

UNIVERSIDAD DE MANAGUA

El más alto nivel



SÍNTESIS DEL DISEÑO DEL PROYECTO INSTITUCIONAL

Comunicación inclusiva desde una perspectiva estratégica para el fortalecimiento de la cohesión social en Instituciones Educativas. Caso de Estudio UdeM y UCLV.

2025

INSTITUCIÓN RESPONSABLE:

Universidad de Managua

TÍTULO DEL PROYECTO:

Comunicación inclusiva desde una perspectiva estratégica para el fortalecimiento de la cohesión social en Instituciones Educativas. Caso de Estudio UdeM.

ESTADIO DEL PROYECTO: En ejecución

EJE DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE EDUCACIÓN EN TODAS SUS MODALIDADES "BENDICIONES Y VICTORIAS" 2024-2026, A QUE SE ALINEA:

EJE 9: Educación Especial Incluyente

ÁMBITO Y ÁREA PRIORITARIA DE LA POLÍTICA Y AGENDA DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN DEL SISTEMA EDUCATIVO NACIONAL DEL SISTEMA NACIONAL 2025-2027:

Ámbito Educativo

- **Área prioritaria:** Área 2. Educación Especial Incluyente.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL:

Periodismo y comunicación para el desarrollo sostenible

RESPONSABLE PRINCIPAL DEL PROYECTO:

MSc Silvia Elena Valle Areas

BREVES ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO:

La comunicación en las instituciones de educación superior ha dejado de ser un mero instrumento informativo para convertirse en un eje transversal que gestiona la cultura organizacional y la identidad institucional. Según la UNESCO, la educación inclusiva y equitativa no solo depende del acceso a las aulas, sino del entorno discursivo y social que se construye dentro de ellas, donde el lenguaje y los canales de comunicación juegan un rol determinante en la eliminación de barreras simbólicas y discriminación (UNESCO, 2020). Sin embargo, muchas instituciones carecen de políticas formales de comunicación inclusiva, lo que puede derivar en micro-exclusiones que afectan el sentido de pertenencia.

En el contexto regional y nacional, la gestión de la diversidad se ha vuelto un imperativo ético y legal. La comunicación estratégica inclusiva actúa como un catalizador para la cohesión social, entendida como la capacidad de una sociedad — o en este caso, una comunidad universitaria— para asegurar el bienestar de todos sus miembros, minimizando disparidades y evitando la polarización (CEPAL, 2021).

La problemática radica en que, a menudo, la "inclusión" se limita a adaptaciones físicas, descuidando la dimensión comunicacional (semántica, visual y digital). La ausencia de una estrategia comunicativa que reconozca y valide la diversidad del estudiantado y profesorado puede debilitar el clima organizacional y la imagen reputacional de la universidad. Esto es crítico en un entorno donde las nuevas generaciones valoran el compromiso social de las marcas y las instituciones educativas.

En Nicaragua este principio se sustenta en la Estrategia Nacional de Educación en todas sus Modalidades "Bendiciones y Victorias" 2024-2026, y el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022 – 2026. La Universidad de Managua, en su Modelo Educativo Institucional declara valores como la inclusión y la equidad, se reconoce y valora la diversidad de las personas como oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, todo ello basado en un proceso de enseñanza aprendizaje desde el enfoque socio constructivista.

Por tanto, esta investigación se justifica en la necesidad de diagnosticar cómo se construyen los discursos internos y externos en la UdeM. Se busca pasar de la intuición a la gestión estratégica, aportando evidencia sobre cómo una comunicación planificada puede reducir conflictos y aumentar la colaboración. Esto se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 10: Reducción de las desigualdades) y fortalece el perfil humanista de la universidad.

Finalmente, los resultados permitirán a la UdeM desarrollar un manual de comunicación y políticas de convivencia que sirvan de modelo pedagógico. Al integrar a las diferentes carreras en el diseño de estas estrategias, la investigación se convierte en una herramienta de innovación curricular, preparando a los estudiantes para gestionar la comunicación en entornos complejos y diversos, una competencia altamente demandada en el mercado laboral actual.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar la estrategia de comunicación inclusiva en la UdeM que fortalezca la identidad y convivencia organizacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diagnosticar las prácticas comunicacionales actuales (semánticas, visuales y digitales) en los canales internos y externos de la UdeM, para identificar barreras simbólicas o micro-exclusiones que afecten la percepción de diversidad e inclusión.
2. Analizar el nivel de cohesión social y sentido de pertenencia de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y administrativos), en relación con la efectividad de los discursos institucionales y la gestión de la identidad organizacional.
3. Formular la estrategia de comunicación institucional inclusiva que articule el modelo de gestión universitaria, el socio-constructivista de la UdeM con políticas de lenguaje no discriminatorio y representación de la diversidad, alineados con el ODS 10 y la Estrategia Nacional de Educación.

DURACIÓN DEL PROYECTO: 3 años

PERIODO QUE ABARCA EL PROYECTO: 2025 – 2027

RESULTADOS ESPERADOS

Resultados esperados	Metas		
	2025	2026	2027
Diagnóstico de prácticas comunicacionales actuales (semánticas, visuales y digitales) en los canales internos y externos de la UdeM.	X		
Publicación de artículos en revistas indexadas.		X	X
Presentación de resultados investigativos a eventos científicos.	X		X
Estrategia de comunicación institucional diseñada y aplicada.		X	X