las publicaciones de los CADEP Acacia tienen el objetivo de comunicar. La producción de material promocional será de dos tipos: de carácter general del CADEP y de carácter regional y/o local. Se emplearán:

- Publicaciones técnicas, catálogos, folletos, posters, papelería, banners a usar durante eventos y actos de difusión social y científica, audios, videos, etc., así como material de promoción comercial. Igualmente, todo el material estará disponible en el Sitio web.

- Folletos de presentación de la Red y de cada CADEP Acacia concreto, que recogerá los fines, duración, objetivos, socios, logros, metas, etc.
- Boletín informativo (Newsletter) que informará mensualmente los avances, novedades, resultados y logros conseguidos que se producen vía correo electrónico con el objetivo de incentivar la política de “cero papel”, motivo por el cual será virtual, en un formato dinámico, amigable y fácil de leer.
- Papelería y material promocional para seminarios, congresos, encuentros científicos, reuniones, talleres, mesas y conferencias, etc.
- Paneles informativos in-situ (en cada universidad) acerca de la Red en los emplazamientos donde se encuentre el CADEP Acacia correspondiente, en lugares estratégicos que sean accesibles y visibles para el público.

## 1.2.2 Material audiovisual

Se incluirá en la web material audiovisual procedente de todos los socios participantes en la Red y de los socios del Proyecto ACACIA. Futuras acciones:

- Elaboración de un vídeo que explique la red, que será una herramienta de comunicación para ser difundida a través de la web (como presentación), en eventos, dossier de prensa, reuniones, encuentros, etc.
- Elaboración de otros materiales audiovisuales.
- Diseño e implementación de campañas dirigidas a las comunidades educativas, con el propósito de: concientizar sobre maltrato (la violencia de género, intrafamiliar, etc.), animar a crear CADEP Acacia en otras universidades; difundir el sistema organizacional ACACIA en centros de atención al estudiante; visibilizar y actuar sobre limitaciones de poblaciones en riesgo de exclusión.
-

### **1.2.3 Medios de comunicación de masas**

- Participación en programas de radio y televisión (local, nacional e internacional).
- Agencias de noticias.
- Prensa escrita y/o digital (local, nacional e internacional).
- Noticias en revistas (impresas o electrónicas) especializadas.
- Dosieres de prensa
- Ruedas de prensa: convocatorias permanentes.
- Notas de prensa en medios locales, regionales, nacionales e internacionales; así como en prensa especializada.
- Artículos
- Introducción de noticias en la página web del proyecto

## 1.2.4 Divulgación científica

Se promoverá la participación y presencia de comunicaciones científicas en distintos foros académicos y de investigación (en congresos nacionales e internacionales y de la Comisión Europea), donde se incluyan resultados relevantes del proyecto ACACIA y de las investigaciones surgidas en el seno de los CADEP Acacia, así como la organización de eventos locales en las universidades socias de la red, tales como presentaciones públicas, reuniones con los grupos de interés y visitas guiadas a las instalaciones de los CADEP. Acciones:

- Reuniones formales e informales, tipo café, conferencias, jornadas, etc., para difundir resultados, buenas prácticas, ideas innovadoras...
- Organización de encuentros interinstitucionales de socialización en los centros y cursos de actualización para desarrollar una comunidad que se involucre

en alguno de los aspectos de los Módulos de los CADEP Acacia.

- Cursos dirigidos a diversos tipos de públicos (padres, alumnos, profesores, empresarios, etc.) sobre el uso de dispositivos y de diseños didácticos y sobre sana convivencia institucional.
- Publicación de artículos en revistas indexadas y de libros para presentar resultados.
- Participación en congresos nacionales e internacionales y de la Comisión Europea para la presentación de resultados.
- 

### **1.2.5 Difusión, promoción y comunicación general**

Se informará al público en general (decisores, medios de comunicación y sociedad) a través de la publicación en medios masivos, información relativa a la Red de CADEP Acacia.

## 1.3 Plan estratégico de difusión y diseminación para los medios de comunicación de masas

La formulación del Plan Estratégico de Difusión y Diseminación de la Red de CADEP Acacia, es un proceso de planeación participativa, orientado al cumplimiento de los objetivos del proyecto ACACIA.

La difusión y promoción de la Red debe seguir un proceso ordenado en sus contenidos, tiempos y formas; así como utilizar diferentes medios de información para asegurar que los mensajes clave sobre la misma lleguen de forma gradual a los diferentes actores.

La **difusión** se desarrolla por etapas, de acuerdo con el avance en la ejecución de tareas en los CADEP a través del uso de medios masivos de comunicación social, de fácil acceso, alta audiencia y cobertura.

La **promoción** es complementaria a la difusión, y brinda información de manera directa y personalizada a los actores y posibles usuarios(as) sobre los servicios y oportunidades brindados por la Red y cada CADEP Acacia en concreto. Se hará uso de mecanismos directos y puntuales como son los talleres, reuniones y charlas, con el apoyo de medios didácticos y audiovisuales, seleccionados de acuerdo con las características de la población objetivo. La promoción está muy vinculada a la focalización de la población objetivo.

Los principios centrales de la difusión y promoción son:

**Tabla 1. Principios centrales**

<b>Principio</b>	<b>Descripción</b>
Estrategia clara de comunicación	La Red cuenta con una estrategia de comunicación clara a través del uso de las tecnologías y los medios disponibles para dar a conocer los conceptos y filosofía del proyecto ACACIA y la misma Red hacia nuestro público objetivo.
Participativo	Todos los involucrados en la

	<p>Red de CADEP Acacia participan en las etapas de preparación, ejecución y seguimiento a los resultados de la difusión y promoción asumiendo un papel protagónico y activo, difundiendo y promoviendo el proyecto dentro de su institución educativa, grupos de interés, organizaciones, etc.</p>
Representatividad	<p>En términos de representatividad geográfica, por etnia, edad y género de grupos y organizaciones de participantes y otros actores, en todos los eventos donde se realizarán las acciones, para asegurar una adecuada distribución de la información.</p>
Metodología adecuada a los participantes	<p>Metodología dirigida a dar respuestas a las demandas de un amplio grupo de usuarios con distintos tipos de intereses, con acceso a información diversa y niveles culturales y educativos desiguales, por lo que la difusión y promoción</p>

	deben ser desarrollados considerando cada tipo de público, usando herramientas y medios didácticos que aseguren que los participantes manejen en forma clara los objetivos de los CADEP Acacia. Es importante cuidar el lenguaje y contenidos utilizados en los eventos, mensajes, materiales didácticos y folletos.
Acceso constante a la información	Asegurar que la información sea permanente y actualizada.
Equidad de género	Mensajes que aseguren la incorporación equitativa de hombres y mujeres.
Transparencia	Información transparente, adecuada, suficiente y siempre actualizada.

Para poder difundir de manera efectiva el Red de CADEP Acacia, se ha de realizar un inventario de los medios de comunicación disponibles, tanto tradicionales: periódicos, revistas de divulgación de investigación, emisoras, televisión, como modernos:

- Televisión (spots, espacios televisivos, audiovisuales) radio (cuñas radiales) y prensa general y especializada.
- Canales científicos o técnicos: publicaciones científicas de investigación, revistas especializadas, conferencias, sitios web especializados, talleres, asambleas, reuniones, charlas, sesiones de trabajo, etc.
- Las redes sociales (Twitter, Facebook, etc.) y otras herramientas de comunicación 2.0.
- Otros canales innovadores.

**Tabla 2. Resumen del plan de comunicación**

<b>Acción</b>	<b>Destinatarios</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Responsable</b>
Presentación pública del CADEP Acacia	Personal académico, personal administrativo y técnico. Estudiantes Empresarios Funcionarios de Ministerio y Secretarías de Educación.	Material para las presentaciones: diapositivas, posters, folletos, etc. Videos Sitio web	Director de Comunicación y Coordinadores de Módulos del CADEP Acacia.
Reuniones de difusión/promoción con	Autoridades académicas y administrativas	Encuentros, reuniones uno a uno, etc.	Director de Comunicación con el apoyo de

<b>Acción</b>	<b>Destinatarios</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Responsable</b>
autoridades y personal de la universidad	de la Universidad, profesores, personal técnico y administrativo.		los Coordinadores de Módulo.
<b>Folleto para la presentación y promoción del uso del CADEP Acacia</b>	Personal académico, personal administrativo y técnico. Estudiantes	Folleto	Director de Comunicación y Coordinadores de Módulos del CADEP Acacia.
<b>Publicación de artículos en revistas especializadas</b>		Artículos científicos o técnicos. 1 artículo por Módulo al año.	Coordinadores de Módulo
Campaña de comunicación a los medios (prensa escrita)	Público interesado Comunidad científica Sociedad en general	# ruedas de prensa con sus respectivas notas de prensa	Director de Comunicación.
Campaña de comunicación a los medios de la Universidad (radio y televisión)	Comunidad científica Sociedad en general	Emisión de radio en Emisora de universidad Emisión de televisión en emisora de la Universidad	Director de comunicación.
Campaña de comunicación en medios externos de	Sociedad en general	Participación en un programa de radio nacional	Director de comunicación.

<b>Acción</b>	<b>Destinatarios</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Responsable</b>
radio y televisión		Participación en un programa de televisión nacional	
Noticias en la web del CADEP Acacia	Comunidad universitaria	Información por parte de los coordinadores de Módulo	Director de comunicación
Publicación en redes sociales	Sociedad en general	Información por parte de los coordinadores de Módulo. Profesores, alumnos, etc.	Director de comunicación
Concurso de comunicación	Comunidad universitaria	Recursos económicos para el premio y edición de las fotos en paneles. Curador del concurso, jueces, etc.	Director de comunicación
Creación de hilos en el foro del CADEP sobre cuestiones de comunicación como el concurso de fotografía	Comunidad universitaria	Foro, curador del hilo.	Director de comunicación y colaboradores según tema.

## **1.4 Protocolo para la gestión de comunicación de los CADEP Acacia**

Este protocolo para la gestión de la comunicación de los CADEP Acacia, es la ruta metodológica para asegurar la visibilización de la información que produce el CADEP, desde sus Módulos.

Mediante el mismo se promueve un sistema de comunicación eficiente que privilegie el flujo de información hacia adentro y hacia afuera del CADEP, dando a conocer sus funciones y servicios desde los Módulos: Empodera, Innova, Cultiva, Apoya, y Convoca.

La comunicación, por lo tanto, debe ser mucho más que sólo de la difusión de información, o del manejo de equipos, técnicas o medios, para situarse además como una estrategia de apoyo a la conducción, organización y planeación de la estrategia a utilizar en determinado medio. Se superan así las concepciones instrumentales de la comunicación

en los procesos formativos en la búsqueda de cambio de actitud de la población en general y además presentar al CADEP Acacia de manera clara, para darle un enfoque más estratégico y dinámico.

Las campañas contendrán distintas actividades: afiches, audiovisuales, spot de radio, etc.; los que serán visibilizados en cada uno de los medios ya presentados en este documento. Esto para garantizar que la comunidad se sensibilice y tenga unas prácticas, actitudes y percepciones que favorezcan a establecer relaciones equitativas y sobre todo de respeto mutuo entre hombres y mujeres

Los mensajes han de ser simples, claros y concretos, siendo la base para todas las actividades de difusión y deben ser relevantes para los públicos objetivos. Los mensajes recordarán los objetivos y resaltarán el valor añadido y los beneficios que el proyecto aportará a la comunidad.

Para ello se hace necesaria la coordinación clara y directa entre la dirección del Módulo que requiere divulgar la información y la Dirección de Comunicación del CADEP Acacia, para establecer

un diálogo interno que lleve a articular el objetivo del producto comunicacional.

La Dirección de Comunicación de los CADEP Acacia, es la instancia encargada de proyectar la visión, misión del proyecto, los valores, los principios y objetivos; visibilizando los procesos impulsados desde cada uno de los Módulos que lo conforman. La articulación directa entre estas áreas, será fundamental para lograr productos comunicacionales con calidez y objetividad.

### **1.4.1 Cuidado y promoción de imagen**

Por tratarse de un proyecto internacional ha de tenerse en cuenta la existencia de varios idiomas correspondientes a los distintos países participantes: español, portugués e inglés; así como lenguas autóctonas de regiones por países participantes, (lenguaje científico).

La imagen del proyecto es fundamental; por lo tanto, es necesario plantearse la imagen corporativa hablando del proyecto ACACIA. De ahí la necesidad de incluir principios de:

- Coordinación: aquí se establecen todas las formas de mensaje y acciones del proyecto para lograr coherencia de la imagen.
- Continuidad: La comunicación desde el proyecto, deberá de mantener la proyección de una imagen que abone al carácter acumulativo de la memoria colectiva del público meta.
- Integración: la imagen del proyecto deberá formar parte del conjunto global, no se desintegran según paquetes o intereses particulares de los países.

La aplicación de estos criterios conseguirá establecer una imagen corporativa del proyecto adecuada y que presentará las cualidades necesarias para su implantación. Se toma como marca el logo de proyecto, sus colores y el tipo de letra utilizada en la presentación y aprobación del mismo.

La imagen puede ser asociada con las nociones de prestigio y reconocimiento social, así como con la búsqueda del bien común. Para lograr una notoriedad, se precisa que las personas encargadas de la divulgación y de los Módulos

principalmente, tengan conocimiento del proyecto.

La permanencia de la imagen del proyecto, permitirá que ACACIA mantenga: Prestigio y Personalidad Pública, Verdadera identidad social, favorece una estrategia de crecimiento y posibilita un manejo táctico de los mensajes.

### **1.4.2 Proceso de coordinación**

Las respectivas coordinaciones, deben en principio facilitar, promover y generar la reflexión, la discusión, para la búsqueda de alternativas creativas, que tengan como resultado un producto concreto de comunicación.

La persona responsable del Módulo deberá enviar una idea clara a la Coordinación de Comunicación del CADEP Acacia, de lo que se quiere comunicar.

La Dirección de Comunicación del CADEP Acacia, tiene el compromiso de responder con propuesta en guion o maqueta; preferiblemente

con estilo asertivo de la comunicación, a la coordinación del Módulo.

El visto bueno de la Coordinación del Módulo, da pautas a la Dirección de Comunicación, para que éste realice el producto comunicacional pertinente; el mismo deberá ser visto por la dirección del Módulo o persona solicitante antes de su masiva divulgación por los medios ya establecidos.

En caso de que la idea comunicativa haya surgido desde la propia Dirección de Comunicación, ésta la presentará en reunión de articulación de Módulos para garantizar de esta manera el mantenimiento de la línea comunicativa y de la necesaria articulación de puntos de vista.

# BIBLIOGRAFÍA

---

Crea Business Idea. (2009). Plan de Comunicación y Difusión. <http://4.interreg-sudoe.eu/contenido-dinamico>.

ACACIA. (2015). Centros de Cooperación para el Fomento, Fortalecimiento y Transferencia de Buenas Prácticas que Apoyan, Cultivan, Adaptan, Comunican, Innovan y Acogen a la comunidad universitaria. / ACACIA Memoria Técnica.

CMC. (2010). Estrategias de difusión: guía práctica sobre medios de comunicación para activistas de CMC e ICBL. Recuperado de <http://www.stopclustermunitions.org/media/331560/Estrategias-de-difusio%CC%81n-gui%CC%81a-pra%CC%81ctica-sobre-medios-de-comunicacio%CC>.

UNESCO . (2003). Las relaciones con los medios de comunicación- Manual para las comisiones nacionales, clubes y amigos de la UNESCO. . Recuperado de [http://portal.unesco.org/es/files/16061/10674375943Media-guide\\_S.pdf/Media-guide\\_S.pdf](http://portal.unesco.org/es/files/16061/10674375943Media-guide_S.pdf/Media-guide_S.pdf).



Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea

## Instituciones del proyecto ACACIA



**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**

Universidad Distrital Francisco José de Caldas | Colombia



Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) | España



**UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA**

Universidade Nova de Lisboa (UNINOVA) | Portugal



Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV) | Chile



Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA) | Brasil



**UNMSM**

Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) | Perú



Universidad de Antofagasta (UA) | Chile



Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense (URACCAN) | Nicaragua



Universidad Pedagógica Nacional (UPN) | Colombia



Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) | Brasil



Universitatea "1 Decembrie 1918" Alba Iulia (UAB) | Rumania



Corporación Universitaria Iberoamericana (CUI) | Colombia



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León (UNAL-LEÓN) | Nicaragua



**Universidad Continental**

Universidad Continental | Perú



Red Alter-Nativa | Colombia