

## APRUEBA POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE.

SANTIAGO, 29/07/2020 - 2588

**VISTOS:** El DFL N° 149 de 1981, del Ministerio de Educación; la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; la Ley N° 19.880, Establece bases de los procedimientos administrativos que rigen los actos de los órganos de la administración del Estado; la Ley N° 20.285, sobre Acceso a la Información Pública; y la Resolución N° 7 de 2019, de la Contraloría General de la República.

### CONSIDERANDO:

a) Que, la Universidad de Santiago de Chile como Institución de Educación Superior del Estado de Chile, requiere de una gestión comunicacional que sea coherente con su histórico sello y compromiso de responder a las necesidades y requerimientos de la sociedad chilena, especialmente en las demandas de diversidad e inclusión que plantea la ciudadanía en estos tiempos.

b) Que, es un deber irrenunciable mantener total transparencia, tanto respecto de la sociedad como frente a los integrantes de todos sus estamentos, indispensable para el fortalecimiento de una cultura que esté alineada a la Misión, Visión y Valores de la Universidad y que refleje los valores del plantel para toda la comunidad, interna y externa.

c) Que, resulta necesario contar con un instrumento a través del cual, todo integrante de la comunidad institucional puede contribuir de forma activa a la definición del sello Usach, que resulta determinante para el relacionamiento de los diferentes grupos y personas dentro de la institución.

### RESUELVO:

**1. APRUÉBASE** la política de comunicaciones, cuyo texto se transcribe a continuación:

#### **Artículo 1.- Declaración:**

La Universidad de Santiago de Chile desde sus inicios fue la respuesta del Estado a las necesidades crecientes del país en materia industrial y de infraestructura y luego se planteó como la base de la formación técnico-profesional que Chile demandaba en diversas áreas productivas, para después consolidarse como una entidad con participación activa en el debate social y político del país, la actual coyuntura exige la consolidación de esos espacios de formación integral de agentes de cambio y de interacción con la comunidad, con miras en construir un mejor país.

La visión de futuro que se ha planteado la Universidad se sustenta, de manera sólida e inevitable, en los valores y principios que durante el siglo XIX guiaron el proyecto institucional fundador de la Universidad, como fue formar personas y generar capacidades que permitieran el ingreso de Chile a la ruta del desarrollo económico y productivo.

El país debe conocer las acciones que, con la participación de todos sus estamentos, la Universidad de Santiago de Chile realiza y pone a disposición de la comunidad para incidir en el bienestar común y generar oportunidades que permitan el desarrollo integral de todos los habitantes de la nación, a través de la formación de personas de primer nivel y de la creación de conocimiento que aporte a la solución de los problemas actuales de la sociedad.

En ese contexto, hoy más que nunca, las comunicaciones tienen una gran relevancia en la creación de una cultura organizacional de las instituciones. Este es un instrumento a través del cual, además de los mensajes que se entregan de forma explícita, a todo integrante de la comunidad institucional pueden contribuir de forma activa a la definición del sello Usach, que resulta determinante para el relacionamiento de los diferentes grupos y personas dentro de la institución.

#### **Artículo 2.- Bases de la Política de Comunicaciones:**

La Política Comunicacional busca generar un punto de convergencia entre la estrategia corporativa de la universidad, su identidad y la imagen que proyecta, con el objetivo de alinear cada uno de esos puntos de forma concreta hacia los principios declarados en la Misión, Visión y Valores institucionales, la Política de Comunicaciones se define como una herramienta que permite controlar y orientar los esfuerzos de la Universidad por difundir sus contenidos e instalar sus mensajes en todos los niveles, orientándolos al fortalecimiento de valores y objetivos de la institución.

La Política Comunicacional busca generar un punto de convergencia entre la estrategia corporativa de la universidad, su identidad y la imagen que proyecta, con el objetivo de alinear cada uno de esos puntos de forma concreta hacia los principios

#### **Artículo 3.- Aspectos de la Política Comunicacional:**

a) La Universidad de Santiago de Chile aspira a seguir siendo una institución referente de calidad en materia de educación superior pública y estatal, con un marcado énfasis en incrementar y mantener su calidad y excelencia en todas las áreas estratégicas definidas en el Plan Estratégico Institucional 2016-2020.

b) La Universidad de Santiago de Chile tiene un compromiso para acentuar aún más el posicionamiento de su rol público, actuando en consecuencia y con el ejemplo, haciendo suyas las necesidades de la población chilena en los ámbitos de la Educación, las Ciencias y la Cultura, entre otros, destacándose además en materia de transparencia, probidad, y en la generación y uso eficiente de los recursos.

c) El destino de la Universidad de Santiago de Chile está guiado por factores como la equidad y la inclusión en Educación Superior, en aspectos de acceso y permanencia y, por ello, el plantel velará por la incorporación efectiva en el mundo moderno de aquellos jóvenes socioeconómicamente menos favorecidos, permitiéndoles ser parte de la vida social, cultural y productiva en toda su plenitud, como seres autónomos, capaces de tomar decisiones y de aportar al bien común, al crecimiento y desarrollo humano y económico del país.

d) Siempre, el plantel enfatizará en sus esfuerzos por desarrollar su rol de formadora de ciudadanos para el

mundo, capaces de desenvolverse e interactuar en distintas culturas, con dominio absoluto de un segundo o tercer idioma, y con un pensamiento sustentable, integrador y global.

e) Se ha impuesto como un propósito ineludible avanzar hacia una mayor inserción internacional, atrayendo capital humano avanzado y estudiantes de diversas latitudes, posicionándose y reforzando sus lazos con instituciones de todos los continentes, las que también serán destino de nuestros estudiantes y académicos.

f) Por todo lo anterior, se focalizará en ser una experiencia de vida sobresaliente para sus estudiantes en todas sus dimensiones: formación profesional, relaciones humanas, bienestar y calidad de vida, y espacios formativos y públicos.

g) Como Alma Mater, mantendrá firme el vínculo de sus egresados, generando las condiciones para que, siempre, estén dispuestos a retribuir generosamente de distintas formas a su Universidad, a seguir participando de ella, y a referirse satisfactoriamente con relación a sus vivencias tras el paso por la Educación Superior.

**Artículo 4.- Objetivos.** La Política de Comunicaciones propenderá a:

**a) Efectiva y adecuada difusión de las acciones de la Usach en su rol como universidad pública.**

El imperativo de cualquier acción comunicacional de la Universidad será siempre estar en completa coherencia con la misión, visión y valores del plantel, con el objetivo de mantener los altos niveles de credibilidad que han caracterizado a la Universidad en sus 171 años de historia.

**b) Transparencia para dar cuenta de su gestión.**

La Usach es una institución del Estado de Chile y, en ese marco, refuerza su rol ante la sociedad con acciones comunicacionales que dan completa cuenta de sus objetivos, forma de actuar y decisiones e informaciones relevantes para la comunidad tanto internas como aquellas que impactan a sus públicos externos.

**c) Mantención y libre acceso a medios de comunicación e información en distintos soportes sobre la vida universitaria.**

Como ocurre con su sitio web institucional, con estricto apego al cumplimiento de la Ley N°20.285, sobre Acceso a la Información Pública, el que promueve la transparencia activa a través de la entrega y fácil acceso a información sobre las políticas y funcionamiento institucionales, reglamento interno de personal, contratos, estructura de remuneraciones, políticas de normas y adquisiciones, contratos vigentes, licitaciones, presupuesto anual, estados financieros y estados mensuales de situación, así como lo correspondiente a lo dispuesto en la Ley N°20.730, que norma el Lobby y la Gestión de Intereses Particulares.

**d) Comunicación formal y consistente con las autoridades sectoriales.**

Además de lo que implica un diseño comunicacional tradicional, que incluye comunicados, notas de prensa, las publicaciones oficiales, las conferencias públicas, entrevistas o declaraciones públicas, el rol institucional de la Usach implica vías y soportes de comunicación formal y consistente con los poderes públicos y con todas aquellas instituciones y organismos enmarcados en la institucionalidad.

**e) Rol del Departamento de Comunicaciones, Radio y TV.**

Con dependencia administrativa de la Prorrectoría, las funciones de este Departamento son velar por que las informaciones generadas por la institución se enmarquen estrictamente dentro de los principios de esta Política de Comunicaciones.

**f) Acceso simultáneo, equitativo, formal y rápido a la información de la Usach.**

En el marco de los protocolos internos establecidos por el Departamento de Comunicaciones, Radio y TV, especialmente cuando se trate de vincularse con los medios de comunicación, la Usach debe ser una fuente informativa que permita acceder a sus informaciones con calidad, seguridad, de manera eficiente y efectiva, siempre velando por el justo equilibrio en lo que el plantel quiere y debe comunicar y la evaluación de la pertinencia de lo solicitado por cualquier periodista y/o medio de prensa.

**g) Garantizar que la sociedad en su conjunto reciba información institucional que se apegue a los liderazgos internos vigentes.**

La diversidad y equidad que rigen la Usach y la representatividad que se da a todos sus estamentos, sin distinciones, establece como un imperativo proporcionar los espacios para que todos y todas puedan expresarse. Por lo tanto, no existe una prohibición de interactuar con los medios de comunicación.

Sin embargo, en lo referido a las directrices institucionales, estos requerimientos deberán ser canalizados hacia y desde el Departamento de Comunicaciones, Radio y TV, cuyo deber será siempre responderlos de la manera más rápida y oportuna posible, siempre velando por que la información contenida en las respuestas se encuentre dentro de los criterios comunicacionales descritos en este documento.

**h) Énfasis en la promoción de la investigación y el aporte al conocimiento que hace la Usach en el país.**

La Universidad de Santiago de Chile tiene como uno de sus mayores atributos ser un plantel que aporta al desarrollo y modernización del país a través del desarrollo del pensamiento, la investigación y el conocimiento. Por ello, desde las comunicaciones, una de las prioridades es visibilizar de manera adecuada, oportuna y equitativa este tipo de información.

**Artículo 5.- Directrices.**

- Para efectos institucionales, el Rector es la voz principal de la Universidad. No obstante, puede delegar esa función relacionada cuando lo considere necesario.
- Las opiniones vertidas por cualquier miembro de la comunidad universitaria, al margen de los canales oficiales, no representarán necesariamente el pensamiento de la Universidad y será de responsabilidad exclusiva de quienes las emitan.
- Toda acción material o inmaterial de Usach en materia comunicacional deberá proyectar la identidad, misión, visión principios y valores del plantel, sin excepciones.
- Como mandato irrefutable, la Universidad de Santiago de Chile ejercerá sus labores informativas y comunicacionales sobre la base de un diseño e implementación vinculantes, inclusivos y respetuosos de todos y todas, fuera y dentro de su comunidad, para promover su aporte al conocimiento, la investigación, la innovación y el compromiso con la sociedad que tiene el plantel.
- Es tarea del Departamento de Comunicaciones, Radio y TV velar por la transparencia y calidad de cada pieza o acción informativa, la apertura frente a los distintos públicos y la adaptación a los cambios que ocurran de acuerdo con la coyuntura.
- Es deseable que cada actuación pública-comunicacional de académicos, profesionales y administrativos, éstos comuniquen que son parte de Usach.
- Las comunicaciones internas de la Universidad deben incluir a todos los actores universitarios, generando espacios para el encuentro, el intercambio y los acuerdos.

## **Artículo 6.- Departamento de Comunicaciones, Radio y Tv.**

Es el organismo ejecutor de la Política Comunicacional de la Universidad de Santiago de Chile.

Cada uno de los estamentos del plantel tendrá garantizado el permanente acceso a sus profesionales, herramientas y plataformas para difundir las actividades que sean de su pertinencia, alineadas, siempre a la Misión, Visión y Valores de la Universidad.

De la misma forma, podrá contar con la asesoría de sus profesionales, para así mantener las directrices adecuadas.

## **Artículo 7.- Funciones del Departamento de Comunicaciones, Radio y Tv.**

- a) Fortalecer la imagen institucional interna y externa de la Universidad de Santiago de Chile, sobre la base de su historia de excelencia académica y de su activo rol en la educación pública del país.
- b) Difundir, divulgar y contribuir a la promoción de las labores de investigación, extensión, docencia, asistencia técnica, gestión administrativa y toda las actividades de importancia para la Institución.
- c) Establecer mecanismos de comunicación interna que permitan mejorar la información que recibe la comunidad universitaria, en concordancia con el trabajo que realiza el resto de las unidades que prestan servicios a sus distintos estamentos.
- d) Potenciar el rol público y democratizador de Radio y Tv Usach, como medios de comunicación estatales, y así difundir en ambos medios una programación de calidad, pluralista, inclusiva, y pertinente a su rol universitario.

## **Artículo 8.- Unidades del Departamento de Comunicaciones, Radio y Tv.**

Para el cumplimiento de los objetivos antes descritos, el Departamento cuenta con cuatro unidades:

- A) Unidad de Comunicación Interna y Marketing.**
- B) Unidad de Medios.**
- C) Unidad de Radio.**
- D) Unidad de TV**

## **Artículo 9.- Unidad de Comunicación Interna y Marketing.**

Estará a cargo de un jefe de Unidad y sus principales funciones son:

1. Canalizar las necesidades de comunicación interna de los integrantes de la comunidad universitaria y generar las instancias que permitan transmitir el sentido de pertenencia y de compromiso institucional, a través de un relato interno, representativo y que encarne la cultura Usach.
2. Planificar y ejecutar las distintas campañas de comunicación y de marketing, de las diversas unidades y estamentos que componen la Universidad, en concordancia con sus objetivos y misión.

## **Artículo 10.- Unidad de Medios.**

Estará a cargo de un jefe de Unidad y sus principales funciones son:

1. Coordinar la entrega informativa del quehacer universitario, tanto hacia el interior como el exterior de la Universidad.
2. Proyectar la actividad universitaria en el medio externo, a través del establecimiento de vínculos con diversos

medios de comunicación, que posibiliten la difusión de los trabajos de investigación y los avances científico-tecnológicos que realiza su comunidad académica.

**Artículo 11.- Unidad de Radio.**

Estará a cargo de un jefe de Unidad y cuyas principales funciones son:

1. Implementar y mantener al aire la concesión de radio adjudicada en la Región Metropolitana, con una programación de calidad, en concordancia con los objetivos y misión de la Universidad.
2. Vincular el quehacer universitario con el medio externo, a través de la difusión de sus actividades de investigación, docencia y extensión, mediante la elaboración y producción de programas radiales.

**Artículo 12.- Unidad de TV.**

Estará a cargo de un jefe de Unidad y cuyas principales funciones son:

- 1 Implementar y mantener al aire la concesión de televisión adjudicada en la Región Metropolitana, que brinde una programación de calidad, en concordancia con los objetivos y misión de la Universidad.
- 2 Vincular el quehacer universitario con el medio externo, a través de la difusión de sus actividades de investigación, docencia y extensión, mediante la elaboración y producción de programas televisivos.

**ANÓTESE Y COMUNÍQUESE.**

**DR. JUAN MANUEL ZOLEZZI CID, RECTOR.**

Lo que transcribo a usted, para su conocimiento.

Saluda a usted,

  
  
**GUSTAVO ROBLES LABARCA**  
**SECRETARIO GENERAL**

JMZC/GRL/AJT

Distribución

- 1.- Secretaría General
- 1.- Dirección Jurídica
- 1.- Dirección de Desarrollo Institucional
- 1.- Archivo Central
- 1.- Oficina de Partes