



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"

**REGLAMENTO PARA LA COMUNICACIÓN Y LA
IMAGEN UNIVERSITARIA**

Publicado en la Gaceta Juchimán en el
Año IV. No.56. Suplemento 03. 30 de octubre de 2015.



REGLAMENTO PARA LA COMUNICACIÓN Y LA IMAGEN UNIVERSITARIA

Aprobado en Sesión Ordinaria del H. Consejo Universitario el 06
de octubre de 2015

Oficina del Abogado General



ÍNDICE

	PÁG.
EXPOSICIÓN DE MOTIVOS	3
CAPÍTULO I	
DISPOSICIONES GENERALES	4
CAPÍTULO II	
DE LOS MATERIALES COMUNICATIVOS	5
CAPÍTULO III	
DE LOS MATERIALES COMUNICATIVOS INTERNOS	6
CAPÍTULO IV	
DE LA GACETA JUCHIMÁN	9
CAPÍTULO V	
DE LOS MATERIALES COMUNICATIVOS EXTERNOS	10
CAPÍTULO VI	
DE LAS FOTOGRAFÍAS, AUDIOS, VIDEOS Y DISEÑOS GRÁFICOS	13
CAPÍTULO VII	
DEL CONSEJO CONSULTIVO DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN	14
TRANSITORIOS	16

Oficina del Abogado General



EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La comunicación es un proceso que puede darse en diversos ámbitos y maneras, sea personal, social o pública; es todo un trabajo especializado que requiere de lineamientos claros para poder operar de manera acertada, pertinente y eficiente.

La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en su carácter de institución en una era de las comunicaciones y las nuevas tecnologías debe tener una clara visión sobre lo que desea comunicar e informar a la sociedad. Por ello, el hecho de generar una normativa para la comunicación y la imagen es un paso necesario e indispensable ante los retos actuales.

El presente reglamento responde a esa necesidad de atender las recomendaciones para tener calidad en esta materia y estar a la altura de las Instituciones de Educación Superior de México y el mundo, en donde se cumple con la función de comunicación de manera adecuada integrando a la comunidad universitaria y al mismo tiempo proyectando una identidad con una imagen favorable sobre los logros de esta Casa de Estudios.

De esta manera, se pretende proyectar una imagen integrada entre todas las Divisiones Académicas y las áreas administrativas que conforman la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. La intención es promover un mensaje de impacto, preciso y exitoso hacia la sociedad, resultado de un trabajo colegiado con la comunidad universitaria.

Por tanto para fines de este documento, la comunicación no se observa sólo como una actividad informativa, sino como parte de un proceso estratégico de interacción en el que participan estudiantes, docentes, administrativos y autoridades universitarias, pues su articulación propicia una dinámica que genera una opinión pública sobre la UJAT.

El presente ordenamiento tiene como finalidad regular las actividades de comunicación y la imagen institucional así como proporcionar a la comunidad universitaria las directrices necesarias para el cumplimiento del Reglamento sobre los Símbolos Representativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, aprobado por el H. Consejo Universitario en julio de 2011.



REGLAMENTO PARA LA COMUNICACIÓN Y LA IMAGEN UNIVERSITARIA

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. El presente reglamento tiene por objeto normar los procesos de diseño, edición, registro, selección, impresión, publicación, almacenamiento y distribución de aquellos materiales que contienen información de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Así como el funcionamiento, integración, y atribuciones de las instancias responsables de los procesos de comunicación y difusión de la imagen institucional.

Artículo 2. Las disposiciones del presente reglamento están sujetas a lo establecido a la legislación aplicable a la materia y la legislación universitaria. Este reglamento regula las especificaciones técnicas señaladas en el Manual de Protocolo de la UJAT, el Manual de Identidad Institucional, y el Manual de Redes Sociales.

Artículo 3. Para efectos de este reglamento, cuando se haga referencia a los siguientes términos, se entenderá por:

- I. **UJAT:** La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco;
- II. **Material Comunicativo:** Es todo elemento gráfico, texto, audio o imagen que contiene información sobre el quehacer de la UJAT y proyecta una identidad de manera interna o externa y puede ser:
 - a) **Audiovisual:** Son los materiales producidos con imagen y audio para difundir el quehacer de la UJAT, estos pueden ser: cápsulas, videos institucionales, spots y boletines;
 - b) **Gráfico:** Son todos aquellos que contienen los elementos de logotipo, métrica, tipografía, color y composición;
 - c) **Texto:** Son aquellos que contienen información escrita sobre el quehacer universitario;
 - d) **Imagen:** Son fotografías, pinturas e infraestructura pertenecientes a la UJAT; y
 - e) **Audio:** Son los materiales sonoros que produce la UJAT y que pueden ser sujetos a reproducción en medios de este tipo, tales como: spots de radio, boletines para radio, entrevistas y programas de radio.
- III. **Autor:** Persona física que ha creado una obra literaria o artística;
- IV. **Derechos de Autor:** Es el reconocimiento por parte del Estado en favor de todo creador de obras científicas, literarias o artísticas, previsto en la Ley Federal del Derecho de Autor, en virtud del cual otorga su protección al autor a fin de que goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial, correspondientes al derecho moral y al derecho patrimonial;
- V. **Difusión:** Conjunto de actos y actividades que tienen como propósito propagar o divulgar conocimiento, información, noticias, actitudes, normas, costumbres sobre la UJAT a diferentes sectores de la población y a la comunidad universitaria;



- VI. **Manual de Identidad Institucional:** Documento que establece los lineamientos gráficos que registrarán la imagen de la universidad;
- VII. **Manual de Protocolo de la UJAT:** Documento que determina las formas y aspectos a cuidar en la realización de los eventos y ceremonias institucionales;
- VIII. **Manual de Redes Sociales:** Documento que especifica la administración de las cuentas oficiales de las áreas de la Universidad;
- IX. **Materiales Comunicativos Internos:** Son aquellos que se elaboran para ser difundidos a la comunidad universitaria;
- X. **Materiales Comunicativos Externos:** Son aquellos que se elaboran para ser difundidos en medios de comunicación masiva o al exterior de la UJAT; y
- XI. **Proveedores:** Personas físicas o morales que ofrecen servicios para la edición, la ilustración, la fotografía, la digitalización, el retoque de imágenes, la elaboración de gráficos y mapas, el cotejo, el marcaje, la traducción, la elaboración de anotaciones, la diagramación, la formación tipográfica por computadora, impresión en diversos materiales, publicaciones en plana, rotativa, offset, impresión digital, encuadernación, acabado final para distribución, edición de video y publicidad en medios de comunicación.

CAPÍTULO II DE LOS MATERIALES COMUNICATIVOS

Artículo 4. Los materiales comunicativos de la UJAT tienen los propósitos siguientes:

- I. Cumplir con los fines esenciales de la UJAT, principalmente con el de promover las funciones de docencia, investigación, difusión cultural, vinculación y gestión, con lo cual contribuye al desarrollo de la Institución;
- II. Fortalecer el buen nombre y prestigio de la UJAT;
- III. Propiciar el alcance de los indicadores de calidad mediante la producción de materiales de comunicación adecuados que den cuenta de los logros institucionales;
- IV. Colaborar en el logro de los objetivos generales de la UJAT y particulares de cada una de las Divisiones Académicas;
- V. Contribuir a la proyección de una imagen y opinión pública favorable que asegure las buenas relaciones con los distintos sectores sociales y la comunidad universitaria; y
- VI. Fomentar la identidad universitaria.

Artículo 5. Las hojas membretadas para oficios son un material comunicativo cuya elaboración queda estrictamente obligada a las disposiciones que en su momento la Oficina del Abogado General emita y los elementos que las integren deberán apegarse a lo establecido en el Manual de Identidad Institucional de la UJAT.

Artículo 6. Los recursos de identificación institucional, sean uniformes o credenciales con los que cuenta la Universidad, deben portar o mostrar en alguna de sus partes la imagen de la UJAT y deben diseñarse según lo señala el Manual de Identidad Institucional.



Artículo 7. Los recursos para eventos requieren cumplir las especificaciones que se señalan en el Manual de Identidad Institucional y para su uso se deberá consultar el Manual de Protocolo de la UJAT.

Artículo 8. La publicidad que conlleve el uso de símbolos e imágenes de la Institución, debe darse bajo previa asesoría de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas. Pueden difundirse en diversos medios siempre y cuando esté apegado a lo que señala el Reglamento sobre los Símbolos Representativos de la UJAT y el Manual de Identidad Institucional.

Artículo 9. Los recursos para la gestión deberán considerar la asesoría de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas para su diseño de imagen y proceso de difusión, además de cumplir con lo establecido en el Manual de Identidad Institucional.

Artículo 10. Los derechos patrimoniales de los materiales comunicativos que sean generados, editados y producidos por la UJAT serán propiedad de la Institución, dando siempre el reconocimiento a los autores que hayan participado en el desarrollo de la obra, lo anterior, de acuerdo a las disposiciones aplicables en la Ley Federal del Derecho de Autor.

En el caso de que existan materiales comunicativos que no cuenten con los requisitos de forma establecidos en el Manual de Identidad Institucional de la Universidad, no serán reconocidos como imagen oficial de la Institución, desconociéndose su validez y se actuará conforme a lo dispuesto en la legislación universitaria.

CAPÍTULO III DE LOS MATERIALES COMUNICATIVOS INTERNOS

Artículo 11. Los materiales comunicativos internos son aquellos que se elaboran por las áreas administrativas o las Divisiones Académicas para ser difundidos a la comunidad universitaria.

Artículo 12. En el presente reglamento, son materiales comunicativos internos:

- I. **Papelería:** Tarjetas de presentación, hojas membretadas, carpetas, folders, diplomas, sobres, reconocimientos, constancias, sellos administrativos, directorios, agendas, calendarios, felicitaciones y cartas institucionales;
- II. **Recursos visuales, audiovisuales y digitales:** Fotografías, videos, material audiovisual, presentaciones o plantillas, himnos, spots de radio, spots de televisión, página electrónica universitaria, plataformas educativas institucionales, cuentas en redes sociales, firmas de correo electrónico y aplicaciones para tecnología celular;
- III. **Recursos de identificación institucional:** Uniformes y credenciales;
- IV. **Recursos informativos:** Gaceta Juchimán, folletos, trípticos y síntesis informativa;



- V. **Souvenirs:** Tazas, pines, playeras, camisetas, lapiceros, gomas, gorras y todo material diseñado para socializar la imagen universitaria;
- VI. **Recursos para la gestión:** Son los materiales de los Informes Rectorales, Informes Divisionales, Planes de Desarrollo, Manuales, Compendios y Catálogos;
- VII. **Recursos para eventos:** Invitaciones, carteles, lonas, pendones, banners, personificadores, cintas para corte de listón, orden del día, banderas; y
- VIII. **Campañas Internas:** Conjunto de materiales para la difusión de identidad institucional o divisional, proyectos de divulgación científica, cultural o deportivo, proyectos académicos o escolares que involucren imagen institucional al interior de la comunidad universitaria.

Artículo 13. El diseño de los materiales comunicativos internos estará a cargo de lo que establezca la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas en apego al Manual de Identidad Institucional.

Los carteles, invitaciones, lonas y portadas de libros y revistas universitarias pueden contar con libertad creativa, siempre y cuando respeten las recomendaciones establecidas en el Manual de Identidad Institucional y cumplan con lo establecido en el Reglamento Editorial Universitario.

Artículo 14. Para la realización de actos, ceremonias y eventos universitarios es obligatorio cumplir con lo establecido en el Manual de Protocolo de la UJAT. Los materiales que se requieran deberán solicitarse por escrito a la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas para su atención y seguimiento. El apoyo proporcionado estará sujeto a lo que determine la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas.

Artículo 15. Las cartas a título institucional y felicitaciones institucionales que cualquier funcionario emita, deberán de ser personalizadas y apegarse a los formatos de papelería especificados en el Manual de Identidad Institucional de la UJAT.

Artículo 16. Cuando las áreas administrativas centrales o Divisiones Académicas requieran el diseño, elaboración e impresión de souvenirs para sus actividades de difusión, deberán solicitar por escrito la asesoría de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas.

Artículo 17. Los recursos para eventos o campañas internas que para su difusión requieran ser impresos y colocados en lugares estratégicos de la UJAT, tendrán un periodo de difusión acorde a la necesidad del evento, determinado por la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas, y el retiro de los mismos será responsabilidad de los organizadores del evento.

Artículo 18. Los responsables de coordinar eventos institucionales de las áreas administrativas centrales o los Coordinadores de Difusión Cultural y Extensión de las Divisiones Académicas deberán de hacer llegar su agenda de eventos a la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas en los meses de enero y julio, acatando lo enunciado en el Manual de Protocolo de la UJAT.



Artículo 19. Los videos institucionales para los informes de actividades y presentación de planes de estudio, podrán contar con libertad creativa, y su duración tendrá un máximo de 20 minutos. Otro tipo de videos tendrán libertad creativa y su duración máxima será de 12 minutos. Estos materiales deberán acatar lo establecido en el Manual de Identidad Institucional y el Manual de Protocolo de la UJAT con respecto al desarrollo del evento.

Artículo 20. Los materiales comunicativos internos serán revisados en las áreas administrativas centrales por los responsables de coordinar sus eventos institucionales, y en las Divisiones Académicas por los Coordinadores de Difusión Cultural y Extensión, dando cumplimiento a lo establecido en el Manual de Protocolo de la UJAT y el Manual de Identidad Institucional.

Artículo 21. La papelería y recursos de identificación institucional, deberán apearse a lo establecido en el Manual de Identidad Institucional para su producción.

Artículo 22. Las características de los documentos de terminación de estudios de los programas educativos que expida la UJAT quedarán sujetas a lo dispuesto por las autoridades correspondientes. En el caso de las constancias o reconocimientos de cursos, talleres y demás deberá consultarse el Manual de Identidad Institucional.

Artículo 23. Las campañas internas que involucren la imagen de la UJAT deberán solicitar el visto bueno de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas antes de ser difundidas.

Artículo 24. Para la elaboración de recursos visuales, audiovisuales y digitales, las áreas administrativas o Divisiones Académicas que lo requieran, deberán apearse a las características establecidas en el Manual de Identidad Institucional.

Artículo 25. La Dirección del Centro de Comunicación y la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas deberán tomar los acuerdos pertinentes sobre las características de los recursos visuales, audiovisuales y digitales en cumplimiento de sus funciones de acuerdo al Manual General de Organización de la UJAT.

Artículo 26. Queda prohibida la realización, emisión y circulación de materiales comunicativos internos que no estén apeados al presente reglamento y al Manual de Identidad Institucional de la UJAT.



CAPÍTULO IV DE LA GACETA JUCHIMÁN

Artículo 27. La Gaceta Juchimán es el órgano oficial permanente de difusión de la UJAT, su publicación tiene como objeto informar a la comunidad universitaria sobre las actividades y eventos de las funciones sustantivas que lleva a cabo la Institución, así como hacer del conocimiento la legislación universitaria expedida por la autoridad correspondiente.

Artículo 28. Serán publicados en la Gaceta Juchimán:

- I. La legislación universitaria aprobada por el Consejo Universitario;
- II. Las disposiciones que el Rector determine dirigir a la comunidad universitaria;
- III. Convocatorias Institucionales; y
- IV. Todas aquellas noticias e información de corte institucional que involucre a autoridades universitarias, docentes, investigadores, administrativos y alumnos.

Artículo 29. La publicación de la legislación universitaria en la Gaceta Juchimán será el medio a través del cual inicie su vigencia. Debiendo en estos casos especificar la fecha de su publicación.

Artículo 30. Los anexos que se incluyen en la Gaceta sólo corresponden a la publicación de disposiciones normativas de la Universidad. Los materiales que constituyen los anexos serán remitidos por la Oficina del Abogado General a la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas, debiendo esta publicarlos íntegramente.

Artículo 31. La determinación y publicación formal del contenido de la Gaceta Juchimán así como su impresión y distribución estará a cargo de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas.

Artículo 32. La Gaceta Juchimán deberá ser publicada de forma mensual. Puede publicarse de manera extraordinaria, cuando así lo determine el Director de Comunicación y Relaciones Públicas considerando la necesidad y oportunidad de difusión del contenido de que se trate. A esta edición se le conoce como Gaceta Juchimán de Edición Especial.

Artículo 33. La cantidad de noticias o información contenida en la Gaceta Juchimán está sujeta a lo que disponga la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas.

Artículo 34. La Gaceta Juchimán será distribuida de forma gratuita a las áreas administrativas centrales y Divisiones Académicas de la UJAT y en aquellas instancias que la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas determine.



CAPÍTULO V DE LOS MATERIALES COMUNICATIVOS EXTERNOS

Artículo 35. Son materiales comunicativos externos aquellos que han sido desarrollados por las áreas administrativas centrales y las Divisiones Académicas para la difusión de las actividades de la UJAT en medios de comunicación masiva o al exterior de la Universidad.

Artículo 36. En el presente reglamento, son materiales comunicativos externos:

- I. Papelería: Tarjetas de presentación, carpetas, folders, diplomas, sobres, reconocimientos, constancias, calendarios, felicitaciones y cartas institucionales;
- II. Recursos visuales, audiovisuales y digitales: Fotografías, videos, material audiovisual, presentaciones, himnos, spots de radio, spots de televisión, página electrónica institucional, cuentas en redes sociales, firmas de correo electrónico y aplicaciones para tecnología celular;
- III. Recursos de identificación institucional: Vehículos, mascota universitaria y credenciales;
- IV. Publicidad: Inserciones en medios impresos o electrónicos, tales como: carteles y convocatorias;
- V. Souvenirs: Tazas, pines, playeras, camisetas, lapiceros, gomas, gorras, y todo material diseñado para socializar la imagen universitaria;
- VI. Recursos informativos: Boletines, Gaceta Juchimán, carpetas informativas, folletos, trípticos, desplegados, comunicados, notas armadas, esquelas, ruedas de prensa y entrevistas;
- VII. Recursos para la gestión: Son los materiales de los Informes Rectorales, Informes Divisionales, Planes de Desarrollo, Manuales, Compendios, Catálogos; y
- VIII. Campañas Externas: Son los proyectos que se aplican a favor de la sociedad en general o actividades a donde se invita la asistencia del público en general.

Artículo 37. La elaboración de los materiales comunicativos externos deberá apegarse a lo dispuesto en el Manual de Identidad Institucional y el Manual de Redes Sociales.

Artículo 38. La autorización de difusión de los materiales comunicativos externos corresponde únicamente a la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas y deberá expedirse por escrito. Queda prohibido que las Divisiones Académicas o áreas administrativas centrales de la UJAT publiquen o difundan cualquiera de los materiales comunicativos externos sin previa revisión y autorización, en caso contrario la Universidad se deslinda de cualquier responsabilidad civil que conlleve la difusión de los materiales, por no contar con la autorización respectiva. La papelería quedará exenta a lo dispuesto en este artículo.

Artículo 39. Las entrevistas en cualquier medio de comunicación externo a la universidad que las Divisiones Académicas o áreas administrativas requieran, deberán ser informadas a la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas con tres días de anticipación y deberán cuidar lo siguiente:



- I. Cuando un medio solicite la entrevista deberá especificarse con claridad el tema a abordar;
- II. Si el que otorga la entrevista es un funcionario universitario deberá acudir previa asesoría de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas;
- III. Si los entrevistados son alumnos, docentes o administrativos deberá informar a su Director o Jefe Inmediato de su presencia en los medios. El coordinador de Difusión Cultural y Extensión deberá reportarlo ante la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas para su seguimiento;
- IV. Las entrevistas exclusivas sobre alguna actividad o producto universitario la tendrá en primera instancia la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas; y
- V. Cuando sea el caso de una noticia o actividad de trascendencia las Divisiones Académicas o Áreas administrativas podrán solicitar entrevistas para publicarse y difundirse por cualquier medio ante la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas.

Artículo 40. Los criterios que se deben tener con respecto a las entrevistas con medios de comunicación externos a la universidad son las siguientes:

- VI. Solicitar que sea un conductor o periodista avalado por un medio de comunicación;
- VII. Que haya seguridad sobre la objetividad y la calidad de la nota periodística; y
- VIII. La importancia del medio de comunicación.

Artículo 41. Los carteles, comunicados, esquelas, felicitaciones, convocatorias y notas armadas, son de orden oficial y atañe directamente a la imagen de la UJAT por lo que su expedición deberá tener la debida revisión y autorización de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas. Ninguna División Académica o área administrativa central puede publicar a nombre propio.

Artículo 42. La difusión de los carteles, comunicados, esquelas, felicitaciones, convocatorias y notas armadas puede ser solicitada por las áreas administrativas centrales o Divisiones Académicas a través de una solicitud de inserción adjuntando el archivo previamente diseñado. Quedará a criterio de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas la publicación de tales materiales así como la selección del medio de comunicación donde será difundido.

Artículo 43. La imagen de la página electrónica institucional y las plataformas virtuales institucionales, deberá ser trabajada por las áreas administrativas centrales a cargo en conjunto con la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas para atender lo estipulado en el Manual de Identidad Institucional.

Artículo 44. El contenido de la página electrónica institucional estará determinado por los lineamientos establecidos por la Dirección de Tecnologías de Información e Innovación.



Artículo 45. Para el caso de las redes sociales, las Divisiones Académicas o áreas administrativas centrales que posean cuentas deberán apegarse a lo estipulado en el Manual de Redes Sociales para su operación. En caso de no cumplir con este requerimiento, se procederá conforme a la legislación universitaria.

Artículo 46. En el caso de que las Divisiones Académicas o área administrativas centrales requieran generar una cuenta en redes sociales deberán realizar el registro de su cuenta oficial por escrito ante la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas. Dicho registro deberá contener los objetivos de creación de la cuenta en redes sociales y justificar la necesidad de esta, además de indicar el nombre de la persona responsable de su manejo. Para el funcionamiento y operatividad de la cuenta se requiere cumplir además con las siguientes especificaciones:

- I. La cuenta debe de tener como mínimo una persona dedicada a la administración, es decir que sea la responsable de la publicación y monitoreo de los comentarios que se viertan en torno a ella, así como dar respuesta a las preguntas o dudas de los usuarios;
- II. En caso de haber más de una persona, especificar cuáles son las funciones de cada uno;
- III. Proporcionar toda la información de las personas responsables: teléfono celular, de oficina y dirección de correo electrónico;
- IV. Tener completa disponibilidad de horario;
- V. Notificar a la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas, cuando se realicen cambios, se elija un nuevo administrador y aplicar lo indicado en el punto número dos;
- VI. Actualizar la cuenta con mínimo tres publicaciones a la semana, haciendo hincapié que el administrador de la cuenta es responsable de su contenido;
- VII. La persona que administra la cuenta deberá tener conocimiento básico sobre las herramientas y funciones en materia de redes sociales. Además, deberá actualizarse y asistir a las capacitaciones que ofrezca la UJAT; y
- VIII. Sólo se permitirá el registro de una sola cuenta oficial por área administrativa central o División Académica.

Artículo 47. La realización de ruedas de prensa sólo se amerita cuando se genera un suceso extraordinario en el que la relación normal con los medios no es suficiente para cubrir las necesidades informativas. Una rueda o conferencia de medios, se convoca para dar una postura oficial en torno a un hecho específico o cuando la noticia es de sumo interés noticioso.

Artículo 48. Queda prohibida la realización de ruedas de prensa sin previa autorización y asesoría de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas. En el caso de que las áreas administrativas centrales o Divisiones Académicas lo requieran, deberán notificar por escrito la solicitud con al menos cinco días hábiles para su debida preparación.

Artículo 49. Los Souvenirs Oficiales serán aquellos que emita o apruebe la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas, por ser la responsable directa de la imagen universitaria, según lo establecido en el Manual General de Organización de la UJAT.



Artículo 50. Para el caso de los productos de la tienda de Souvenirs Universitaria, el área a cargo deberá trabajar en conjunto con la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas para acordar el cumplimiento del Manual de Identidad Institucional.

Los souvenirs podrán contar con libertad creativa, siempre y cuando respeten todos o cualquiera de los símbolos universitarios, conforme a lo establecido en el presente reglamento y demás legislación universitaria.

Artículo 51. Cuando las Divisiones Académicas y áreas administrativas, requieran la elaboración de Souvenirs deberán contar con la aprobación de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas.

CAPÍTULO VI DE LAS FOTOGRAFÍAS, AUDIOS, VIDEOS Y DISEÑOS GRÁFICOS

Artículo 52. Los proveedores que realicen los servicios fotográficos, audio, video y diseños gráficos deberán ceder por escrito los derechos de autor a la UJAT.

Los servicios fotográficos, audio, video y diseños gráficos que contrate la UJAT para el desarrollo de sus funciones serán propiedad de la Institución, por lo cual, los proveedores deberán suscribir por escrito la cesión de derechos de autor respectiva en los términos establecidos en el artículo 83 de la Ley Federal del Derecho de Autor y demás relativos.

Artículo 53. Las áreas y personal de la UJAT que realicen tomas fotográficas, elaboración de audios, videos y diseños gráficos de actividades de corte institucional deberán hacer llegar el material a la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas para su registro como parte del acervo institucional.

Todo material elaborado, producido o realizado por personal de la Universidad, por encargo o como parte de sus actividades laborales será propiedad de la institución, por lo que toda obra deberá anteponerse el nombre completo de la UJAT en los términos establecidos en el Manual de Identidad Institucional.

Artículo 54. Las áreas administrativas centrales o Divisiones Académicas que reciban solicitudes de personas externas a la UJAT para la toma de fotografías, audio, videos y diseños gráficos, deberán solicitar la autorización de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas.



Artículo 55. Las áreas administrativas centrales o Divisiones Académicas que requieran los servicios de diseño gráfico o digital a proveedores externos, deberán cerciorarse que los productos se realicen de acuerdo a lo establecido en el presente reglamento y el Manual de Identidad Institucional.

CAPÍTULO VII DEL CONSEJO CONSULTIVO DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

Artículo 56. El Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión es la instancia colegiada responsable de tomar decisiones, dar seguimiento, articular y actualizar según sea el caso las estrategias de comunicación y difusión de la UJAT acordes al Plan de Desarrollo Institucional vigente.

Artículo 57. El Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión estará integrado por:

- I. Presidente del Consejo.- El Rector;
- II. Secretario del Consejo.- El Director de Comunicación y Relaciones Públicas;
- III. Primer Vocal.- El Director del Centro de Comunicación;
- IV. Segundo Vocal.- El Director de Difusión Cultural;
- V. Tercer Vocal.- El Director de Difusión y Divulgación Científica y Tecnológica; y
- VI. Cuarto Vocal.- El Secretario Técnico de Rectoría;

El Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión podrá contar con los asesores que considere necesarios.

Artículo 58. El Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión tendrá las atribuciones siguientes:

- I. Proponer reformas al presente reglamento, así como los cambios que se determinen convenientes en el Manual de Identidad Institucional, el Manual de Protocolo de la UJAT y el Manual de Redes Sociales;
- II. Tomar los acuerdos referente al uso de la imagen universitaria;
- III. Realizar las gestiones para el buen desarrollo del trabajo de articulación de la imagen universitaria;
- IV. Respaldar los proyectos propuestos para la proyección de la imagen e identidad universitaria;
- V. Atender los asuntos que se deriven de la aplicación del presente reglamento;
- VI. Resolver los asuntos no previstos en el presente reglamento;
- VII. Aprobar eventos y campañas relativas a la identidad universitaria; e
- VIII. Informar a la Oficina del Abogado General de la UJAT todas aquellas situaciones y acciones en donde se presuma una situación irregular contraria al derecho, para efecto de las acciones procedentes.



Artículo 59. Son funciones del Presidente del Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión:

- I. Presidir las reuniones del Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión para la toma de decisiones en el tema de imagen y comunicación de la UJAT;
- II. Aprobar los proyectos y estrategias que se deriven del Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión;
- III. Dar las indicaciones necesarias al Director de Comunicación y Relaciones Públicas para la adecuada proyección de la imagen e identidad universitaria; y
- IV. Las demás que sean inherentes al funcionamiento del Consejo.

Artículo 60. Son funciones del Secretario del Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión:

- I. Proponer los proyectos o estrategias de comunicación para promover la imagen y la identidad de la UJAT;
- II. Realizar el seguimiento y la evaluación de la imagen y la identidad universitaria;
- III. Presidir las sesiones en ausencia del Presidente del Consejo;
- IV. Proponer al asesor o asesores del Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión;
- V. Preparar el orden del día para las sesiones de consejo y los documentos que correspondan de acuerdo al Presidente del Consejo;
- VI. Recibir de la Presidencia las instrucciones específicas sobre la imagen a transmitir de la UJAT;
- VII. Solicitar la información que se estime necesaria tanto a las Divisiones Académicas como a las áreas administrativas para el cabal manejo de la información y comunicación de la UJAT;
- VIII. Convocar a reunión a los Coordinadores de Difusión y Extensión de las Divisiones Académicas y los representantes de las áreas administrativas centrales responsables de eventos y actividades de difusión para organizar las actividades en la materia; y
- IX. Las demás que le asigne el Presidente del Consejo y las establecidas en el Manual General de Organización de la UJAT.

Artículo 61. Son funciones de los vocales del Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión:

- I. Proponer acciones sobre la adecuada proyección de la imagen e identidad universitaria;
- II. Asistir a las reuniones de trabajo a las que convoque el Secretario para tratar asuntos relacionados con la imagen de la UJAT;
- III. Tomar los acuerdos de trabajo pertinentes con el Director de Comunicación y Relaciones Públicas con respecto a la imagen universitaria;
- IV. Emitir su voto sobre las resoluciones en temas relacionados con la imagen universitaria; y
- V. Las demás que establezca el presente reglamento y la legislación universitaria.

Artículo 62. Las reuniones de trabajo del Consejo Consultivo de Comunicación y Difusión, se deberá realizar dentro de los sesenta días después de que el Rector tome protesta ante Consejo



Universitario, siempre y cuando se considere necesario. La convocatoria de la reunión será a solicitud del Presidente.

Artículo 63. Las reuniones ordinarias deberán ser por lo menos dos veces al año a convocatoria del Presidente y las extraordinarias serán convocadas en cualquier tiempo para tratar asuntos específicos en razón de su urgencia o importancia. Se notificará por escrito a los integrantes del Consejo por lo menos con cinco días hábiles de anticipación.

Artículo 64. Para que el Consejo pueda sesionar válidamente, será necesaria la presencia de la mitad más uno de sus integrantes, siempre que entre ellos se encuentre el Presidente o el Secretario.

Artículo 65. De los asuntos que se traten en las sesiones, una vez aprobados se levantará acta circunstanciada que firmarán todos los integrantes presentes.

Artículo 66. El incumplimiento a lo estipulado en el presente reglamento será sancionado de acuerdo a la legislación universitaria y demás legislación aplicable.

Artículo 67. La interpretación del presente reglamento estará a cargo del Abogado General.

TRANSITORIOS

PRIMERO. El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su publicación en la Gaceta Juchimán.

SEGUNDO. Las cuentas de redes sociales oficiales ya existentes deberán registrarse ante la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas en un plazo no mayor a los 30 días hábiles después de la publicación del presente Reglamento.

TERCERO. Se derogan todas las disposiciones normativas que contravengan al presente Reglamento.

En cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 23 fracción IV de la Ley Orgánica y los artículos 35 y 41 del Estatuto General, se aprobó el presente Decreto por el H. Consejo Universitario, en Sesión Ordinaria realizada en la Sala de Rectores del Instituto Juárez, en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco, el día 06 de octubre de 2015, firmando el acta de la Sesión el Dr. José Manuel Piña Gutiérrez, Rector y Presidente del Consejo; la Dra. Dora María Frías Márquez, Secretaria del Consejo y el M. A. Rubicel Cruz Romero, como H. Consejero.



**COMISIÓN RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO DEL REGLAMENTO PARA LA
COMUNICACIÓN Y LA IMAGEN UNIVERSITARIA**

Dr. Fernando Rabelo Hartmann

Abogado General

Mtro. Erasmo Marín Villegas

Director de Comunicación y Relaciones Públicas

Mtra. Lethzayde Cerón Medina

Responsable del Sistema de gestión de Calidad

Lic. Marcela Arias Ortíz

Jefa del Departamento de Relaciones Públicas

Lic. Tomás Eligio Pérez Mendoza

Jefe del Departamento de Comunicación

Lic. Elizabeth Sánchez de Dios

Responsable del área de Radio y TV

Lic. Susana Elena Morales Sáenz

Responsable del área de Diseño

Lic. Elizabeth Morales González

Responsable del área de Fotografía

Lic. Deyanira Romero Garduño

Administradora de Redes Sociales