



COLEGIO DE SOCIÓLOGOS DEL PERÚ REGIÓN CAJAMARCA

TEXTO INTEGRADO DEL REGLAMENTO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL COLEGIO
DE SOCIÓLOGOS DEL PERÚ – REGIÓN CAJAMARCA

Aprobado con Acta de Reunión Ordinaria N°. 005-2025-CSP/RC/JD-DN

Fecha: 04/12/2025

ÍNDICE GENERAL

TÍTULO I	: DISPOSICIONES GENERALES
TÍTULO II INSTITUCIONAL	: PRINCIPIOS Y PROHIBICIONES DE LA COMUNICACIÓN
TÍTULO III	: CANALES DE COMUNICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN
TÍTULO IV	: USO Y NORMATIVA ESPECÍFICA DE CADA CANAL DIGITAL
TÍTULO V	: DEBERES, DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DE LOS MIEMBROS
TÍTULO VI	: SUPERVISIÓN, INFRACCIONES, SANCIONES Y PROCEDIMIENTOS
TÍTULO VII	: DISPOSICIONES FINALES Y REVISIÓN DEL REGLAMENTO

REGLAMENTO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL COLEGIO DE SOCIÓLOGOS DE CAJAMARCA

PREÁMBULO

El presente Reglamento de Comunicación Institucional del Colegio de Sociólogos de Cajamarca establece las normas y directrices para el uso adecuado de los canales de comunicación, asegurando que la información se transmita de manera eficiente, ética y profesional, fortaleciendo la transparencia y promoviendo un entorno colaborativo y respetuoso. Según lo estipulan los Art. 1 de la Ley N° 24993, Ley del Sociólogo¹; Art. 5 del Código de Ética²; Art. 3 del Estatuto del CSP³, entre otros documentos normativos de rango supremo.

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto

El presente reglamento tiene por objeto regular el uso y gestión de los canales de comunicación institucional del Colegio Regional de Sociólogos de Cajamarca, con el fin de establecer las normas y directrices que garanticen el adecuado funcionamiento de la comunicación dentro de la institución, Esto incluye tanto los medios físicos como digitales, tales como correos electrónicos, grupos de mensajería, redes sociales, entre otros, asegurando que la información se transmita de manera eficiente, ética y profesional.

Artículo 2. Finalidad

La finalidad del presente reglamento es asegurar que todas las comunicaciones dentro y fuera del Colegio de Sociólogos de Cajamarca se realicen bajo los principios de claridad, veracidad, respeto y responsabilidad profesional, promoviendo un entorno de trabajo colaborativo y respetuoso. Además, busca fortalecer la transparencia institucional, promover el acceso equitativo a la información y proteger la integridad de los datos, garantizando que todos los miembros y el público reciban información adecuada y oportuna.

Artículo 3. Ámbito de aplicación

Este Reglamento es de aplicación y observancia obligatoria para la Junta Directiva y los agremiados/as del Colegio de Sociólogos de Cajamarca, en el marco de la Ley N.º 24993, el Estatuto, el Código de Ética y las normativas vigentes. De acuerdo con el Código de Ética Profesional, los miembros deben cumplir con las

¹ Ley N.º 24993, Ley de Creación del Colegio de Sociólogos del Perú (Ley N.º 24993, Art. 1): "Créase el Colegio de Sociólogos del Perú, como entidad autónoma de derecho público interno..."

² Código de Ética Profesional del Colegio de Sociólogos del Perú (Código de Ética, Art. 5): "La conducta profesional e institucional del sociólogo deberá basarse en la veracidad, el rigor científico, la honestidad y la solidaridad profesional."

³ Estatuto del Colegio de Sociólogos del Perú (Estatuto, Art. 3): "Son fines y objetivos del Colegio de Sociólogos... cautelar el ejercicio profesional y su defensa dentro de los más estrictos criterios éticos y legales."

disposiciones éticas y profesionales establecidas en dichos documentos, promoviendo la transparencia y profesionalismo y, alineado con el Art. 6 del Código de Ética⁴, Art. 3 del Estatuto⁵, Art. 1 de la Ley N° 24993⁶.

Artículo 4. Definiciones

- **Comunicación Institucional:** La comunicación institucional es la estrategia organizada que una entidad (empresa, gobierno, escuela) usa para gestionar su imagen, valores y misión ante sus públicos, dividiéndose en interna (empleados) y externa (clientes, sociedad, medios). Su objetivo es generar confianza, coherencia y relaciones sólidas, proyectando una imagen pública adecuada y alineada con sus metas, abarcando desde la gestión de crisis hasta la promoción de la cultura corporativa.
- **Comunicación Interna:** Dirigida a los propios miembros de la organización para alinearlos con la cultura, valores y objetivos, convirtiéndolos en embajadores
- **Comunicación Externa:** Enfocada en públicos fuera de la organización (clientes, proveedores, medios, sociedad) para fortalecer vínculos, construir reputación y darse a conocer.

Artículo 5. Amparo Legal

Este Reglamento se sustenta en las siguientes normativas:

- a) Ley N° 24993, que crea el Colegio de Sociólogos del Perú.
- b) Estatuto del Colegio de Sociólogos del Perú.
- c) Decreto Supremo N.º 004-2013-PCM, que aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública.
- d) Decreto Legislativo N.º 1412, Ley de Gobierno Digital.
- e) Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.
- f) Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- g) Normas de la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital de la PCM respecto al uso ético de medios digitales en instituciones públicas y colegiadas.
- h) Código de Ética Profesional del Colegio de Sociólogos del Perú.

Artículo 6. Naturaleza y jerarquía normativa

Este Reglamento tiene carácter interno y vinculante dentro del ámbito del Colegio Regional. Forma parte del marco normativo institucional y se subordina únicamente al Estatuto del Colegio y a las leyes nacionales, de acuerdo con lo establecido por la Asamblea Nacional de Sociólogos y la Directiva Regional.

⁴ "Al regular la conducta profesional de los sociólogos, este código promueve también el más libre ejercicio de la misma, sin más limitaciones que las contenidas en la Constitución Política del Perú y las leyes, así como en el Estatuto, los reglamentos y el Código de Ética Profesional." (Código de Ética, Art. 6)

⁵ "Son fines y objetivos del Colegio de Sociólogos... cautelar el ejercicio profesional y su defensa dentro de los más estrictos criterios éticos y legales." (Estatuto, Art. 3)

⁶ "Créase el Colegio de Sociólogos del Perú, como entidad autónoma de derecho público interno..." (Ley N.º 24993, Art. 1)

TÍTULO II

PRINCIPIOS Y PROHIBICIONES DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Artículo 7. Principios

Toda comunicación debe regirse por los siguientes principios:

1. **Veracidad y transparencia:** Todos los mensajes institucionales deben ser verídicos, claros y dirigidos adecuadamente a los miembros y al público, siguiendo el Código de Ética del Colegio de Sociólogos (Código de Ética, Art. 5)⁷, que establece la veracidad como un principio esencial, ya que la conducta profesional e institucional del sociólogo deberá basarse en la veracidad, el rigor científico, la honestidad y la solidaridad profesional
2. **Respeto y equidad:** Se debe evitar cualquier comunicación ofensiva, discriminatoria o excluyente. Todos los mensajes deben garantizar la inclusión, el respeto de opiniones y derechos. La conducta profesional de los miembros está regulada por el Código de Ética (artículo 6), promoviendo el libre ejercicio de la profesión en el marco de la Constitución, la ley, el Estatuto y demás normas internas.
3. **Profesionalismo y responsabilidad:** El uso de canales oficiales implica actuar con responsabilidad y alto estándar profesional.
4. **Eficiencia informativa:** La información debe ser relevante, concisa, bien estructurada y entregada oportunamente.
5. **Protección de la imagen institucional:** Los mensajes deben preservar la reputación y la integridad del Colegio, sus miembros y la profesión.
6. **Seguridad de la información y confidencialidad:** La información sensible sólo debe ser divulgada con el consentimiento autorizado y en conformidad con la ley y el Código de Ética. Está prohibido difundir datos personales o institucionales sin autorización expresa.
7. **Pertinencia y oportunidad:** La comunicación debe adaptarse al contexto y momento oportuno.
8. **Uso ético adecuado de tecnologías:** Las plataformas digitales deben emplearse con ética, evitando el abuso o manipulación de información.

Artículo 8. Prohibiciones

Se prohíbe compartir contenido ajeno al ámbito profesional o institucional, como memes, comentarios personales o chistes. Asimismo, está prohibido el uso de lenguaje ofensivo, irónico o denigrante que atente contra el buen nombre del Colegio y de los agremiados. El Código de Ética establece que los sociólogos deben profesarse respeto mutuo en todo momento, especialmente cuando participan en grupos de trabajo o comisiones, evitando expresiones malévolas, injuriosas o alusivas a situaciones personales, políticas o ideológicas (Código de Ética, Art. 14)⁸ y literal b) del art. 10 del código de ética de CSP.

⁷ "La conducta profesional e institucional del sociólogo deberá basarse en la veracidad, el rigor científico, la honestidad y la solidaridad profesional." (Código de Ética, Art. 5)

⁸ "Los sociólogos deben profesarse respeto mutuo en todo momento, sobre todo cuando actúen en grupos de trabajo o comisiones, evitando expresiones malévolas, injuriosas o alusivas a situaciones personales, políticas o ideológicas." (Código de Ética, Art. 14)

TÍTULO III

CANALES DE COMUNICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Artículo 9. Canales institucionales

Son canales oficiales del Colegio: Correo electrónico institucional, Página web oficial, Redes sociales aprobadas por la Directiva Regional (Facebook), Grupos de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, etc.). El uso de estos canales debe manejarse en congruencia con los principios establecidos en el Código de Ética, en el cual se subraya la importancia de utilizar las herramientas de comunicación de manera ética, respetuosa y profesional (Código de Ética, Art. 5), dado que la conducta profesional debe basarse en la veracidad, el rigor científico, la honestidad y la solidaridad profesional.

Artículo 10. Gestión de canales oficiales

1. Los canales oficiales estarán a cargo de la Comisión de Comunicación y Relaciones Institucionales, bajo la supervisión directa de la Junta Directiva.
2. Todo canal debe contar con administradores designados por resolución interna, quienes serán los responsables de gestionar la información institucional y garantizar que se sigan las normas de este reglamento.
3. Los administradores serán responsables de mantener la integridad de la información compartida y de que la comunicación se ajuste a los principios establecidos en este reglamento.

Artículo 11. Responsabilidades en el uso de canales digitales institucionales

Responsabilidades de los administradores

- Gestionar y supervisar el contenido publicado, asegurando el cumplimiento de normas.
- Aprobar mensajes relacionados con reconocimientos, comunicados oficiales o información sensible.
- Mantener actualizados los grupos y eliminar contenidos inapropiados.
- Proteger la privacidad y confidencialidad de la información compartida.
- Capacitar a los usuarios sobre buenas prácticas y políticas.
- Gestionar solicitudes de creación de nuevos grupos o canales.

Responsabilidades de los usuarios

- Utilizar los canales exclusivamente para fines institucionales y profesionales.
- Mantener un lenguaje formal, claro y responsable.
- No compartir información confidencial sin autorización.
- Evitar usos personales, comerciales, políticos o propagandísticos.
- Reportar contenidos inapropiados o irregulares a los administradores.
- Firmar o identificar claramente los mensajes cuando proceda.

TÍTULO IV

USO Y NORMATIVA ESPECÍFICA DE CADA CANAL DIGITAL

Artículo 12. Uso del grupo institucional de WhatsApp

- El grupo oficial tiene como propósito principal difundir información institucional, compartir convocatorias oficiales, acuerdos y comunicados e informar sobre actividades académicas o gremiales.

- Podrán compartirse, previa coordinación con los administradores, mensajes sobre casos humanitarios, reconocimientos y logros profesionales destacados, felicitaciones de cumpleaños, otros temas de interés social que fomentan la comunidad y el apoyo mutuo.
- Es obligatorio respetar la privacidad y mantener un enfoque profesional en todo momento.

Artículo 13. Uso del correo electrónico institucional

- El correo institucional debe utilizarse para el envío de comunicaciones formales como circulares, convocatorias, resoluciones y coordinaciones, respuestas a requerimientos internos de miembros o instituciones.
- Los mensajes deben ser claros, concisos y bien estructurados, respetar la confidencialidad según la información.
- Solo con aprobación previa y en casos excepcionales se puede utilizar para informar sobre reconocimientos profesionales, invitaciones a eventos académicos de interés general y situaciones humanitarias relevantes.

Artículo 14. Uso de la página oficial de Facebook

- La página institucional de Facebook se utiliza para visualizar actividades, logros, comunicados, proyectos, campañas y convocatorias, mantener un lenguaje profesional y actualizado periódicamente, fomentar la interacción responsable con los seguidores.
- Solo la Junta Directiva o responsables de comunicaciones pueden autorizar la difusión de reconocimientos personales, mensajes de saludos institucionales, comunicados de responsabilidad social.

Artículo 15. Uso de la página web institucional

- La página web institucional es el canal oficial para publicar normativas, directorios, programación de eventos y publicaciones oficiales, información sobre reglamentos, requisitos de colegiatura y enlaces de interés.
- Las actualizaciones deben ser oportunas y validadas por el área de comunicaciones.
- Se podrán incluir, evaluación previa, noticias gremiales de interés, logros académicos, informes de responsabilidad social.

Artículo 16. Uso de otros medios y redes sociales oficiales

- Otros canales digitales oficiales (Instagram, YouTube, Telegram, etc.) deben: seguir los criterios de veracidad, pertinencia y responsabilidad, además de estar alineados al plan de comunicación institucional.
- La creación y gestión de nuevos grupos o canales requiere solicitud a la Directiva con detalles del objetivo, responsables y protocolos.
- Los administradores deben garantizar el respeto a la privacidad, evitar la difusión de información sensible sin consentimiento.

TÍTULO V

DEBERES, DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DE LOS MIEMBROS

Artículo 17. Deberes de los Miembros

1. **Uso responsable de los canales:** Los miembros deben utilizar los canales de comunicación del Colegio de manera profesional, respetuosa y constructiva, respetando los principios establecidos.
2. **Participación activa:** Los miembros deben participar activamente en las comunicaciones del Colegio, respetando los horarios y normas establecidas.
3. **Confidencialidad:** Los miembros deben mantener la confidencialidad de la información sensible y de los datos personales de los demás colegiados y usuarios.
4. **Cumplimiento de las normas:** Es responsabilidad de cada miembro cumplir con las disposiciones de este reglamento, contribuir a la mejora de la comunicación institucional y denunciar cualquier irregularidad.

TÍTULO VI

SUPERVISIÓN, INFRACCIONES, SANCIONES Y PROCEDIMIENTOS

Artículo 18. Supervisión del cumplimiento

La Comisión de Ética y la Comisión de Comunicación serán las encargadas de supervisar el cumplimiento del presente reglamento y de emitir advertencias, sugerencias o sanciones cuando corresponda. Cualquier infracción relacionada con el uso inadecuado de los canales de comunicación será evaluada conforme al procedimiento disciplinario establecido en el Código de Ética Profesional, el cual incluye la posibilidad de sanciones conforme a lo dispuesto en el Artículo 31 (Código de Ética, Art. 31)⁹.

Artículo 19. Tipificación de infracciones

Las infracciones se clasificarán de la siguiente manera:

1. Leves

- Envío de mensajes irrelevantes o no relacionados con las funciones institucionales.
- Errores menores en la redacción, como faltas de ortografía o gramática que no afectan la comprensión.
- Omisión parcial de datos o firmas obligatorias en comunicaciones formales.
- Uso ocasional e inadvertido de expresiones coloquiales o poco formales.

2. Graves

- Empleo de lenguaje ofensivo, discriminatorio, agresivo o inapropiado en cualquier comunicación institucional.

⁹ "El procedimiento conforme al cual se ventilan las denuncias por infracción del Código de Ética profesional del Colegio de Sociólogos del Perú, así como las medidas disciplinarias aplicables están establecidas en el reglamento respectivo." (Código de Ética, Art. 31)

- Divulgación no autorizada de datos personales o información sensible de terceros.
- Utilización de canales para fines políticos, comerciales o de promoción personal ajenos a las funciones oficiales.
- Reiterada falta de respeto a las normas de comunicación y protocolos institucionales.

3. Muy graves

- Difamación directa o indirecta contra la institución, sus autoridades, funcionarios o colaboradores, que compromete su reputación.
- Manipulación, alteraciones o falsificación de información oficial, documentos o comunicados.
- Suplantación de identidad digital, incluyendo el uso indebido de cuentas, firmas electrónicas o documentos digitales.
- Divulgación intencionada de información confidencial o reservada que cause daño institucional.
- Actos que atenten contra la seguridad informática o integridad de los medios de comunicación institucional.
- Difusión de información falsa o no verificada que pueda generar confusión o dañar la imagen de los colegas e institucional (Art. 10 del Código de ética del CSP).

Artículo 20. Sanciones

Las sanciones serán:

- a) Amonestación verbal o escrita.
- b) Suspensión temporal del canal.
- c) Retiro definitivo del grupo o plataforma.
- d) Comunicación a la Comisión de Ética para las acciones correspondientes de acuerdo a la normativa vigente del Colegio de Sociólogos del Perú.

TÍTULO VII

DISPOSICIONES FINALES Y REVISIÓN DEL REGLAMENTO

Artículo 21. Vigencia del Reglamento

Este reglamento será revisado y mejorado cuando sea necesario y en función de cambios tecnológicos, normativos o del contexto social y nuestra orden profesional.

Artículo 22. Casos no previstos

Cualquier situación no contemplada en este reglamento será resuelta por la Junta Directiva Regional, en coordinación con la Comisión de Comunicación, comisión de ética regional y nacional, aplicando los principios del reglamento y garantizando justicia y transparencia.

Artículo 23. Vigencia y publicación

Este reglamento entra en vigencia inmediatamente después de su aprobación por la Asamblea General del Colegio Regional de Sociólogos de Cajamarca y será publicado en los medios oficiales del Colegio para conocimiento y cumplimiento de todos los agremiados.