



**Universidad
Autónoma
de Coahuila**

POLÍTICAS DE
Comunicación

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

La política de Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC), es el conjunto de lineamientos que permiten que sus Unidades Académicas y Administrativas formulen, implementen y ejecuten la comunicación interna y externa de carácter institucional con los distintos grupos de interés, con el fin de garantizar la divulgación, difusión de la cultura y el conocimiento a los que estamos obligados como institución de acuerdo a la Declaración de Principios del Estatuto Universitario.

La UAdeC es una institución educativa pública que promueve la libertad de expresión y busca la aplicación de las mejores prácticas en el ámbito de la información y la comunicación; por lo tanto, sus distintas áreas se comprometen a la implementación y ejecución de estrategias orientadas hacia la aplicación de la presente política institucional.

**Universidad Autónoma de Coahuila
Coordinación de Comunicación y Relaciones Públicas
Saltillo, Coahuila.**

2021

I. COMPROMISO DE COMUNICACIÓN

La comunicación en la UAdeC, está fundamentada en los principios de transparencia, diálogo, igualdad de género, coherencia, efectividad, oportunidad, inmediatez, colaboración calidad, respeto a los derechos humanos y participación de acuerdo con el Estatuto Universitario como parte esencial del quehacer diario con el fin de cumplir con el programa especial *Comunicación Universitaria* contenido en el PDI.

II. PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

1. Asegurar el desarrollo de las estrategias de comunicación y su gestión, a través de procesos, procedimientos, protocolos y demás herramientas que garanticen la comunicación institucional.

2. Interactuar con los diferentes grupos universitarios de una forma responsable, en concordancia con el compromiso de comunicación y tomando en cuenta las especificidades y contexto de cada uno de ellos.

3. Establecer en toda la estrategia y planes de comunicación mensajes alineados con la perspectiva de género, los derechos humanos y el Plan de Desarrollo Institucional.

4. Estimular el diálogo y la participación activa y positiva que sea pertinente con las diversas comunidades universitarias, las autoridades estatales y federales, las organizaciones empresariales y sociales, benefactores, y demás grupos de interés para la Universidad.

5. Hacer uso responsable de la información institucional respetando las disposiciones normativas establecidas por el Estatuto Universitario, la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información y Ley de Acceso a la Información Pública del Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza .

6. Asegurar que la comunicación sea:

- **Descendente.** Es la comunicación que se da desde la administración central de la universidad hacia todos los niveles de la estructura organizativa con el fin de que se cuente con la información pertinente para realizar los trabajos que se requieren para el buen funcionamiento de la universidad.
- **Ascendente.** Es la comunicación que promueve la administración central para que todos los integrantes de la universidad puedan manifiesten sugerencias, datos y opiniones para mejorar el trabajo que se realiza en cada una de las instancias de la universidad con el fin de alcanzar los objetivos para la que fue creada.
- **Horizontal.** Es la información que se comparte entre departamentos, unidades académicas, empleados con el fin de mejorar el trabajo en equipo y colaborativo para cumplir con los objetivos de la universidad.
- **Participativa.** Como práctica social que tiene como objetivo particular dinamizar los diferentes grupos universitarios con propósitos de gestionar mejores condiciones para todos los integrantes de la comunidad universitaria, tal como se

promueve en los Consejos Directivos y el Consejo Universitario.

- Dialogante. Se reconoce el papel activo de la comunicación al otorgarle el valor de mediadora de los conflictos que se generen al interior o exterior de la universidad.
- Evolutiva. Considerar que las necesidades de la comunidad universitaria cambian con respecto a que también la sociedad y las tecnologías de comunicación evolucionan y por lo tanto la comunicación institucional se debe ir adaptando.
- Flexible. Esta cualidad permite una comunicación oportuna entre lo formal e informal que permite concretar la información de manera más eficaz en todos los distintos grupos que conforman la comunidad universitaria.
- Clara. La comunicación clara significa que la universidad se compromete a transmitir de forma fácil, directa, transparente, simple y eficaz información relevante para la comunidad universitaria a través de los diferentes medios de comunicación que pertenecen a la universidad.
- Precisa. Esta cualidad de la comunicación permite transmitir hechos o ideas con precisión para el éxito profesional de las actividades de la universidad favoreciendo la interacción y retroalimentación necesarias para documentar procesos o resultados, contrastar ideas y elaborar o modificar objetivos o estrategias.
- Inmediata. La comunicación directa es una buena manera de aportar información clara, concisa y exponiendo datos de manera directa en el momento presente y de forma instantánea.
- Permanente. La universidad se compromete a informar permanentemente de los logros, actividades y avances a toda la comunidad universitaria y a la sociedad.
- Coordinada. La comunicación integrada a la integración de todos los métodos de promoción de la universidad en la sociedad integrando todos los elementos de identidad.

7. Fomentar una actitud transparente y amable como elemento fundamental de cultura comunicativa, teniendo como referente la dignidad de las personas.

8. Respetar la libertad de prensa y de opinión de acuerdo con los principios constitucionales establecidos en México.

9. Adoptar y promover el uso de distintas plataformas de redes sociales digitales, para generar sinergias entre todas las personas integrantes de la UAdeC.

10. Con el fin de cumplir con la obligatoriedad de que se difunda la cultura y la ciencia a todos los habitantes de la entidad, la Coordinación de Comunicación y Relaciones podrá contratar, a través de la Coordinación General de Adquisiciones, a medios de comunicación privados establecidos en el estado de Coahuila y en la República Mexicana. Dicha contratación se realizará de manera anual, de acuerdo al presupuesto asignado a la Coordinación de Comunicación y Relaciones Públicas por la Tesorería General para tal fin, al análisis del impacto que tiene cada medio en sus audiencias a partir de los estudios de mercado que presenten y de acuerdo a los objetivos de las campañas de comunicación diseñadas para periodo contratado.

11. Identificar a la Coordinación de Comunicación y Relaciones Públicas como responsable de formular y hacer cumplir la Política de Comunicación y todos los procesos, procedimientos y protocolos que de ella se derivan.

III. COMITÉ DE COMUNICACIÓN

El Comité de Comunicación será integrado por los responsables de la comunicación de cada una de las unidades administrativas y académicas de la Universidad. Con el fin de unificar, administrar, ejecutar y evaluar el cumplimiento de las acciones de comunicación.

IV. CANALES DE COMUNICACIÓN

4.1. Comunicación interna

a) Carteles/Posters: Son documentos impresos que convocan a participar en eventos, convocatorias de becas, concursos o simplemente proporcionan información relevante para los universitarios. Se colocan en lugares visibles de Escuelas, Facultades, Institutos o Dependencias. Estas mismas carteleras o posters deberán publicarse en las redes sociales institucionales. Todos los carteles/posters deberán contar con el Escudo de la Universidad y los datos de contacto en donde se podrá encontrar mayor información.

b) Correo electrónico institucional: Esta herramienta facilita el envío y recepción de información entre el personal de la Universidad. Opera como medio de notificación de los eventos y comunicados oficiales. Toda la comunicación institucional debe realizarse a través de las cuentas de correo institucional.

c) Boletín informativo electrónico: Instrumento de información electrónico dirigido a los Universitarios que facilita la divulgación de los resultados de las actividades sustantivas relacionadas con la universidad. Es diseñado y difundido semanalmente en formato electrónico a través del correo electrónico universitario.

d) Gaceta Universitaria. Revista institucional digital bimestral que consigna la vida académica, de investigación, deportiva, cultural y de extensión de la Universidad. Cuenta

con un repositorio en la página web de la universidad, pero también es distribuida por correo institucional y a través de diferentes plataformas digitales.

e) Newsletter Acontecer. Boletín diario que contiene las noticias publicadas en los principales medios de comunicación tanto locales, como estatales y nacionales. Se distribuye por correo electrónico a funcionarios y directores de las distintas Escuelas, Facultades e Institutos.

d) Medios de comunicación digitales: Son el Facebook, Twitter e Instagram, por los cuales se comunica a toda la comunidad interna y externa sobre aspectos importantes para la comunidad universitaria. Las distintas áreas de la Universidad también pueden contar con cuentas digitales en cualquiera de las plataformas más populares entre sus audiencias, pero siempre deben seguir las recomendaciones de operación que se encuentran contenidas en el documento Manual de Identidad y la Guía para el uso de redes sociales de la Universidad.

e) En Vivos: Transmisiones en vivo a través de la plataforma de Facebook institucional sobre eventos de relevancia para toda la comunidad universitaria, como Consejos Universitarios, Informes del Rector, Firmas de Convenios, Conferencias Internacionales, entre otros.

f) Canal de YouTube: Plataforma que contiene las listas de videos producidos institucionalmente a través de los cuales se informan o promocionan diversas actividades de la universidad.

h) Sistema Universitario de Radio: Radiodifusoras en Saltillo y Torreón (104.1 fm, Saltillo y 89.5 fm, Torreón) que transmiten contenido informativo, cultural, deportivo y de investigación generado por las distintas dependencias de administrativas y académicas de la universidad. También pueden escuchar por internet a través de la página oficial de la Universidad.

4.2. Comunicación externa

a) Página Web: www.uadec.mx. Es la ventana de la Universidad para otros públicos interesados en conocerla. Contiene información en inglés y español. Su actualización es constante. El portal ofrece información relevante para los Universitarios. Se pueden realizar diversos trámites. Es el repositorio por excelencia de la normatividad de la Universidad, así como el espacio donde se pueden consultar los servicios que ofrecen las distintas Dependencias, Escuelas y Facultades de la Universidad.

b) Folletería: Instrumentos de información impresa dirigidos a usuarios externos e internos en el que se facilita información sobre resultados, trámites o programas educativos que oferta la Universidad.

c) Spots radiofónicos y televisivos: Breve espacio de información dedicado a anuncios relacionados con los servicios y actividades de la Universidad que son transmitidos por los diversos medios de comunicación del Estado, previa contratación de acuerdo al Principio de Actuación No. 10 de este documento.

d) Ruedas de Prensa: Acto informativo en donde, previa convocatoria a los medios de comunicación del municipio donde se realiza, se presenta a la opinión pública en general, una situación o convocatoria de un hecho institucional relevante.

e) Inserciones de Prensa: Medio por el cual se transmite información de interés para la sociedad en general o específica y que son contratadas a medios particulares de acuerdo al Principio de Actuación No. 10 de este documento.

f) Informe institucional semestral o anual: Este soporte contiene información sobre la gestión de la Rectoría de la Universidad dirigida a un público externo e interno con el fin de cumplir con los principios de transparencia y rendición de cuentas. El informe es un documento que se puede realizar en formato de papel o digital y es presentado anualmente por el Rector ante el Consejo Universitario y representantes de la sociedad.

i) Sistema Universitario de Radio: Conjunto de radiodifusoras que ponen a disposición de la sociedad los conocimientos académicos, científicos, deportivos y culturales que se generan en diversas áreas de la UAdeC sus siglas son 104.1 fm (Saltillo) y 89.5 fm (Torreón) se pueden escuchar también por internet a través de la página oficial de la Universidad.

j) Panorámicos/ vallas publicitarias/pantalla panorámicas. Medios de comunicación itinerante según las necesidades de la campaña a la que se le encuentre dando soporte y que son contratadas a particulares de acuerdo al Principio de Actuación No. 10 de este documento.

j). Oficina Virtual de Prensa: Repositorio de material informativo sobre las diversas actividades de la universidad elaborados en diferentes formatos. En este espacio digital se almacenan los boletines informativos diarios, los Informativos UAdeC (video) y los Boletines Digitales semanales.

Las presentes políticas fueron aprobadas en Sesión de fecha 30 de noviembre de 2022 por la H. Comisión General Permanente de Reglamentos del H. Consejo Universitario

