



Universidad Nacional de Salta
Rectorado

SALTA, 18 SEP 2026

Expte. N° 23/2026-SG-UNSa

VISTO la Resolución CS N° 269/2022 mediante la cual se crea la Subsecretaría de Comunicación Institucional de la Universidad Nacional de Salta y se establecen sus misiones y funciones; la Resolución CS N° 440/2025 que crea el Portal de Transparencia de esta Universidad en el marco de la Ley Nacional N° 27.275 de Derecho de Acceso a la Información Pública; y las necesidades estratégicas de la gestión rectoral iniciada en mayo de 2025; y

CONSIDERANDO:

QUE el derecho a buscar, recibir y difundir información constituye un Derecho Humano fundamental reconocido por instrumentos internacionales con jerarquía constitucional en la República Argentina, en particular, por el Artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), el Artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966) y el Artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos -Pacto de San José de Costa Rica (1969)-, incorporados al bloque de constitucionalidad federal por el Artículo 75 inciso 22 de la Constitución Nacional.

QUE el derecho a la información reviste un doble carácter: es un derecho en sí mismo y, simultáneamente, un derecho habilitante del ejercicio de otros derechos fundamentales, en tanto sin información pública disponible, clara y oportuna, resulta imposible el ejercicio pleno de la participación democrática, la rendición de cuentas, el control ciudadano y el acceso a la educación, la salud y los servicios públicos.

QUE la ASAMBLEA GENERAL de las NACIONES UNIDAS, mediante la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible aprobada en 2015, estableció en su Objetivo 16 la creación de instituciones eficaces, responsables, inclusivas y transparentes, instando a los Estados a garantizar el acceso público a la información (meta 16.10) y a adoptar decisiones inclusivas, participativas y representativas (meta 16.7).

QUE en el orden jurídico interno, la Constitución Nacional consagra el principio republicano de publicidad de los actos de gobierno (Artículos 1º, 33 y 75 inciso 22), y la Ley Nacional N° 27.275 de Derecho de Acceso a la Información Pública establece que las Universidades Nacionales son sujetos obligados a garantizar la disponibilidad de información pública de manera clara, estructurada y comprensible, en formatos abiertos, accesibles, actualizados y verificables.

QUE las Resoluciones de la Agencia de Acceso a la Información Pública N° 76/2024 y N° 77/2024 instrumentan las modalidades de transparencia activa, proactiva y reactiva, fijando estándares operativos a los que las instituciones públicas argentinas deben adecuar sus prácticas comunicacionales e informativas.

QUE esta Universidad ha asumido institucionalmente este marco normativo mediante la Resolución CS N° 440/2025 que crea su Portal de Transparencia, y que dicha decisión institucional encuentra su correlato comunicacional natural en una política integral de comunicación que articule la dimensión informativa del acceso a la información pública con la dimensión narrativa de la construcción de identidad y vínculo con la sociedad.

QUE la comunicación institucional constituye una herramienta estratégica fundamental para fortalecer el vínculo entre la Universidad Nacional de Salta y la sociedad, así como para garantizar el acceso a la información pública, la transparencia y la construcción de identidad institucional.



Universidad Nacional de Salta
Rectorado

Expte. Nº 23/2026-SG-UNSa

QUE la Resolución CS Nº 269/2022, al crear la Subsecretaría de Comunicación Institucional, le asignó expresamente la función de planificar una política integral de comunicación que promueva el vínculo entre la universidad y la sociedad, y desarrollar manuales de estilo, identidad visual y protocolos de actuación, mandato cuyo cumplimiento operativo se consolida mediante el presente Plan.

QUE resulta necesario consolidar un enfoque integral, planificado y articulado de la comunicación universitaria, superando prácticas fragmentadas y promoviendo una política comunicacional transversal a todas las áreas de gestión.

QUE en mayo de 2025, al inicio de la actual gestión rectoral, se identificó un escenario caracterizado por la dispersión de los procesos comunicacionales, la ausencia de lineamientos unificados, la limitada planificación estratégica y la necesidad de fortalecer la identidad institucional en los distintos soportes y canales.

QUE en el contexto actual, signado por la centralidad de los entornos digitales, la circulación acelerada de la información y la creciente demanda social sobre el rol de las universidades públicas, resulta imprescindible posicionar a la Universidad Nacional de Salta como una institución activa, abierta y comprometida con su comunidad.

QUE la comunicación de la producción científica, tecnológica y de extensión, constituye un eje prioritario para la democratización del conocimiento y la valorización del aporte universitario al desarrollo regional.

QUE la Provincia de Salta, por ser una de las jurisdicciones con mayor presencia de comunidades originarias del país, posee una riqueza cultural y lingüística que requiere el desarrollo de políticas y acciones comunicacionales respetuosas de las identidades, lenguas y cosmovisiones de los pueblos indígenas, favoreciendo su participación y representación en condiciones de igualdad.

QUE resulta necesario establecer un marco general que ordene el sistema comunicacional de la Universidad, promueva la articulación entre sus unidades académicas y dependencias, y sienta las bases para la elaboración de protocolos y manuales específicos.

QUE la Subsecretaría de Comunicación Institucional ha elaborado el Plan de Acción de Comunicación Institucional 2025 - 2028, como instrumento rector de la política comunicacional de la Universidad Nacional de Salta.

Por ello, atento a lo aconsejado por la SECRETARÍA GENERAL, y en uso de las atribuciones que le son propias,

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA
R E S U E L V E:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el PLAN DE ACCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL de la Subsecretaría de Comunicación Institucional dependiente de la SECRETARÍA GENERAL para el período 2025 - 2028, que como ANEXO forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2º.- Establecer que el Plan de Acción constituye el marco general de la política comunicacional institucional de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA, en consonancia con lo dispuesto por la Resolución CS Nº 269/2022.



Universidad Nacional de Salta
Rectorado

"2026 - Año de la Grandeza Argentina"

"A 50 Años del Golpe de Estado de 1976:
Memoria, Verdad y Justicia"

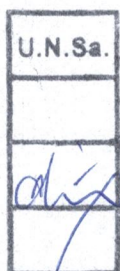
Expte. N° 23/2026-SG-UNSa

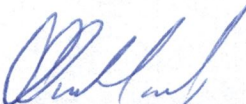
ARTÍCULO 3°.- Encomendar a la Subsecretaría de Comunicación Institucional la elaboración progresiva de protocolos, manuales y lineamientos específicos en materia de comunicación institucional, incluyendo -entre otros- comunicación digital, uso de redes sociales, comunicación en situaciones de crisis, identidad visual, registro y uso de imagen, ética comunicacional y resguardo de la información.

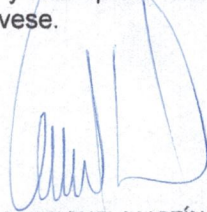
ARTÍCULO 4°.- Disponer la articulación con las unidades académicas, sedes regionales y dependencias de esta Universidad para la implementación progresiva del sistema integrado de comunicación institucional.

ARTÍCULO 5°.- Establecer mecanismos de seguimiento y evaluación periódica del Plan de Acción, con el fin de monitorear su implementación y efectuar los ajustes necesarios.

ARTÍCULO 6°.- Publíquese en el Boletín Oficial de la Universidad y notifíquese a los interesados. Cumplido, siga a la SECRETARÍA GENERAL a sus efectos y archívese.




Cr. JUAN ALBERTO MARISCAL RIVERA
SECRETARIO GENERAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA


Mg. MIGUEL MARTÍN NINA
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

RESOLUCION R-N° 1088-2026



PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL UNSa 2025–2028

1. SENTIDO ESTRATÉGICO DEL PLAN

La comunicación institucional en el Rectorado de la Universidad Nacional de Salta se configura como una dimensión constitutiva del gobierno universitario, en tanto posibilita la articulación entre la producción académica, científica y cultural de la institución y las demandas, intereses y dinámicas de la sociedad en la que se inserta.

En el contexto contemporáneo, caracterizado por la centralidad de los entornos digitales, la aceleración de los flujos informativos y la creciente exigencia de transparencia en la gestión pública, la comunicación universitaria no puede limitarse a la difusión de actividades, sino que debe ser concebida como una política estratégica, transversal y sostenida en el tiempo.

El presente Plan de Comunicación Institucional 2025–2028 propone consolidar un modelo integral de gestión comunicacional que supere la fragmentación histórica de los procesos, fortalezca la identidad institucional y contribuya a posicionar a la Universidad Nacional de Salta como un actor relevante en la construcción de conocimiento, ciudadanía y desarrollo regional. También habilita el desarrollo de instrumentos normativos específicos que permitan regular y fortalecer las distintas dimensiones de la comunicación institucional.

Asimismo, este Plan asume una vocación de permanencia, orientada a la construcción de un legado comunicacional que trascienda coyunturas de gestión y permita consolidar una memoria institucional organizada, accesible y proyectable hacia el futuro.

2. MARCO INSTITUCIONAL Y NORMATIVO

El desarrollo del presente Plan se inscribe en un conjunto de antecedentes normativos que reconocen la centralidad de la comunicación en la vida universitaria. En particular, la Resolución CS N.º 269/2022 establece la necesidad de planificar una política integral de comunicación que promueva el vínculo entre la universidad y la sociedad, fortalezca la identidad institucional y articule los distintos medios y canales existentes en la institución.

Asimismo, la creación de la Subsecretaría de Comunicación Institucional y su incorporación al Plan Estratégico de Gestión Universitaria consolidan un marco institucional que habilita el desarrollo de políticas específicas en la materia, orientadas a la profesionalización de las prácticas comunicacionales y a su integración como eje transversal de la gestión.

En este sentido, el presente Plan no constituye un instrumento aislado, sino la operacionalización de lineamientos previamente establecidos, adaptados a las nuevas condiciones del entorno comunicacional y a las necesidades detectadas en el proceso de gestión iniciado en el año 2025.



3. DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL

Al inicio de la actual gestión se identificó un escenario caracterizado por la coexistencia de múltiples prácticas comunicacionales no articuladas entre sí, con predominio de una lógica centrada en la difusión puntual de actividades y escasa planificación estratégica de mediano plazo. Esta fragmentación se manifestaba tanto en la diversidad de criterios utilizados por las distintas unidades académicas como en la ausencia de protocolos comunes que orientaran la producción de contenidos y la gestión de los canales institucionales.

Sin embargo, junto a estas limitaciones, se observó la existencia de condiciones favorables para el desarrollo de una política comunicacional más robusta. En particular, la consolidación de un equipo de trabajo con roles definidos, el crecimiento sostenido en la producción audiovisual y digital, y el reconocimiento progresivo de la Subsecretaría de Comunicación Institucional como actor relevante dentro de la estructura universitaria constituyen fortalezas significativas sobre las cuales construir.

A su vez, se identificaron debilidades estructurales vinculadas a la falta de sistematización de procesos, la ausencia de un archivo comunicacional institucional, la informalidad en algunos circuitos de decisión y ciertas limitaciones en materia de infraestructura tecnológica. Estas condiciones, lejos de constituir obstáculos insalvables, configuran áreas de oportunidad para la institucionalización de prácticas, la profesionalización del área y la construcción de herramientas que permitan ordenar y proyectar la comunicación universitaria.

4. PRINCIPIOS RECTORES

La política de comunicación institucional de la Universidad Nacional de Salta se orienta por un conjunto de principios que definen su carácter público, estratégico y territorial. En primer lugar, se concibe la comunicación como un derecho, en tanto garantiza el acceso a la información y promueve la participación de la comunidad universitaria y de la sociedad en general.

En segundo término, se asume el compromiso con la transparencia institucional, entendida como la responsabilidad de comunicar de manera clara, accesible y oportuna las acciones, decisiones y procesos de la gestión universitaria.

Asimismo, se promueve la construcción de una identidad institucional coherente, capaz de reflejar los valores, la historia y la proyección de la Universidad, evitando la dispersión de criterios visuales y discursivos.

A estos principios se suma la necesidad de avanzar hacia una comunicación planificada y estratégica, que supere la lógica reactiva y se oriente a la construcción de sentido en el mediano y largo plazo. Finalmente, se incorpora de manera central la dimensión territorial y la construcción de memoria institucional, entendida como la preservación, organización y puesta en valor de la producción comunicacional de la Universidad.



5. OBJETIVOS DEL PLAN

El objetivo general del presente Plan consiste en consolidar un sistema integral, articulado y sostenible de comunicación institucional que fortalezca la identidad de la Universidad Nacional de Salta, optimice la circulación de la información y potencie su posicionamiento en la sociedad.

En este marco, se plantean objetivos específicos:

- ordenar el sistema comunicacional universitario.
- fortalecer la articulación entre Rectorado, facultades y sedes.
- mejorar la comunicación interna.
- promover la divulgación científica.
- desarrollar una estrategia digital integral que acompañe las transformaciones del entorno.

6. EJES ESTRATÉGICOS

El Plan se estructura en torno a un conjunto de ejes que orientan las acciones de gestión y permiten abordar de manera integral las distintas dimensiones de la comunicación institucional.

En primer lugar, se propone avanzar en la institucionalización de la comunicación mediante la elaboración de protocolos, manuales y circuitos formales que ordenen las prácticas existentes y brinden previsibilidad a los procesos. Este eje implica, entre otras acciones, el desarrollo del Manual de Comunicación Institucional y la formalización de roles y responsabilidades.

En segundo término, se plantea la construcción de un sistema integrado de comunicación que articule las distintas áreas y dependencias de la Universidad, promoviendo la creación de una red de comunicadores y estableciendo instancias periódicas de coordinación.

Un eje central del Plan lo constituye la definición de una narrativa institucional, entendida como el conjunto de sentidos, valores y formas de representación que configuran el “relato UNSa”. Esta dimensión busca dotar de coherencia a los mensajes institucionales y fortalecer la identidad pública de la Universidad.

Asimismo, se incorpora el desarrollo de una estrategia de comunicación digital y multiplataforma, orientada a optimizar la presencia institucional en entornos digitales, diversificar formatos y aprovechar nuevas tecnologías, incluyendo herramientas de inteligencia artificial.

La comunicación científica se constituye como otro eje prioritario, en tanto permite traducir y socializar la producción académica, acercándola a la comunidad y reforzando el rol de la Universidad como generadora de conocimiento.



En paralelo, se aborda la comunicación interna como una dimensión clave para mejorar la circulación de la información, ordenar los canales existentes y fortalecer la cohesión institucional.

Un rasgo distintivo del presente Plan es la incorporación del eje de memoria y archivo comunicacional, orientado a la creación de un sistema de registro, organización y preservación de los materiales producidos por la Universidad. Este componente no solo responde a una necesidad operativa, sino que constituye una apuesta por la construcción de una memoria institucional activa.

Finalmente, se contempla el fortalecimiento de las capacidades del equipo mediante instancias de formación continua, así como el desarrollo de estrategias de vinculación con medios y con la comunidad, que permitan ampliar el alcance de la comunicación institucional y consolidar su presencia en la agenda pública.

7. ORGANIZACIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN

La implementación del Plan se sustenta en una estructura organizativa que articula niveles estratégicos y operativos. La Subsecretaría de Comunicación Institucional asume la conducción estratégica del sistema, en acuerdo con la Secretaría General y con las autoridades universitarias, mientras que la Coordinación General de la Subsecretaría organiza el funcionamiento cotidiano del equipo.

A su vez, el sistema se estructura en áreas funcionales que abordan las distintas dimensiones de la comunicación, incluyendo la producción de contenidos digitales, la comunicación audiovisual, la comunicación científica, la comunicación interna, la relación con medios, la gestión de medios propios y la cobertura periodística institucional.

Esta organización, basada en roles diferenciados pero complementarios, permite garantizar tanto la planificación estratégica como la ejecución eficiente de las acciones comunicacionales.

8. LÍNEAS DE ACCIÓN PRIORITARIAS

A partir de los ejes definidos, el Plan establece una serie de líneas de acción orientadas a la implementación progresiva del modelo propuesto. Entre ellas se destacan el desarrollo del Manual de Identidad Institucional, la creación del Archivo Comunicacional UNSa, la consolidación de una red interna de comunicadores, protocolos y guías de funcionamiento específicos, la planificación sistemática de contenidos y el desarrollo de campañas institucionales de posicionamiento.





Asimismo, se prevé la incorporación de nuevas tecnologías, la capacitación permanente del equipo y la generación de herramientas de evaluación que permitan monitorear el impacto de las acciones implementadas.

9. ETAPAS DE IMPLEMENTACIÓN

El Plan se desarrollará de manera progresiva a lo largo del período 2025–2028. En una primera etapa se priorizará el diagnóstico y el diseño del sistema comunicacional, incluyendo la elaboración de los instrumentos base. En una segunda etapa se avanzará en la implementación formal de los protocolos y herramientas, acompañada de instancias de capacitación.

Posteriormente, se buscará consolidar el modelo, fortalecer la narrativa institucional y poner en funcionamiento el archivo comunicacional. Finalmente, se prevé una etapa de evaluación integral que permita ajustar el Plan y proyectar su continuidad.

2025

- Diagnóstico
- Diseño del sistema
- Borradores de manual y archivo

2026

- Implementación formal
- Protocolos
- Capacitación

2027

- Consolidación del modelo
- Lanzamiento del archivo
- Narrativa institucional

2028

- Evaluación
- Ajustes
- Proyección futura

10. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO





El seguimiento del Plan se realizará mediante la definición de indicadores que permitan evaluar tanto el alcance de las acciones como su impacto en términos de posicionamiento institucional y articulación interna. La elaboración de informes periódicos constituirá una herramienta central para la toma de decisiones y la mejora continua del sistema comunicacional.

11. DISPOSICIÓN FINAL

El presente Plan de Comunicación Institucional constituye el marco general de la política comunicacional de la Universidad Nacional de Salta, del cual se derivarán los manuales, protocolos y herramientas operativas necesarias para su implementación, consolidando un sistema que articule gestión, identidad y proyección institucional en el mediano y largo plazo.