


<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	---

“Mediante la cual se adopta el Reglamento para la Comunicación Institucional.”

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL,
en uso de sus facultades estatutarias, y

CONSIDERANDO:

Que en virtud de la autonomía universitaria otorgada por el artículo 69 de la Constitución Política, las universidades podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos y reglamentos.

Que mediante Acuerdo 7 del 23 de abril de 2015, se estableció la Política de Comunicación de la Universidad Central.


Que el artículo 16 del Acuerdo 7 de 2015 dispone que el Rector establecerá el Reglamento para la Comunicación Institucional.

Que de conformidad con lo dispuesto por el numeral 4.º del artículo 55 del Estatuto General, el Rector de la Universidad es el competente para adoptar el reglamento respectivo con el objeto de velar por el cumplimiento de las normas constitucionales, legales, estatutarias y reglamentarias.

En mérito de lo anterior,

RESUELVE:


ARTÍCULO 1º. Adopción. Adoptar el Reglamento para la Comunicación Institucional de la Universidad Central, con el propósito de que la comunicación de carácter institucional se ajuste a los principios, fundamentos y objetivos planteados en la Política de Comunicación de la Universidad.

Única Versión Septiembre 14 de 2015	RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015	 UNIVERSIDAD CENTRAL
---	---	---

Capítulo I.
Responsabilidad en la comunicación institucional.


ARTÍCULO 2°. Responsables de la gestión de la comunicación institucional. La Política de Comunicación de la Universidad Central atribuye responsabilidad en la comunicación institucional a todos los integrantes de la comunidad universitaria. Para el cumplimiento de los objetivos de la comunicación formulados en dicho documento, se hacen explícitas las siguientes responsabilidades:

- a. **Consejo Superior.** Como máxima autoridad de gobierno de la Universidad, decide sobre la creación de medios institucionales de comunicación y sobre la creación, supresión o modificación de los elementos que integran la identidad visual corporativa de la Universidad y demás símbolos oficiales de la Institución.
- b. **Rectoría.** Como instancia que ejerce las labores de representación legal e institucional, es responsable de emitir de manera oportuna los pronunciamientos oficiales de la Universidad ante la comunidad unicentralista (estudiantes, docentes, egresados y empleados) y ante la opinión pública cuando la situación lo amerite.
- c. **Vicerrectoría Académica y sus dependencias.** Son responsables de elaborar y gestionar la información relacionada con la producción académica, investigativa y de proyección social de la Universidad. Así mismo, tienen a su cargo la información relativa a eventos académicos y culturales, procesos académicos, planeación académica, procesos internos de las facultades y de sus departamentos, centros de investigación, unidades y correspondientes programas.
- d. **Vicerrectoría Administrativa y Financiera, y sus dependencias.** Son responsables de gestionar la información relacionada con los procesos y procedimientos administrativos, la información financiera y contable, y la de promoción y mercadeo.

<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	---

- e. **Secretaría General.** Es responsable de gestionar la información relacionada con los documentos oficiales de la Institución, a saber: documentos fundacionales, acuerdos del Consejo Superior, resoluciones del Consejo Académico, resoluciones rectorales y demás normativa de la Universidad.
- f. **Dirección de Relaciones Interinstitucionales.** Como dependencia encargada de gestionar procesos y estrategias que fortalezcan la internacionalización y las relaciones institucionales, es responsable de la comunicación interinstitucional enmarcada en el cumplimiento de sus funciones.
- g. **Personal docente.** Los docentes tienen la responsabilidad de suministrar la información relacionada con sus actividades de docencia, investigación, educación continua o proyección social, de acuerdo con los términos de vinculación a la Universidad, para conocimiento de la comunidad unicentralista o para su difusión en el ámbito externo cuando ello resulte pertinente. Así mismo, deben contribuir a la divulgación y a la integración de los estudiantes en las dinámicas universitarias.
- h. **Departamento de Comunicación y Publicaciones.** Es responsable de coordinar los procesos de comunicación institucional, mediante el cumplimiento de las funciones estipuladas en el artículo 4.º del presente reglamento.
- i. **Red Interna de Corresponsales (RIC).** Los integrantes de la Red Interna de Corresponsales son responsables de entregar al Departamento de Comunicación y Publicaciones reportes periódicos con información de interés general para la comunidad universitaria, relativa a la labor de las dependencias a las que están adscritos o al ejercicio de sus cargos.

ARTÍCULO 3º. Suministro de información al Departamento de Comunicación y Publicaciones. Es deber de los responsables de la comunicación institucional suministrarle al Departamento de Comunicación y Publicaciones, de manera oportuna, todos aquellos soportes e insumos necesarios para la divulgación de


<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	--

información a través de los medios de comunicación que este departamento considere pertinentes y que respondan a los principios establecidos en la Política de Comunicación. Igualmente, todas las dependencias de la Universidad deben informar al Departamento de Comunicación y Publicaciones los cambios o novedades que afecten su gestión, con el fin de mantener actualizada la información institucional.

ARTÍCULO 4°. Funciones del Departamento de Comunicación y Publicaciones. Son funciones del Departamento de Comunicación y Publicaciones de la Universidad Central las siguientes:

1. Funciones estratégicas


- a. Diseñar los procesos y procedimientos necesarios para gestionar de manera adecuada las comunicaciones.
- b. Estructurar y desarrollar los planes anuales de comunicación interna y externa.
- c. Implementar estrategias y acciones de comunicación y gestión informativa de acuerdo con las necesidades de la comunidad unicentralista.
- d. Establecer y revisar periódicamente los lineamientos para la administración de los medios institucionales de comunicación, los cuales junto con los cambios derivados de la revisión deben ser publicados en el portal *web* institucional y demás medios institucionales que se consideren oportunos para dicho fin, en un lapso no mayor a tres (3) días hábiles después de adoptados.
- e. Asesorar a las demás instancias y dependencias en la formulación de estrategias y acciones comunicativas.
- f. Proponer, evaluar y asesorar la creación de medios institucionales de comunicación, teniendo en cuenta los desarrollos y tendencias en cuanto a la comunicación y las tecnologías de la información.
- g. Analizar el comportamiento de los medios institucionales de comunicación con el fin de evaluar su calidad, efectividad y pertinencia.
- h. Contribuir, mediante su trabajo informativo, a la visibilidad y el impacto de los avances, procesos y resultados de formación, investigación, innovación e interacción social que llevan a cabo las áreas académicas de la Universidad, y de los medios y productos de comunicación que ellas generen para difundirlos.

<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	---

- i. Promover la proyección de la Universidad en los medios de comunicación externos y velar por que la información que se publique sea precisa, veraz y oportuna.
- j. Contribuir a la divulgación, a través de las instancias institucionales pertinentes, de la información surgida en el entorno que pueda incidir en el quehacer universitario.
- k. Proyectar y difundir la buena imagen de la Universidad Central en los ámbitos interno y externo.

2. Funciones operativas

- a. Realizar labores de *reportería* y cubrimiento de eventos tendientes a generar contenidos nuevos con destino a los medios institucionales de comunicación y a los medios externos.
- b. Crear, desarrollar e implementar campañas de comunicación para difundir los avances, desarrollos y procesos de formación, investigación y proyección social de la Universidad, así como proyectos, eventos, actividades y acontecimientos propios de la dinámica institucional.
- c. Mantener contacto permanente con las áreas académicas y administrativas de la Universidad para identificar información susceptible de ser difundida.
- d. Avalar, en las distintas instancias de la Universidad, el uso adecuado de la imagen de identidad visual corporativa de la Institución, así como brindar el apoyo oportuno y la asesoría necesaria para este fin.
- e. Establecer, dinamizar y coordinar las relaciones con medios de comunicación externos, con miras a fortalecer la proyección de la Institución. En ese sentido, todas las comunicaciones institucionales dirigidas a los medios externos se gestionarán y canalizarán a través del Departamento de Comunicación y Publicaciones.
- f. Administrar los medios institucionales de comunicación.
- g. Canalizar los reportes de la Red Interna de Corresponsales.
- h. Ofrecer asesoría y acompañamiento a los voceros institucionales en el ejercicio de la vocería.

<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	---

- i. Determinar las condiciones (medios, momentos, frecuencias, formatos, etc.) para divulgar la información proveniente de las diferentes áreas.

3. Funciones de fomento y control


- a. Velar por la observancia de la Política de Comunicación de la Universidad, así como de los procesos, procedimientos, lineamientos y demás normativa relacionada con la comunicación.
- b. Promover el adecuado uso y la proyección de la imagen institucional en todo el material promocional de la Universidad, conforme a lo estipulado en la Política de Propiedad Intelectual, la Política de Publicaciones, el Manual de identidad visual corporativa y el Manual de estilo de la Universidad Central.
- c. Hacer sugerencias sobre la conveniencia de difundir o no determinados contenidos a través de los medios institucionales de comunicación, o de suministrar información a medios externos, e introducir las enmiendas o adaptaciones pertinentes con la autorización del área que emita el contenido.
- d. Vigilar que los soportes e insumos para la divulgación de información a través de los medios de comunicación suministrados por los responsables de las áreas, mantengan observancia de las disposiciones legales vigentes en lo relacionado con los derechos de autor y la propiedad intelectual.

Capítulo II.

Medios institucionales de comunicación.

ARTÍCULO 5°. Caracterización de los medios institucionales de comunicación. Son reconocidos como medios institucionales de comunicación los siguientes:


- a. **Portal web** (www.ucentral.edu.co). Es la puerta de entrada a la Universidad Central desde los ámbitos virtuales. Allí se encuentra toda la información institucional relacionada con sus funciones principales (docencia, investigación y proyección social). Además, presenta a las dependencias académicas y administrativas, su organización y la documentación legal que la soporta. Para

<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	---

esto, cuenta con espacios especializados segmentados según sus públicos objetivo (estudiantes, profesores, egresados, personal administrativo y público en general), con el fin de brindar servicios de calidad tanto a nivel informativo como transaccional.

Parágrafo. Los dominios www.ucentral.edu.co, www.ucvirtual.edu.co y www.teatrofaenza.com son los únicos oficiales de la Universidad Central. Todo espacio virtual de carácter institucional debe estar alojado bajo uno de ellos. Los sitios alojados bajo un dominio diferente, creados por integrantes de la comunidad universitaria, no serán considerados como oficiales y, en este sentido, la Institución no se responsabiliza ni por su administración ni mantenimiento, ni por los contenidos que en ellos se publiquen. La creación de un nuevo dominio institucional estará sujeta al trámite descrito en el artículo 7.º del presente reglamento.

- b. **Periódico Noticentral.** En su versión impresa y en su versión digital, es el documento informativo institucional de la Universidad. Cuenta con un comité de redacción y está a disposición de todos los integrantes de la comunidad unicentralista que deseen publicar sus materiales en él, siempre y cuando dichos contenidos estén acordes con la misión de la Universidad o sean de interés para esta en el marco de su quehacer institucional.
- c. **Medios sociales.** Las cuentas institucionales en medios o redes sociales (tales como Facebook, Twitter y YouTube) son plataformas de comunicación de doble vía en las cuales se divulgan tanto los contenidos relacionados con el quehacer de la Universidad como aquellos que resulten de interés para la comunidad y que estén en sintonía con lo estipulado en la Política de Comunicación y en el presente reglamento.
- d. **Carteleras físicas y virtuales (pantallas).** Son medios de comunicación abiertos a todas aquellas dependencias de la Universidad Central que requieran divulgar contenidos de carácter institucional, académico o cultural de interés para la comunidad unicentralista; en este medio debe primar la comunicación gráfica.


<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	---

- e. **Mensajes masivos de correo electrónico.** Son aquellos mensajes que envía el Departamento de Comunicación y Publicaciones exclusivamente, desde la cuenta de correo mensajesinstitucionales@ucentral.edu.co. El Departamento evalúa, valida y remite los mensajes de manera segmentada a las cuentas institucionales creadas para los distintos públicos objetivos de la Institución (con el dominio @ucentral.edu.co).
- f. **Fondos de pantalla.** Todos los equipos de cómputo de la Universidad que estén conectados a la red institucional tendrán el mismo fondo de pantalla, y se constituyen en un medio de comunicación destinado a difundir campañas institucionales.

Parágrafo. Los estudiantes y sus egresados son la razón de ser de la Universidad. En esa medida, los medios institucionales están a su disposición para difundir sus iniciativas, proyectos, actividades, etc., siempre y cuando suministren oportunamente la información, ya sea de forma directa al Departamento de Comunicación y Publicaciones o a través del área académica respectiva, y dicha información se ajuste a lo dispuesto en la Política de Comunicación, el presente reglamento y demás normas institucionales.

ARTÍCULO 6°. Administración de los medios institucionales de comunicación. El Departamento de Comunicación y Publicaciones podrá crear, desarrollar, modificar, actualizar y eliminar medios de comunicación, teniendo en cuenta las necesidades comunicativas de la comunidad unicentralista o los avances de la tecnología, y previa autorización de los directivos de la Universidad, para lo cual deberá realizar una divulgación oportuna de estos cambios.

Para que un medio de comunicación distinto a los mencionados sea considerado como un medio institucional, deberá tramitarse un proyecto de creación que cuente con el aval del Consejo de Facultad respectivo (en el caso de iniciativas provenientes de las áreas académicas o de estudiantes, docentes o egresados) o de la Vicerrectoría Administrativa y Financiera (en el caso de iniciativas provenientes de un área administrativa), el cual deberá radicarse en el Departamento de Comunicación y

<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	---

Publicaciones, que lo presentará ante el Comité de Publicaciones para su estudio y eventual recomendación al Consejo Superior.

Parágrafo. Todo producto comunicativo o medio de comunicación que, según lo estipulado en el artículo 11 de la Política de Comunicación y los artículos 5.º y 7.º de este reglamento, no sea institucional y que sea creado o desarrollado por integrantes de la comunidad universitaria en el marco de su vinculación con la Universidad Central, o producto de ejercicios académicos, deberá estar en concordancia con lo estipulado en la Política de Comunicación, la Política de Propiedad Intelectual y la Política de Publicaciones de la Universidad Central. Estos medios y productos deberán indicar, expresamente, que no son oficiales de la Universidad y que las afirmaciones u opiniones emitidas a través de ellos no representan a la Institución.


Capítulo III.

Imagen corporativa y comunicación externa.

ARTÍCULO 7º. Proyección de la imagen corporativa de la Universidad Central. El Departamento de Comunicación y Publicaciones vigilará la observancia de la normativa de la Universidad respecto a su imagen corporativa.

Estas disposiciones también se aplicarán a las publicaciones institucionales (tanto impresas como electrónicas), al material promocional de la Universidad (prospectos de los programas, avisos de prensa, avisos *web*, pauta en medios sociales, carteles, pendones, material BTL y stands, entre otros) y a todos aquellos elementos donde se utilice la identidad visual corporativa (señalización, papelería oficial, uniformes, mobiliario institucional, materiales comunicativos que se produzcan con ocasión de actividades interinstitucionales, etc.).

ARTÍCULO 8º. Relación con los medios externos de comunicación. El Departamento de Comunicación y Publicaciones es la instancia encargada de establecer y coordinar las relaciones de la Universidad Central con los medios externos de comunicación. En consecuencia, atenderá de manera autónoma, ágil y oportuna las demandas de


<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	---

información de estos, teniendo en cuenta sus fechas de edición, cierre y la competencia de la Institución o de sus integrantes para tal fin. Así mismo, proporcionará asesoría y apoyo a las áreas o integrantes de la comunidad unicentralista para divulgar información de interés para la opinión pública en medios externos, de modo que la imagen corporativa y los contenidos informativos institucionales se proyecten adecuadamente.

Parágrafo. En el caso de la pauta publicitaria que la Universidad contrata con medios externos, la dependencia encargada de la gestión del plan de pauta es el Departamento de Mercadeo y Admisiones; no obstante, la estructura de este plan debe ser revisada conjuntamente con la Vicerrectoría Administrativa y Financiera y el Departamento de Comunicación y Publicaciones, que verificará la calidad de las piezas publicitarias alusivas a la Institución.

ARTÍCULO 9º. Ejercicio de la vocería institucional. La vocería institucional está en cabeza del rector o de quien él delegue. El vicerrector académico podrá tener la vocería de temas académicos; el vicerrector administrativo y financiero, la vocería administrativa y financiera; los decanos, la vocería de sus respectivas facultades, y los directores, la vocería de sus correspondientes programas o dependencias administrativas. Sin embargo, cualquier integrante de la comunidad unicentralista podrá ser vocero de un proyecto o iniciativa que haya desarrollado en la Institución, siempre y cuando tenga el dominio del tema específico para el cual sea nombrado como vocero y el aval del director del área a la que esté adscrito.

Parágrafo. Todo integrante de la comunidad unicentralista que vaya a ejercer como vocero deberá informar previamente al Departamento de Comunicación y Publicaciones, para que esta dependencia le brinde apoyo con material informativo, acompañamiento y, posteriormente, haga seguimiento a las publicaciones derivadas de su vocería.

<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	---

Capítulo IV.

Lineamientos comunicativos para momentos de crisis.

ARTÍCULO 10°. Definición. Para efectos del presente reglamento, se entenderá por “momento de crisis” toda circunstancia extraordinaria, ya sea interna o externa, en la que pueda verse afectada negativamente la Institución o sus integrantes.


ARTÍCULO 11°. Objetivos de la comunicación en momentos de crisis. Los objetivos principales de la comunicación en momentos de crisis serán los siguientes:

- a. Disminuir en lo posible el riesgo de eventuales consecuencias negativas derivadas de la crisis.
- b. Orientar a la comunidad unicentralista.
- c. Despejar dudas e inquietudes.
- d. Evitar malentendidos.
- e. Informar al público en general.

ARTÍCULO 12°. Características. Toda comunicación institucional emitida por la Universidad en momentos de crisis deberá:

- a. Informar a la opinión pública con base en datos que estén plenamente confirmados y tener como fundamento un contenido confiable.
- b. Ser oportuna, clara, concisa y comprensible para todos los públicos.
- c. Dar a conocer los hechos evitando señalamientos a actores afectados o implicados en la situación de contingencia o de emergencia.
- d. Emitirse, en primera instancia, a través de los medios institucionales de comunicación.

ARTÍCULO 13°. Responsabilidad de la comunicación en momentos de crisis. La comunicación en momentos de crisis será responsabilidad del Consejo Superior y del rector, o de quien ellos deleguen.

<p>Única Versión Septiembre 14 de 2015</p>	<p>RESOLUCIÓN RECTORAL No. 184-2015</p>	 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>
--	--	---

Parágrafo 1. El Departamento de Comunicación y Publicaciones definirá la estrategia de comunicación según el momento de crisis, elaborará los informes de prensa y dirigirá las comunicaciones, por el medio acordado, a la comunidad universitaria y al público externo.

Parágrafo 2. Un vocero autorizado por los órganos directivos estará encargado de dar las declaraciones a los medios externos de comunicación, con base en el comunicado emitido por la Institución.

ARTÍCULO 14°. Vigencia. La presente resolución rige a partir de su comunicación y publicación.

Dada en la ciudad de Bogotá, D.C., a los catorce (14) días del mes de septiembre de dos mil quince (2015).

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE.

RAFAEL SANTOS CALDERÓN
Rector

FABIO RAÚL TROMPA AYALA
Secretario General