



UNIAGUSTINIANA
Es creer en ti

Vigilada por el Ministerio de Educación



POLÍTICA DE COMUNICACIONES 2026

“La comunicación organizacional es un elemento clave para el éxito de las instituciones de educación superior en un entorno educativo en constante evolución ”

(Noro et al., 2024)

EQUIPO FORMULADOR

Esteban Aragón Correa, Director de Comunicaciones

Ronald A. Carreño Valvuela, Gerente de Posicionamiento y Crecimiento Institucional

EQUIPO DE REVISIÓN

Angela M. Otero Forero, Secretaria General y Jurídica

Paola C. Ladino Marín, Decana de la Facultad de Arte, Comunicación y Cultura

Jhon A. Torres Jiménez, Gerente de Planeación Estratégica

Jackeline Valencia Bastidas, Coordinadora de Procesos y Procedimientos Institucionales

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
MARCO LEGAL	1
ANTECEDENTES	3
OBJETIVO GENERAL	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
FORMULACIÓN – PRESENTACIÓN	5
ALCANCE	6
PÚBLICOS Y GRUPOS DE INTERÉS	7
ARQUITECTURA DEL PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN	8
MARCO DE ACTUACIÓN	9
<i>Uso y manejo de marca</i>	9
<i>Publicidad de Servicios y Oferta Académica</i>	9
<i>Certificaciones externas</i>	9
<i>Herramientas Institucionales y Entorno Digital</i>	9
<i>Derechos de Imagen y Producción Audiovisual</i>	9
<i>Gestión de Crisis y Riesgos</i>	10
<i>Procesos y Procedimientos (Sistema de Gestión de Calidad)</i>	10
<i>Matriz de Responsabilidades de la Gestión Comunicativa</i>	11
LÍNEAS DE ACCIÓN	11
<i>Comunicación Interna y Cultura Organizacional</i>	12
<i>Comunicación Externa, Posicionamiento y Vocería</i>	12
<i>Comunicación Digital y Narrativas Emergentes</i>	12
<i>Comunicación de Ley y Transparencia (Rendición de Cuentas)</i>	13
PLAN DE ACCIÓN - PLAN OPERATIVO	13
SEGUIMIENTO, EVALUACIÓN Y MONITOREO	14
CUMPLIMIENTO DE LA POLÍTICA	15
<i>Infracciones Leves:</i>	15
<i>Infracciones Graves:</i>	15
<i>Infracciones Muy Graves:</i>	16
VIGENCIA Y DIVULGACIÓN	16
REFERENCIAS	16

INTRODUCCIÓN

La comunicación en la Universitaria Agustiniiana – UNIAGUSTINIANA ha dejado de ser una función meramente operativa o de difusión de información para transformarse en un componente crítico de gobernanza, gestión de la reputación y sostenibilidad institucional (Maloba, 2017). En el actual ecosistema de la Educación Superior en Colombia, la capacidad de una institución para dialogar de manera coherente con sus diversos grupos de interés no es solo una necesidad administrativa, sino un imperativo estratégico que garantiza su legitimidad y competitividad (Ozolinčiūtė & Dambrauskaitė, 2025).

Bajo la luz del Plan de Desarrollo Institucional (PDI) 2025-2031: Camino de Trascendencia UNIAGUSTINIANA, la institución reconoce que la comunicación dinamiza la cultura organizacional y el sentido de pertenencia, impactando directamente en el propósito de **Sostenibilidad Institucional**, al garantizar una ventaja competitiva mediante el posicionamiento de marca, y en el motor de **Fortalecimiento Institucional**, al consolidar una cultura organizacional alineada, eficiente y transparente. Por ello, esta política se aleja del modelo tradicional para adoptar una arquitectura de la comunicación sistémica, capaz de alinear los objetivos académicos y administrativos con la percepción externa y la realidad interna de la comunidad (Noro et al., 2024).

Esta política establece las bases para una comunicación bidireccional, inclusiva y diversa, donde cada miembro de la comunidad —estudiantes, docentes, administrativos y egresados— se convierte en un embajador de la identidad UNIAGUSTINIANA. En un mundo saturado de información y riesgos reputacionales, la institución apuesta por una comunicación basada en la veracidad, el uso responsable de las tecnologías emergentes y el respeto profundo por sus símbolos institucionales, asegurando así su trascendencia en el tiempo.

¿Qué pretende esta Política?

El propósito fundamental es transitar de una comunicación meramente institucional a una participativa y empoderada. Se busca que la comunidad se vincule activamente con los discursos de acreditación, modernización curricular y transformaciones académicas. Esta política es una invitación a vivir el ethos agustiniano a través de un comportamiento participativo que combata la desinformación y el rumor mediante la veracidad y la consistencia discursiva.

MARCO LEGAL

La presente Política de Comunicaciones de la Universitaria Agustiniiana – UNIAGUSTINIANA se fundamenta en el bloque de constitucionalidad, la normativa nacional vigente y los reglamentos internos que rigen la autonomía y el quehacer de las Instituciones de Educación Superior (IES) en Colombia:

Normativa Nacional y Sectorial:

- **Constitución Política de Colombia:** Artículos 15 (Protección de datos y buen nombre), 20 (Libertad de expresión e información) y 69 (Garantía de la autonomía universitaria).
- **Ley 30 de 1992:** Artículo 4º: Establece el desarrollo de la educación superior en un marco de libertad de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra.
 - Artículos 28 y 29 (Literal d): Consagra la autonomía universitaria para definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales.
- **Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor):** Establece las obligaciones de transparencia, veracidad e integridad en la oferta y publicidad de servicios.
- **Decreto Único Reglamentario 1075 de 2015:** Compila las normas del sector educativo. Se incluyen sus decretos derivados:
 - **Decreto 1330 de 2019:** Establece la obligatoriedad de las instituciones de determinar el conjunto de fuentes, procesos, herramientas y usuarios que faciliten la recopilación, divulgación y organización de la información para el aseguramiento de la calidad.
 - **Decreto 529 de 2024:** Actualización de criterios para la oferta y desarrollo de programas académicos.
- **Resolución 12220 de 2016 (MEN):** Regula específicamente la publicidad de las IES. Establece la obligatoriedad de informar el código SNIES, el carácter académico, la vigencia del registro calificado y la mención de inspección y vigilancia por parte del Ministerio de Educación.
- **Ley 1581 de 2012 (Habeas Data):** Marco para el tratamiento de datos personales en todas las piezas de comunicación y bases de datos institucionales.
- **Ley 1712 de 2014:** Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.

Normativa Interna:

- **Estatutos de la UNIAGUSTINIANA (Cap. 2, Art. 5, Literal c):** Define como objetivo fomentar el desarrollo científico, técnico y tecnológico, cuya socialización escrita en diferentes niveles es responsabilidad de la institución.
- **Acta 119 del Consejo Superior (28 de octubre de 2009):** Autoriza al Rector para aplicar las funciones de reglamentación y dirección según el Estatuto vigente.
- **Estatutos (Art. 39):** Faculta al Rector para crear y reglamentar comités y unidades que coadyuven al logro de los objetivos institucionales, como la Dirección de Comunicaciones.
- **Plan de Desarrollo Institucional (PDI) 2025-2031 "Camino de Trascendencia":** Marco estratégico que guía las acciones de posicionamiento y cultura organizacional.

- **Régimen de Marcas:** Protección del logotipo institucional y la Mascota "Ugus", radicada como marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) (Comunicado de Rectoría No. 007, 2025).
- **Reglamento de Bureau Veritas:** Directrices para el uso de marcas de certificación, que prohíben su uso en tarjetas personales y limitan su aplicación a sistemas de gestión certificados (Manual de Uso de Marca v.15).

ANTECEDENTES

La evolución de los procesos comunicativos en la Universitaria Agustiniiana – UNIAGUSTINIANA responde a un entorno global digital donde la eliminación de barreras de espacio y tiempo ha transformado la relación entre emisor y receptor. Como afirma Aced (2009), nos enfrentamos a un escenario donde "la forma de comunicar y transformar la información se ha vuelto más compleja" (p. 10), exigiendo que las instituciones de educación superior transiten hacia modelos de arquitectura de comunicación estratégica (Ozolinčiūtė & Dambrauskaitė, 2025).

La Institución dio sus primeros pasos hacia la formalización comunicativa con la Política de Comunicaciones de 2020 (Resolución de Rectoría 020) y el Manual de Imagen de 2023. Aunque estos documentos establecieron las normas básicas de identidad y códigos gráficos, se identificaron vacíos críticos en la gestión estratégica, tales como la ausencia de protocolos para la comunicación de crisis, la falta de procedimientos actualizados para la gestión por actividades y la necesidad de una gobernanza de marca más robusta.

A partir de 2024, para dar respuesta al Plan de Desarrollo Institucional (PDI), se fortaleció la Dirección de Comunicaciones, adscrita a la Gerencia de Crecimiento y Posicionamiento Institucional. Actualmente, conformando un equipo de ocho (8) profesionales distribuidos en dos ejes estratégicos:

- **Comunicación Externa:** enfocada en la proyección del sentido misional, los logros científicos y el impacto social de la Institución a nivel nacional e internacional.
- **Comunicación Interna:** responsable de materializar la cultura organizacional, generar sentido de pertenencia y ejecutar planes de comunicación publicitaria para los stakeholders internos (Noro et al., 2024).

Para asegurar la coherencia en la ejecución, la Dirección ha consolidado una caja de herramientas compuesta por cinco (5) documentos guía: el Procedimiento de Comunicaciones, la Guía de Redes Sociales, el Manual de Imagen Corporativa, el Plan de Acción vigente y el Manual de Crisis de Comunicación, este último esencial para la gestión de la reputación institucional (Hubbub, 2025).

Finalmente, la construcción de esta política se nutrió de un ejercicio de referenciación competitiva (benchmarking) con diversas Instituciones de Educación Superior (IES) de carácter público, privado y de orden religioso en

Colombia. Este análisis permitió adoptar mejores prácticas sectoriales en materia de divulgación científica, transparencia y relacionamiento con grupos de interés, alineando a la UNIAGUSTINIANA con las recomendaciones de la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN 2024) y posicionándola a la vanguardia al integrar la comunicación con la gobernanza y la sostenibilidad institucional.

OBJETIVO GENERAL

Establecer los lineamientos estratégicos, normativos y operativos que rigen los procesos comunicacionales de la Universitaria Agustiniiana – UNIAGUSTINIANA, con el fin de fortalecer la gobernanza, proteger la reputación institucional y consolidar una cultura organizacional participativa que trascienda en el ámbito nacional e internacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Gobernanza de Identidad:** Centralizar en la Dirección de Comunicaciones la autorización y supervisión del uso de la marca, la mascota "Ugus" y los sellos de certificación externa, para evitar usos indebidos en papelería y soportes no autorizados.
- **Unificación Discursiva:** Establecer protocolos de vocería y manuales de crisis que garanticen una respuesta institucional rápida, veraz y coherente ante situaciones de riesgo reputacional.
- **Fomento de la Participación:** Crear canales y estrategias de comunicación bidireccional que aseguren que la comunidad (estudiantes, docentes y administrativos) se apropie de los procesos de acreditación y los hitos del PDI actual.
- **Divulgación del Conocimiento:** Normalizar la traducción de la producción científica y académica a lenguajes ciudadanos y formatos de "ciencia abierta", aumentando la visibilidad del impacto social de la Institución.
- **Integridad Digital:** Dictar directrices para el uso ético de la Inteligencia Artificial y la gestión profesional de redes sociales institucionales, combatiendo la desinformación y el uso inadecuado de cuentas oficiales e institucionales.
- **Fomento de la Cultura y el Sentido de Pertenencia:** Consolidar una arquitectura de comunicación interna que trascienda la información operativa, promoviendo el reconocimiento de los valores agustinianos, el empoderamiento de los colaboradores y la cohesión de la comunidad.
- **Alineación Estratégica:** Consolidar la comunicación como el eje transversal que dinamiza el motor de Fortalecimiento Institucional, facilitando el cumplimiento de los objetivos estratégicos y los hitos de Sostenibilidad definidos en el PDI.
- **Transparencia de la información:** Fortalecer la transparencia institucional mediante el soporte técnico y narrativo a los procesos de rendición de cuentas, informes de gestión y autoevaluación, en articulación directa con la Gerencia de Planeación Estratégica.

FORMULACIÓN – PRESENTACIÓN

La Política de Comunicaciones de la Universitaria Agustiniiana – UNIAGUSTINIANA se fundamenta en la convicción de que la comunicación es un bien público institucional y un derecho de toda la comunidad universitaria. Su formulación responde a la necesidad de transitar de una comunicación informativa a una comunicación estratégica y de gobernanza, capaz de actuar como el tejido conectivo entre la excelencia académica y la proyección social (Ozolinčiūtė & Dambrauskaitė, 2025).

Esta política se presenta como la hoja de ruta oficial para la gestión de mensajes, símbolos y significados en todos los niveles de la Institución. No busca ser un instrumento restrictivo, sino una guía de empoderamiento y protección, que asegure que cada interacción, pieza gráfica o declaración pública contribuya al fortalecimiento del capital reputacional de la institución y a la vivencia del ethos agustiniano.

Para dar vida a este propósito, la UNIAGUSTINIANA asume los siguientes Principios y Valores Comunicacionales, los cuales deben regir toda actuación de sus miembros:

- **Veracidad y Transparencia:** La Institución garantiza que la información divulgada sea precisa, oportuna y verificable, fundamentados en el principio Agustiniiano de la Verdad, así como el cumplimiento con la normatividad del Ministerio de Educación Nacional – MEN, la Ley de Transparencia y el Estatuto del Consumidor, facilitando la rendición de cuentas ante la sociedad y los organismos de control.
- **Ética y Ethos Agustiniiano:** La comunicación debe ser un reflejo de los valores agustinianos en todas sus plataformas.
- **Integridad de la Información:** Ante la proliferación de desinformación, la institución se compromete a actuar como una fuente confiable, utilizando criterios de curaduría de contenidos y un uso responsable de la Inteligencia Artificial Generativa.

Bajo el PDI vigente, esta formulación establece que la comunicación no es responsabilidad exclusiva de una oficina, sino una competencia transversal de cada líder de proceso, docente y colaborador, en donde la Institución se compromete a proveer los recursos técnicos, humanos y normativos necesarios para que la Dirección de Comunicaciones pueda asegurar que la voz de la UNIAGUSTINIANA resuene con claridad en los ámbitos locales e internacionales, articulándose a través de:

- **Propósito: Sostenibilidad Institucional:** Mediante estrategias de comunicación externa y digital que soportan las metas de captación,

fidelización y reputación global, asegurando la viabilidad del proyecto educativo en el tiempo.

- **Motor: Fortalecimiento Institucional:** Actuando como el proceso transversal que optimiza la circulación de la información, mejora el clima organizacional y garantiza la transparencia en la rendición de cuentas, robusteciendo la estructura administrativa y académica.

Esta política, por tanto, se constituye en un pacto de convivencia y profesionalismo comunicativo, diseñado para mitigar riesgos, potenciar logros y acompañar a la UNIAGUSTINIANA en su camino hacia la acreditación de alta calidad y su consolidación como referente educativo, al definirse la comunicación como un proceso de soporte estratégico transversal, actuando como un puente de valor entre los procesos misionales (docencia, investigación y proyección social) y los procesos estratégicos y de apoyo, garantizando que el flujo de información técnica y administrativa se transforme en conocimiento compartido y reputación institucional.

ALCANCE

La presente política es de carácter institucional y de cumplimiento obligatorio. Su aplicación se extiende a todos los procesos, dependencias y miembros de la comunidad universitaria que participen en la creación, gestión, difusión o consumo de información y contenidos en nombre de la Universitaria Agustiniiana – UNIAGUSTINIANA, entendiendo su aplicabilidad para todos los niveles de la Institución, desde la difusión de la oferta académica hasta la comunicación de resultados estratégicos, incluyendo los soportes comunicativos necesarios para los procesos de acreditación y aseguramiento de la calidad.

Específicamente, el alcance de esta política comprende:

- **Comunidad Interna:** Directivos, personal administrativo, docentes (de planta y cátedra) y estudiantes. Cada integrante es considerado un embajador de la identidad institucional, responsable de aplicar los lineamientos de comunicación en sus respectivos entornos de actuación.

Para el caso de la población estudiantil, su alcance se enfoca en el uso correcto de los activos de marca en espacios de representación institucional y/o participación en eventos oficiales. Para trabajos de aula regulares, se promoverá una cultura de apropiación de la imagen liderada por el cuerpo docente, sin limitar la libertad creativa de los ejercicios académicos. Aquellos contenidos de carácter netamente académico que, por su naturaleza creativa o experimental, se aparten de la línea gráfica oficial, deberán incluir una nota aclaratoria indicando que: 'El contenido y estética de este trabajo son responsabilidad del autor y no necesariamente representan la imagen o el pensamiento oficial de la UNIAGUSTINIANA'.

- **Colaboradores Externos y Proveedores:** Agencias de publicidad, empresas, productoras audiovisuales, diseñadores independientes, consultores y

cualquier tercero que preste servicios de comunicación, eventos, relaciones públicas o impresiones. Su contratación estará sujeta a la aceptación y cumplimiento de estos lineamientos.

- **Egresados y Aliados:** Miembros de la comunidad en extensión que hagan uso de los símbolos institucionales en proyectos conjuntos o representaciones oficiales.
- **Oferta de Programas:** Toda comunicación de servicios y programas (pregrado, posgrado y educación continua) debe cumplir con las regulaciones del MEN y la SIC. Esto asegura la veracidad de la oferta, el respeto a los registros calificados y la protección de los derechos del consumidor.
- **Ecosistema Digital:** Sitio web oficial, redes sociales, correos electrónicos corporativos, aplicaciones móviles y plataformas de aprendizaje virtual.
- **Entorno Físico y Presencial:** Eventos institucionales, ceremonias de grado, ferias académicas, señalética dentro de los campus (Tagaste e Hipona) y cualquier actividad que requiera el uso de espacios para grabaciones o producciones (conforme a los Lineamientos para Grabaciones en Campus).
- **Soportes Físicos y Papelería:** Toda la papelería corporativa, sobres, carpetas, tarjetas de presentación (especialmente bajo las restricciones de logos de certificación), uniformes, dotaciones y material publicitario (POP).
- **Símbolos de Identidad:** Imagotipo, escudo, bandera, himno y el claim institucional.
- **Activos de Marca Recientes:** La mascota institucional "Ugus" en todas sus poses y aplicaciones autorizadas.
- **Certificaciones Externas:** El uso de marcas de certificación de Bureau Veritas y otros entes acreditadores, asegurando que su aplicación sea exclusivamente en los términos legales permitidos.

Esta política no regula las opiniones personales de los miembros de la comunidad en sus ámbitos privados, siempre y cuando estas no se presenten como la postura oficial de la UNIAGUSTINIANA ni comprometan la reputación, los valores agustinianos o la seguridad de la información institucional.

PÚBLICOS Y GRUPOS DE INTERÉS

Para que la comunicación sea efectiva, la UNIAGUSTINIANA identifica y segmenta sus audiencias estratégicas. Esta clasificación permite transitar de un modelo de difusión masiva a uno de vinculación ciudadana inclusiva (Maloba, 2017), asegurando que cada mensaje sea pertinente y genere el impacto deseado.



Imagen 1: Matriz de stakeholders (elaboración propia).

ARQUITECTURA DEL PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN

Toda comunicación institucional deberá cumplir con el flujo de validación técnica establecido en el Procedimiento de Comunicaciones vigente y documentado en el Sistema Integrado de Calidad Uniagustiniano - SICU. La Dirección de Comunicaciones es la autoridad responsable de definir y actualizar estas etapas operativas para asegurar la calidad y coherencia de los contenidos antes de su difusión.

Por lo tanto, la UNIAGUSTINIANA establece una estructura sistémica que garantiza que la información fluya de manera transversal, dividiéndose en tres dimensiones fundamentales:

Gestión de la Comunicación Interna

La comunicación interna se rige por los protocolos de flujo documentados en el SICU, garantizando que la información estratégica y operativa llegue de manera oportuna a los destinatarios definidos.

Gestión de la Comunicación Externa y Reputación

Encargada de proyectar la identidad institucional (Noro et al. 2024). Esta dimensión se operacionaliza a través del Manual de Imagen Corporativa, documento que se deriva de esta política y define los estándares visuales y de marca obligatorios.

Ecosistema Digital y Redes Sociales

Regula la interacción en el entorno virtual, priorizando la integridad de la información por medio del Manual de Guía de Redes Sociales y los protocolos establecidos por Tecnologías.

Es importante aclarar que el área de comunicaciones será la encargada de la creación de perfiles digitales. **NO** se permite la creación de nuevos perfiles en redes sociales de programas de pregrado o posgrado, facultades, oficinas, eventos, toda vez que con esta política se pretende trabajar en el posicionamiento de la marca UNIAGUSTINIANA.

MARCO DE ACTUACIÓN

Este apartado constituye el marco normativo que regula la interacción de la comunidad con la Institución, sus servicios y sus activos. Define las directrices para una comunicación que facilite el acceso a la educación y proteja la integridad institucional.

Uso y manejo de marca

La UNIAGUSTINIANA establece que la marca es un activo intangible estratégico. Su gestión se rige por las siguientes premisas:

- El área de comunicaciones es la dependencia responsable del uso y manejo de marca, bajo las directrices de la alta dirección, así como de validar toda aplicación de la identidad visual.
- El uso de símbolos debe respetar la jerarquía y propósitos definidos en el Manual de Imagen Corporativa, el cual se constituye como el documento técnico derivado de esta política para regular la integridad gráfica.
- Todas las marcas, lemas, nombres comerciales y diseños (incluyendo la mascota institucional "Ugus") son propiedad exclusiva de la UNIAGUSTINIANA y están protegidos ante la SIC. Su uso es estrictamente institucional y requiere autorización previa y expresa de la Institución.

Publicidad de Servicios y Oferta Académica

- Toda comunicación relacionada con la oferta académica debe ser clara, veraz y oportuna, asegurando que el aspirante o estudiante cuente con la información necesaria para el ejercicio de sus derechos y deberes.

Certificaciones externas

- Los sellos solo pueden aparecer en canales digitales y deben ir acompañados del número de certificado y no superará en jerarquía visual al logo de la UNIAGUSTINIANA.

Herramientas Institucionales y Entorno Digital

- Las cuentas de correo electrónico y perfiles en redes sociales son activos institucionales. Su uso está vinculado a la imagen de la UNIAGUSTINIANA y debe limitarse a funciones oficiales y bajo los lineamientos del Instructivo de Redes Sociales, protocolos y procedimientos de Tecnologías.

Derechos de Imagen y Producción Audiovisual

- La captura de imagen o voz para fines comerciales institucionales se rige por la Ley 1581 de 2012. La Institución deberá contar siempre con la autorización previa del titular, respetando los términos, finalidades y la facultad de revocatoria establecidos en el formato de "Autorización de Uso de Derechos de Imagen" vigente.
- Toda producción externa o interna debe cumplir los Lineamientos para Grabaciones, prohibiendo contenidos políticos, eróticos o que afecten la moral agustiniana.

Gestión de Crisis y Riesgos

La Dirección de Comunicaciones, en coordinación con el área de Procesos y Procedimientos Institucionales, es responsable de identificar, evaluar y controlar los riesgos asociados a los procedimientos comunicativos dentro de la Guía para la Gestión de Riesgos alojada en el SICU.

Esta matriz contempla riesgos de carácter reputacional, operativo (integridad de la información), legal (protección de datos y veracidad publicitaria) y tecnológico (seguridad en activos digitales).

Por otro lado, ante situaciones que amenacen la reputación institucional, se activará el Comité de Comunicaciones, bajo las siguientes premisas:

- **Vocería Única:** Solo el Rector o su delegado oficial están autorizados para emitir declaraciones en momentos de crisis.
- **Categorización del Riesgo:** Las crisis se clasificarán según su origen (evitables o no evitables) y su nivel de impacto (Alerta, Emergencia o Crisis).
- **Legitimidad de Canales:** La Institución solo reconoce sus canales oficiales e institucionales en entornos digitales y de las autoridades administrativas competentes. No se intervendrá en espacios informales para evitar la validación de fuentes no oficiales.

Se emitirán pronunciamientos solo cuando la información comprometa la seguridad, la estabilidad administrativa o la veracidad de procesos académicos y de acuerdo con las decisiones del Comité de Comunicaciones. El monitoreo y respuesta operativa se regirán por la Guía de Imagen Institucional en Redes Sociales.

- **Cierre de Alerta:** Una crisis solo se dará por terminada cuando la presión mediática haya cedido y los daños hayan sido evaluados y mitigados por el comité.

Procesos y Procedimientos (Sistema de Gestión de Calidad)

Las actividades operativas, tiempos de respuesta, herramientas de registro y flujos de trabajo detallados derivados de esta política no forman parte de su cuerpo normativo. Dichos elementos se operacionalizan a través de los procedimientos, manuales y guías técnicas alojados en el SICU, los cuales deben revisarse periódicamente para asegurar su alineación con los objetivos estratégicos institucionales:

- **Manual de Imagen Institucional:** Define el uso técnico de la marca.
- **Guías y Protocolos (Redes Sociales, Crisis, Eventos):** Establecen el "cómo" actuar en situaciones específicas.
- **Procedimiento de Comunicación:** Describe el paso a paso administrativo y técnico de los servicios.

Matriz de Responsabilidades de la Gestión Comunicativa

Para asegurar la trazabilidad y calidad de la información, la UNIAGUSTINIANA adopta un modelo de responsabilidades compartidas. Todo producto o mensaje institucional debe contar con la validación de los siguientes actores según su competencia:

Rol	Responsabilidad Principal	Dependencia o Actor
Responsable del Contenido	Garantiza la veracidad, vigencia y precisión de la información (fechas, requisitos, datos académicos).	Decano, Director o Profesional de área solicitante.
Responsable de Validación Comunicacional	Asegura el cumplimiento del Manual de Imagen, el tono de voz institucional y la estrategia de difusión.	Dirección de Comunicaciones.
Responsable Jurídico	Valida términos legales, cumplimiento de Habeas Data y normatividad del MEN/SIC cuando el contenido lo requiera.	Secretaría General y Jurídica
Responsable de Alineación Estratégica	Asegura que las grandes campañas y mensajes de alto impacto estén alineados con los objetivos institucionales.	Gerencia de Posicionamiento y Crecimiento Institucional y Gerencia de Planeación Estratégica

Tabla 1: Matriz de responsabilidades (elaboración propia).

Este modelo de corresponsabilidad reconoce que cada dependencia es la “dueña del proceso” y, por ende, responsable única de la calidad y veracidad técnica de su información. La Dirección de Comunicaciones actúa como el facilitador del proceso de soporte, brindando la arquitectura técnica y visual para que dicho contenido cumpla con los estándares institucionales.

LÍNEAS DE ACCIÓN

Para dar cumplimiento a los objetivos estratégicos y asegurar la trascendencia de la comunicación en la UNIAGUSTINIANA, se definen cuatro (4) líneas de acción prioritarias. Estas líneas operacionalizan la visión de la política y orientan el trabajo diario de la Dirección de Comunicaciones en articulación con las unidades académicas y administrativas.

Comunicación Interna y Cultura Organizacional

Impacta el motor de Fortalecimiento Institucional al generar cohesión y alineación de los colaboradores con la identidad agustiniana.

- **Centralización del Correo Masivo:** La información sobre oferta de servicios, programas, actividades de interés general o publicidad institucional no deberá canalizarse a través de envíos individuales. El canal oficial para estos fines será el Boletín Institucional administrado por la Dirección de Comunicaciones, asegurando el cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 (Habeas Data) y la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor). Se exceptúan de esta restricción las comunicaciones de carácter estrictamente académico, administrativo-estudiantil o de especial relevancia para la vida universitaria emitidas por las Decanaturas y Direcciones de Programa hacia sus estudiantes. Estas podrán enviarse de forma directa, siempre y cuando se utilice y se respete el tono de voz de la Institucional.
- **Apropiación del Ethos:** En alianza con Gestión Humana y Bienestar, se utilizarán carteleras físicas, digitales y material POP para crear un ambiente estético y académico que refleje la misión y visión.
- **Transversalidad:** Los proyectos de autoevaluación, acreditación y clima organizacional contarán con planes de comunicación específicos que permitan a la comunidad interactuar y participar activamente.

Comunicación Externa, Posicionamiento y Vocería

Apalanca la Sostenibilidad Institucional mediante el posicionamiento estratégico que atrae y retiene a la comunidad estudiantil, además de la difusión de la gestión académica, investigativa y social.

- **Relación con Medios:** La Dirección de Comunicaciones coordina la cobertura periodística y mantiene relaciones de largo plazo con medios locales y nacionales para posicionar la marca.
- **Protocolo de Vocería:**
 - Rector: Vocero natural y oficial de la Institución.
 - Directivos: Voceros técnicos exclusivamente en los temas de su competencia.
- **Contacto Oficial:** Todo puente con la prensa debe ser gestionado por la Dirección de Comunicaciones.
- **Gestión de Crisis:** Ante cualquier situación adversa, se respetará estrictamente el plan de choque establecido por el Comité de Comunicaciones, manteniendo una vocería única para mitigar riesgos reputacionales.

Comunicación Digital y Narrativas Emergentes

Gestión del ecosistema virtual para el intercambio de conocimiento "de muchos a muchos".

- **Ecosistema de Canales:** Se consideran canales oficiales: Página web, Intranet, Boletines, Redes Sociales oficiales, Pantallas de TV, Tótem virtual y otros que surjan por los avances tecnológicos.
- **Innovación en Contenidos:** Implementación de narrativas para dinamizar

la interacción con nuevas audiencias, siempre bajo la Guía de Redes Sociales vigente.

- **Apoyo a Unidades:** Asesoría técnica a facultades en transmisiones en vivo y eventos virtuales para asegurar la calidad y el respeto a la identidad visual.

Comunicación de Ley y Transparencia (Rendición de Cuentas)

Asegura la transparencia y la confianza mediante la estrategia de "Cuentas Claras".

- **Socialización de Gestión:** La Dirección de Comunicaciones será la responsable de la arquitectura editorial, visual y de difusión de los Informes de Gestión Anuales y las jornadas de Rendición de Cuentas. Su labor garantiza que la información sea:
 - **Accesible:** Lenguaje claro para públicos no técnicos.
 - **Transparente:** Alineada con la normativa de transparencia y acceso a la información.
 - **Veraz:** Validada previamente por el área de Planeación Estratégica.
- **Cultura de Legalidad:** Garantizar que la información de interés público sea accesible, clara y oportuna, cumpliendo con la función social de la institución.

PLAN DE ACCIÓN - PLAN OPERATIVO

Para la ejecución de esta política, se formaliza la creación del Comité de Comunicaciones y se constituye como la instancia asesora y decisoria responsable de velar por la alineación estratégica de la comunicación con el PDI, de gestionar de manera oportuna la reputación institucional, liderar las propuestas estratégicas comunicativas y asegurar la circulación asertiva de la información.

Naturaleza y Funciones

El Comité actuará como el máximo órgano técnico en materia comunicativa, con las siguientes funciones principales:

- Aprobar el Plan Estratégico de Comunicaciones anual.
- Actuar como Comité de Crisis ante situaciones que afecten la imagen o estabilidad institucional.
- Dirimir conflictos sobre el uso de la marca o atribuciones de vocería.
- Evaluar el impacto de las líneas de acción y proponer ajustes a la política.

Operatividad y Gestión

Para garantizar la trazabilidad y el cumplimiento de sus objetivos, el Comité se registrará por los siguientes criterios de gestión documental:

- **Periodicidad:** Sesionará de manera ordinaria cada semestre y de forma extraordinaria ante alertas de crisis o requerimientos de la Rectoría.
- **Trazabilidad:** Toda sesión deberá quedar debidamente documentada mediante Actas de Reunión alojadas en el SICU, incluyendo el seguimiento detallado a los compromisos adquiridos.
- **Relación Interinstitucional:** El Comité mantendrá una articulación permanente con Rectoría, Planeación, Secretaría General y Jurídica,

Vicerrectorías y Gerencias para asegurar que la comunicación soporte los procesos misionales y estratégicos.

Integrantes

El Comité estará conformado por los perfiles estratégicos definidos en el flujo de validación, asegurando una visión multidisciplinar:

- Rector o su delegado(a).
- Vicerrector Administrativo y Financiero o su delegado(a)
- Gerente de Posicionamiento y Crecimiento Institucional
- Gerente de Planeación Estratégica
- Director de Comunicaciones
- Delegados de perfiles institucionales de Redes Sociales (Cuando se requiera)
- Invitados para temas específicos, según el tema a tratar.

SEGUIMIENTO, EVALUACIÓN Y MONITOREO

La UNIAGUSTINIANA establece que la efectividad de la política de comunicaciones se evaluará en función de su contribución a los objetivos estratégicos y a la consolidación de la reputación institucional. El monitoreo será sistemático y se orientará bajo los siguientes pilares:

Eficacia de la Comunicación Estratégica

La Institución medirá el éxito de esta política a través del nivel de apropiación de la información por parte de los grupos de interés. Se buscará determinar:

- El grado de alineación de las comunicaciones con el Plan de Desarrollo Institucional (PDI).
- La efectividad de las estrategias de difusión en el cumplimiento de las metas de captación y fidelización de estudiantes en canales orgánicos.
- El impacto de la comunicación en el fortalecimiento de la cultura y el sentido de pertenencia agustiniano.

Calidad y Mejora Continua de los Servicios

El cumplimiento de los niveles de servicio y la gestión de requerimientos se monitoreará a través de los indicadores definidos en el Sistema de Gestión de Calidad (SGC).

Monitoreo Reputacional y Gestión del Riesgo

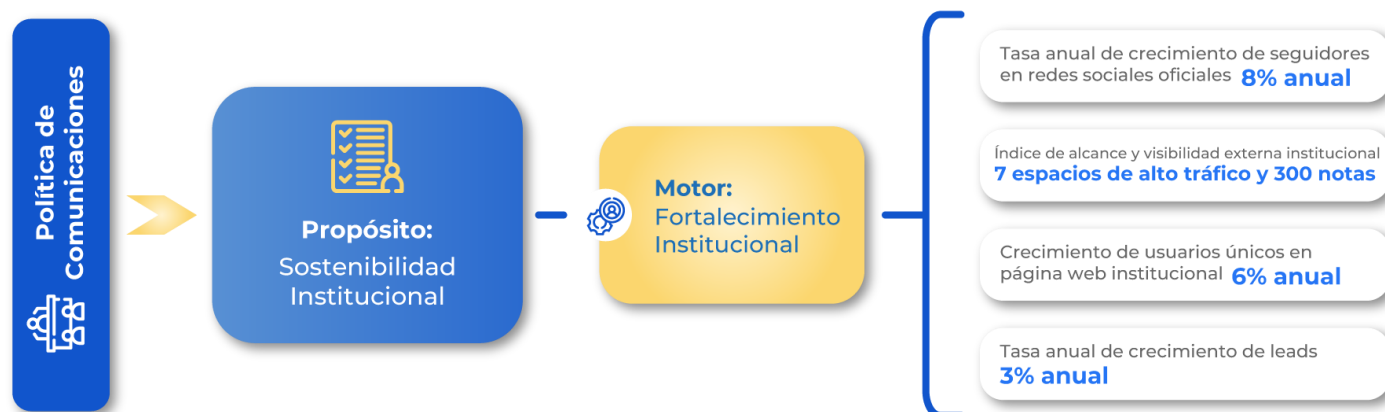
- Se evaluará de manera permanente la presencia y el sentimiento de la marca UNIAGUSTINIANA en el entorno digital y en los medios de comunicación masivos.
- Se auditará el cumplimiento de los protocolos de gestión de crisis para asegurar una respuesta oportuna que minimice cualquier riesgo reputacional o legal para la Institución.

Auditoría de Cumplimiento Normativo

La Dirección de Comunicaciones, en conjunto con las áreas de Procesos y Jurídica, verificará periódicamente que el uso de los activos de marca, los sellos de certificación y el tratamiento de derechos de imagen se realicen bajo el

marco legal y técnico establecido en esta política.

Adicionalmente, se medirá el éxito de esta política a través de indicadores de impacto y resultado, articulados al PDI 2025-2031 así:



Gráfica 1: Tablero de KPI's alineado al PDI (elaboración propia).

CUMPLIMIENTO DE LA POLÍTICA

El cumplimiento de los lineamientos establecidos en esta política es fundamental para preservar la integridad, la seguridad jurídica y la reputación de la Universitaria Agustiniiana.

El desconocimiento o la violación de estas normas por parte de cualquier miembro de la comunidad universitaria será sancionada conforme los procedimientos disciplinarios que se encuentran establecidos en los respectivos reglamentos internos de la institución según corresponda (Reglamentos de trabajo, reglamento estudiantil y reglamento de profesores).

Frente a los proveedores, aliados o externos se tomarán medidas legales por usos no autorizados de marca y también aquellas medidas orientadas a finalizar el convenio o el vínculo de la alianza.

Para efectos de lo anterior, los tipos de infracciones en contra de las políticas son las siguientes conductas:

Infracciones Leves:

- Errores menores en la redacción y publicación de contenidos.
- Uso inapropiado de los canales de comunicación institucionales para fines personales.

Infracciones Graves:

- Retraso en la actualización de información en los canales de comunicación.
- Publicación de información incorrecta o no verificada que pueda afectar la imagen institucional.

- Uso de lenguaje inapropiado, ofensivo o discriminatorio en cualquier canal de comunicación.
- Divulgación no autorizada de información confidencial o sensible.
- Manipulación o alteración de información con el fin de engañar o causar daño a la institución o a terceros.

Infracciones Muy Graves:

- Difusión de noticias falsas (fake news) que perjudiquen la reputación de la institución.
- Uso de canales de comunicación institucional para acoso, amenazas o cualquier forma de violencia.
- Incumplimiento repetido de la política de comunicaciones después de recibir advertencias previas.
- Actos de sabotaje o cualquier acción deliberada para dañar la infraestructura de comunicación de la institución. La Institución se reserva el derecho de acudir a instancia y acciones legales cuando los hechos lo ameriten.

Las sanciones serán igualmente la que se encuentren definidas en los respectivos reglamentos internos de la institución según corresponda al grado o nivel de la infracción o falta (leve, grave, muy grave) y serán impuestas por las instancias disciplinarias competentes establecidas en los mismos.

El cumplimiento de la política de comunicaciones es fundamental para mantener la integridad, la transparencia y la eficacia de las actividades comunicativas en la UNIAGUSTINIANA. Este apartado tiene como fin asegurar que cualquier violación sea abordada de manera justa y proporcional, promoviendo siempre una cultura de responsabilidad y mejora continua dentro de la comunidad universitaria.

VIGENCIA Y DIVULGACIÓN

La presente Política de Comunicaciones entra en vigencia a partir de su aprobación mediante acto administrativo por parte de la Rectoría y deroga cualquier disposición institucional anterior que le sea contraria.

Su divulgación se realizará a través del portal web institucional, la Intranet, boletín institucional y socialización con delegados de áreas en los encuentros de redes sociales. La política será revisada y actualizada cada dos (2) años, o antes si el entorno tecnológico (ej. avances en IA) o estratégico (actualizaciones del PDI) así lo requieren.

REFERENCIAS

- Aced, C. (2009). Manuales prácticos de la PYME: Cómo elaborar el plan de comunicación. Cristina Aced Comunicación. https://cristinaaced.com/wp-content/uploads/2021/03/10_planComunicacion-cas-BIC-Galicia.pdf
- CASE. (2024). Global Reporting Standards for Educational Fundraising and Alumni Relations. Council for Advancement and Support of Education.
- Maloba, M. (2017). Communication for Governance and Citizenship in Higher

- Education. Academic Press.
- Noro, G., et al. (2024). Arquitectura de la comunicación estratégica en Instituciones de Educación Superior. Journal of Educational Management.
 - Ozolinčiūtė, E., & Dambrauskaitė, A. (2025). Strategic Communication Frameworks for Modern Universities. European Higher Education Area (EHEA).
 - Universitaria Agustiniiana. (2025). Plan de Desarrollo Institucional 2025-2031: Camino de Trascendencia UNIAGUSTINIANA. Dirección de Aseguramiento de la Calidad.
 - Universitaria Agustiniiana. (2025). Comunicado de Rectoría No. 007: Administración y Uso de la Mascota Institucional UGUS. Rectoría.
 - Universitaria Agustiniiana. (2024). Guía de Imagen Institucional en Redes Sociales. Dirección de Comunicaciones.
 - Maldonado, M. (2012). ¿Qué es la comunicación estratégica? 2021, noviembre 20, de Maridalia Maldonado. Recuperado de <http://maridaliamaldonado.blogspot.com/2012/02/que-es-la-comunicacion-estrategica.html>
 - Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN). (2025). Sistemas de información. <https://ascun.org.co/sistemas-de-informacion/>
 - Hubbub. (2025, 14 de noviembre). Crisis communication: A step-by-step guide for higher education. <https://hubbublabs.com/strategy/crisis-communication-a-step-by-step-guide-for-higher-education-with-infographic/>



**RESOLUCIÓN DE RECTORÍA
No. 036
19 DE OCTUBRE DE 2026**

**POR LA CUAL SE ACTUALIZA, ADOPTA E IMPLEMENTA LA POLÍTICA DE
COMUNICACIONES DE LA UNIVERSITARIA AGUSTINIANA – UNIAGUSTINIANA Y SE
DICTAN OTRAS DISPOSICIONES**

El Rector de la UNIVERSITARIA AGUSTINIANA en uso de sus atribuciones legales,
estatutarias, reglamentarias y

CONSIDERANDO:

1. Que la Constitución Política de Colombia, en sus artículos 20 y 69, garantiza la libertad de expresión, el derecho a la información y la autonomía universitaria, facultando a las instituciones de educación superior para darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos.
2. Que la Ley 30 de 1992, en sus artículos 28 y 29, reconoce la autonomía universitaria para definir y organizar sus labores académicas, administrativas y de gestión institucional.
3. Que la Ley 1581 de 2012, la Ley 1712 de 2014 y la Ley 1480 de 2011 establecen disposiciones relacionadas con la protección de datos personales, la transparencia en la información pública y la veracidad en la oferta de servicios, las cuales deben observarse en los procesos comunicativos institucionales.
4. Que el Decreto 1075 de 2015 y el Decreto 1330 de 2019 establecen la necesidad de contar con sistemas de información organizados y procesos de comunicación que soporten el aseguramiento de la calidad en las instituciones de educación superior.
5. Que según acta 119 del 28 de octubre de 2009 del Consejo Superior artículo cuarto; se autoriza al Rector para aplicar las funciones descritas en el Artículo 31, literal c) d) m) del Estatuto vigente.
6. Que así mismo corresponde al Rector, de acuerdo con lo dispuesto en la letra k) del artículo 39 de los Estatutos de la Universitaria Agustiniana, *crear y reglamentar el funcionamiento de comités, unidades y grupos que coadyuven al logro de los objetivos institucionales.*
7. Que mediante la Resolución de Rectoría No. 020 de 2020 se adoptó la Política de Comunicaciones institucional, la cual requiere ser actualizada en atención a las nuevas dinámicas del entorno digital, reputacional y estratégico de la educación superior.



8. Que el Plan de Desarrollo Institucional 2025-2031 "Camino de Trascendencia UNIAGUSTINIANA" reconoce la comunicación como un eje transversal para la sostenibilidad institucional, el fortalecimiento organizacional y el posicionamiento de marca.
9. Que se hace necesario consolidar un modelo de comunicación estratégica, sistémica y de gobernanza, que articule los procesos académicos, administrativos y de proyección social con los grupos de interés internos y externos.
10. Que la Dirección de Comunicaciones, en articulación con las dependencias institucionales, lideró el proceso de actualización de la Política de Comunicaciones, incorporando buenas prácticas del sector, lineamientos normativos vigentes y necesidades institucionales.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1. ADOPCIÓN. Adoptar la Política de Comunicaciones de la Universitaria Agustiniiana – UNIAGUSTINIANA, la cual hace parte integral de la presente Resolución como **Anexo Técnico**, y que establece los lineamientos estratégicos, normativos y operativos para la gestión de la comunicación institucional.

ARTÍCULO 2. ÁMBITO DE APLICACIÓN. La presente Política es de obligatorio cumplimiento para todos los miembros de la comunidad universitaria, así como para aliados, proveedores y terceros que gestionen o difundan información en nombre de la Institución.

ARTÍCULO 3. IMPLEMENTACIÓN. La Dirección de Comunicaciones, adscrita a la Gerencia de Posicionamiento y Crecimiento Institucional, será la responsable de liderar la implementación, socialización, seguimiento y actualización de la Política de Comunicaciones.

ARTÍCULO 4. GOBERNANZA Y ARTICULACIÓN. Créase o ratifíquese el Comité de Comunicaciones como instancia asesora y estratégica, encargado de velar por la correcta implementación de la política, la gestión reputacional y la alineación de sus indicadores con el Plan de Desarrollo Institucional vigente.

ARTÍCULO 5. ACTUALIZACIÓN DE DOCUMENTOS. Los manuales, guías, protocolos y procedimientos asociados a la gestión comunicativa institucional deberán alinearse con lo dispuesto en la presente Política y actualizarse a través del Sistema Integrado de Calidad Institucional – SICU.

ARTÍCULO 6. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN. El cumplimiento de la Política será objeto de seguimiento periódico mediante indicadores de gestión, auditorías internas y monitoreo reputacional, en articulación con las dependencias competentes.



ARTÍCULO 7. RÉGIMEN DE CUMPLIMIENTO. El incumplimiento de la presente Política dará lugar a las acciones disciplinarias, contractuales o legales a que haya lugar, conforme a la normatividad interna y externa vigente.

ARTÍCULO 8. VIGENCIA Y DEROGATORIAS. La presente Resolución rige a partir de su expedición y deroga en su totalidad la Resolución de Rectoría No. 020 de 2020 y demás disposiciones que le sean contrarias.

NOTIFÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., a los diecinueve (19) días del mes de octubre de dos mil veintiséis (2026).

FRAY JULIÁN ANTONIO HINCAPIÉ LÓPEZ, OAR
Rector

ANGELA MARIA OTERO FORERO
Secretaria General y Jurídica

Proyectó: Dirección de Comunicaciones y Gerencia de Posicionamiento y Crecimiento Institucional
Revisó: Secretaría General y Jurídica
Aprobó: Rectoría.