



unap

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

Dirección General de Vinculación con el Medio
y Relaciones Internacionales

ÍNDICE

Introducción	3
Misión, Visión y Valores Institucionales	4
Objetivos	6
Funciones de la Dirección General de Vinculación con el Medio y Relaciones Internacionales	7
Caracterización del Público Objetivo Interno y Externo	9
Ámbitos Comunicacionales	11
Mensajes	13

INTRODUCCIÓN

Este documento contiene la Política de Comunicación de la Universidad Arturo Prat (UNAP), que establece los criterios sobre cómo y para qué se comunican los mensajes institucionales basados en la misión, visión y valores de la Institución.

A partir de estos principios se desarrolla posteriormente y se implementa esta Política para alcanzar a públicos internos y externos con mayor eficacia. Esto con el fin de reforzar la imagen, identidad y posicionamiento de toda la Institución, y así lograr los objetivos del Plan Estratégico Institucional vigente, junto a su Política de Comunicación.

La Política de Comunicaciones establece los principios rectores que dirigen las acciones y sistemas de comunicación de la Universidad Arturo Prat, a nivel interno y externo, sirviendo como marco de referencia para el funcionamiento de los medios informativos de la Institución, la gestión de la imagen corporativa, las normas gráficas, las vocerías institucionales, las relaciones con los medios de prensa y nuestra colaboración con los mismos, la comunicación interna dentro de la comunidad universitaria, así como las interacciones con el público externo en general.

Las recomendaciones plasmadas en este documento están dirigidas a fortalecer la comunicación organizacional, la difusión, la imagen y el posicionamiento de la Institución educativa ante todos los públicos relevantes, a través de directrices y acciones claras, organizadas y sistemáticas.

De esta manera fortalecemos la comunicación de la UNAP, generando una mayor vinculación de la Rectoría y las estrategias de la Institución hacia la comunidad y su territorio. En este contexto, los encargados/as de vinculación con el medio de la Sede Victoria; Centros Docentes de Vinculación, además de las facultades, tendrán la responsabilidad de generar una gestión vinculante, a través de proyectos, estando la difusión a cargo de la Dirección General de Vinculación con el Medio y Relaciones Internacionales (DGVRI).

Cabe destacar que la DGVRI tiene como misión, proyectar la imagen institucional, sus programas y servicios, así como comunicar las actividades universitarias y la interacción de la comunidad con el ámbito nacional e internacional. Además, es la responsable de velar por el correcto uso de la imagen corporativa y normas gráficas establecidas.

En ese marco la Dirección, deberá enfatizar la difusión de las distintas iniciativas universitarias, así como de los programas y proyectos, resaltando la figura del Rector o Rectora en el contexto de las actividades universitarias. Además, se comprometerá elaborar un plan de comunicaciones que contemple acciones de impacto tanto interno como externo, potenciando las diversas plataformas de difusión de la Universidad, como el sitio web institucional, Radio UNAP, las redes sociales y canal de YouTube oficiales.

Esta Política de Comunicación que está en concordancia con la misión y visión institucional, establece las normas y principios que guían los sistemas de comunicación de la Universidad, transformándose en un marco regulatorio para el funcionamiento de la Institución con sus distintos públicos objetivos.

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES INSTITUCIONALES

La Misión, Visión y Valores de la Universidad Arturo Prat, son elementos fundamentales de su identidad y orientación estratégica.

MISIÓN

Somos una Universidad Estatal, de carácter regional, que forma profesionales y postgraduados comprometidos con el ámbito social, político y económico, generando conocimiento vinculado al desarrollo territorial sostenible. Promovemos la movilidad social, la integración transfronteriza, la interculturalidad y valores democráticos como la libertad de expresión, la igualdad, el respeto a los derechos humanos y el compromiso con los pueblos originarios.

VISIÓN

La Universidad Arturo Prat es una Institución de educación superior regional y estatal que aspira a ser reconocida como un actor relevante y de excelencia al servicio del desarrollo integral del territorio.

VALORES INSTITUCIONALES

- I. **Transparencia:** La Universidad actuará siempre de manera clara para acrecentar los niveles de confianza en los procesos internos de la Institución.
- II. **Pluralismo y respeto:** Responde a la necesidad de coexistir con tendencias, ideas y planteamientos diversos, siempre sobre la base del respeto a las libertades, derechos personales y colectivos.
- III. **Ética:** Corresponde al desarrollo de la capacidad de evaluar, en función de la estructura de valores, la actuación de una persona. Es el compromiso y la responsabilidad con la que realizamos nuestro trabajo; el deber social de construir en conjunto con otros.
- IV. **Profesionalismo:** Consiste en que todas las personas que trabajan en la Universidad Arturo Prat orienten su experiencia, conocimiento y desempeño con altos estándares de calidad y eficacia, de forma tal que contribuyan al logro de las metas y objetivos estratégicos de la Universidad.
- V. **Compromiso:** La Universidad centra sus acciones en torno a cumplir un rol de agente dinamizador de los procesos de desarrollo de las personas, comunidades regionales y el país. Actúa con un espíritu solidario en favor de los sectores más vulnerables de la sociedad, el interés público, la igualdad, la libertad, la democracia y la justicia. La Universidad está atenta al contexto

en el que inmerso y debe tener un rol activo de liderazgo en post del desarrollo humano actual y futuro.

- VI. Equidad:** Comprende la entrega de oportunidades igualitarias de acceso, considerando las necesidades y las circunstancias individuales. Esto contribuye al respeto y la calidad de la convivencia en el espacio universitario, en condiciones conocidas, homogéneas y justas. Debe existir un manejo de los resultados que entregue satisfacción, y reconozca beneficios y obligaciones a todas las personas que forman parte de la comunidad, para la plena realización de sus derechos y oportunidades, basados en la gestión del conocimiento que la institución desarrolla.
- VII. Colaboración:** Implica promover y desarrollar las capacidades para trabajar con otros, bajo un enfoque multidisciplinario, con el fin de lograr objetivos comunes.

OBJETIVOS

Los objetivos de la Política de Comunicaciones de la UNAP, son facilitar la articulación de estrategias, planes y acciones comunicacionales, tanto de la Universidad como de su comunidad académica y administrativa. De esta forma esta política contribuirá al desarrollo de las actividades institucionales, para que la Casa de Estudios sea reconocida internamente y se posicione externamente en la comunidad. Además, promoverá la responsabilidad social en el Estado de Chile, manteniendo una identidad regional y priorizando la formación de profesionales con compromiso con la generación de conocimiento para el desarrollo integral de los territorios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Garantizar que la información institucional se comunique de manera clara, precisa y oportuna a todos los miembros de la comunidad universitaria y al público en general.
- Promover los valores, principios e identidad de la Universidad.
- Velar por el correcto uso de la imagen corporativa visual vigente de esta Casa de Estudios Superiores, en cuanto a isotipo, logotipo e imago tipo, junto a las normas gráficas establecidas desde la DGVRI.
- Promover la responsabilidad social.
- Establecer canales de comunicación efectivos que promuevan la participación activa de los estudiantes, académicas y académicos, personal administrativo y comunidad en general, fomentando un ambiente de diálogo abierto y constructivo.
- Desarrollar estrategias de comunicación que resalten los valores, logros y actividades de la Universidad, contribuyendo a fortalecer su reputación y posicionamiento tanto a nivel local como nacional e internacional.
- Mejorar la comunicación entre las diferentes áreas y niveles de la Universidad, facilitando la coordinación de actividades, la colaboración interdisciplinaria y el flujo de información relevante para el buen funcionamiento de la Institución.
- Aprovechar las herramientas y plataformas digitales para ampliar el alcance de la comunicación institucional, llegar a nuevos públicos y adaptarse a las tendencias tecnológicas actuales.
- Establecer lineamientos claros sobre el tono, estilo y mensajes institucionales para asegurar que la comunicación de la universidad sea coherente en todos los canales y materiales utilizados.

FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE VINCULACIÓN CON EL MEDIO Y RELACIONES INTERNACIONALES

La Dirección General de Vinculación con el Medio y Relaciones Internacionales de la Universidad Arturo Prat (UNAP) depende de la Rectoría, y su función es formular y proponer programas y proyectos estratégicos de Vinculación y Extensión que amplíen y diversifiquen la presencia activa de esta casa de estudios superiores en la Región de Tarapacá, así como en sus Centros Docentes y de Vinculación de Arica, Antofagasta, Calama, Santiago, y Sede Victoria.

Su misión apunta a fomentar la vinculación, a través del quehacer docente y la investigación, favoreciendo los intereses de la comunidad, creando y manteniendo nexos, mediante actividades institucionales que vinculen a la UNAP con el medio investigativo, disciplinario, artístico, tecnológico y productivo, contribuyendo al posicionamiento y al rol social, comprometido con la Misión Institucional.

PRINCIPIOS ORIENTADORES

- Toda comunicación que emita la Universidad Arturo Prat debe respetar la línea editorial establecida, plasmando su tradición como Institución del Estado, Regional y de Zonas Extremas, así como su misión, visión y valores consignados en el Plan de Desarrollo Estratégico Institucional vigente. Esto enmarcado en un compromiso con la diversidad, equidad e inclusión, representando la voz de los territorios con un lenguaje inclusivo, no sexista, que no utilice imágenes que reproduzcan estereotipos. Todo esto alineado con la Política Integral de Igualdad de Género.
- La Universidad Arturo Prat impulsará, tanto en su comunidad interna como externa, una comunicación efectiva, oportuna y clara, de tal manera que su accionar difundido mediante distintas plataformas sea comprensible para su público objetivo.
- Nuestra Institución promoverá el uso del lenguaje inclusivo y no sexista, así como también la utilización de las imágenes de manera que no se reproduzcan estereotipos de género. Todo esto alineado con la Política Integral de Igualdad de Género.
- La Dirección General de Vinculación con el Medio y Relaciones Internacionales es la responsable de visar cualquier elemento de difusión externa que contemple la imagen corporativa de la Institución. Asimismo, puede asesorar el trabajo que desarrollan otras unidades (Dirección de Gestión de Personas) en relación a la comunicación interna.
- La DGvRI cubrirá solo iniciativas que estén plasmadas en proyectos de Vinculación con el Medio, Investigación, Innovación o Docencia y que tengan impacto con la comunidad interna o externa.
- Las plataformas oficiales que se utilizarán para la difusión interna serán: Campus Online, Correo Institucional y Teams.
- Las plataformas oficiales que se contemplarán para la difusión externa son: Correo Institucional, Web UNAP, Radio UNAP, redes sociales y canal de YouTube.

- La actualización de la información que se encuentre en la página web institucional (www.unap.cl) es de responsabilidad de las unidades académicas y administrativas, quienes a través de la persona encargada de Vinculación deberán enviar la información al correo vinculacion@unap.cl, correspondiente a la Dirección General de Vinculación con el Medio y Relaciones Internacionales.

RESPONSABILIDADES

- Desde sus distintas áreas quienes son parte de la comunidad universitaria deben responsabilizarse de la correcta y oportuna emisión de los mensajes e informaciones relevantes de su quehacer.
- Todas las jefaturas son responsables de la correcta y oportuna emisión de los mensajes e informaciones a sus equipos de trabajo.
- Cada Vicerrectoría, Dirección, Unidad, Estudiante o Administrativo, es responsable de entregar las informaciones o antecedentes que se requieran para efectos de difusión y promoción - interna y externa - del quehacer de la UNAP.
- Toda la comunidad universitaria con sus distintos estamentos es responsable de respetar y cautelar el buen uso de la imagen (Manual de Normas Gráficas) y marca institucional, en todos los elementos de difusión, publicidad o presentaciones corporativas en sus actividades.
- Toda unidad académica y administrativa de la Universidad que desee implementar un medio de comunicación o plataforma informativa particular, deberá presentar la iniciativa a la DGVRI para ser evaluada considerando como parámetros: Responder a una real necesidad institucional, tener factibilidad económica, considerar el tiempo que involucra, así como también el recurso humano que se requerirá.
- Las y los distintos profesionales de comunicaciones que sean parte de la Institución, mediante proyectos u otras instancias, deberán acatar la Política de Comunicaciones Institucional y respetar las normativas establecidas por el área de diseño y periodismo de la DGVRI en todos los productos comunicacionales y de difusión o publicidad que realicen.
- Las Facultades y su personal académico deberán solicitar los distintos servicios de comunicaciones (cobertura, difusión o diseño) de cualquier actividad o producto, a través de las personas encargadas de Vinculación con el Medio de cada Facultad.
- Para dar a conocer los distintos proyectos que realiza la Institución, ya sean financiados internamente o con recursos externos, quienes dirijan el proyecto deberán considerar un plan de difusión con los recursos asociados al mismo.

CARACTERIZACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO INTERNO Y EXTERNO

El público objetivo interno de la UNAP se refiere a los miembros que forman parte de la organización, como académicos y académicas, personal administrativo, integrantes del equipo directivo y de vicerrectorías, estudiantes y todo aquel que forma parte de la comunidad educativa. Este grupo interno es fundamental para la difusión de información dentro de la institución y para mantener una comunicación efectiva en todos los niveles.

- **El Público Interno de la Institución:** está conformado por toda la comunidad universitaria: Integrantes de la Honorable Junta Directiva y Consejo Académico, funcionarias y funcionarios de los estamentos académico y administrativo, además del estudiantado de nivel técnico, pre y postgrado.

Los públicos objetivos establecidos a nivel interno son:

- Vicerrectorías, direcciones y direcciones superiores.
- Sedes y Centros:
 - Casa Central.
 - Sede Victoria.
 - Centro Docente y de Vinculación Arica.
 - Centro Docente y de Vinculación Antofagasta.
 - Centro Docente y de Vinculación Santiago.
- Facultades:
 - Ciencias.
 - Ciencias Empresariales.
 - Ciencias de la Salud.
 - Ciencias Humanas.
 - Ciencias Jurídicas y Políticas.
 - Ingeniería y Arquitectura.
 - Recursos Naturales Renovables.
- Departamento de Formación Técnica (DFT).

Todo este público interno se considera como una parte fundamental en la estrategia institucional, porque el resultado de la labor que se desarrolla al interior de la organización, se refleja externamente y da cuenta de cómo se logra potenciar la identidad y el posicionamiento institucional en el ámbito regional, nacional e internacional.

- Por otro lado, el público objetivo externo de la institución está compuesto por personas, grupos o entidades que no forman parte directa de la organización, como clientes, proveedores, medios de comunicación, comunidad local, entre otros. Identificar los distintos grupos o públicos de interés es fundamental para comunicar los mensajes de la Universidad de manera efectiva y lograr los objetivos de difusión comunicacional de la Institución.
 - a. **Medio Social-Comunitario:** futuras y futuros estudiantes junto a sus familias, estudiantes ingreso PSU, sociedad civil, movimientos sociales rurales y urbanos, pueblos originarios, juntas de vecinos, agrupaciones deportivas, clubes, comités, voluntariado, gremios, sindicatos, etc.
 - b. **Medio Político Administrativo:** gobierno nacional, regional, comunal, ministerios, servicios públicos, autoridades públicas, autoridades políticas, etc.
 - c. **Medio Tecnológico-Productivo:** pymes, empresas regionales, nacionales, transnacionales, centros de innovación, emprendedoras y emprendedores, empleadoras y empleadores, etc.
 - d. **Medio Profesional-Disciplinario:** familias de actuales estudiantes, egresadas y egresados de la Universidad, otras universidades, CRUCH, CUECH, CNA, fondos que financian proyectos, centros de investigación, consorcios nacionales, institutos de investigación, etc.
 - e. **Medio Artístico Cultural:** agrupaciones, artistas, intelectuales, gestores y gestoras, creadores y creadoras, difusores y difusoras, productores y productoras, curadores y curadoras.
 - f. **Medio Internacional:** embajadas, universidades, organismos internacionales, fundaciones, empresas, pueblos, naciones, estados, ONG's, consorcios internacionales, etc.
 - g. **Público Interno de la Institución:** está conformado por estudiantes; autoridades universitarias; académicas y académicos; administrativas y administrativos.

Todo este **público interno** se considera como una parte fundamental de la estrategia institucional, porque el resultado de cada labor al interior de la Corporación, será el reflejo de cuánto la Universidad Arturo Prat logre potenciar su identidad y su posicionamiento institucional en el ámbito regional, nacional e internacional.

ÁMBITOS COMUNICACIONALES

En el contexto del ámbito comunicacional se deben considerar los siguientes aspectos:

- **Mención del nombre institucional y comunidad**

La “Universidad Arturo Prat “para ser mencionada en los distintos elementos informativos o a nivel de su imagen corporativa, podrá utilizar su nombre” Universidad Arturo Prat, la sigla “UNAP” o las expresiones genéricas “Casa de Estudios Superiores unapina”, “Institución unapina” y “Corporación educativa”. Asimismo, en el caso de hacer alusión a su identidad podremos referirnos a la “Universidad del Conocimiento y el Territorio”.

Por otra parte, se podrá hacer referencia a la comunidad universitaria como “comunidad unapina” y al estudiantado como “unapinos y unapinas”.

- **Manejo y uso de la identidad visual e imagen corporativa**

Quien integre la comunidad universitaria deberá regirse por la norma establecida en el Manual de Normas Gráficas que declara la construcción y aplicación de la marca, definiendo la identidad visual con la cual la Universidad quiere ser vista en todos los eventos o acciones en que se haga uso de ella.

- **Relaciones públicas y protocolo institucional**

El Manual de Ceremonial y Protocolo es el documento que establece las principales normas que deben observarse al momento de planificar y ejecutar cualquier acto, evento, ceremonia o acción protocolar en la UNAP.

- **Vocerías institucionales**

La principal vocería de la Universidad Arturo Prat, es el Rector o Rectora quien actuará acorde a los principios declarados en esta política, abordando temas acerca del proyecto institucional, el relacionamiento externo de la Universidad y las políticas públicas relacionadas con esta Casa de Estudios Superiores. Como autoridad máxima determinará, además en casos específicos, los directivos y directivas que podrán también actuar como voceras/os de acuerdo a sus experticias.

Asimismo, la Vicerrectoría Académica junto a las distintas facultades deberán informar a la DGVRI respecto a quienes podrán ser voceras o voceros frente a la consulta de los medios de comunicación, de acuerdo a sus distintas áreas de desarrollo o experticia.

- Administración y manejo de medios corporativos.

Los medios corporativos oficiales de la Universidad, esto es, aquellos que representan a la totalidad de la institución, serán gestionados, supervisados y administrados por la Dirección General de Vinculación con el Medio y Relaciones Internacionales.

- Comunicación e información organizacional interna.

Es deber de la comunidad universitaria mantenerse informada del acontecer institucional y de las informaciones organizacionales que atañen a sus estudios y al trabajo que llevan a cabo en la Corporación Educativa, a través de los diferentes medios de comunicación de la Universidad, así como de su documentación oficial. Esto incluye, entre otros: reuniones internas, memorándums, resoluciones y reglamentación institucional.

- Relación con los medios de comunicación.

Toda comunicación pública que la Universidad transmita en forma oficial a los medios de comunicación debe ser orientada o conocida por la DGVRI, quien velará por la correcta emisión de los mensajes institucionales y de la imagen corporativa. Con la finalidad de cautelar el uso del lenguaje inclusivo y no sexista y la no reproducción de estereotipos de género.

MENSAJES

La Universidad:

- Del Estado, Regional y de Zonas Extremas.
- Con el compromiso de generar conocimientos para el desarrollo de los territorios.
- Pluralista que abre espacios para el diálogo y la discusión.
- Que fomenta la formación integral de profesionales y técnicos con un fuerte arraigo en las regiones y un compromiso con los territorios.
- Que estimula los talentos jóvenes en la ciencia y tecnología.
- Que con su quehacer apunta a cumplir con su compromiso de responsabilidad social universitaria.
- Que respeta la riqueza de la identidad regional, memoria, tradiciones y cultura de los pueblos originarios.
- Comprometida con la diversidad, inclusión, pluralismo y respeto a los derechos humanos.
- Universidad con presencia en todo el territorio nacional.

unap

UNIVERSIDAD ARTURO PRAT
DEL ESTADO DE CHILE

CONOCIMIENTO Y TERRITORIO

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

Dirección General de Vinculación con el Medio
y Relaciones Internacionales