

UNIVERSIDAD BERNARDO O'HIGGINS RECTORÍA	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA 1 DE 7 VERSIÓN 1.0	ELABORADO: AGOSTO DE 2021 ACTUALIZADO: AGOSTO DE 2021 ELABORADO POR: DGCyEx REVISADO POR: COMITÉ REGLAMENTOS APROBADO POR: RECTORÍA
--	-------------------------------	------------------------------	---

## **UNIVERSIDAD BERNARDO O'HIGGINS**

## **POLÍTICA DE COMUNICACIONES**

UNIVERSIDAD BERNARDO O'HIGGINS RECTORÍA	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA 2 DE 7 VERSIÓN 1.0	ELABORADO: AGOSTO DE 2021 ACTUALIZADO: AGOSTO DE 2021 ELABORADO POR: DGCyEx REVISADO POR: COMITÉ REGLAMENTOS APROBADO POR: RECTORÍA
--	-------------------------------	------------------------------	---

## CONSIDERACIONES GENERALES

La Política de Comunicaciones de la Universidad Bernardo O'Higgins, se basa, en la Misión, Visión, Principios y Valores institucionales que le dan solidez al proyecto educativo y que avalan un accionar ético en el contexto general en que se desenvuelve.

Su actividad principal está enfocada en dar a conocer las actividades en materias administrativas, de desarrollo académico, infraestructura, investigación, postgrado, capacitación y distintas acciones de vinculación con el medio nacional e internacional.

## ALCANCE DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Esta política de comunicaciones involucra tanto a colaboradores y colaboradoras como a toda la comunidad de la UBO, a través de los procesos de implementación de estrategias y acciones de difusión de la Universidad.

## PRINCIPIOS

Para todas las actuaciones en las que se realice la divulgación de la información institucional esta propenderá hacia los siguientes principios:

1. **Calidad Académica De Contenidos:** La comunicación desarrollada por la Universidad Bernardo O'Higgins se distingue, en el manejo de sus contenidos, por su carácter reflexivo, analítico, argumentativo y éticamente responsable; esto con el fin de preservar el saber y el patrimonio, la generación de conocimiento y la creación de alternativas aplicables al avance social.
2. **Acceso Público al Saber y al Conocimiento:** Referido al derecho que tiene la sociedad a recibir información sobre los avances del conocimiento, como base sustancial de su propio desarrollo, y a la necesidad que tiene el país de contar con una opinión pública calificada para la comprensión tanto de los problemas nacionales como de las oportunidades que abren la investigación científica y la creación adelantada en la Universidad Bernardo O'Higgins.
3. **Independencia Editorial:** Comprendida como la comunicación dirigida al cumplimiento de los compromisos, misión, visión y valores de la institución, en su relación con el saber, la creación, el conocimiento, la investigación y la innovación, sin el sometimiento a intereses de carácter político, ideológico, de género y de credo, al beneficio individual o al privilegio exclusivo de grupos económicos.
4. **Respeto del Interés Público:** Corresponde con privilegiar el interés común y el beneficio de la sociedad en general.
5. **Pluralidad y Respeto a la Diferencia:** En primer lugar, el reconocimiento del universo pluridisciplinar de la Universidad y, en segundo lugar, la aceptación de la existencia de múltiples puntos de vista y de diferentes maneras de concebir y actuar en el mundo.

UNIVERSIDAD BERNARDO O'HIGGINS RECTORÍA	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA 3 DE 7 VERSIÓN 1.0	ELABORADO: AGOSTO DE 2021 ACTUALIZADO: AGOSTO DE 2021 ELABORADO POR: DGCyEx REVISADO POR: COMITÉ REGLAMENTOS APROBADO POR: RECTORÍA
--	-------------------------------	------------------------------	---

6. **Reconocimiento de la Diversidad, Equidad e Inclusión:** La Universidad dentro del desarrollo de las actividades comunicacionales, reconoce la diversidad, equidad e inclusión como elementos fundamentales para que existan las condiciones para que las personas se traten de manera equitativa, justa, con dignidad y respeto, resguardando los derechos y deberes de la comunidad universitaria; con el objetivo de alcanzar una mayor equidad de género en las actividades comunicacionales de la Universidad Bernardo O'Higgins, a través de acciones que enfrenten brechas, barreras e inequidades, para lo cual se considera el Manual de Estilo que utiliza la Oficina de Comunicaciones para la redacción de comunicados, coberturas, notas periodísticas, entre otras; además, la universidad cuenta con una Guía de Lenguaje Inclusivo y no Sexista que se utilizará como guía para la entrega de información a la comunidad.

## OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

1. Potenciar la comunicación como elemento de cohesión de la comunidad universitaria y de articulación con la sociedad en general y con las comunidades especializadas académicas, científicas o de práctica.
2. Armonizar la comunicación institucional con el propósito de la Universidad, proyectar los resultados del trabajo académico potenciando a nivel social el conocimiento y el incremento del capital cultural y científico del país, reconociendo y proyectando la diversidad, la inclusión, el enfoque de género y pluralidad propia del quehacer académico.
3. Velar por mantener una buena imagen de la Universidad y acrecentar su prestigio.
4. Establecer los lineamientos básicos para la generación de mensajes y contenidos, los estándares para su transmisión y la coordinación de con quienes generar la necesidad de comunicar.
5. Avanzar hacia la creación de una cultura organizacional que integre explícitamente los valores de la diversidad, igualdad de género y conciliación de la vida laboral, familiar y personal.
6. Difundir la importancia, que tiene para la Universidad, que tanto hombres como mujeres se desempeñen en un ambiente de respeto, integración e inclusión, que dé garantías de igualdad de oportunidades sin distinción.
7. La Universidad Bernardo O'Higgins genera, a través de sus Facultades, Centros de Investigación y las diversas unidades, una vasta información, que debe ser difundida a nivel interno y externo, teniendo en cuenta que la fortaleza se encuentra en la comunidad universitaria, ya que, si no existe comunicación interna, no se puede transmitir el mensaje hacia el exterior; por lo tanto, toda la institución es responsable de informar a las personas que son parte de la institución, para que el entorno sea coherente y responda a la presente Política de Comunicación, con la finalidad de integrar y armonizar la comunicación interna y externa de la institución.
8. Mantener actualizada, de manera dinámica y de acuerdo con la evolución de la Universidad, las comunicaciones, orientadas al rediseño de los requerimientos, realidades y condiciones de la institución.

UNIVERSIDAD BERNARDO O'HIGGINS RECTORÍA	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA 4 DE 7 VERSIÓN 1.0	ELABORADO: AGOSTO DE 2021 ACTUALIZADO: AGOSTO DE 2021 ELABORADO POR: DGCyEx REVISADO POR: COMITÉ REGLAMENTOS APROBADO POR: RECTORÍA
--	-------------------------------	------------------------------	---

9. La identidad de la Universidad Bernardo O'Higgins, tiene relación con la historia, la cultura, la constante búsqueda de la excelencia académica, inherentes al pensamiento o'higginiano; de allí parte la imagen institucional que tiene relación directa con los principios y valores de la institución.
10. La Oficina de Comunicaciones, prestará servicios a todas las áreas de la universidad.

## COMUNICACIONES INTERNAS

En el plano interno, las comunicaciones se orientan a la consolidación de una comunidad universitaria cuya convivencia se basa en el diálogo, la participación y la promoción de actividades y conductas de compromiso con la misión, visión y valores de la Universidad, las cuales, se trabajarán de manera conjunta con la Dirección General de Personas, principalmente, y con las otras unidades que necesiten hacer uso de este canal.

Las comunicaciones de la Universidad Bernardo O'Higgins, se orientarán a fortalecer la integración de todos los estamentos universitarios, como una herramienta útil al servicio de la organización para establecer vínculos institucionales y favorecer una comunicación fluida entre los distintos actores y niveles jerárquicos.

Las informaciones de interés interno se canalizarán a través de los medios específicos de comunicación de la UBO, como, por ejemplo: mailings, pantallas, boletines, entre otros.

## COMUNICACIONES EXTERNAS

Tiene como misión contribuir a la fidelización, al posicionamiento y al desarrollo comunicacional del Plan Estratégico Institucional de la Universidad Bernardo O'Higgins, además de implementar y definir las estrategias de marketing, comunicaciones, extensión y atención al alumno, para generar así la intercomunicación entre las distintas áreas y los diversos stakeholders y medios de comunicación masivos.

## RESPONSABLES DEL DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

La Dirección General de Comunicaciones y Extensión, se hace parte del quehacer diario del proceso comunicacional, es por eso que trabaja de forma transversal todas las actividades institucionales, facilitando y apoyando la toma de decisiones y de proyectos estratégicos contribuyendo al clima laboral, fidelización y sentido de pertenencia.

Los sistemas de comunicación de la Universidad serán conducidos por la Dirección General de Comunicaciones y Extensión y los profesionales que la integran, en coordinación con la Dirección Superior y las distintas unidades de la Universidad.

UNIVERSIDAD BERNARDO O'HIGGINS RECTORÍA	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA 5 DE 7 VERSIÓN 1.0	ELABORADO: AGOSTO DE 2021 ACTUALIZADO: AGOSTO DE 2021 ELABORADO POR: DGCyEx REVISADO POR: COMITÉ REGLAMENTOS APROBADO POR: RECTORÍA
--	-------------------------------	------------------------------	---

Las acciones comunicacionales, siempre consideran las audiencias a las cuales se dirige, utilizando medios, mensajes y eventos específicos acorde a cada público objetivo de la Universidad Bernardo O'Higgins.

Los medios de comunicación institucionales se caracterizan por su transparencia y la entrega de información oportuna y veraz, promoviendo la diversidad y la inclusión; considerando el uso de un lenguaje inclusivo, tanto en sus mensajes, textos, como también imágenes, material audiovisual, entre otros.

Como parte de su rol directivo, a excepción del Rector, las autoridades y directivos de unidades académicas y administrativas son responsables de monitorear y evaluar la información de cada una de sus dependencias a la luz de esta política entregando los insumos a la Oficina de Comunicaciones que será la encargada de visarlas.

Para lo anterior, contarán con el apoyo de la Oficina de Comunicaciones para definir los medios de solicitud de requerimientos, considerando que a la fecha es el Sistema de Gestión Institucional (SGI) quien hace más operativa la tarea de divulgar las decisiones y resultados que deban ser comunicados de manera transparente y oportuna.

Teniendo en cuenta 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 Oficina de Comunicaciones, con el apoyo de la Dirección General de Personas, desarrollar procesos de inducción y formación de directivos en el Sistema de Comunicaciones, para mejorar sus competencias comunicativas.

La Dirección General de Comunicaciones y Extensión será responsable de la elaboración, evaluación y actualización permanente de todo el material asociado a la línea editorial de la Universidad para el tratamiento de los elementos de identidad visual y el manejo de la imagen institucional; las guías de gestión de contenidos de las diversas plataformas institucionales, contenidos en prensa, contenidos radiales y contenidos audiovisuales, y las guías para el manejo de la comunicación organizacional; será responsable, igualmente, de realizar su divulgación y exigir su cumplimiento.

La comunidad universitaria deberá alinearse y seguir los parámetros que se indican en el Manual de Marca. Además de propender la incorporación gradual de la “Guía para el uso de lenguaje inclusivo y no sexista”.

## VOCERÍA INSTITUCIONAL

1. El rector es el vocero principal de la Universidad Bernardo O'Higgins, Puede delegar esta función a otra autoridad, académico/a, investigador/a, o persona relacionada con la Universidad cuando lo considere necesario, oportuno o en su ausencia.
2. Cada uno de los vicerrectores de la Universidad Bernardo O'Higgins son los voceros principales de cada una de las vicerrectorías respectivas, pueden delegar esta función a otra autoridad, académico/a, investigador/a o persona de su dependencia directa o indirecta cuando lo considere necesario, oportuno o en su ausencia.

UNIVERSIDAD BERNARDO O'HIGGINS RECTORÍA	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA 6 DE 7 VERSIÓN 1.0	ELABORADO: AGOSTO DE 2021 ACTUALIZADO: AGOSTO DE 2021 ELABORADO POR: DGCyEx REVISADO POR: COMITÉ REGLAMENTOS APROBADO POR: RECTORÍA
--	-------------------------------	------------------------------	---

3. Para el posicionamiento institucional, los/las decanos/as, el personal, académico/a, investigador/a, colaborador/a, jefaturas de gestión administrativa, serán considerados desde su experticia para la participación en la difusión del conocimiento hacia la comunidad en general.
4. Los/as voceros/as de la Universidad Bernardo O'Higgins deben proyectar la imagen integral de la institución, desde un punto de vista corporativo, y no desde una perspectiva personal que no sea relevante para la comunidad universitaria y para la opinión pública.

## ARTICULACIÓN DE LAS COMUNICACIONES CON OTRAS FUNCIONES

Las comunicaciones velarán por el desarrollo integral y estratégico de las diferentes acciones que se realizan en la Universidad Bernardo O'Higgins; así, se establecen las siguientes articulaciones básicas:

1. **Con el Control de la Gestión de las Comunicaciones:** Se integrará a las comunicaciones el proceso permanente de control de gestión, a través de la definición y objetivos globales, específicos e indicadores que den cuenta de los avances y actividades realizadas.
2. **Con la Comunicación de la Investigación y Vinculación con el Medio:** La Dirección General de Comunicaciones y Extensión, apoyará en la formulación e implementación de las estrategias de comunicación en los temas pertinentes de la Vicerrectoría de Vinculación con el Medio e Investigación.
3. **Con la Oferta de Formación Académica:** Con el propósito de presentar información unificada a la sociedad sobre programas curriculares se tendrá información disponible en el sitio web institucional; todo esto con la debida coordinación con la Dirección General de Admisión y Dirección General de Operación Académica.
4. **Con la Divulgación Cultural, del Patrimonio y de los Eventos Académicos:** Para garantizar una mayor participación de la comunidad en las actividades culturales y académicas de la Universidad y para hacer partícipe a la sociedad del patrimonio científico, cultural y arquitectónico que conserva la Universidad en su entorno, se desarrollarán productos que integren la información de estas actividades para alcanzar su mayor difusión y determinará las directrices necesarias para que las diferentes dependencias se articulen a este lineamiento de política.
5. **Con los Sistemas de Información Digital:** Para presentar información coherente y unificada a la sociedad, junto con las dependencias responsables de la información digital, la Dirección General de Comunicaciones y Extensión de la Universidad apoyará la implementación de repositorios digitales y trazará los lineamientos para el manejo y la divulgación de dicha información.
6. **Con los Medios de Comunicación Externos:** La Dirección General de Comunicaciones y Extensión, creará y difundirá a través de los diversos canales comunicacionales, todas las acciones que permitan el posicionamiento de la Institución.
7. **Con los Públicos, Audiencias y Usuarios:** La Dirección General de Comunicaciones y Extensión creará y actualizará los mapas de públicos, como insumo fundamental para la revisión de las líneas editoriales de los productos institucionales de comunicación.

UNIVERSIDAD BERNARDO O'HIGGINS RECTORÍA	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA 7 DE 7 VERSIÓN 1.0	ELABORADO: AGOSTO DE 2021 ACTUALIZADO: AGOSTO DE 2021 ELABORADO POR: DGCyEx REVISADO POR: COMITÉ REGLAMENTOS APROBADO POR: RECTORÍA
--	-------------------------------	------------------------------	---

### Control de Cambios

Versión y Fecha	Punto	Que Había	Que Hay
Versión 1.0 – Agosto de 2021	No Aplica	No Aplica	Primera Versión del Documento