



DECRETO DE UNIVERSITARIO N° 05/2022

Santiago, 21 de marzo de 2022

Materia: Actualización Política de Comunicaciones.

VISTOS:

- 1) La propuesta de la Dirección General de Vinculación con el Medio y Comunicaciones.
- 2) La aprobación del Directorio en sesión de fecha 10 de marzo de 2022
- 3) Las facultades que me conceden los Estatutos de la Universidad.

DECRETO:

Apruebase la Actualización de la Política de Comunicaciones de la Universidad del Alba.
Adjúntese copia de la referida Política y téngase como parte integrante del presente Decreto.
Deróguese en este acto la anterior Política de Comunicaciones que consta en el Decreto Universitario N°06 de fecha 04 de noviembre del 2015.
Rija el presente Decreto a contar de esta fecha.

Publíquese, comuníquese y archívese.

Alejandra Bustos Cárdenas
Secretaria General
Universidad del Alba

Rafael Rosell Arque
Rector
Universidad del Alba



POLÍTICA DE COMUNICACIONES

I. Presentación

Para la Universidad del Alba, la comunicación es una construcción colectiva que involucra a todos sus miembros. Nuestra Política de Comunicaciones Interna y Externa se creó en virtud de este invaluable propósito y en cumplimiento con el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, donde se señala que “todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

En ese sentido, la Comunidad Educativa UDALBA crece, se desarrolla y se consolida mediante la participación de todas las personas y estamentos de la Universidad, siendo el pluralismo ideológico y el ecumenismo religioso parte de la institución. En este contexto de participación, el diálogo es práctica determinante de la cultura organizacional de la Universidad del Alba.

Por esta razón, este marco de acción debe tener su ethos en el buen funcionamiento de los diversos canales de comunicación de la Universidad ante los distintos grupos de interés dentro de la comunidad, ya sea de manera interna referida a la relación con estudiantes, académicos y funcionarios; o afianzando la vinculación con el medio, incluyendo a sus egresados, que nuestra institución lleva a cabo siguiendo los planes de desarrollo institucional.

Una Política de Comunicaciones efectiva es aquella que cumple con los objetivos principales de cada Institución; para llegar al cumplimiento de tales objetivos, debemos orientar el quehacer bajo los principios que guían el actuar institucional, principalmente cuando se trata de una entidad formadora como es la Universidad del Alba.

Principios y valores transversales de la Universidad del Alba:

- Inclusión
- Solidaridad
- Humanidad

La Universidad del Alba entiende que la comunicación es un derecho fundamental, legítimo y regulado, que transmite una imagen coherente y veraz, y que tiene las siguientes características:

- Es un bien institucional
- Altamente estratégica
- Con un enfoque sistémico legítimo, regulado y transparente
- Transmite una imagen coherente
- Tiene indicadores de gestión
- Tiene un tratamiento editorial

En relación a lo anterior, esto permite una mejor relación con el entorno, la generación de información útil y permanente, la toma de decisiones acertadas y el mejoramiento continuo.



II. Objetivo general

La Política de Comunicación tiene como objetivo general implementar estrategias que faciliten la articulación, planes y acciones comunicacionales de la Universidad junto a sus miembros, a través de sus plataformas digitales y redes sociales, así como también en medios de comunicación externos, contribuyendo al crecimiento y empoderamiento del proyecto institucional, facilitando su posicionamiento como una universidad con calidad académica, humana, solidaria e inclusiva que prioriza la formación de profesionales aptos para los requerimientos de la sociedad actual.

En virtud de lo anterior, la Política de Comunicaciones, para ser más directa con sus propósitos, se traza **objetivos específicos** que faciliten el logro de la misión y visión institucional:

1. Apoyar la comunicación de la comunidad universitaria con su entorno.
2. Contribuir al fortalecimiento y la creación de una relación con la sociedad, basada en la transparencia y cercanía.
3. Difundir de forma eficiente y oportuna mensajes a los miembros de la Comunidad Universitaria.
4. Crear mecanismos de difusión masiva que aumenten la proyección y acercamiento de la Comunidad Estudiantil a las actividades académicas creadas por las Facultades, Direcciones de escuela o Carrera.
5. Desarrollar mecanismos de difusión que permitan mantener informados a todos los integrantes de la comunidad universitaria, a través de las redes sociales y las diversas plataformas UDALBA, tanto escritas como audiovisuales.
6. Innovar haciendo uso de las estrategias tecnológicas que están a la vanguardia de las exigencias académicas.
7. Formalizar la divulgación de la ciencia, la innovación, la cultura y el arte en nuestra Universidad.

III. Definiciones:

I. Definición de grupos de interés:

La Universidad mantiene informados a sus públicos de interés (stakeholders) sobre los proyectos, programas y actividades académico – administrativas, a través de mensajes coherentes con la Misión y el Proyecto Educativo Institucional, ya sea en medios internos o externos.

Se consideran públicos internos: los estudiantes, profesores, colaboradores administrativos, directivos, órganos de gobierno de la Universidad, egresados y las familias de los públicos internos.

Se consideran públicos externos: los futuros egresados de pregrado, posgrado y educación continua (presenciales o virtuales), padres – madres de familia, otras instituciones educativas, el gobierno, los medios de comunicación, el sector empresarial, los proveedores y la comunidad en general.



II. Definición de trabajo integrado de comunicación entre dependencias:

Como parte de su rol directivo, el Rector, los Vicerrectores, los Decanos y demás directivos de las unidades académicas y administrativas son responsables de implementar, monitorear y evaluar los procesos de comunicación en cada una de sus dependencias a la luz de esta política. Para tal propósito, cuentan con el apoyo de la Dirección General de Vinculación con el Medio y Comunicaciones a fin de definir las vías, canales y mensajes propios de la comunicación, desde una mirada tanto estratégica como táctica.

Por consiguiente, son los encargados de llevar adelante la tarea operativa de divulgar las decisiones y resultados que deban ser comunicados de manera transparente y oportuna, producto de los espacios de trabajo y debate de los órganos de gobierno institucional, y de las unidades académicas y administrativas de la Universidad del Alba.

Considerando que la comunicación se rige por principios de transversalidad, y que existen flujos de comunicación espontánea que surgen en las diferentes unidades académicas y administrativas, es responsabilidad de la Dirección General de Vinculación con el Medio y Comunicaciones, con el apoyo de Gestión de Personas, generar procesos de inducción y formación de directivos, para mejorar sus competencias comunicativas.

También es responsabilidad de la Dirección General de Vinculación con el Medio y Comunicaciones evaluar los procesos de comunicación de cada una de las dependencias de la Universidad y detectar las respectivas oportunidades de mejoría.

Conviene precisar que las opiniones vertidas por cualquier miembro de la comunidad universitaria y que se emitan al margen de los canales oficiales, no representarán necesariamente el pensamiento de la Universidad y será de responsabilidad exclusiva de quienes las sostengan.

III. Plan Estratégico de Comunicación:

Para garantizar una adecuada alineación entre las políticas, planes y programas institucionales con las estrategias de comunicación, se formulará el Plan Estratégico de Comunicación, que será construido con la coordinación de la Rectoría, la Dirección General de Vinculación con el Medio y Comunicaciones y la participación de las unidades académicas y administrativas que tienen entre sus responsabilidades la administración de procesos de comunicación interna y externa. El Plan Estratégico de Comunicaciones será revisado y actualizado periódicamente, lo que garantiza su flexibilidad orientada a la mejora continua.

IV. Líneas de Acción

1. Estrategias de Comunicación Interna y Externa:

Las comunicaciones internas y externas tienen por objeto proyectar la imagen de la Universidad del Alba, específicamente su misión, visión, sus planes, resultados y logros.

En referencia a la comunicación interna, la Universidad del Alba cuenta con medios de comunicación institucionales formales como son su sitio web www.udalba.cl, sus redes sociales y



su canal de Youtube, así como también otras herramientas comunicacionales como son los comunicados internos y externos, Newsletter y Boletines, los cuales tienen como propósito motivar a los colaboradores y potenciar su identidad colectiva.

Este tipo de comunicación se orienta de tres formas: **Comunicación Lineal** (trabajo colaborativo entre las áreas), **Comunicación Ascendente** (presentación de acciones a realizar, entrega de resultados, presentación de proyectos futuros, entrega de informes) y **Comunicación Descendente** (reuniones periódicas de equipo, seguimientos de acciones, evaluación de los resultados).

Al tratarse de una institución privada, pero con un marcado carácter social y una imagen pública, todos los contenidos generados por la Universidad del Alba deben presentar un estilo claro y respetuoso, que refleje los valores y la misión de la institución, además de defender la dignidad de cada miembro de la comunidad que la integra.

Por esta razón, el lenguaje utilizado de cara a la comunidad externa debe ser simple y cordial, donde la institución se muestre como una organización cercana a las personas, pendiente de sus necesidades y con un evidente rol académico y de apoyo para la sociedad.

2. Administración de Medios de Comunicación Institucionales

La Universidad dispone de medios de comunicación de carácter institucional que permiten el flujo e intercambio de mensajes en las áreas académicas y administrativas. La Dirección General de Vinculación con el Medio y Comunicaciones debe velar y ser responsable de la administración de los medios de comunicación institucionales, propendiendo a un equilibrio en la difusión de información de las diferentes unidades académicas y administrativas, de tal forma que la comunidad universitaria tenga una comunicación clara, oportuna, pertinente y transparente del quehacer diario de la Universidad. Por lo demás, las distintas unidades podrán contar con la asesoría comunicacional de las y los diferentes profesionales con que cuenta la Dirección General de Vinculación con el Medio y Comunicaciones, para así mantener directrices adecuadas.

3. Manejo de la Identidad Visual Corporativa

La Dirección General de Vinculación con el Medio y Comunicaciones es la unidad responsable de monitorear el cumplimiento y buen uso de la identidad visual corporativa en cada una de las piezas periodísticas o publicitarias que la Universidad produzca, debido a su impacto en los públicos de interés. Para la toma de decisiones específica sobre el uso de estas piezas institucionales, la Comunidad Universitaria debe ceñirse y guiarse por el Manual de Identidad Visual Institucional.

4. Voceros Institucionales

El principal vocero de la Institución es el Rector o Rectora de la Universidad del Alba quien, a través de la Dirección General de Vinculación con el Medio y Comunicaciones, determinará los voceros específicos ante los medios de comunicación, según las situaciones, temas y pertinencia de los pronunciamientos, buscando siempre y en todo momento aportar al debate en temas de políticas públicas, educación, salud, economía, leyes, arte, cultura y otras materias de interés general.



5. Relaciones con Medios de Comunicación Externos:

Es política de la Universidad del Alba administrar y conservar relaciones de largo plazo con los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales. La Unidad de Comunicaciones es la única dependencia que cuenta con la facultad de emitir comunicaciones institucionales a los medios de comunicación y es responsable por fortalecer estas relaciones, manteniendo una actitud veraz, diligente, colaborativa, eficiente, honesta y transparente.

Es parte de su responsabilidad la coordinación de la cobertura periodística de los medios de comunicación, cuando estos lo requieran y cuando los miembros de la comunidad universitaria lo soliciten, monitoreando regularmente los medios externos de comunicación a fin de observar oportunidades de posicionamiento, vocerías e influencia.

6. Manejo de la Página Web

La página institucional debe aprovechar el carácter de canal universal de la Internet para mostrar la identidad de la institución junto con sus planteamientos curriculares y sociales, los cuales permitirán reflejar la misión, visión y objetivos a la sociedad en general. Además, al tratarse de un medio dinámico, podrá mostrar la actualidad de los diversos estamentos, manteniendo informada a la comunidad interna sobre situaciones que afecten el día a día de la institución.

7. Manejo de redes sociales

Todo uso de las diferentes redes sociales para cuentas institucionales de dependencias debe regirse por el Manual de Redes Sociales de la Universidad del Alba, el cual orienta su espíritu en favor de la participación y buen manejo de estas, y que permite abrir estos canales según las necesidades de comunicación de las dependencias.

8. Manejo de Protocolo Institucional

El uso de protocolo en los eventos es fundamental para la imagen de la Universidad. La Dirección General de Vinculación con el Medio y Comunicaciones ofrece soporte y asesoría en la realización de eventos, con base en el Manual de Protocolo Institucional Udalba, que es la guía para la ejecución y su correcta realización. En el caso de ceremonias donde participen autoridades nacionales e internacionales se podrá usar como referencia el Manual de Protocolo disponible por parte de la Academia Diplomática de Chile “Andrés Bello”, y el tríptico de precedencia nacional y regional del Ministerio de Relaciones Exteriores.

9. Mecanismos de Calidad y Evaluación

La Universidad del Alba con el fin de gestionar el aseguramiento de la calidad de sus procesos, realiza periódicamente encuestas de percepción y evaluación tanto interna como externa, dirigida a los públicos de interés, con el propósito de medir la efectividad de la información, poniendo énfasis en los siguientes indicadores de eficacia de la gestión de comunicación interna:

- Conocimiento de la misión, visión y valores.
- Uso de medios de comunicación.



- Aplicación de encuesta de satisfacción y participación.
- Monitoreo periódico de las reacciones en las RRSS correspondientes a las facultades, direcciones de carrera u otros departamentos.

Indicadores de Comunicación externa:

- Presencia mediática
- Cambios de comportamiento
- Recomendación
- Concienciación de un sector, una comunidad o una población.
- Monitoreo periódico de las reacciones en las RRSS de otras instituciones universitarias en convenio, ajenas, ONG u otras dependencias.

La Unidad de Comunicaciones y la Secretaría General elaboran anualmente la Memoria Institucional, herramienta que permite visibilizar y registrar los logros institucionales y los desafíos próximos. En esta misma línea, el Rector o Rectora anualmente realiza la Rendición de Cuenta, evento de carácter institucional que pone a disposición de la comunidad interna y externa la gestión realizada en la Universidad del Alba, bajo los lineamientos de la rendición de cuenta institucional.