Universidad Nacional de Asunción
RECTORADO
www.una.py
C. Elect.: rectora@una.py
Telefax: 595 – 21 – 585540/3, 585546
CP: 2160, San Lorenzo – Paraguay
Campus de la UNA, San Lorenzo – Paraguay

Resolución Nº 1645/2021
17 SEP 2021

"POR LA CUAL SE APRUEBA EL MANUAL DE OPERACIONES DE LAS DIRECTRICES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL RECTORADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN"

VISTO Y CONSIDERANDO: El Memorándum DRIC Nº 0145 de fecha 09 de septiembre de 2021, de la Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones de la Secretaría General, con referencia de la Mesa de Entradas del Rectorado de la UNA número 37.237 del 10 de septiembre, por el cual eleva la propuesta del Manual de Operaciones de las Directrices de Información y Comunicación del Rectorado de la Universidad Nacional de Asunción;

La Resolución del Rectorado Nº 1.152/2021 de fecha 20 de julio de 2021, "POR LA CUAL SE APUEBAN LAS DIRECTRICES GENERALES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL RECTORADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN";

La Resolución del Rectorado Nº 1.179/2021 de fecha 22 de julio de 2021, "POR LA CUAL SE MODIFICA LA RESOLUCIÓN Nº 0102/2021 DE FECHA 21 DE ENERO DEL 2021 DEL RECTORADO REFERENTE A LA CREACIÓN DE LA UNIDAD DE TRANSPARENCIA DEL RECTORADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN;

La Ley N° 5282/2014, del 18 de septiembre de 2014, "De libre acceso ciudadano a la Información Pública y Transparencia Gubernamental";

El Decreto Nº 4064/2015, que reglamenta la Ley N° 5282/2014;

La Ley N° 5189 Ley 5189/2014 "Que establece la obligatoriedad de la provisión de información en el uso de los recursos públicos sobre remuneraciones y otras retribuciones asignadas al servidor público de la República del Paraguay";

La Resolución CGR Nº 377, de fecha 13 de mayo de 2016 "POR LA CUAL SE ADOPTA LA NORMA DE REQUISITOS MÍNIMOS PARA UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO DEL MODELO ESTÁNDAR DE CONTROL INTERNO PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS DEL PARAGUAY – MECIP:2015";

La Resolución Nº 0155/2019 "POR LA CUAL SE ASUME EL COMPROMISO PARA LA IMPLEMENTACIÓN, DESARROLLO Y SEGUIMIENTO DE LA NORMA DE REQUISITOS MÍNIMOS PARA UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO DEL MÓDELO ESTANDAR DE CONTROL INTERNO PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS DEL PARAGUAY – MECIP:2015, EN EL RECTORADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN";

La Ley 4995/2013 "De Educación Superior" y el Estatuto de la Universidad Nacional de Asunción;

LA RECTORA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN,
EN USO DE SUS ATRIBUCIONES LEGALES,
RESUELVE:

Art. 1°.- APROBAR el Manual de Operaciones de las Directrices de Información y Comunicación del Rectorado de la Universidad Nacional de Asunción, redactado en los términos siguientes:

Resolución Nº 1645/2021
17 SEP 2021

FINALIDAD

El presente Manual de Operaciones tiene como finalidad orientar la aplicación de los distintos elementos de información y comunicación establecidos en las Directrices de Información y Comunicación del Rectorado de la UNA, con el objetivo de regular la comunicación formal dentro de la Institución.

OBJETIVOS

- Proporcionar una guía para la aplicación operativa de las Directrices de Comunicación.
- Consolidar el sistema de comunicación e información institucional.
- Fortalecer los procesos de transparencia y rendición de cuentas.
- Facilitar las gestiones de Gobernabilidad integrada y coordinada.
- Fortalecer el Sistema de Control Interno.
- Establecer parámetros para la implementación de herramientas TIC.
- Mejorar la visibilidad Institucional.
- Propiciar la gestión del conocimiento y la innovación.

FUNDAMENTACIÓN

Como Institución de Educación Superior de carácter público, el Rectorado debe orientar y propender por la transparencia en sus actuaciones y decisiones, las cuales deben estar enmarcadas en los principios y valores que rigen a la entidad, según lo establecido en el Modelo Estándar de Control Interno - MECIP.

Como parte de su gestión transparente, el Rectorado ha creado espacios, medios y canales de comunicación abiertos y permanentes con sus diferentes públicos de interés internos y externos, los cuales están orientados a facilitar el acceso de la comunidad a la información sobre el quehacer institucional y consolidar la imagen de la Universidad.

Se han elaborado las Directrices Generales de Información y Comunicación del Rectorado, que permita regular los aspectos esenciales de la labor comunicativa y garantizar así el cumplimiento de criterios fundamentales para la gestión pública como son la transparencia, la participación, la visibilidad y la interlocución.

Este Manual Operativo de Información y Comunicación se presenta como un documento base y un insumo importante para llevar a buen término el proyecto de dicha Política que responde directamente a los requerimientos estipulados en el MECIP.

ALCANCE

Las pautas contenidas en este Manual de Operaciones aplican para todos los funcionarios que intervienen en los procesos comunicativos institucionales, como son:

- Directivos de todas las áreas.
- Funcionarios vinculados a la Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones.

DOCUMENTOS REFERENCIALES

- La Resolución N° 03-00-2020 Plan Estratégico de la UNA Periodo 2021-2025;
- La Resolución Nº 1152/2021, "POR LA CUAL SE APRUEBA LAS DIRECTRICES GENERALES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN".

Resolución Nº 1645 /2021
17 SEP 2021

- Acta del GTD N° 05/2021 en la que se aprueba la propuesta de las DIRECTRICES GENERALES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL RECTORADO;
- La Resolución CGR N° 377 del 13 de mayo de 2016 "POR LA CUAL SE ADOPTA LA NORMA DE REQUISITOS MÍNIMOS PARA UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO DEL MODELO ESTÁNDAR DE CONTROL INTERNO PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS DEL PARAGUAY – MECIP: 2015";
- La Ley Nº 5282/2014 "De Libre Acceso a la Información y Pública y Transparencia Gubernamental";
- La Ley N° 5189/2014 "Que establece la obligatoriedad de la provisión de información en el uso de los recursos públicos sobre remuneraciones y otras retribuciones asignadas al servidor público de la República del Paraguay":
- La Resolución Nº 1179, de fecha de fecha 22 de julio del 2021 "Por la cual se crea la Unidad de Transparencia del Rectorado de la UNA";
- La Resolución N° 175872019 "Por la cual se modifica el Código de Ética del Rectorado de la Universidad Nacional de Asunción"
- La Resolución N° 0996/2017 "Por la cual se aprueba el Código de Buen Gobierno del Rectorado de la Universidad Nacional de Asunción"
- La Ley 4995/2013 "De Educación Superior" y el Estatuto de la Universidad Nacional de Asunción.

TÉRMINOS Y DEFINICIONES

- Información: Datos ordenados que constituyen el mensaje que requiere ser transmitido para crear o cambiar el conocimiento que se tiene sobre algún hecho o fenómeno.
- Comunicación: Proceso mediante el cual se transmiten o intercambian ideas, información o significados.
- Comunicación Institucional: Conjunto de procesos, acciones, medios y canales de comunicación que están orientados al público interno y externo del Rectorado, definidos según Estatuto. Se divide en Comunicación Interna y Externa.
- Comunicación interna: Conjunto de procesos, acciones, medios y canales de comunicación que están orientados al público interno del Rectorado: estudiantes, docentes, funcionarios administrativos y egresados.
- Comunicación externa: Conjunto de procesos, acciones, medios y canales de comunicación que están orientados al público externo del Rectorado: medios de comunicación, comunidad científico-académica, entidades estatales, sector empresarial, colegios, ciudadanía en general, entre otros.
- Medios de comunicación: Mecanismo o herramienta a través de la cual se transmite la información noticiosa o institucional: correo electrónico, página web, periódico, radio, redes sociales, etc.
- Producto comunicativo: Pieza de comunicación que es difundida a través de los distintos medios: noticia, vídeo, cuña, fotografía, afiche, etc.
- Imagen institucional: Es el concepto que el público (interno/externo) tiene sobre el Rectorado.
- Visibilidad: Consiste en hacer visible la gestión, informar lo que se está haciendo. Esto genera confianza, transparencia y construye el posicionamiento
- Posicionamiento: La imagen que deseamos se perciba.

LÍNEAS GENERALES DE LAS DIRECTRICES DE COMUNICACIÓN

Las Directrices de Información y Comunicación del Rectorado de la UNA busca orientar su implementación siguiendo tres líneas generales:

- Directrices de Comunicación Interna

Resolución Nº 1645/2021
17 SEP 2021

- Directrices de Comunicación Externa
- Directrices de Rendición de Cuentas y Memoria Anual de Gestión

PRINCIPIOS ORIENTADORES

- Las acciones, medios y procesos de comunicación institucional están orientados a expresar, defender y promover los intereses de la Universidad ante la comunidad interna y externa.
- La información que origina la Universidad hacia su público interno y externo es veraz, oportuna y objetiva.
- Los procesos comunicativos del Rectorado son democráticos y propenden por la participación de los diferentes integrantes de la comunidad académica en la creación de contenidos.
- Las acciones, medios y procesos de comunicación institucional promueven la relación transparente y constante con los grupos de interés en consonancia con el carácter público del Rectorado y con el derecho que tiene la sociedad de recibir información actualizada sobre los avances del conocimiento, la ciencia y el desarrollo social.
- Los medios de comunicación de la Universidad propician espacios de retroalimentación que contribuyan el mejoramiento continuo.
- La comunicación en el Rectorado está libre de influencias de carácter político, religioso, económico o ideológico.
- Los medios, contenidos y acciones de comunicación de la Universidad respetan la diferencia y reconocen el pluralismo existente en la comunidad universitaria y la sociedad en general.

PROPÓSITOS GENERALES DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN EL RECTORADO DE LA UNA

Políticas de Comunicación Interna:

- Establecer estrategias que faciliten la comunicación institucional.
- Difundir las actividades realizadas por las diferentes áreas.
- Fomentar el sentido de pertenencia en los funcionarios, a través de estrategias mediáticas que destaquen los aspectos positivos de la Institución y los logros de sus integrantes.
- Difundir los distintos instrumentos de control interno para la mejora continua.
- Promover el aprovechamiento adecuado de la ciudad universitaria a través de estrategias de convergencia de medios.
- Mantener una cultura de participación dinámica entre los miembros de la comunidad universitaria.

Políticas de Comunicación Externa:

- Visibilizar los esfuerzos individuales y colectivos de la comunidad universitaria en cumplimiento con los ejes misionales de docencia, investigación y extensión.
- Promover la participación de la sociedad en los diferentes eventos académicos, culturales, científicos y sociales que lidera la Universidad.
- Propiciar el diálogo y el debate académico sobre temas de interés público mediante la elaboración de contenidos y productos reflexivos y analíticos.
- Mantener vigente la relación entre la Universidad y los medios masivos de comunicación del ámbito nacional y regional.
- Garantizar la transparencia institucional mediante la difusión oportuna de los procesos de Rendición de Cuentas y presentación de la Memoria Anual de Gestión efectuados por los directivos universitarios.
- Posicionar la imagen de la Universidad y garantizar su proyección como un referente positivo de la gestión pública.

Resolución Nº 1645/2021
17 SEP 2021

NORMAS GENERALES

Responsabilidad Informativa

- Se evita la publicación de información que afecte la imagen y relación del Rectorado con la comunidad académica o ciudadanía en general, sin antes consultar con la Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones.
- Al redactar o elaborar los productos comunicativos, los periodistas y profesionales del Rectorado deben corroborar en detalle la información para garantizar su veracidad y actualidad.
- En las publicaciones se deben evitar la inclusión de contenido ofensivo, racista, discriminatorio o que atente contra la dignidad e integridad de las personas.
- En el Rectorado de la UNA, se deben respetar las libertades y creencias individuales, y por ello se obvian los contenidos que busquen establecer una verdad absoluta sobre temas de religión, género, raza, estrato social y orientación sexual.

Tratamiento de Fuentes de Información

- En los productos publicados por cualquier medio de comunicación de la Universidad, se debe citar de manera precisa la fuente de la cual proviene la información.
- Para el desarrollo de productos mediáticos, los funcionarios deben acudir a fuentes fidedignas y de máxima autoridad en el tema abordado.
- Toda información proveniente de las fuentes de la noticia, debe ser debidamente citada con el nombre y cargo de la persona en cuestión.

Derechos de Autor

- Toda información que se tome textualmente de otro medio impreso o digital debe ir entrecomillada y debidamente citada en el cuerpo de la nota o la publicación.
- El material gráfico (fotos, imágenes, dibujos) que no sea elaborado por alguna Unidad Académica o Administrativa de la Institución, deberá tener los créditos de la persona o entidad que lo suministró.
- El material gráfico y audiovisual utilizado de terceros, debe ser de contenido libre de derechos de autor o bien, acreditado al autor correspondiente.
- Cuando se use información proveniente de otras entidades (Ministerio de Educación y Cultura, Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación – MITIC, entre otras.) se deberá señalar claramente su origen y su relevancia para la Institución.

Política de Confidencialidad

El Rectorado de la Universidad Nacional de Asunción, propicia una conducta ética en los funcionarios que manejen la información de carácter reservado por ley, a fin de que no sea publicada, cedida o conocida por terceros. La información no será utilizada con fines distintos a las prestaciones de servicios que ofrece la Institución.

Toda comunicación emanada del Rectorado de la UNA, cumplirá con las disposiciones pertinentes que resguarden el carácter reservado y confidencial de la información pertinente a eventos, contratos y datos particulares, según tiempo y procesos establecidos.

El manejo de la información y comunicación con el público de interés, debe ajustarse conforme a lo dispuesto en los Códigos de Ética y de Buen Gobierno del Rectorado de la UNA vigentes, garantizando en forma oportuna el cumplimiento de compromisos, requerimientos y solicitudes de información veraz.

Resolución Nº 1645 / 2021
17 SEP 2021

Manejo de la Identidad Visual

El uso correcto de la imagen institucional se establece de acuerdo a las reglamentaciones y disposiciones vigentes, su manejo será reglamentado en detalle en el Manual de Identidad Visual. A fin de preservar la integridad de la Institución se realizan las siguientes recomendaciones al momento de utilizar los símbolos de la identidad visual:

- Las diferentes dependencias del Rectorado deben guiarse por lo estipulado en este Manual al momento de realizar piezas de publicidad digital o impresa.
- Los diseños realizados por las diferentes estancias de la Institución deben ser avalados por la Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones antes de ser publicados o impresos.
- Cualquier aplicación de la identidad que no esté contemplada en este Manual puede redundar en el detrimento de la imagen institucional y por lo tanto no podrá ser publicada o difundida.
- Las dependencias que contraten servicios de publicidad con medios de comunicación externo deben coordinar el contenido, el diseño y el uso correcto de la identidad visual institucional con la Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones de la y obtener de ella la respectiva aprobación. Sin este visto bueno, se entiende que las piezas o productos no cumplen con los requisitos básicos para ser publicados.

DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIONES

Unidad Responsable del Proceso Comunicativo en el Rectorado, Funciones y Responsabilidades.

Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones

La Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones de la Secretaría General, se define como una dependencia de apoyo a las actividades académicas para coordinar, administrar y producir los procesos de creación, edición y transmisión de información como ayuda para la docencia, la investigación y la extensión universitaria, a través del manejo de las telecomunicaciones y la utilización de los servicios telemáticos pertinentes.

Funciona como una dependencia de comunicaciones y está encargada de gestionar y articular las diferentes estrategias, espacios, canales y medios comunicativos orientados a facilitar el acceso de la comunidad universitaria y de la sociedad en general a la información del acontecer institucional y a consolidar la imagen de la universidad.

Esquema de Trabajo

La Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones está compuesta por áreas estratégicas que lideran las diferentes acciones, medios y productos comunicativos orientados a garantizar la correcta difusión y circulación de la información sobre el funcionamiento, la gestión y los resultados institucionales hacia los diferentes grupos de interés internos y externos.

- Prensa
- Televisión
- Radio
- Comunicación Institucional
- Medios digitales

Resolución Nº 1645 /2021
17 SEP 2021

Servicios a la Comunidad Universitaria

Cobertura periodística:
Registro para prensa, redes sociales, radio y/o televisión de los diferentes eventos, actividades o hechos de relevancia noticiosa que hacen parte del acontecer universitario.

Transmisiones en vivo:
Emisiones en directo de conferencias, conciertos o eventos de gran magnitud que requieran reproducción masiva.

Asesoría en el manejo de la identidad visual corporativa:
Acompañamiento a las dependencias del Rectorado y Unidades Académicas en el uso correcto de la marca UNA según lo estipulado en el Manual de Identidad Visual Corporativa.

Videos institucionales:
Producción, posproducción y contratación para los vídeos institucionales o promocionales para las diferentes dependencias.

Asesoría para la creación de espacios comunicacionales:
Acompañamiento a las dependencias o integrantes de la comunidad universitaria en la creación de espacios comunicacionales de contenido educativo, científico o cultural.

Piezas gráficas:
Creación de material gráfico de carácter informativo o promocional para apoyar la gestión académica y administrativa de la Institución.

Ruedas de prensa o visitas de medios:
Acompañamiento y gestión de espacios de relacionamiento con los medios externos de comunicación.

Campañas estratégicas:
Campañas estratégicas formuladas de acuerdo con las necesidades de la comunidad académica o administrativa.

Planes de medios:
Estrategias que plantean la convergencia de medios y acciones comunicativas orientadas a la difusión o promoción de eventos y procesos institucionales.

Instructivo para el Requerimiento de Servicios de Comunicación

- Las solicitudes para los servicios enunciados, deben ser comunicadas y coordinadas directamente con la Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones.
- Las solicitudes podrán radicarse vía formulario online teniendo en cuenta los siguientes tiempos:
  - Dos (2) días de anticipación para el caso de cobertura periodística y asesorías en temas comunicacionales.
  - Una (1) semana de anticipación para el caso de transmisiones en vivo, ruedas de prensa y visitas de medios.
  - Dos (2) semanas de anticipación para promocionales, piezas gráficas y campañas estratégicas.
  - Un (1) mes de anticipación para vídeos institucionales.
- La Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones designará al personal necesario o recomendará servicios externos para atender la solicitud de acuerdo con los compromisos en la agenda de la Unidad. Los funcionarios

designados se pondrán en contacto con la persona que radicó la solicitud.

- Corresponde a la Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones determinar los medios y productos a través de los cuales se difundirá la información, resultado de las coberturas periodísticas.

Articulación con otras Funciones Institucionales

El presente Manual establece el desarrollo integral y estratégico de las diferentes acciones de comunicación lideradas por diversos actores dentro de la Universidad. Así, se establecen las siguientes articulaciones básicas:

Formación académica
En conjunto con la Secretaría General, las facultades y los Institutos de la Universidad, se difunden plenamente las ofertas de formación de pregrado, Grado y Postgrado, así como las diferentes actividades académicas (congresos, seminarios, talleres, etc.) que se desarrollan en cada Unidad.

Investigación y extensión
La divulgación de los avances científicos, proyectos de investigación y extensión liderados por la Universidad, articulada y difundida por la Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones mediante estrategias y productos diseñados para evidenciar el potencial de los grupos y centros de investigación, así como la extensión universitaria.

Gestión Rectoral
Las acciones comunicativas se integran a los procesos e iniciativas de la alta dirección de la Universidad con el objetivo de visibilizar los esfuerzos emprendidos en cumplimiento del Plan de Gestión Rectoral.

Servicios informáticos y telecomunicaciones
La Secretaría General en conjunto con la Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones garantiza la actualización constante del portal web institucional www.una.py, así como la implementación de lineamientos para el manejo y publicación de los contenidos digitales.

Gestión cultural
La Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones, será la responsable de fomentar la generación de estrategias y planes de medios que integren la información de estas actividades para trabajar en su difusión y determinará las directrices necesarias para su masificación.

Otras Dependencias que Brindan Apoyo a la Labor Comunicativa

- **Rectorado**

  El Rectorado es el órgano superior de dirección de la Universidad Nacional de Asunción, dirige las políticas, los lineamientos y las normas generales para la planificación y la administración académica en la UNA, conforme a un proyecto académico institucional.
- **Vicerrectorado**

  Que tiene entre otras, como función Apoyar al Consejo Superior Universitario y específicamente al Rector, en sus actividades tendientes a fortalecer la autonomía académica, organizativa, administrativa y financiera de la UNA.
  Coadyuvar al Rector en la aplicación de las políticas académicas, de investigación, de extensión y de servicios de la UNA.

Resolución Nº 1645 /2021
17 SEP 2021

- **Secretaría General**

  Que tiene por finalidad apoyar a la Asamblea Universitaria, al Consejo Superior Universitario, a la Comisión de Becas y al Rectorado de la Universidad Nacional de Asunción, para el cumplimiento de sus objetivos, programas y metas, mediante la operación de los procesos de la Gestión de Documentos, el Archivo Central y las Relaciones Institucionales y Comunicaciones, en base a la aplicación del Estatuto de la UNA, disposiciones legales, reglamentarias y normativas técnicas vigentes.

- **Gabinete del Rectorado**

  Que tiene como función velar que las políticas, normas y procedimientos de organización protocolar y de trámites documentales de la Institución sean aplicados de manera eficaz y eficiente.

- **Dirección de Gestión Documental:**

  Unidad administrativa adscrita a la Secretaría General que tiene por finalidad planificar, dirigir, coordinar, ejecutar y controlar las actividades de creación, recepción, ubicación, acceso, conservación, custodia y digitalización de documentos oficiales del Rectorado, de la Asamblea Universitaria y del Consejo Superior Universitario de la Universidad Nacional de Asunción, conforme a disposiciones legales, reglamentarias y normativas técnicas vigentes, que garanticen evaluar en forma cualitativa y cuantitativa el logro de los objetivos y las metas establecidas por la Institución.

- **Dirección de Informática**

  Unidad dependiente de la Dirección General de Administración y Finanzas que tiene por finalidad Planificar, dirigir, coordinar, ejecutar y controlar las actividades a fin de mantener operativo y actualizado el sistema informático del Rectorado de la Universidad Nacional de Asunción, a fin de garantizar la el cumplimiento de los objetivos y las metas institucionales.

MEDIOS Y PRODUCTOS INSTITUCIONALES

TIPOS DE CONTENIDO

Noticias

Hechos del acontecer universitario que tengan como protagonistas a miembros de la comunidad universitaria o a la Institución como tal. Deben cumplir con las siguientes características:

- Veracidad: acontecimientos verdaderos y verificables.

Resolución Nº 1645 / 2021
17 SEP 2021

- Actualidad: los hechos se publican con criterio de oportunidad, antes de que pierdan su valor o importancia.
- De interés general: las noticias deben brindar información para la comunidad y públicos externos.

Las noticias publicadas deberán cumplir con los propósitos generales de información y comunicación, contenidos en este manual. Se utilizarán como medios de difusión los canales de comunicación oficiales del Rectorado y medios de comunicación masivos, a través de la difusión de gacetillas de prensa.

Eventos

Acontecimientos liderados o apoyados por Unidades Académicas o administrativas del Rectorado que requieren difusión previa para garantizar la participación de la comunidad universitaria o sociedad en general. Dentro de ellos se destacan: congresos, talleres, ceremonias de posesión, colación de grado y postgrado, seminarios, etc.
Los eventos serán difundidos por los canales oficiales de comunicación del Rectorado de la UNA, en formato de afiches, invitaciones o memorandos.

Comunicados y pronunciamientos

Escrito oficial y de interés general que los órganos de Gobierno Universitario (Asamblea Universitaria, Consejos Superior, Consejos Directivos y Rectorado) o los responsables de las Unidades Académicas y administrativas que se presentan a la comunidad con el objetivo de informar o aclarar algún hecho de trascendencia institucional.
Los comunicados serán aprobados por las autoridades correspondientes y su difusión se realizará a través de los canales oficiales de la UNA, y/o por comunicados o circulares.

Convocatorias

Anuncio de concursos, becas o premios a los que pueden aplicar los profesores, estudiantes, egresados o funcionarios administrativos de la Universidad. Pueden ser de carácter interno o aquellas convocatorias lideradas por alguna institución aliada (Ministerio de Educación y Cultura, etc.).
Las convocatorias serán remitidas por la dependencia o Institución con una debida antelación para su procesamiento y difusión por los canales correspondientes, a través de materiales gráficos o audiovisuales.

Actos administrativos o documentos oficiales

Las resoluciones, acuerdos y otras informaciones oficiales de suma importancia serán difundidos por los canales correspondientes (correo electrónico, circular o gacetilla) de acuerdo al pedido de la autoridad y en cumplimiento con los propósitos generales de información y comunicación.

TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN ESPECIAL

Los comunicados o pronunciamientos oficiales deberán ser aprobados por la persona u órgano de dirección que los expide. La Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones no modificará el texto para evitar cualquier alteración que afecte su correcta interpretación.

Este tipo de documentos deberán ser remitidos a Dirección de Relaciones Institucionales y Comunicaciones en texto plano. No se aceptarán hojas escaneadas

ni imágenes, con el objeto de prevenir errores de digitación de la información.

Serán publicados en la primera página del portal web institucional y se mantendrán allí por el tiempo que se considere necesario, teniendo en cuenta su relevancia y el público al que se dirigen. Estos deberán contener la firma del órgano colegiado o de la persona que lo expide. Cabezote oficial de comunicado o del pronunciamiento.

Los concursos públicos liderados por la Universidad serán plenamente difundidos en los medios de comunicación internos y externos con el objetivo de garantizar la transparencia en los procesos de selección. La información publicada deberá estar alojada en un micro sitio de la Universidad y contener:

- ✓ Presentación de la convocatoria
- ✓ Cronograma
- ✓ Perfiles con requisitos
- ✓ Descripción del proceso
- ✓ Publicación de resultados

EL TONO

El tono de la comunicación en el Rectorado debe ser asertivo, cordial y positivo, se debe regir por principios de respeto y tolerancia frente a las diferencias, y procurará generar calidez y confianza hacia la institución.

Se evitará caer en mensajes de autocomplacencia y excesiva exaltación hacia la institución o sus integrantes.

Según estos parámetros y de acuerdo con el tipo de contenido, el tono de la comunicación en el Rectorado será:

- Informativo: Tono marcado por la objetividad noticiosa y la imparcialidad frente a los hechos acontecidos en la Universidad.
- Argumental: Para casos que requieran una fundamentación racional y sustentada que detalle o explique algún acontecimiento o decisión.
- Testimonial: Acude a las opiniones de la comunidad universitaria o sociedad en general para contextualizar la información o agregar valor a la noticia.
- Informal: Usado en medios específicos como las redes sociales que propician mayor cercanía con los públicos de interés.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN SITUACIÓN DE CRISIS

TIPOS DE CRISIS

- **Crisis circunstancial:** Situación de anormalidad que se origina a partir de una causa natural (desastres ambientales) o de accidentes ocurridos al interior de la universidad (caída, incendio, entre otros).
- **Crisis social:** Hecho de desorden público ocurrido en las instalaciones de la Universidad (protestas, retención de personas, atentados contra bienes y personas, entre otros) o conflictos interpersonales entre los integrantes de la Institución.
- **Crisis institucional:** Situación de anormalidad generada a partir de acciones institucionales (inversiones, convenios, adopción de políticas, entre otras), de desinformación o manejo erróneo de la identidad visual corporativa.

Resolución Nº 1645/2021
17 SEP 2021

LINEAMIENTOS BÁSICOS

- La información brindada a la comunidad interna y externa en situaciones de crisis debe ser verdadera y estar sustentada en hechos corroborados, no supuestos.
- Únicamente los voceros institucionales o sus delegados podrán brindar declaraciones a los medios de comunicación.
- La institución reaccionará con inmediatez y el vocero delegado según el caso debe ser diligente con la transmisión de la información.
- Los comunicados oficiales serán difundidos primero en la comunidad interna de la Institución.
- Se debe procurar el acercamiento constante con la prensa y los líderes de opinión.
- Según el caso, se determinará el formato de comunicación a utilizar (boletín de prensa, comunicado oficial, rueda de prensa, etc.)

FASES DE ACTUACIÓN

1. Conocer la crisis: En primera instancia se identificará la crisis y se clasificará según su nivel de gravedad para determinar las acciones necesarias desde el ámbito comunicativo.
2. Comprobar el alcance de la crisis: Se evaluará el impacto que la crisis puede tener sobre los diferentes públicos de la Universidad.
3. Determinar las acciones, formatos comunicativos y medios institucionales que serán usados para transmitir la versión oficial de la Institución (rueda de prensa, boletín, entrevista, comunicado, etc.).
4. Designar al vocero: se determinará dentro de la lista de voceros institucionales, quién será el encargado de hacer las declaraciones a los medios de comunicación.
5. Difundir o congregar a los medios de comunicación para dar información de primera mano.

VOCERO INSTITUCIONAL

Con el propósito de responder de manera oportuna a la demanda informativa de los medios de comunicación externos, la comunidad educativa y la sociedad en general, se establece la figura de vocero oficial que será ejercida por las siguientes autoridades universitarias o sus respectivos delegados:

- **Rector:** Es el representante legal y de dirección general de la UNA para emitir comunicados y declaraciones que se hagan en nombre de la Universidad, con respecto a los temas relacionados con la gestión universitaria, el presupuesto, los planes y políticas institucionales, así como los contratos y convenios suscritos para el cumplimiento de los objetivos misionales. Asimismo, podrá designar un portavoz, conforme a los acontecimientos.
- **Vicerrector:** en caso de ausencia del Rector, será designado como vocero para emitir comunicados y declaraciones que se hagan en nombre de la Universidad, además, delos asuntos relacionados con el desarrollo académico, los proyectos de extensión universitaria, los servicios de apoyo a las actividades de las Unidades Académicas, los procesos de evaluación y acreditación de carreras de grado y programas de postgrado, la transferencia tecnológica, las convocatorias internas y externas; y la movilidad científica, así como en materia de relaciones laborales, administración del personal, el bienestar institucional, y los procesos

Resolución Nº 1645/2021
17 SEP 2021

administrativos de conformidad con los reglamentos y disposiciones vigentes.

RENDICIÓN DE CUENTAS Y MEMORIA ANUAL DE GESTION

El Rectorado divulgará la información de la gestión académica, administrativa, de investigación y extensión ante la sociedad, a los efectos de rendir cuentas de los recursos institucionales, proyectos emprendidos, resultados logrados en términos del cumplimiento de los objetivos institucionales y la contribución a la finalidad social como órgano rector, conforme a las disposiciones legales vigentes.

El Rectorado verificará la receptividad de la información emitida en el acto de Rendición de Cuentas, así como la Memoria Anual de Gestión mediante diagnósticos que permitan determinar la comprensión de los temas expuestos y de los objetivos logrados, a los efectos de obtener la percepción y lograr la mejora continua.

Art. 2°.- COMUNICAR, cumplir y archivar.

Ing. Quím. **CRISTIAN DAVID CANTERO A.**
SECRETARIO GENERAL

Prof. Dra. **ZULLY VERA DE MOLINAS**
RECTORA