**PROYECTO DE POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NAYARIT**

**I. PRESENTACIÓN**

En un entorno cada vez más complejo y dinámico, donde la comunicación institucional ha pasado de ser una opción a un requerimiento por parte de los diferentes públicos y de la propia institución, es preciso contar con una gestión comunicacional efectiva con responsabilidad social universitaria.

La Política de Comunicación de la Universidad Autónoma de Nayarit define los lineamientos que responden a las necesidades actuales de comunicación tanto interna como externa, que además de asegurar un flujo continuo de información pertinente, clara, congruente y accesible, abone a la generación de identidad y pertenencia a la máxima casa de estudios de Nayarit, buscando también contribuir con los trabajos y acciones que desarrollan las unidades académicas y dependencias universitarias, generando sinergias valiosas en el trabajo colaborativo.

Esta política sirve de guía para determinar estrategias eficaces para la comunicación oportuna e institucional al interior y exterior, mediante la selección pertinente y eficiente de los medios de comunicación utilizados utilizados con responsabilidad social universitaria e igualdad. Así mismo, formaliza la divulgación del quehacer universitario respecto a las actividades de investigación, académicas, administrativas, culturales, artísticas y deportivas que fortalecen el prestigio, la identidad y la pertenencia de la Universidad Autónoma de Nayarit.

**II. MARCO REGULATORIO**

1. Ley Orgánica de la Universidad Autónoma de Nayarit.

2. Estatuto de Gobierno de la Universidad Autónoma de Nayarit.

3. Reglamento para la Administración General de la Universidad Autónoma de Nayarit.

4. Plan de Desarrollo Institucional 2022-2028.

**III. OBJETIVOS**

**Objetivo general**

Proporcionar la guía para llevar a cabo la comunicación oportuna e institucional en todos los ámbitos, procurando fortalecer el flujo de información y las relaciones entre la comunidad universitaria y al exterior, para generar la identidad, pertenencia y prestigio de Universidad Autónoma de Nayarit.

**Objetivo específicos**

a) Brindar los mecanismos a las distintas áreas para informar de manera pertinente.

b) Contribuir al desarrollo de los medios universitarios de comunicación y a la profesionalización de quienes en ellos trabajan.

c) Divulgar el uso apropiado de su manual de identidad y así posicionar la imagen institucional de la Universidad.

d) Procurar la transparencia del quehacer universitario y que la imagen de la Universidad sea congruente con los principios, fines y funciones que le son inherentes.

e) Innovar los procesos de comunicación institucional, así como la divulgación de las funciones universitarias en la comunidad.

f) Fomentar la producción de contenidos necesarios para las actividades de comunicación en su ámbito de competencia, apoyando los proyectos provenientes tanto de la comunidad universitaria como de la sociedad.

g) Promover la difusión de la cultura, actividades académicas, investigación, ciencia, deporte, así como espacios de intercambio de opiniones que promuevan el debate, fundamentales para el desarrollo institucional y del estado, a través de medios de comunicación propios y externos.

h) Promocionar a la Universidad a nivel local, nacional e internacional, a través de los medios de comunicación y manejo estratégico de comunicación pública.

i) Contribuir a fortalecer las relaciones con los grupos de interés de la Universidad.

j) Promover comunicación incluyente y no sexista, con enfoque de responsabilidad social universitaria, de conformidad con el Plan de Desarrollo Insitucional 2022-2028

**IV. ALCANCE DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN**

La Política de Comunicación de la Universidad está orientada a contribuir con las acciones para mantener informados a sus públicos de interés sobre los proyectos, programas y actividades académicas y administrativas, así como los programas estratégicos buscando la participación en los procesos institucionales del personal directivo, docente, alumnado, investigadores, administrativo y manual, y egresadas y egresados.

Los tipos de públicos de interés son:

**Públicos internos:**

• Alumnado

• Docentes (en activo y jubilados)

• Trabajadores administrativos y manuales (en activo y jubilados)

• Directivos

• Órganos de gobierno de la Universidad

• Egresados

**Públicos externos:**

• Aspirantes a ingresar a nuestro sistema de educación media superior o superior

• Padres, madres, tutores o tutoras de alumnos, egresados o aspirantes

• Organismos reguladores, terceros institucionales y sector gubernamental en general (municipal, estatal y federal)

• Proveedores

• Empleadores

• Sector empresarial

• Medios de comunicación

• Organismos acreditadores

• Organismos de integración del sector de educación media y superior

• Otras instituciones educativas

• Comunidad científica e investigadores (locales, nacionales e internacionales)

• Asociaciones de profesionistas

• Organizaciones de la sociedad civil

• Líderes de opinión

• Comunidad en general

• Organismos internacionales

**V. COMPROMISOS**

Para el cumplimiento de la Política, la Universidad Autónoma de Nayarit se compromete a:

1. Asumir la reponsabilidad de generar y difundir información y mensajes claros que fortalezcan la imagen institucional con perspectiva de género y responsabilidad social universitaria.

2. Procurar que la comunicación institucional coadyuve al sentido de pertenencia y respeto entre los miembros de la comunidad universitaria.

3. Comunicar de manera eficaz, tanto al interior como al exterior, los procesos institucionales, normativas y buenas prácticas que se gestan en la Universidad.

4. Fortalecer procesos de comunicación interna, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos establecidos en el Plan de Desarrollo Institucional 2022-2028 "Por lo nuestro a lo universal" de la Universidad Autónoma de Nayarit.

5. Evaluar las plataformas de comunicación para conocer la apropiación del contenido universitario que se está ofreciendo.

6. Procurar que los contenidos reflejen el pluralismo ideológico, político, social, cultural y lingüístico de la Nación.

7. Mantener actualizados los contenidos en los medios de comunicación institucional, tanto en la página web como en las redes sociales, para brindar a los públicos de interés información oportuna, veraz y confiable.

**VI. RESPONSABLES**

La persona titular de la Rectoría como autoridad ejecutiva y representante legal, así como el secretariado, directores de unidades académicas, directores dependencias administrativas y demás funcionarios de la administración central, son responsables de implementar, monitorear y evaluar los procesos de comunicación en cada una de sus áreas respecto de la política de comunicación.

La persona titular de la Rectoría, a través de la Secretaría General y la Dirección de Comunicación, será fungirán comola principal gestores de la política de comunicación. Su implementación requiere de una participación articulada con todas las unidades académicas, dependencias administrativas y comunidad en general, es importante considerar al estudiantado como fuente de información que participan activamente en la producción de contenidos que son la razón de ser de la comunicación.

La Dirección de Comunicación es el área responsable de definir la Política, los planes, estrategias, proyectos y programas de comunicación al interior y exterior de la Universidad, verificando además el cumplimiento en la aplicación de los lineamientos por parte de todas las instancias que participen en su ejecución.

**VII. PRINCIPIOS**

La comunicación institucional asume la responsabilidad de preservar la libertad de expresión y el acceso a la cultura, derivados de la noción de autonomía de la universidad pública, como un acto político que reivindica el derecho de las y los universitarios a conocer e interpretar libremente sus percepciones sobre el contexto social, a proponer iniciativas para su transformación y a debatir abiertamente sobre temas estratégicos para el desarrollo económico, político, social y cultural de la comunidad nayarita, y que se fundan y sostienen en los siguientes principios:

**Transparencia.** Promoveremos la máxima transparencia en la comunicación institucional, garantizando el acceso a la información relevante y oportuna para toda la comunidad universitaria y demás públicos de interés.

**Claridad.** Procuraremos que los mensajes sean comprensibles para todos los miembros de la comunidad universitaria y los públicos externos, mediante información concisa, incluyente, precisa y sin ambigüedades, utilizando un lenguaje accesible y evitando jerga técnica o términos complejos que puedan generar confusión.

**Equidad.** Nos comprometemos a comunicar de manera justa y equitativa, respetando la diversidad de nuestra comunidad y evitando cualquier tipo de discriminación o promoción de estereotipos.

**Independencia.** Mantendremos la independencia en nuestra comunicación, la cual estará libre de cualquier influencia que pueda comprometer la objetividad, la veracidad y la transparencia de nuestros mensajes, los cuales partirán de criterios autónomos y del interés general de la Universidad.

**Imparcialidad.** Promoveremos una posición neutral y objetiva en la comunicación, evitando sesgos en su generación y difusión, presentando de manera equilibrada diferentes perspectivas y argumentos sobre los temas abordados, evitando favorecer una posición sobre otra.

**Humanidad.** Pondremos el máximo interés en las personas y sus necesidades en todas nuestras comunicaciones, reconociendo que detrás de cada mensaje hay personas con sentimientos, emociones y necesidades, por lo que procuraremos que nuestros mensajes prioricen la ética, la empatía, el respeto y la dignidad.

**Responsabilidad.** Nos comprometemos a comunicar de manera responsable, asumiendo las consecuencias de nuestros mensajes y acciones. Además, integraremos la responsabilidad social en nuestra comunicación, promoviendo valores y comportamientos que contribuyan al bienestar de comunidad universitaria y de la sociedad en general.

**Inclusión.** Privilegiaremos una comunicación que asegure la inclusión de todos los sectores de la comunidad universitaria y de la sociedad, sin importar su origen, género, discapacidad o cualquier otra característica, estableciendo los mecanismos necesarios para garantizar su participación, generando espacios de diálogo y encuentro para que sus voces también sean escuchadas.

**VIII. SISTEMA DE COMUNICACIÓN**

El sistema de comunicación busca fortalecer el proceso comunicativo para contribuir al cumplimiento de los objetivos de la Universidad.

El sistema cumple, al menos, con los siguientes propósitos:

1. Establecer la línea comunicativa institucional.

2. Integrar los planes de comunicación.

3. Crear y fortalecer vínculos con públicos claves.

4. Gestionar la reputación de la Universidad, alertando sobre situaciones que puedan afectarla y activando protocolos de actuación ante la materialización de riesgos.

5. Proveer servicios de apoyo a las actividades de las diferentes áreas, a través de los medios existentes.

El sistema de comunicación identifica como componentes de la gestión de la comunicación, los siguientes:

**Gestión de la comunicación interna.** Es el conjunto de actividades llevadas a cabo por la Universidad para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus integrantes, mediante el uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos institucionales.

**Gestión de la comunicación informativa.** Permite divulgar, entre los diferentes grupos de interés, la información relacionada con la gestión institucional, a través de acciones y campañas de comunicación externa, con el fin de propiciar un flujo apropiado y el acceso transparente y eficaz a la información.

Incluye acciones estratégicas hacia los medios de comunicación, mediante la asesoría, gestión y divulgación de información institucional de interés, se trata de la información que la Institución distribuye al público externo sobre su quehacer, sus productos y servicios.

Es una comunicación planeada que define su audiencia y la mejor forma de llegar a ella. Su objetivo es promover la organización, generar reputación y credibilidad.

**Gestión de los contenidos.** Consiste en identificar mensajes claves de las diferentes áreas de la organización y generar una cultura donde todos aporten contenido y se gestione de manera fluida para que, al ser compartido, genere beneficios para la organización.

**Identidad de la imagen institucional.** La identidad es el punto de partida desde el cual se establece la comunicación, no cambia ni depende de los públicos, es el ser de la organización y es fundamental para la comunicación institucional, porque es a partir de ella que se proyecta una imagen ante sus diferentes públicos.

**IX. DISPOSICIONES**

Esta política se estructura a partir de escenarios que pueden ser planteados como políticas específicas desde diferentes áreas de manera transversal.

**1. Temas prioritarios**

Para garantizar una adecuada alineación entre las políticas, planes y programas institucionales con las estrategias de comunicación, se formulará el Plan Estratégico de Comunicación, el cual establece los temas que serán objeto de comunicación o divulgación, según la importancia estratégica para la institución y durante el periodo de tiempo previsto.

Los planes de comunicación específicos de los temas definidos como prioritarios serán construidos de manera conjunta entre el responsable y el equipo de comunicaciones.

**2. Comunicación interna**

Considerando que la comunicación se rige por principios de transversalidad y que existen flujos de comunicación espontánea que surgen en las diferentes unidades académicas y administrativas, es responsabilidad de la Dirección de Comunicación, conformar grupos primarios en los públicos internos, con el fin de garantizar el flujo adecuado de la información.

La Dirección de Comunicación formará el talento humano que conforma los grupos primarios, fortaleciendo las habilidades y competencias en comunicación de los colaboradores.

La Universidad dispone de medios de comunicación de carácter institucional que permiten el flujo e intercambio de mensajes entre las diferentes áreas.

**3. Comunicación externa**

La Dirección de Comunicación es responsable de la administración de los medios de comunicación institucionales y debe procurar un equilibrio en la difusión de información de las diferentes áreas de la Universidad.

Es política de la Universidad administrar y conservar relaciones de largo plazo con los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales. La Dirección de Comunicación es la única dependencia que cuenta con la facultad de emitir comunicaciones institucionales a los medios de comunicación y es responsable por fortalecer estas relaciones.

Es parte de su responsabilidad la coordinación de la cobertura periodística de los medios de comunicación, cuando estos lo requieran y cuando los miembros de la comunidad universitaria lo soliciten.

La creación de medios y formas de comunicación con los públicos internos y externos deberá ser aprobada y acompañada por la Dirección de Comunicación, con el visto bueno de Rectoría. Para la toma de decisiones específicas sobre la utilización de los medios institucionales se consultará el Manual de Medios Institucionales.

**4. Manejo de Información**

Cada directivo y colaborador será responsable y deberá guardar reserva de la información que maneje para el ejercicio de sus funciones, por lo que no podrá reproducirla ni entregarla sin autorización.

Cuando la información contenga datos personales deberán apegarse a la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados (ver la Ley de Protección al Infante -publicación de imágenes, campañas en escuelas, las preparatorias-)-

**5. Divulgación de Información**

La información que se publique en medios internos o externos será validada a través de un análisis de priorización de contenidos y audiencias, con el fin de evitar exceso y bombardeo de información.

En acuerdo con la persona titular de la Rectoría y la Dirección de Comunicación se determinará en qué medios de comunicación, frecuencia y espacios se transmitirá la información.

**6. Voceros**

La persona titular de la Rectoría es el vocero(a) principal de la Universidad, quien podrá delegar esa facultad a quien sea necesario dependiendo del asunto particular, para que sea el enlace entre la Universidad y el público externo.

Cada secretario será vocero en el tema que le corresponde de acuerdo a sus funciones.

Ningún directivo podrá realizar pronunciamientos autónomos en temas relacionados con la Universidad y que se salgan de su competencia.

Los miembros de la comunidad universitaria podrán pronunciarse a título personal cuando se trate de asuntos que no estén relacionados con el quehacer de la Universidad.

La Dirección de Comunicación será el contacto con los medios de comunicación y ningún funcionario está autorizado para dar declaraciones sin su previa validación.

Todo vocero autorizado por la Universidad debe identificarse ante medios de comunicación como funcionario de esta.

**7. Identidad gráfica**

La Universidad Autónoma de Nayarit (UAN), es la institución de educación superior con mayor cobertura, calidad y oferta educativa en el estado.

Por ello, para la administración 2022-2028, es importante dotar a la Universidad de una imagen sólida e integrada con las diferentes instancias de esta, que responda a las necesidades actuales de comunicación, tanto interna como externa y que abone a la generación de identidad y pertenencia a la máxima casa de estudios de Nayarit.

Es evidente que el escudo universitario es el elemento gráﬁco más representativo para la comunidad; así como la sigla UAN, que se ha posicionado como el acrónimo con el que tradicionalmente se nombra a la Institución.

Por lo tanto, se ha elaborado el Manual de Identidad Gráfica, con la intención de que sirva como una guía que ayude a consolidar la comunicación gráﬁca o visual que sea emitida por la Universidad y cualquiera de sus instancias. Los archivos y recursos gráﬁcos pueden encontrarse disponibles para su descarga en el sitio oﬁcial (ojo: falta el enlace).

Cabe señalar la responsabilidad que conlleva el uso y manejo de la identidad visual de la Universidad, la cual requiere dignidad y compromiso por parte de cualquier persona comunicadora visual o gráﬁca. Por ello es fundamental respetar los lineamientos presentes en este manual.

La Dirección de Comunicación es la responsable de supervisar el cumplimiento y buen uso de la identidad visual o gráfica que establece este Manual.

**8. Protocolo para eventos institucionales**

El protocolo es fundamental para fortalecer la imagen Institucional. La Coordinación de Protocolo y Logística Institucional ofrece capacitación en la realización de eventos, con base en el Manual de Protocolo y Organización de Eventos.

El Manual de Protocolo y Organización de Eventos de la Universidad Autónoma de Nayarit (UAN), se ha realizado con el objetivo de establecer las normas y reglas que orienten la logística y organización de eventos académicos e institucionales.

La clasificación de los eventos y actos académicos de la Universidad se dividen en:

• Ceremonias solemnes: aniversarios institucionales, posesiones, entrega de medallas y entrega de reconocimientos especiales a la plantilla docente, administrativa o invitado especial.

• Ceremonias de actos académicos: inicio, cierre o presentación de resultados de evaluación respecto a acreditaciones de planteles o programas educativos por organismos externos reconocidos; ceremonias de inauguración o clausura de eventos académicos (seminarios, congresos, coloquios, entre otros); develación de placas; ceremonias de fin de cursos con entrega de certificados y actos de graduación colectivos.

• Actos interinstitucionales: firma de convenios o acuerdos y visitas protocolarias.

El Manual de Protocolo está disponible para su descarga en el sitio oficial (ojo: falta el enlace).

**9. Redes Sociales**

La Dirección de Comunicación será la responsable del manejo y uso adecuado de sus cuentas de redes sociales, y seguirá las siguientes disposiciones generales:

• La Universidad Autónoma de Nayarit tiene presencia en redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube e Instagram; su nombre de usuario es:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

• Los contenidos son elaborados por la Dirección de Comunicación, siendo responsable para determinar las publicaciones que se suban a las plataformas sociales.

• La Dirección de Comunicación deberá otorgar el visto bueno para el uso de las redes sociales de unidades académicas y dependencias administrativas de la Universidad.

• Los perfiles institucionales deberán atender las disposiciones de identidad gráfica establecidas y tendrán una identificación como cuenta oficial que los diferencie de las cuentas personales de funcionarios, docentes y administrativos y manuales.

La Dirección de Comunicación tendrá que ser administrador adjunto de cada página o cuenta de red social que se tenga. (El manejo se hará desde cada dirección, deberá tener una cuenta institucional (no Dalinda@hotmail) y que se debe de dar un aviso cuando alguien cree una cuenta para eventos, etc., para tener mayor control y seguridad. En caso de tener una alerta de seguridad, la Dirección podrá intervenir.

**X. AUTORIZACIÓN**

La emisión de la presente Política de Comunicación fue aprobada por...

*(Anotar la instancia facultada y hacer referencia al método de autorización, por ejemplo: en su junta ordinaria del día xx de xx de 2024, de conformidad con el acuerdo xxxx019/12/2024. En caso de que ya haya habido una primera versión autorizada, entonces se hará referencia a su fecha de aprobación inicial y se deberá asentar que se trata de la última actualización con los demás elementos del método de autorización).*

**XI. VIGENCIA**

La presente Política de Comunicación *(o la última actualización de la presente Política de Comunicación)* entra en vigor el día xx de xx de xxxx y deberá sujetarse a revisión al menos cada 6 año(s), por la Dirección de Comunicación.

**XII. ANEXOS**

Temas

Plantilla para el documento

Plan Estratégico de Comunicación

Página(s) web: políticas particulares; guía de estilo y redacción; ciberseguridad (seguridad de la información); identidad gráfica.

Redes sociales: políticas particulares; guía de estilo y redacción; community manager (CM); ciberseguridad (seguridad de la información); identidad gráfica.

Plan de comunicación en crisis

Políticas particulares de comunicación interna (comunicación escrita, reuniones de trabajo, procesos parlamentarios, etc.)

Políticas de Relaciones Públicas

Políticas de Promoción y Publicidad

Uso de soportes internos y externos de comunicación