

UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
TEMUCO

# POLÍTICAS DE COMUNICACIONES





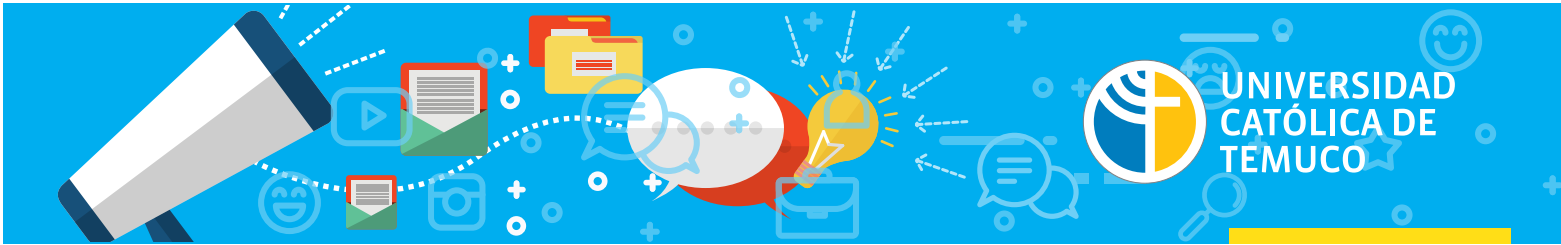
## POLÍTICAS DE COMUNICACIONES

La Vicerrectoría de Extensión y Relaciones Internacionales, es responsable de coordinar las acciones de comunicación velando por su correcta aplicación de acuerdo a las políticas institucionales. Para ello, es necesario recordar que:

- El Rector es la voz principal de la UC Temuco. Puede delegar esta función a otra autoridad universitaria, académico o persona relacionada con la Institución cuando lo considere necesario.
- La comunicación e imagen institucional deberán proyectar la identidad<sup>1</sup>, principios y valores de la UC Temuco de manera corporativa, coherente y oportuna.
- La UC Temuco privilegiará la comunicación vinculante, inclusiva y respetuosa de las personas con el fin de fortalecer relaciones a favor del estudio, la investigación, el conocimiento y el compromiso con la sociedad.
- La UC Temuco, a través de la DIRCOM, velará por la transparencia y calidad de sus flujos informativos para incrementar en forma sostenida, su capacidad de respuesta, apertura y adaptación a los cambios.
- En toda posible participación en actividades públicas realizadas por académicos, profesionales y/o administrativos de la universidad, este debe comunicar su filiación ya sea en su presentación, como en su discurso.
- En la UC Temuco, la comunicación interna se realizará considerando a todos los actores universitarios, generando espacios para el encuentro y el diálogo y enfatizando un rol comunicacionalmente activo del cuerpo directivo.
- Las opiniones vertidas por cualquier miembro de la comunidad universitaria, al margen de los canales oficiales, no representarán necesariamente el pensamiento de la Universidad Católica de Temuco, siendo de exclusiva responsabilidad de quien las emite.
- La relación con los medios de comunicación será canalizada a través de la DIRCOM, quien será la unidad facultada para derivar según corresponda.

---

<sup>1</sup> La identidad de la UC Temuco se basa en su historia, misión, visión, cultura organizacional, PDI y sus principios como Universidad, Católica y Regional.



De acuerdo a su organización y a los objetivos trazados en su misión institucional, la Universidad distingue mensajes que se clasifican de acuerdo a los siguientes criterios:

**Internos:**

Orientados a difundir mediante los canales oficiales<sup>2</sup> de comunicación y en forma pública, los aspectos propios del quehacer universitario (estratégico, académico y otros) en la comunidad universitaria, conformada por el conjunto de estudiantes, académicos y administrativos.

**Externos:**

Orientados a difundir a través de los medios de comunicación definidos en su estrategia de comunicación por la DIRCOM y en forma pública, las principales actividades universitarias y/o la posición institucional frente a hechos contingentes, en la comunidad nacional e internacional.

---

<sup>2</sup> Serán considerados canales oficiales: Rectoría, Vice Gran Cancillería, Prorectoría, Secretaría General, Vicerrectorías y Facultades.