



REGLAMENTO DE COMUNICACIONES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Los siguientes términos utilizados en este reglamento, deben ser entendidos conforme a este glosario.

- a. **Comunicación externa:** es aquella que se dirige al público exterior, es decir, la que emite un mensaje fuera de la universidad. Este tipo de comunicación está enfocada a la opinión pública (ciudadanos, instituciones, etc.). El principal objetivo de la comunicación externa es informar sobre la universidad, a la vez que actuar e influir sobre la imagen que se da de esta.
- b. **Comunicación interna:** Es aquella que va dirigida al público de dentro de la universidad, es decir, los estudiantes, profesores y colaboradores, sea cual sea su rango dentro de la organización.
- c. **Comunicación interna descendente:** Es aquella que se da entre los niveles directivos y sus trabajadores.
- d. **Comunicación interna ascendente:** Es aquella que se da en la dirección contraria, de trabajadores a jefes.
- e. **Públicos de interés:**

Externos:

- Potenciales alumnos y familias.
- Instituciones Educativas premedia/media o bachillerato.
- Empresas e instituciones públicas o privadas.
- Medios de comunicación.
- Público interesado en extensión.
- Gobierno de Nacional.
- Representantes públicos.
- Ciudad. Gobierno municipal.
- Otras universidades (redes).
- Profesionales.

Internos:

- Colaboradores administrativos.
- Profesores.
- Estudiantes.
- Graduandos.
- Egresados.

- f. **Momento de crisis:** Toda circunstancia extraordinaria, ya sea interna o externa, en la que pueda verse afectada negativamente la Institución o sus integrantes.

CAPÍTULO II OBJETIVOS ESPECÍFICOS POR GRUPOS DE INTERÉS

Artículo 2. Los objetivos específicos para los grupos de interés son los siguientes:

a. Públicos Externo:

Tipo de público	Público	Objetivos
Externos	Potenciales alumnos y familias. Instituciones Educativas premedia/media o bachillerato.	Proyectar la imagen de la UNICyT. Integrar a estos grupos a la Comunidad Universitaria.
	Entidades: Empresas e instituciones públicas o privadas.	Facilitar que las entidades se involucren en el desarrollo económico, social, cultural, de transferencia y formación de la UNICyT. Facilitar vías de comunicación bidireccional y de opinión entre las entidades y la UNICyT.
	Medios de comunicación.	Proporcionar contenidos alineados. Proyectar la imagen de la UNICyT. Lograr que la UNICyT sea referente y apoyo en los temas de interés nacional. Incrementar el clima de confianza de la sociedad en la UNICyT.
	Público interesado en extensión.	Proyectar la imagen de la UNICyT. Aumentar la participación en actividades de extensión del Gobierno Nacional y local.
	Gobierno de Nacional y municipal. Representantes públicos	Proyectar la imagen de la UNICyT. Marcar las directrices de comunicación.
	Ciudad.	Facilitar la participación de la UNICyT en proyectos de ciudad.
	Otras universidades (redes)	Proyectar la imagen de la UNICyT. Facilitar la creación de redes. Recoger información de redes.
	Profesionales	Facilitar que los profesionales se involucren en el desarrollo económico,

		social, cultural, de transferencia y formación de la UNICyT. Facilitar vías de comunicación bidireccional y de opinión con los profesionales.
--	--	--

b. Públicos Internos

Tipo de público	Público	Objetivos
Internos	Estudiantes y Graduandos	Proyectar la imagen de la UNICyT. Acercar a los estudiantes al centro de la actividad universitaria.
	Profesores	Proyectar la imagen de la UNICyT Mejorar la comunicación vertical y horizontal. Facilitar la participación en las actividades de la UNICyT de los colaboradores.
	Colaboradores administrativos	Proyectar la imagen de la UNICyT. Mejorar la comunicación vertical y horizontal. Facilitar la participación en las actividades de la UNICyT de los colaboradores. Mantener un clima organizacional estable que coadyuve con el cumplimiento de las misiones funciones de la UNICyT.
	Egresados	Facilitar que los egresados se involucren en el desarrollo económico, social, cultural, de transferencia y formación de la UNICyT. Facilitar vías de comunicación bidireccional y de opinión con los egresados y profesionales.

CAPÍTULO III

PROPÓSITO DEL REGLAMENTO PARA LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Artículo 3. Este Reglamento para la Comunicación Institucional de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología, tiene como propósito que la comunicación de carácter institucional se ajuste a los principios, fundamentos y objetivos planteados en la Política de Comunicación de la Universidad.

CAPÍTULO IV

RESPONSABILIDAD EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Artículo 4. La Política de Comunicación de la UNICyT 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, son responsables:

- 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. Presidente del Consejo Superior. Es responsable de gestionar la información relacionada con los procesos y procedimientos administrativos, la información financiera y contable, y la de promoción y mercadeo.
- c. 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 universitaria (estudiantes, docentes, egresados y colaboradores) y ante la opinión pública cuando la situación lo amerite.
- d. Consejo Universitario. Es responsables de elaborar y gestionar la información relacionada con las funciones misiones de Docencia, Investigación y Gestión de la Universidad. Así mismo, tienen a su cargo la información relativa a eventos académicos y culturales, procesos académicos, planeación académica, procesos internos, investigación y resultados, unidades y correspondientes programas.
- 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 Universitario, resoluciones rectorales y demás normativas de la Universidad.
- f. Unidad de Comunicación y Divulgación. 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 universitaria 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.

Artículo 5. Es deber de los responsables de la comunicación institucional suministrarle a la Unidad de Comunicación y Divulgación., de manera oportuna, todos aquellos soportes e insumos necesarios para la divulgación de información a través de los medios de comunicación que esta unidad administrativa considere pertinentes y que respondan a los principios establecidos en la Política de Comunicación de la UNICyT. Igualmente, todas las dependencias de la Universidad deben informar a la Unidad de Comunicación y Divulgación los cambios o novedades que afecten su gestión, con el fin de mantener actualizada la información institucional.

Artículo 6. Son funciones de la Unidad de Comunicación y Divulgación. de la universidad las siguientes:

- a. Coordina estrategias operativas para el establecimiento de programas, planes y proyectos que deriven en convenios con instituciones nacionales y extranjeras, con la finalidad de garantizar la eficacia de los productos, actividades y servicios.
- b. Evalúa los resultados de los proyectos objeto de convenios celebrados por la Universidad, a fin de recomendar la prórroga o terminación de estos.
- c. Gestiona trámites conducentes al establecimiento de convenios interinstitucionales.
- d. Coordina la organización, promoción y ejecución de eventos de cooperación nacional e internacional.
- e. Establece contacto con Embajadas, Ministerios, Universidades y diversos organismos e instituciones públicas y privadas para fomentar y mantener relaciones interinstitucionales.
- f. Vela por el cumplimiento de la Política Comunicacional de la Universidad que tiene como objetivo general proyectar interna y externamente la imagen institucional, mediante acciones comunicacionales que realcen la misión, visión, valores, objetivos y cultura de la UNICyT, y coadyuven a la difusión de las actividades de docencia, investigación y extensión.
- g. Supervisa la producción de publicaciones de la Institución, en cuanto a la redacción, diseño, diagramación y distribución de órganos de divulgación internos, artículos, ensayos y publicaciones en general que convergen en la naturaleza de la UNICyT.
- h. Asesora a las distintas dependencias de la Universidad en cuanto a la producción de publicaciones institucionales, en las áreas de redacción, diseño y diagramación.
- i. Vela por la imagen de la UNICyT en la realización de actos institucionales que se realizan interna y externamente.
- j. Garantiza el correcto uso de los elementos gráficos de la Universidad en papelería, formatos digitales y materiales promocionales, en aras de mantener la identidad gráfica de la institución.
- k. Coordina la organización y ejecución, el ceremonial y el protocolo de actos y eventos de la UNICyT.
- l. Atiende a las Autoridades de la Universidad, dentro y fuera del recinto universitario, así como también a representantes de otras universidades, delegaciones diplomáticas, personalidades de los Poderes del Estado, de instituciones públicas o privadas y personalidades ilustres que visitan la Universidad.
- m. Representa a la Universidad ante las instituciones u organismos nacionales o extranjeros, en aquellas gestiones o actividades que sean de su competencia o fijadas por el Rector.

CAPÍTULO V

MEDIOS INSTITUCIONALES DE COMUNICACIÓN

Artículo 7. Son reconocidos como medios institucionales de comunicación los siguientes:

- a. Portal Web Institucional de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología UNICyT (www.uncyt.net). Es la puerta de entrada a la Universidad desde los ámbitos virtuales. Allí se encuentra toda la información institucional relacionada con sus funciones principales de docencia, investigación y extensión. Además, presenta a las dependencias académicas y administrativas, su organización y la documentación legal que la soporta.
- b. Plataforma LMS de la universidad.
- c. Redes sociales. Las cuentas institucionales en medios o redes sociales tales como Facebook, Twitter, Instagram 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. Cartelera físicas y virtuales. Son medios de comunicación abiertos a todas aquellas dependencias de UNICyT que requieran divulgar contenidos de carácter institucional, académico o cultural de interés para la comunidad universitaria.
- e. Mensajes masivos de correo electrónico. Son aquellos mensajes que se envían de forma masiva utilizando los servidores de la universidad.
- f. Unidad de Comunicación y Divulgación. exclusivamente, desde la cuenta de correo mensajesinstitucionales@uncyt.net La Unidad de Comunicación y Divulgación. 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 @uncyt.net).

Parágrafo único. *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 a la Unidad de Comunicación y Divulgación. 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 8. La Unidad de Comunicación y Divulgación. podrá crear, desarrollar, modificar, actualizar y eliminar medios de comunicación, teniendo en cuenta las necesidades comunicativas de la comunidad universitaria o los avances de la tecnología, y previa autorización del Consejo Superior de la Universidad, para lo cual deberá realizar una divulgación oportuna de estos cambios.

Parágrafo único. *Todo producto comunicativo o medio de comunicación que, según lo estipulado en la Política de Comunicación y en 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 Internacional de Ciencia y Tecnología UNICyT, o producto de ejercicios académicos, deberá estar en concordancia con lo estipulado en la Política de Comunicación y la Política de Propiedad Intelectual. 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 VI IMAGEN CORPORATIVA Y COMUNICACIÓN EXTERNA

Artículo 9. La Unidad de Comunicación y Divulgación. 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 estands, 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 10. La Unidad de Comunicación y Divulgación. es la instancia encargada de establecer y coordinar las relaciones de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología con los medios externos de comunicación. En consecuencia, atenderá de manera autónoma, 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 universitaria 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 11. La vocería institucional está en cabeza del rector o de quien él delegue. Cualquier integrante de la comunidad universitaria 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 único. *Todo integrante de la comunidad universitaria que vaya a ejercer como vocero deberá solicitar autorización previamente a la Unidad de Comunicación y Divulgación., para que esta dependencia le brinde apoyo con material informativo, acompañamiento y, posteriormente, haga seguimiento a las publicaciones derivadas de su vocería.*

CAPÍTULO VII LINEAMIENTOS COMUNICATIVOS PARA MOMENTOS DE CRISIS

Artículo 12. 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 universitaria.
- c. Despejar dudas e inquietudes.
- d. Evitar malentendidos.
- e. Informar al público en general.

Artículo 13. 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 14. La comunicación en momentos de crisis será responsabilidad del Consejo Superior y de la Rectoría, o de quien ellos deleguen.

Parágrafo primero. *El Rector definirá la estrategia de comunicación según el momento de crisis y la Unidad de Comunicación y Divulgación elaborará los informes de prensa y dirigirá las comunicaciones, por el medio acordado, a la comunidad universitaria y al público externo.*

Parágrafo segundo. *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.*

CAPÍTULO VIII VIGENCIA DEL REGLAMENTO

Artículo 15. El presente reglamento rige a partir de su comunicación y publicación.

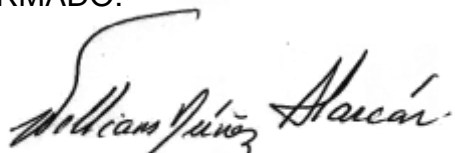
CAPÍTULO IX CONSIDERACIONES FINALES

Artículo 16. Todo lo no previsto en el presente reglamento y las dudas de interpretación y aplicación serán resueltas por el Consejo Superior.

Aprobado por el Consejo Superior de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología en Sesión Ordinaria 2021-CS-AO3 realizada el 25 de marzo de 2021.

Dado, firmado y sellado en Panamá, en la Sala de Reuniones de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología, lugar donde celebra sus sesiones el Consejo Superior.

FIRMADO:



WILLIAM COROMOTO NÚÑEZ ALARCÓN
PRESIDENTE DEL CONSEJO SUPERIOR

