**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD DEL TOLIMA**

En desarrollo del principio constitucional de autonomía universitaria consagrado en el artículo 69 de la Constitución Política y en uso de sus atributos legales, en especial las que confieren los artículos 28, 62 y 65 literal a de la Ley 30 de 1992 y

**C O N S I D E R A N D O:**

Que el artículo 69 de la Constitución Política garantiza y reconoce la autonomía universitaria; principio que rige y orienta la actividad de la Universidad del Tolima, y en desarrollo de dicha garantía establece sus estatutos conforme a la ley, de forma tal, que goza de plena autonomía y facultad de regirse bajo su propia normatividad.

Que el literal h) del artículo 6 de la Ley 30 de 1992 establece como objetivo de la educación superior y de sus instituciones “(…) promover la formación y consolidación de comunidades académicas y la articulación con sus homólogas en el ámbito nacional e internacional”.

Que el artículo 2.5.3.2.3.1.3 del Decreto Nacional 1330 de 2019, referente a la Estructura administrativa y académica, en su literal c), sobre Gestión de la Información, prevé que: ‘La institución deberá determinar el conjunto de fuentes, procesos, herramientas y usuarios que, articulados entre sí, posibiliten y faciliten la recopilación, divulgación y organización de la información. Esta información deberá ser utilizada para la planeación, monitoreo, y evaluación de sus actividades y toma de decisiones’, añadiendo que: ‘La información deberá ser específica y fiel a la realidad. Este criterio aplica a la publicidad y a las comunicaciones internas, conforme con la normatividad que se encuentra vigente en materia de protección de datos”.

Que el Decreto 1075 del 26 de mayo de 2015 reconoce al Ministerio de Educación Nacional como la entidad cabeza del sector educativo, que debe perseguir entre sus objetivos “propiciar el uso pedagógico de medios de comunicación como por ejemplo radio, televisión e impresos, *nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en las instituciones educativas para mejorar la calidad del sistema educativo y la competitividad de los estudiantes del país”.*

Que el Estatuto General de la Universidad del Tolima, aprobado mediante Acuerdo del Consejo Superior No. 033 del 23 de septiembre de 2020, en su artículo 21, establece como una de las funciones del Consejo Superior, la de definir, aprobar, modificar y evaluar, por iniciativa propia, del Consejo Académico o del Rector, el PEI, las políticas académicas, administrativas y generales de la Institución.

Que el Plan Estratégico de Desarrollo 2022-2032, “***Hacia la consolidación colectiva de una Universidad de calidad comprometida con la nación desde la región***”, constituye el documento guía para alcanzar los objetivos misionales de la Institución, integrando la comunicación como un aspecto transversal fundamental en todas las actividades, lo que permite la difusión efectiva de información y una rendición de cuentas transparente ante los grupos de interés.

Que la Política de Comunicación debe estar articulada al quehacer y la cultura institucionales, a fin de contribuir a la observancia de los principios de la Universidad y al cumplimiento de su Misión y Visión, consignadas en el Proyecto Educativo Institucional (PEI).

Que la política de comunicaciones de la Universidad del Tolima se establece como un proceso transversal que articula la comunicación interna y externa, coadyuvando en la promoción, reconocimiento y posicionamiento de la imagen institucional y de la identidad visual. Además, esta política se configura como una herramienta clave para integrar los procesos institucionales, fortaleciendo el trabajo conjunto bajo principios de transparencia, competitividad, sostenibilidad e integralidad. Con ello, se busca garantizar una comunicación e información permanente y efectiva hacia los diferentes públicos de la universidad, contribuyendo así al cumplimiento de los objetivos establecidos en el Proyecto Educativo Institucional (PEI), el Plan de Desarrollo Institucional 2022-2032 y las demás políticas institucionales, asegurando la cohesión y fortalecimiento de la comunidad universitaria y su proyección local, nacional e internacional.

En mérito de lo expuesto,

**ACUERDA**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Aprobar la política de comunicaciones de la Universidad del Tolima, la cual está orientada a consolidar un proceso comunicativo integral y transversal que facilite la interacción entre la comunidad universitaria y los públicos externos. Este enfoque promueve la visibilización de la gestión institucional y el fortalecimiento de la reputación de la universidad a nivel local, nacional e internacional. A través de canales de comunicación interna eficientes, se busca integrar y cohesionar a los diferentes estamentos de la universidad, fomentando la transparencia y la participación activa. Además, la política impulsa la divulgación científica, destacando los avances académicos y tecnológicos, y fortalece las relaciones con actores externos, como empresas, organizaciones sociales y entidades gubernamentales. Asimismo, apoya la internacionalización mediante la promoción de la oferta académica y el estímulo de la movilidad estudiantil, todo en el marco de una comunicación clara, efectiva y estratégica. Este esfuerzo requiere, a nivel institucional, la colaboración para desarrollar mecanismos, estrategias y la adecuada asignación de recursos humanos, financieros y de infraestructura, garantizando que el proceso de implementación sea continuo, progresivo y sostenible, con el respaldo pleno y suficiente de las autoridades universitarias.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** El objetivo general y los objetivos específicos que guían la política corresponden a la siguiente descripción:

**Objetivo general**

Construir una cultura comunicacional universitaria para brindar lineamientos de comunicación para construir, formular, ejecutar y promover acciones eficientes que contribuyan a promover una cultura de participación, paz, diálogo y sana convivencia, además de posicionar a la Universidad del Tolima a nivel local, regional, nacional e internacional.

**Objetivos Específicos**

1. Promover el mejoramiento de la transparencia e imagen institucional. Mediante el desarrollo estrategias de comunicación para resaltar los procesos académicos, científicos, investigativos, administrativos y presupuestales de tal forma que se afiancen los valores, principios y logros de la Universidad, para posicionarla como una institución de excelencia.
2. Facilitar la comunicación interna. Establecer canales de comunicación efectivos entre los distintos estamentos de la comunidad universitaria para promover vínculos permanentes y relaciones vivificantes entre todos los actores que configuran el tejido institucional.
3. Potenciar la divulgación científica. Difundir las investigaciones, los proyectos y avances académicos realizados en la Universidad a través de diferentes medios de comunicación, permitiendo que el conocimiento generado por la Institución impacte positivamente en la sociedad y transcienda más allá del ámbito académico.
4. Fortalecer la relación con la comunidad externa. Establecer vínculos con actores externos como empresas, organizaciones sociales y Gobierno local para promover la colaboración en proyectos de responsabilidad social, prácticas profesionales y oportunidades de empleo para los egresados.
5. Impulsar la internacionalización. Diseñar estrategias de comunicación que atraigan a estudiantes y profesores extranjeros, resaltando la oferta académica, los programas de movilidad, los eventos internacionales y la presencia de la Universidad en el ámbito global.
6. Promover la participación. Fomentar la comunicación todos los estamentos para conocer sus necesidades, inquietudes y propuestas en aras de diseñar políticas y servicios que respondan a sus expectativas y enriquezcan la experiencia universitaria.
7. Consolidar la imagen institucional. Unificar criterios comunicacionales para todas las unidades y/o dependencias de la Universidad del Tolima en relación con el uso de la imagen y el lenguaje institucional, articulando el trabajo de comunicaciones que se desarrolla en cada una de las dependencias con el Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional.

**ARTÍCULO TERCERO:** Adoptar la estructura del Comité de Comunicaciones y sus funciones así:

1. Rector o su delegado(a): Este perfil tiene un rol estratégico y decisivo en la planificación y validación de las políticas de comunicación. Es responsable de aprobar las estrategias globales y los mensajes clave de la universidad, asegurando que estén alineados con la misión, visión y valores institucionales. Es la representación visible en eventos y mensajes más importantes.
2. Secretario general: Es el encargado de garantizar que todas las comunicaciones oficiales estén alineadas con las normativas legales y procedimentales de la universidad. Supervisa la formalidad y la transparencia de los mensajes que se emiten, especialmente en temas legales, administrativos. Así mismo, es el encargado de tramitar la contratación del plan de medios.
3. Coordinador del Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional: Es el líder del equipo de comunicaciones y tiene la responsabilidad de coordinar y ejecutar la estrategia de comunicación. Su función incluye la gestión de la imagen institucional, la supervisión de campañas y contenidos, así como la relación con medios de comunicación externos e internos. Además, se asegura de que todas las acciones de comunicación sean coherentes y proyecten una imagen positiva de la universidad.
4. Director(a) del programa de Comunicación Social-Periodismo: Aporta desde la academia a las estrategias de comunicación, asesorando sobre las mejores prácticas en periodismo y gestión de medios. Facilita la relación entre los estudiantes del programa y las actividades de la oficina de comunicaciones, brindando apoyo técnico y académico a los proyectos de comunicación.
5. Director(a) de la emisora institucional FM: Responsable de la gestión, programación y contenidos de la emisora institucional. Su rol es clave en la difusión de noticias, programas educativos y culturales que representen los valores y la oferta académica de la universidad. También colabora en la cobertura de eventos y la proyección de la universidad en la comunidad local.
6. Docente del Área de Comunicaciones: Aporta su conocimiento académico y experiencia en comunicaciones para asesorar en la creación de contenidos, la estrategia de difusión, y la formación de estudiantes que participen en actividades de la oficina de comunicaciones. Actúa como enlace entre la docencia y la práctica institucional.
7. Diseñador gráfico: Su función principal es la creación de materiales gráficos que refuercen la imagen institucional. Trabaja en el diseño de logotipos, afiches, presentaciones y publicaciones, asegurando la coherencia visual de todos los productos comunicativos. También colabora en la creación de elementos visuales para las redes sociales y la página web.
8. Community manager: Este perfil se encarga de gestionar las redes sociales de la universidad. Su trabajo incluye la creación de contenido atractivo, la interacción con la comunidad online, la monitorización del impacto de las publicaciones y la gestión de crisis en línea. Es fundamental para mantener una presencia digital sólida y dinámica.
9. Productor audiovisual: Responsable de la creación de contenido audiovisual como videos institucionales, reportajes, documentales y cobertura de eventos. Colabora estrechamente con el diseñador gráfico y el community manager para asegurar una coherencia visual y narrativa en todos los medios de la universidad.
10. Comunicadores sociales-periodistas encargados de las diferentes unidades académico-administrativas (IDEAD, facultades y vicerrectorías): Son los responsables de gestionar y coordinar las comunicaciones de las diferentes facultades o unidades administrativas. Actúan como enlace entre su respectiva área y la oficina de comunicaciones central, generando contenidos específicos y asegurando que la información se difunda de manera oportuna.
11. Invitados para temas específicos, según el tema a tratar: Se trata de expertos externos o internos que son convocados para aportar conocimientos o enfoques especializados en temas puntuales. Su función es enriquecer los mensajes y contenidos de la universidad cuando se traten asuntos de alta especialización o relevancia para la comunidad universitaria.
12. Tres pasantes con perfiles en comunicación social, realización audiovisual y diseño gráfico: Los pasantes apoyan de manera operativa las funciones del equipo de comunicaciones. El pasante de comunicación social colabora en la redacción de contenidos, el manejo de redes y la atención a medios. El pasante de realización audiovisual ayuda en la grabación y edición de videos. El pasante de diseño gráfico se enfoca en la creación de piezas visuales para distintos canales de comunicación

PARÁGRAFO: El Rector de la Universidad, reglamentará el funcionamiento del Comité de Comunicaciones.

**ARTÍCULO QUINTO:** Esta Política deberá ser el referente para la toma de decisiones relacionadas con acciones comunicativas en la Universidad del Tolima. Por ello, busca fortalecer la cultura de gestión de la Institución desde la construcción de una dinámica comunicativa acorde con los objetivos estratégicos propuestos, teniendo en cuenta la población y los públicos de interés y valor de la Universidad.

**PARÁGRAFO**: La Universidad del Tolima realizará todas las acciones que se requieran para la implementación efectiva del desarrollo de la Política de Comunicaciones.

**ARTÍCULO SEXTO**: **SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN:** La Política de Comunicaciones de la Universidad del Tolima estará sujeta a un proceso de mejora continua, basado en la autoevaluación constante de sus componentes. La Secretaría General, o la dependencia a la cual se encuentre adscrito el proceso de comunicación, será responsable de liderar la autoevaluación permanente, identificando oportunidades de mejora en su implementación.

Con el objetivo de asegurar la efectividad de la Política, se realizarán auditorías internas y externas, las cuales permitirán verificar el cumplimiento de las metas establecidas y detectar avances en su desarrollo. La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional gestionará indicadores clave de desempeño (KPI), que servirán como herramienta para evaluar el impacto y la eficiencia de las acciones emprendidas.

Asimismo, se realizará una medición trimestral en función de las líneas estratégicas de acción definidas, que incluyen la comunicación interna y externa, la comunicación digital y la comunicación de ley, ajustando las estrategias cuando sea necesario, para garantizar que la Política se mantenga alineada con los objetivos institucionales y responda a las necesidades de la comunidad universitaria y los públicos externos.

**ARTÍCULO SEPTIMO**: **FINANCIACIÓN.** Para garantizar el funcionamiento y la implementación efectiva de la Política de Comunicaciones, la Universidad del Tolima destinará anualmente los recursos necesarios dentro de su presupuesto institucional. La financiación se obtendrá a través de las siguientes fuentes:

1. Recursos propios, planes de fomento a la calidad ProUnal, recursos de la estampilla - ProUT, infraestructura y dotación de la Universidad.

2. Alianzas y convocatorias de agencias de financiación externas públicas o privadas, nacionales o internacionales, con el fin de consolidar cooperación interinstitucional para fortalecer o desarrollar campañas de comunicación conjunta, que tengan relación con los ejes misionales institucionales.

 3. Cofinanciación para proyectos aprobados por agencias o entidades externas, a los cuales la Universidad apoyará con un aporte de acuerdo con la disponibilidad presupuestal del monto total, el cual podrá ser en especie o en efectivo. Para la cofinanciación, la Vicerrectoría Administrativa y Financiera, y la Dirección Contable y Financiera definirán y aprobarán un rubro de acuerdo con la disponibilidad presupuestal vigente.

4. Donaciones que se reciban con destinación al fortalecimiento de las comunicaciones y la imagen institucional.

**ARTÍCULO OCTAVO.** **INFORMES.** El grupo de comunicaciones e imagen institucional presentará un informe anual ante el Consejo Académico y el Consejo Superior Universitario sobre la implementación y avance de la política.

**ARTÍCULO NOVENO**: Autorizar al Rector de la Universidad para que adopte las medidas requeridas para la ejecución de las acciones consagradas en la Política de Comunicaciones de la Universidad; asimismo, su adición, complementación y/o modificación, previo estudio y recomendación del Comité de Comunicaciones.

**ARTÍCULO DÉCIMO**: Este acuerdo rige a partir de su fecha de publicación y deroga todas las normas que le sean contrarias.

**COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE,**

Dado en Ibagué, a los días de de 2024

La Presidenta,

**NIDIA YURANY PRIETO ARANGO**

Delegada de la Gobernadora del Departamento del Tolima

El Secretario General,

**JUAN DAVID GOMEZ GONZALEZ**