

 <p><b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b></p>	<p><b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b></p> <p><b>N.º 96 de 2023</b></p>	<p><b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b></p> <hr/> <p>Página 1 de 14</p>
---	--	---

“Mediante la cual se adopta el Reglamento para la Comunicación Institucional de la Universidad Central”

**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 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.

Que mediante Acuerdo del Consejo Superior N.º 9 de 2023, se expidió la Política de Comunicación y Proyección de la Imagen Corporativa de la Universidad Central.

Que el artículo 23.º del citado acuerdo estipula que el Reglamento para la Comunicación Institucional será establecido por el rector.

En mérito de lo anterior,

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1.º** Expedir el Reglamento para la Comunicación Institucional con el propósito de que los procesos comunicativos que se desarrollan en la Universidad respondan a los principios, fundamentos y objetivos planteados en la Política de Comunicación.

**CAPÍTULO I**

**Responsabilidad en la comunicación institucional**

**ARTÍCULO 2.º Responsables de la gestión de la comunicación institucional.** La Política de Comunicación y Proyección de la Imagen Corporativa de la Universidad Central atribuye responsabilidad en la comunicación institucional a todos los integrantes de la comunidad universitaria, en la medida en que estos se constituyen en actores fundamentales de los procesos y dinámicas

 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>	<p style="text-align: center;"><b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>N.º 96 de 2023</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b></p> <hr/> <p style="text-align: center;">Página 2 de 14</p>
--	--	---

comunicativas que tienen lugar como parte de su quehacer. Para el cumplimiento de los objetivos de la comunicación formulados en dicho documento, se hacen explícitas las siguientes responsabilidades:

1. **Consejo Superior.** Como máxima autoridad de gobierno de la Universidad, toma decisiones en torno a la gestión de la comunicación institucional y la creación, supresión o modificación de los elementos que integran la identidad visual corporativa de la Institución, de conformidad con sus funciones estatutarias y su Reglamento Interno.
2. **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 centralista (estudiantes, docentes, egresados y funcionarios) y ante la opinión pública cuando la situación lo amerite, o de delegar esta actividad en quien lo estime pertinente.

Así mismo deberá:

- a. Contribuir y participar en el establecimiento y promoción de dinámicas, espacios y prácticas que promuevan el encuentro y el diálogo entre la comunidad centralista en torno a los asuntos que conciernen al quehacer institucional.
  - b. Proponer la creación, adopción o supresión de medios institucionales de comunicación, de conformidad con las necesidades y dinámicas de la Universidad.
  - c. Encabezar el Comité de Comunicación para el Manejo de Crisis.
  - d. Asumir o delegar la vocería sobre proyectos e iniciativas de impacto institucional liderados por la Rectoría.
3. **Vicerrectoría Académica, Vicerrectoría de Programas y direcciones asociadas.** Son responsables de elaborar y gestionar la información relacionada con la producción enmarcada en las funciones misionales de docencia, investigación e interacción con el entorno de la Universidad. Así mismo, tienen a su cargo la información relativa a eventos académicos y culturales; planeación y procesos académicos, y procesos internos de las facultades, escuelas y programas académicos.
  4. **Vicerrectoría Administrativa y Financiera y direcciones asociadas.** Son responsables de gestionar y comunicar oportunamente toda la información relacionada con los procesos y procedimientos administrativos, la información financiera y contable, y la de promoción y mercadeo.

 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>	<p style="text-align: center;"><b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>N.º 96 de 2023</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b></p> <hr/> <p style="text-align: center;">Página 3 de 14</p>
--	--	---

Es responsabilidad de los vicerrectores asumir o delegar en las instancias que estimen pertinentes la vocería interna o externa sobre las iniciativas y proyectos de impacto institucional impulsados desde las vicerrectorías, así como sobre todos aquellos aspectos concernientes a la gestión académico-administrativa en la Universidad, y garantizar que la información relevante en relación con la actividad institucional sea comunicada de manera oportuna a los directores de las áreas, a los profesores y a los gestores académico-administrativos, con el fin de que estos puedan participar y aportar a estos procesos y actuar como un canal directo de comunicación entre la Universidad y los estudiantes.

5. **Secretaría General y de Asuntos Jurídicos.** Es responsable de gestionar y comunicar oportunamente la información relacionada con la normativa de la Institución a través del enlace de Normativa de la página web de la Universidad, como canal oficial.
6. **Profesores.** Los profesores tienen la responsabilidad de suministrar la información relacionada con sus actividades de docencia, investigación o interacción con el entorno, de acuerdo con los términos de vinculación a la Universidad, para conocimiento de la comunidad centralista o para su difusión en el ámbito externo cuando ello resulte pertinente.

Así mismo, en el entendido de que, tal y como se expresa en el artículo 2.º, Capítulo I de la Política de Comunicación, los espacios académicos de la Universidad son concebidos como escenarios para la comunicación, los profesores, al ser actores fundamentales de la vida institucional, deben asumirse como voceros institucionales internos y externos, como se relaciona a continuación:

- **Vocería interna.** En la medida en que los docentes son el principal canal de comunicación entre la Universidad y los estudiantes, están llamados a contribuir a la divulgación de las iniciativas institucionales y a la integración de los estudiantes en las dinámicas universitarias. Del mismo modo, deben promover la comunicación asertiva en la comunidad académica, de acuerdo con los principios y valores centralistas, y su participación en espacios destinados al diálogo y la toma de decisiones sobre los asuntos de la Universidad.
- **Vocería externa.** Consiste en la actuación de los profesores como portavoces de la Universidad ante la opinión pública y los medios de comunicación en torno a proyectos que lideren y temas relativos a sus campos de experticia para visibilizar los aportes de la Institución a la sociedad en el ejercicio de sus funciones de formación, investigación e interacción social, así como contribuir a su posicionamiento.

 <p><b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b></p>	<p><b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b></p> <p><b>N.º 96 de 2023</b></p>	<p><b>Única Versión Junio 26 de 2023</b></p> <hr/> <p>Página 4 de 14</p>
---	--	--

7. **Estudiantes, egresados y comunidad en general.** Es responsabilidad de los estudiantes y demás integrantes de la comunidad centralista consultar los diferentes medios de comunicación institucionales y mantenerse informados en torno a los programas, servicios e iniciativas que la Universidad pone a su disposición para enriquecer su experiencia educativa y laboral, así como su proyecto de vida. Del mismo modo, será parte de su responsabilidad frente a los procesos de comunicación en la Universidad participar en los diferentes espacios y medios que esta les ofrece para expresar sus opiniones de manera clara, respetuosa y oportuna, al igual que para debatir y dialogar sobre los diferentes asuntos institucionales. En este frente reviste especial relevancia el rol de los representantes de estudiantes y profesores ante los órganos de gobierno universitario como portavoces de las inquietudes de sus pares.

Todos los integrantes de la comunidad centralista deben asumir su responsabilidad sobre la autoría o uso de los contenidos y obras de cualquier naturaleza que suministren a Máster Central para su divulgación, de conformidad con la normativa nacional e institucional vigente en materia de propiedad intelectual.

## CAPÍTULO II

### Dependencias estratégicas para la comunicación institucional

**ARTÍCULO 3.º** Son aquellas unidades académicas o administrativas de la Universidad que, debido a la naturaleza de su labor, tienen un grado de incidencia especial sobre la comunicación entre la comunidad o requieren de apoyos especiales en temas comunicativos.

1. **Máster Central.** Si bien esta unidad tiene funciones derivadas de su relacionamiento con las diferentes unidades académicas como proveedor de los espacios y servicios audiovisuales a su cargo, en este reglamento se especificarán exclusivamente aquellas relacionadas con el ámbito comunicativo y la proyección de la imagen corporativa como unidad encargada de coordinar los procesos de comunicación interna y externa en la Universidad:

#### a. **Funciones estratégicas**

- Estructurar y desarrollar los planes anuales de comunicación interna y externa, de manera que apoyen y estén articulados con los focos estratégicos definidos por la Institución.

 <b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b>	<b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b>  <b>N.º 96 de 2023</b>	<b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b>
		Página 5 de 14

- Implementar estrategias y acciones de comunicación y gestión informativa acordes con las necesidades de la comunidad centralista, que promuevan su consolidación, encuentro e interacción en torno a los valores y objetivos institucionales, y que fortalezcan su sentido de pertenencia a la Universidad.
- Contribuir 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 estas generen para difundirlos.
- Analizar las dinámicas de comunicación que tienen lugar a nivel interno y externo, así como el comportamiento e impacto de los planes, estrategias y medios institucionales de comunicación, con el fin de evaluar su calidad, efectividad y pertinencia.
- Gestionar, dinamizar, coordinar y canalizar las relaciones con medios externos de comunicación con miras a promover y fortalecer la proyección y el posicionamiento de la Universidad, así como velar por que la información que se publique guarde correspondencia con los valores institucionales y con las estrategias trazadas en el Plan Anual de Comunicaciones.
- Asesorar a las demás instancias y dependencias de la Universidad en la formulación de estrategias y acciones comunicativas, así como propiciar sinergias que favorezcan el trabajo colaborativo en torno a estas.
- Trabajar de forma articulada con la Dirección de Mercadeo y Admisiones y asesorar su gestión para la adecuada proyección de la imagen institucional en todo el material promocional de la oferta académica, así como asesorar la construcción de la estrategia y campaña anual de mercadeo en conjunto con la agencia contratada por la Universidad para tal fin.
- Liderar la gestión del Sistema Integral de Eventos para garantizar la planeación, organización, ejecución y mejoramiento continuo de esta actividad en aras de garantizar una gestión eficiente, que contribuya al cumplimiento de los objetivos de la Institución a corto, mediano y largo plazo, mediante el trabajo articulado con las diferentes unidades académicas y administrativas de la Universidad.
- Participar en los comités que requieran de su presencia y apoyo desde una visión estratégica de la comunicación para aportar a diversos proyectos e iniciativas institucionales.
- Evaluar periódicamente y proponer actualizaciones de la normativa relativa a la comunicación institucional, con el fin de propiciar una gestión comunicativa pertinente y enriquecedora para la vida universitaria.

 <p><b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b></p>	<p><b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b></p> <p><b>N.º 96 de 2023</b></p>	<p><b>Única Versión Junio 26 de 2023</b></p> <hr/> <p>Página 6 de 14</p>
---	--	--

- Proponer, evaluar y asesorar la creación, adopción y administración de medios institucionales de comunicación, teniendo en cuenta los desarrollos y tendencias relativas a la comunicación y las tecnologías de la información.
- Asesorar y capacitar a los centralistas en el uso de los recursos tecnológicos y espacios disponibles en las instalaciones de Máster Central, así como en la realización de transmisiones en línea.

**b. Funciones operativas**

- Gestionar y administrar, con base en el Plan Anual de Comunicaciones, los medios institucionales de comunicación y determinar las mejores condiciones (enfoques, medios, momentos, frecuencias, formatos, etc.) para divulgar la información proveniente de las diferentes áreas de la Universidad y ofrecerles asesoría en esta materia.
- Mantener contacto permanente con las áreas académicas y administrativas de la Universidad para identificar información susceptible de ser difundida.
- 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.
- Crear, desarrollar e implementar campañas o piezas de comunicación para difundir los avances, desarrollos y procesos de formación, investigación e interacción social de la Universidad, así como proyectos, eventos, actividades y acontecimientos propios de la dinámica institucional.
- Contribuir a la divulgación, a través de los medios institucionales pertinentes, de la información proveniente del entorno que pueda incidir en el quehacer universitario.
- Avalar, en las distintas instancias de la Universidad, el uso adecuado de la identidad visual corporativa de la Institución, así como brindar el apoyo oportuno y la asesoría necesaria para este fin.

**c. Funciones de fomento y control**

- Velar por la observancia de la Política y Reglamento de Comunicación y Proyección de la Imagen Corporativa de la Universidad, así como de los procesos, procedimientos, lineamientos y demás normativa relacionada.
- Contribuir a visibilizar la normativa institucional en materia comunicativa y fomentar su apropiación, así como la participación de la comunidad en las iniciativas que la Universidad desarrolle en torno al fortalecimiento de los procesos comunicativos institucionales.

 <b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b>	<b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b>  <b>N.º 96 de 2023</b>	<b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b>  Página 7 de 14
---	---	---

- Promover el adecuado uso y la proyección de la imagen institucional en todos los materiales y contenidos que se generan en la Universidad, conforme a la normativa institucional vigente.
  - Diseñar, evaluar y actualizar los procesos y procedimientos necesarios para gestionar de manera adecuada las comunicaciones, así como 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 los medios institucionales que se consideren oportunos para tal fin.
  - Gestionar y hacer uso de los datos suministrados o recopilados para el ejercicio de su labor, de conformidad con lo establecido en la *Política de protección de datos personales* de la Universidad Central y la normativa vigente.
  - Analizar los datos e indicadores de los medios de comunicación institucional para la toma de decisiones y la optimización de procesos.
2. **Dirección de Mercadeo y Admisiones.** Es responsable de proyectar adecuadamente la imagen corporativa en todos los productos y actividades de promoción de los programas académicos dirigidos al público externo (estrategias, campañas, material publicitario), para lo cual trabajará articuladamente con Máster Central y con las unidades académicas y administrativas pertinentes, estableciendo una comunicación permanente, asertiva y eficaz.
  3. **Unidad de Estudiantes y Egresados.** En razón a su rol en el acompañamiento y establecimiento de vínculos permanentes con los estudiantes durante su paso por la Universidad y con los egresados, es responsable de liderar y mantener una comunicación cercana, pertinente, asertiva y oportuna con estos públicos objetivos, para lo cual deberá, a su vez, adelantar un trabajo articulado y alineado estratégicamente con Máster Central y con las unidades académicas o administrativas pertinentes para evitar duplicidad, contradicción o falta de solidez y ambigüedad en la información que se difunda y proyectar una imagen institucional cohesionada en todos los mensajes que se entreguen a la comunidad.
  4. **Dirección de Educación Continua y Permanente.** Es responsable de proyectar adecuadamente la imagen corporativa en todos los productos y actividades de promoción de la oferta de educación continua para el público interno y externo, así como de trabajar por una articulación y una comunicación permanente, asertiva y eficaz con aquellas unidades e instancias con las que desarrolle tareas o iniciativas conjuntas o con aquellas que apoyen su labor, entre estas Máster Central.
  5. **Dirección de Gestión Humana.** Tiene como deber establecer una comunicación oportuna y asertiva que contribuya de forma continua a las estrategias que lidera para promover el bienestar y crecimiento personal y profesional de sus trabajadores (personal administrativo,

 <p><b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b></p>	<p><b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b></p> <p><b>N.º 96 de 2023</b></p>	<p><b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b></p> <hr/> <p>Página 8 de 14</p>
---	--	---

gestores académicos y personal docente) durante su vinculación a la Universidad, así como para el fortalecimiento de la cultura organizacional, para lo cual deberá trabajar de manera conjunta con Máster Central.

6. **Centro de Excelencia Profesor.** Como área que impulsa el desarrollo de la función de docencia y vela por su articulación con las funciones de investigación y de extensión, esta unidad debe establecer una relación comunicativa permanente, fluida y asertiva con el cuerpo profesoral y, a su vez, articularse con las estrategias, y acciones de comunicación institucional adelantadas por áreas como las facultades y escuelas, las direcciones de programa, la Dirección de Gestión Humana y Máster Central.
7. **Dirección de Educación Virtual.** Como instancia encargada de estructurar, liderar y desarrollar los procesos formativos en esta modalidad, es responsabilidad de esta instancia plantear e implementar los enfoques, los protocolos y los lineamientos que enmarquen y regulen la actividad comunicativa en el contexto de la educación a través de plataformas tecnológicas para potenciar su desarrollo y garantizar una experiencia que agregue valor a estudiantes, profesores y personal de apoyo.
8. **Coordinación Editorial.** Esta unidad es responsable de garantizar la adecuada proyección de la imagen corporativa en todos los productos editoriales (digitales o impresos) y publicaciones a su cargo, de conformidad con lo establecido en este reglamento y en la normativa institucional vigente.

**Parágrafo.** Todas las unidades mencionadas en el Capítulo II del presente Reglamento deberán establecer una comunicación y un trabajo articulado y estratégico permanente en torno a las acciones de comunicación que estiman pertinente adelantar en la Universidad, de cara a sus públicos objetivos y al contexto institucional, de manera que estas acciones estén siempre alineadas y propendan a establecer sinergias, optimizar recursos, potenciar los diferentes momentos de la comunicación y proyectar una imagen institucional cohesionada en todos los mensajes que se entregan a la comunidad.

**ARTÍCULO 4.º Suministro de información a Máster Central.** Es deber de todos los miembros de la comunidad suministrar a Máster Central, de manera oportuna, la información que se estime pertinente, así como los soportes e insumos necesarios para su divulgación a través de los medios de comunicación, manteniendo la observancia de los principios establecidos en la Política de Comunicación y las orientaciones relativas a la adecuada proyección de la imagen corporativa. Igualmente, todas las dependencias de la Universidad deben informar a Máster Central los cambios o novedades que afecten su gestión, con el fin de mantener actualizada la información institucional.

 <b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b>	<b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b>  <b>N.º 96 de 2023</b>	<b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b>  Página 9 de 14
---	---	---

### CAPÍTULO III

#### Del Comité de Comunicación para el Manejo de Crisis

**ARTÍCULO 5.º** La Universidad contará con un Comité de Comunicación para el Manejo de Crisis que tendrá como objetivo garantizar una comunicación institucional asertiva en situaciones y escenarios de crisis que, en concordancia con los valores y principios de la Universidad, contribuyan a preservar el bienestar e integridad de su comunidad y el normal desarrollo de sus actividades, así como su imagen y reputación ante sus integrantes, las partes interesadas en sus servicios educativos, la opinión pública y la sociedad en general. Estará conformado por:

1. El rector, quien lo presidirá.
2. El vicerrector académico o su delegado.
3. El vicerrector de programas o su delegado.
4. El vicerrector administrativo y financiero o su delegado.
5. El director de Máster Central.
6. Un delegado de Máster Central quien ejercerá la secretaría técnica del Comité, sin voz ni voto.

**Parágrafo.** El Comité podrá contar con invitados de acuerdo con la naturaleza de la situación de crisis.

**ARTÍCULO 6.º Funciones.** El Comité de Comunicación para el Manejo de Crisis tendrá las siguientes funciones:

1. Analizar toda la información disponible sobre la situación y realizar un diagnóstico objetivo de la misma.
2. Determinar las necesidades comunicativas que plantea la crisis.
3. Tomar decisiones en relación con la postura de la Universidad frente a la crisis.
4. Definir la estrategia comunicativa a implementar para acompañar las diferentes acciones institucionales de afrontamiento y mitigación de la crisis, y contribuir al logro de sus objetivos.
5. Analizar de manera oportuna y eficaz la naturaleza, magnitud e impacto de la situación de crisis (leve, moderada o grave), a partir de la información recopilada.
6. Establecer el marco de contención y la estrategia de comunicación a la que haya lugar en cada caso.
7. Definir los mensajes que deben transmitirse en relación con la situación, así como los momentos, portavoces y medios para tal fin.
8. Designar y apoyar a los voceros de la Universidad ante los medios de comunicación en situaciones de crisis, de conformidad con lo establecido en el Reglamento de Comunicación Institucional y en el Manual de comunicación en situaciones de crisis.

 <p>UNIVERSIDAD CENTRAL</p>	<p style="text-align: center;"><b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>N.º 96 de 2023</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b></p> <hr/> <p style="text-align: center;">Página 10 de 14</p>
--	--	--

9. Identificar posibles eventualidades que puedan generar una crisis comunicativa y determinar las acciones preventivas, a fin de minimizar su impacto en caso de que se presenten.

**ARTÍCULO 7.º Sesiones del Comité.** El Comité se reunirá de manera inmediata una vez sea conocida o identificada una crisis por cualquiera de sus integrantes o bien detectado un posible desencadenante, interno o externo, de esta. El Comité será convocado por el rector a través del delegado de Máster Central encargado de la secretaría técnica.

#### **CAPÍTULO IV**

##### **Medios institucionales de comunicación.**

**ARTÍCULO 8.º Caracterización de los medios institucionales de comunicación.** El ecosistema de medios de la Universidad Central está conformado por todos los canales comunicativos oficiales de la Institución. Si bien todos ellos pueden funcionar de manera independiente, se relacionan constantemente para posibilitar el desarrollo de múltiples estrategias y acciones de divulgación que se articulan y se complementan. Está integrado por los siguientes canales reconocidos como institucionales:

1. **Portal web ([www.ucentral.edu.co](http://www.ucentral.edu.co)).** Es la presencia de la Universidad Central en el ámbito digital. Allí se organiza y difunde toda la información institucional relacionada con el ejercicio de sus funciones misionales (formación, investigación e interacción con el entorno), así como la normativa que la soporta. El portal web se configura como el medio de comunicación más robusto con el que cuenta la Universidad, a través del cual se ofrecen servicios informativos y transaccionales a sus estudiantes, profesores, egresados, personal administrativo y al público en general, con el propósito de facilitar sus actividades y fomentar el involucramiento y la interacción de la comunidad, así como su participación en las dinámicas y proyectos institucionales, mediante una experiencia de usuario que se posibilita a través de los componentes informativos, interactivos, tecnológicos y de diseño del portal.
2. **Red Académico-Administrativa Interna (RAAI).** Es una intranet alojada en el portal web que funciona como herramienta virtual de gestión y consulta de información y datos académico-administrativos para profesores y funcionarios, propiciando el fortalecimiento y despliegue dinámico de la comunicación al interior de la Universidad.
3. **Noticentral.** Es el medio informativo digital que aborda, con un enfoque periodístico y también de tipo *blog*, el acontecer de la Universidad y todas aquellas temáticas que, en razón a su quehacer y a sus orientaciones y compromisos misionales, son de interés para su

 <p><b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b></p>	<p><b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b></p> <p><b>N.º 96 de 2023</b></p>	<p><b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b></p> <hr/> <p>Página 11 de 14</p>
---	--	--

comunidad o para el público externo. Cuenta con un comité de redacción y está a disposición de todos los integrantes de la comunidad centralista que deseen publicar sus aportes en él, siempre y cuando dichos contenidos estén acordes con los procedimientos establecidos por Máster Central para tal fin.

4. **Medios sociales.** Las cuentas institucionales en medios o redes sociales son plataformas de comunicación de doble vía para la gestión de nuestra comunidad digital y de redes de colaboración basadas en intereses afines al campo de la educación superior, 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 normativa institucional vigente.
5. **Correo masivo institucional.** Máster Central es la instancia encargada de enviar mensajes masivos a la comunidad centralista. Para ello, define la cuenta de correo a través de la cual se realizan los envíos, cuyo carácter será siempre institucional, y los segmentos o grupos objetivos a los que estos se remiten. Así mismo, se encarga de evaluar, asesorar, validar y remitir los mensajes con base en los procedimientos establecidos para tal fin.
6. **SINTOPÍA Radio.** Es la emisora institucional al servicio de la comunidad académica de la Universidad Central, entendida como una plataforma de promoción, de encuentro, participación y diálogo que posibilita la visibilización y puesta en práctica de los conocimientos que convergen en la Institución.
7. **Fondos de pantalla.** Todos los equipos de cómputo de la Universidad que estén conectados a la red institucional tendrán el mismo fondo de pantalla, medio de comunicación destinado a difundir iniciativas y proyectos relevantes para la vida institucional.
8. **Pantallas, tótems y carteleras virtuales.** Son pantallas ubicadas en diferentes puntos estratégicos del campus mediante las cuales se busca mantener informada a la comunidad sobre todos aquellos temas de su interés y que contribuyen a diario a facilitar su experiencia en la Universidad, así como a propiciar el aprovechamiento de las ventajas que esta ofrece a su comunidad.
9. **Boletines.** Permiten el envío de información institucional a la comunidad centralista de forma periódica y segmentada, teniendo en cuenta sus necesidades comunicativas.

 <p><b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b></p>	<p><b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b></p> <p><b>N.º 96 de 2023</b></p>	<p><b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b></p> <hr/> <p>Página 12 de 14</p>
---	--	--

**Parágrafo.** Máster Central podrá adoptar, crear, desarrollar, modificar y actualizar los medios institucionales de comunicación según lo considere pertinente, teniendo en cuenta las necesidades comunicativas de la comunidad centralista o los avances tecnológicos y previa autorización del Consejo Superior o la Rectoría. En el caso de eliminación de algún medio institucional deberá contar con la aprobación del Consejo Superior.

Máster Central deberá realizar una divulgación oportuna de estos cambios e implementar, con la suficiente antelación, las acciones pertinentes a fin de llevar a cabo procesos de transición o migración a nuevos medios o plataformas. Del mismo modo, Máster Central podrá generar los procesos, procedimientos, lineamientos e instructivos para la administración de los medios institucionales, con aplicación a aquellos canales y productos de comunicación desarrollados por las áreas académicas en el marco de las actividades de formación, investigación, creación e interacción con el entorno, cuando estos involucren el uso y proyección de la imagen corporativa. Dichos procedimientos, lineamientos e instructivos serán de público conocimiento de la comunidad.

**ARTÍCULO 9.º Espacios para la comunicación de doble vía.** La Universidad propicia de forma permanente espacios que convocan a la comunidad y promueven la comunicación directa y de doble vía entre todos sus integrantes, a fin de garantizar la puesta en común de temas relevantes de la realidad institucional, la participación y el diálogo en torno a estos para la toma de decisiones y el avance hacia el logro de las metas trazadas en la Misión y la Visión.

**ARTÍCULO 10.º Creación y administración de medios comunicativos internos.** La creación de medios de comunicación tales como sitios web, páginas en redes sociales, blogs, revistas u otros medios en formatos impresos o digitales para la divulgación de proyectos o como resultado de ejercicios académicos puede ser adelantada por iniciativa propia de las diferentes áreas académicas o administrativas de la Universidad, quienes podrán solicitar para ello la asesoría de Máster Central y, en todos los casos, observar las pautas, procedimientos y lineamientos establecidos por dicha instancia para la administración de los medios institucionales de comunicación, así como la normativa institucional que regula esta actividad. Así mismo, Máster Central estará en potestad de hacer seguimiento a dichos medios con el fin de evaluar su pertinencia e impacto.

## **CAPÍTULO V**

### **Imagen corporativa y comunicación externa**

**ARTÍCULO 11.º Proyección de la imagen corporativa de la Universidad Central.** Máster Central vigilará la observancia de la normativa de la Universidad respecto a su imagen corporativa.

 <b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b>	<b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b>  <b>N.º 96 de 2023</b>	<b>Única Versión</b> <b>Junio 26 de 2023</b>
		Página 13 de 14

Estas disposiciones también se aplicarán a las publicaciones institucionales, tanto impresas como digitales, relativas a la producción académica, 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 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.).

En virtud de lo anterior, para la revisión y aval del material antes descrito, Máster Central tendrá en cuenta:

1. El cumplimiento de las características estéticas y de diseño que garanticen su funcionalidad, eficacia e impacto comunicativos, de acuerdo con los lineamientos internos que establezca Máster Central.
2. La correspondencia de los contenidos o materiales con respecto a los principios y propósitos misionales que configuran la identidad corporativa institucional.
3. La observancia del *Manual de identidad visual corporativa*, principalmente en lo que tiene que ver con el correcto uso del logotipo institucional y de subemisores.

**ARTÍCULO 12.º Relación con los medios externos de comunicación.** Máster Central 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 ágil y oportuna las demandas de 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 centralista 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.

**ARTÍCULO 13.º Ejercicio de la vocería en la Universidad Central.** La vocería sobre asuntos institucionales está en cabeza del rector o de quien él delegue y, en segunda instancia, de los vicerrectores. Sin embargo, cualquier integrante de la comunidad centralista podrá ser vocero de un proyecto o iniciativa que haya desarrollado en la Institución, actuando como fuente de información para los medios de comunicación en torno a temas coyunturales o de interés para la opinión pública, siempre y cuando domine ampliamente el tema específico para el cual sea nombrado como vocero y cuente con el aval del director del área a la que esté adscrito. Esta actividad se debe desarrollar con el acompañamiento de Máster Central.

 <p><b>UNIVERSIDAD CENTRAL</b></p>	<p><b>RESOLUCIÓN RECTORAL</b></p> <p><b>N.º 96 de 2023</b></p>	<p><b>Única Versión Junio 26 de 2023</b></p> <hr/> <p>Página 14 de 14</p>
---	--	---

**ARTÍCULO 14.º Normativa relacionada y documentos complementarios.** Este Reglamento forma parte integral de la Política de Comunicaciones y Proyección de la Imagen Corporativa, al igual que el *Manual de Identidad visual corporativa*, el *Manual de marca*, la *Guía de línea gráfica para la creación de material digital*, el *Protocolo para el manejo de crisis* y los diferentes procedimientos y lineamientos para la gestión de los medios institucionales, entre ellos los referidos a las redes sociales, así como los lineamientos para la realización de transmisiones relacionados en el *Sistema Integral de Gestión de Eventos*.

## **CAPÍTULO VI**

### **Comunicación en momentos de crisis**

**ARTÍCULO 15.º 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 16.º Responsabilidad de la comunicación en momentos de crisis.** La comunicación en momentos de crisis será responsabilidad del Comité de Comunicación para el Manejo de Crisis y se desarrollará de conformidad a lo establecido en el Protocolo de Crisis de la Universidad Central, establecido por Máster Central.

**ARTÍCULO 17.º Vigencia.** La presente resolución rige a partir de su comunicación y publicación.

**COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE.**

Dada en la ciudad de Bogotá, D. C., a los veintiséis (26) días del mes de junio de dos mil veintitrés (2023).

**JAIME ARIAS**  
Rector

**CAROLINA ORTEGÓN PLAZAS**  
Secretaria General