



UNIVERSIDAD TÉCNICA  
FEDERICO SANTA MARÍA

DIRECCIÓN  
GENERAL DE  
COMUNICACIONES

# POLÍTICA DE COMUNICACIONES

# OBJETIVO



**La política de comunicaciones de la Universidad Técnica Federico Santa María tiene como objetivo establecer el marco normativo y orientador para el funcionamiento de sus medios de información, su imagen corporativa, la relación con la prensa, la comunicación al interior de la comunidad universitaria y con su entorno.**

# Objetivos específicos de la política:



Promover siempre una comunicación veraz, oportuna y transparente en cada una de las estrategias y acciones que impulse la Universidad, respetando el ordenamiento jurídico del país y la dignidad de las personas.

# Objetivos específicos de la política:



Favorecer el posicionamiento de la Universidad como una institución líder en Ingeniería, Ciencia y Tecnología, pública, sin fines de lucro, de excelencia y reconocida en Chile y el mundo.

# Objetivos específicos de la política:



3

Contribuir, en cada una de las acciones comunicacionales, al desarrollo de una cultura organizacional alineada con el proyecto institucional, su misión, visión y valores.

# Objetivos específicos de la política:



Entregar información de valor sobre el quehacer institucional a sus distintos públicos, tanto internos como externos, contribuyendo al logro de los propósitos institucionales y no de particulares.

# Objetivos específicos de la política:



5

Fortalecer y gestionar la comunicación como un proceso que se realiza transversalmente en todos sus Campus y Sedes, a través de sus distintas unidades administrativas, académicas y docentes.

# Objetivos específicos de la política:



Cautelar y promover el uso correcto de la imagen corporativa de la Universidad, de sus unidades administrativas, académicas y docentes, así como la de sus Centros e Institutos.





# **ÁMBITOS DE ACCIÓN COMUNICACIONAL**

## Uso del nombre institucional

De acuerdo con los Estatutos de la Universidad, la Institución se denomina “Universidad Técnica Federico Santa María”. Para fines comunicacionales, la Universidad deberá utilizar la sigla “USM”, tanto en medios tradicionales como digitales. El uso de la sigla “UTFSM” quedará reservado estrictamente para fines legales y/o normativos.



## ÁMBITOS DE ACCIÓN COMUNICACIONAL

Las vocerías institucionales son los cargos a través de los cuales la Universidad se comunica con los distintos públicos, según las temáticas que sean requeridas. El Rector, como máxima autoridad unipersonal de la USM, ostenta la vocería institucional y es la persona responsable ante los medios de comunicación, los miembros de la comunidad universitaria y otras instancias.

El Rector podrá delegar en los miembros del equipo de Rectoría la función de vocería cuando los temas a tratar requieran un pronunciamiento que conciernen específicamente a áreas bajo la responsabilidad de éstos.

Las opiniones vertidas por cualquier miembro de la comunidad universitaria, al margen de los canales oficiales, no representarán necesariamente el pensamiento de la Universidad Técnica Federico Santa María y será de responsabilidad exclusiva de quienes las emitan.



## Aplicación de la marca

La construcción y aplicación de la marca de manera clara y precisa para la comunidad universitaria, así como la definición de la identidad visual con la cual la Universidad debe ser vista en todos los eventos o acciones en que se haga uso de ella se encuentra normada en el Manual de Normas Gráficas, disponible en [www.usm.cl](http://www.usm.cl). Allí se expresa detalladamente la forma en que se construye y aplica en los distintos soportes en que está permitido usarla, de manera que sea un facilitador para aquellas personas que no están familiarizadas con este tipo de herramientas y tareas.



## Relaciones públicas y protocolo institucional

Será función de la Dirección General de Comunicaciones establecer las normas que deben observarse al momento de planificar y ejecutar cualquier acto, evento, ceremonia o acción protocolar en la USM, sea de carácter interno o externo.



## Administración de medios oficiales de la USM

Los medios oficiales de la Universidad, es decir, aquellos que representan al conjunto de la Institución, serán gestionados por la Dirección General de Comunicaciones. Son medios oficiales de la Universidad el sitio web institucional [www.usm.cl](http://www.usm.cl), los correos electrónicos enviados por la Dirección General de Comunicaciones y firmados por las autoridades pertinentes, las cuentas en redes sociales tales como Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, YouTube, USM TV y la radioemisora Universidad Técnica Federico Santa María.



## Comunicación e información organizacional interna

Es deber de la comunidad universitaria mantenerse informada del acontecer institucional y de las informaciones organizacionales que atañen a su trabajo, a través de los diferentes medios de comunicación de la Universidad, así como de su documentación oficial.



## Relación con los medios de comunicación

Toda comunicación pública que la Universidad transmita en forma oficial a los medios de comunicación debe ser guiada y conocida por la Dirección General de Comunicaciones, quien velará por la correcta emisión de los mensajes institucionales y de la imagen corporativa.





## Publicidad, marketing, sitios web y redes sociales

Todas las acciones publicitarias o de marketing institucional que realice la Universidad, así como los sitios web y cuentas de redes sociales que usen directa o indirectamente la marca USM deben ajustarse a los lineamientos establecidos en esta política. Asimismo, será la Dirección General de Comunicaciones la unidad encargada de velar por su cumplimiento.

