



FACULTAD DE  
GOBIERNO

UNIVERSIDAD DE CHILE

# Protocolo de Comunicaciones

Vinculación con el Medio y  
Comunicaciones

Enero 2024



# 1. ANTECEDENTES

En el actual contexto donde la difusión es parte de los lineamientos estratégicos de una organización, uno de los aspectos clave es la comunicación de las actividades que expresan la naturaleza y carácter de la institución.

Por cierto, los sistemas académicos no se encuentran ajenos a este desafío. En un mundo rodeado de múltiples canales de transmisión, resulta estratégico definir acciones y procedimientos que permitan aportar a la misión de la organización.

En función de los antecedentes que originaron la creación de la Unidad de Comunicaciones (2020) en el Instituto de Asuntos Públicos, así como las orientaciones que se han tenido en cuenta para ir diseñando el área de Vinculación con el Medio y Comunicaciones (2023) en nuestra Facultad de Gobierno, impulsamos:

**1**

## **CONTRIBUIR**

A posicionar a la Facultad de Gobierno como una institución líder al interior de la Universidad de Chile y en el ámbito nacional en materias tales como la modernización del Estado e innovación pública, protección de los grupos más vulnerables con pleno apego a los derechos humanos, gobernabilidad democrática, orden, seguridad y desarrollo sustentable[1].

**2**

## **COLABORAR**

Para la construcción de información pertinente desde nuestra oferta de pre y postgrado hacia nuestros destinatarios/as de interés.

**3**

## **APROVECHAR**

Las capacidades de nuestra comunidad[2] para generar información oportuna y visibilizar públicamente la investigación, reflexión, docencia, extensión, cooperación técnica y asesoría que se formulan en el marco del compromiso institucional de aportar para un mejor desempeño de los asuntos públicos en el país y en la región.

**4**

## **APORTAR**

En el diseño e implementación de estrategias para la vinculación con el entorno económico, social, cultural y político (entre otros), estableciendo acciones mancomunadas entre actores e instituciones afines y en congruencia con la misión de la Facultad de Gobierno declarada en su PDI.

Reconociendo las áreas de interés donde nuestra Facultad de Gobierno ha decidido construir acciones comunicacionales, mencionamos:

**1) Comunicación estratégica**

**2) Marketing**

**3) Comunicación interna**

**4) Comunicación con estudiantes y profesores externos (comunidad ampliada)**

**5) Relaciones institucionales (comunicación corporativa)**

**6) Vínculo con exalumnos/as**


(1) PDI 2021-2025.


(2) Académicos/as, profesores, estudiantes y personal de colaboración.

Las plataformas que actualmente empleamos para el ejercicio de la acción comunicacional son las siguientes:



- WEBSITES INSTITUCIONALES
- REDES SOCIALES ORGÁNICAS
- MAILING

 El **objetivo general** de este documento es presentar lineamientos generales sobre cómo serán desplegadas distintas actividades que periódicamente realice la Facultad de Gobierno y su comunidad (académicos, estudiantes y funcionarios).

 El **objetivo específico** es formular un Protocolo de Comunicaciones que sirva de guía orientadora que avance en estándares de mejor calidad para divulgar, difundir y transmitir las acciones que periódicamente se realizan en el seno de nuestra comunidad.

## 2. DIAGNÓSTICO

En términos de la actividad comunicacional que se produce desde la Facultad de Gobierno, podemos señalar que ella se compone de una dimensión interna (Seminarios de Investigación, por ejemplo) y otra externa (acciones abiertas al público).

En su mayoría, son espacios cuya modalidad se expresa en seminarios, mesas de trabajo y conversatorios que son liderados por integrantes de nuestra comunidad o en la que alguno(a) participó. En menor medida, se verifican congresos (inter)disciplinarios. En todos estos casos, se busca orientar la comunicación hacia la relevancia e injerencia de las y los académicos e investigadores en los distintos ámbitos.

También, existe un número creciente de instancias operativas que han ido solicitando informar de sus actividades (Comité de Infraestructura de VM 20), junto con la comunicación interna requerida por distintas áreas (Decanato, Dirección de Asuntos Económicos y Gestión Institucional, otras)"

Un esfuerzo importante de la comunicación para la Facultad de Gobierno está destinado a presentar (en formato digital principalmente) nuestra oferta académica de pre y postgrado.

En términos de la capacidad adquirida para dar respuesta a estos desafíos, la Facultad de Gobierno cuenta con un equipo de 3 profesionales (periodista, técnico audiovisual y analista de marketing).

En términos del trabajo cotidiano se ha detectado un flujo de solicitudes que ha tenido:

Debilidad en los canales y formatos para solicitud de requerimientos.
Programación ausente para organizar el trabajo y atender la solicitud de apoyo en las tareas requeridas.
Multiplicidad de tareas que eran traspasadas al equipo de comunicaciones.
Una tendencia al trabajo reactivo por sobre la planificación estratégica, debilitando la identificación de oportunidades para la comunicación, lo que atenta contra los lineamientos institucionales.

### 3. PROTOCOLO

El propósito de este instrumento es informar las actividades de comunicación que se cubrirán, tiempos de preparación, tiempos de respuesta y medios de verificación que se emplearán para divulgar la información en nuestro website y redes sociales orgánicas.

<p><b>1 DÍA</b></p> <p>Tiempo de respuesta máximo, días hábiles</p>	<p><b>ACTIVIDAD</b></p> <p>Artículo WOS</p>	<p><b>FORMALIZACIÓN</b></p> <p>Vía email al encargado de VCM &amp; C</p>	<p><b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b></p> <p>Front website y RRSS</p>
<p><b>1 DÍA</b></p> <p>Tiempo de respuesta máximo, días hábiles</p>	<p><b>ACTIVIDAD</b></p> <p>Artículos Scopus y SciELO</p>	<p><b>FORMALIZACIÓN</b></p> <p>Vía email al encargado de VCM &amp; C</p>	<p><b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b></p> <p>Sitio Website y RRSS</p>
<p><b>3 DIAS</b></p> <p>Tiempo de respuesta máximo, días hábiles</p>	<p><b>ACTIVIDAD</b></p> <p>Proyectos de Investigación concursables adjudicados, autor(a) (co-autor), compilador, capítulo de libro y académicos(as) invitados a estancia de investigación</p>	<p><b>FORMALIZACIÓN</b></p> <p>Vía email al encargado de VCM &amp; C / Vía Formulario</p>	<p><b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b></p> <p>Sitio Website y RRSS</p>
<p><b>4 DIAS</b></p> <p>Tiempo de respuesta máximo, días hábiles</p>	<p><b>ACTIVIDAD</b></p> <p>Documento de Trabajo</p>	<p><b>FORMALIZACIÓN</b></p> <p>Vía Formulario</p>	<p><b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b></p> <p>Sitio Website y RRSS</p>
<p><b>5 DIAS</b></p> <p>Tiempo de respuesta máximo, días hábiles</p>	<p><b>ACTIVIDAD</b></p> <p>Expositor(a)-organizador de panel-comentarista de trabajos en congresos Panelista en conversatorios y seminarios; participantes en mesas de trabajo, instancias técnicas de asesoramiento público o privado; documentos de divulgación</p>	<p><b>FORMALIZACIÓN</b></p> <p>Vía Formulario</p>	<p><b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b></p> <p>Sitio Website y RRSS</p>

Si algunas de las actividades mencionadas en el cuadro anterior es acompañada para su preparación por algunas de los productos que el equipo de comunicaciones coloca a disposición de la Facultad de Gobierno (diseño gráfico, difusión de convocatorias en RRSS, nota de prensa, mailing invitados(as), servicio de streaming, audio, amplificación, video y post edición, etc.) los tiempos de preparación se extienden en función de la siguiente esquematización:

<b>Actividad</b>	<b>Formalización</b>	<b>Tiempos de preparación antes de la fecha de difusión estimada[i]</b> [i] [i] Todo el plazo es en función de días hábiles.	<b>Medio de Verificación</b>
Libro, compilador de libro, capítulo de libro	Vía formulario	07 días	Afiche digital, enlace de conexión o inscripción, etc.
Documento de Trabajo (Policy Brief)	Vía formulario	07 días	Afiche digital, enlace de conexión o inscripción, etc.
Congreso (liderado o participante)	Vía formulario	07 días	Afiche digital, enlace de conexión o inscripción, etc.
Seminario (liderado o participante)	Vía formulario	07 días	Afiche digital, enlace de conexión o inscripción, etc.
Conversatorio (liderado o participante)	Vía formulario	07 días	Afiche digital, enlace de conexión o inscripción, etc.
Documento de Divulgación (Grupos de Investigación)	Vía formulario	07 días	Afiche digital, enlace de conexión o inscripción, etc.
Otro tipo de actividades	Vía formulario	07 días	Afiche digital, enlace de conexión o inscripción, etc.

Por lo tanto, ejemplificamos del siguiente modo la nueva estructura propuesta:

A	Comunicar SÓLO la participación en el capítulo de un libro: 03 días
B	Preparar la presentación pública de un capítulo de libro: 07 días antes de iniciar la difusión. + Comunicar la participación en la presentación del capítulo de un libro: 03 días posteriores al evento.



## 4. CANALES DE INFORMACIÓN

Acerca de los canales internos de comunicaciones que se emplearán para el desarrollo de la tarea de VCM&C detallamos:



En el caso de textos tales como comunicados e informativos, VCM&C siempre buscará obtener vía email impresiones de los interesados(as) para elaborar un primer borrador (si no hubiese generado el suyo la unidad académica respectiva) que dispondrá en los tiempos referidos a quien lo requiera para su validación.



En el caso de los profesionales que prestan funciones en VCM&C, los medios de contacto preferentes serán aquellos institucionales que la universidad considera para estos efectos y en horario laboral.



La Dirección de VCM&C podrá ser contactada por los equipos directivos de la Facultad fuera de estos rangos horarios y empleando los canales de comunicación necesarios.



FACULTAD DE  
GOBIERNO

UNIVERSIDAD DE CHILE