

LINEAMIENTO DE VOCERÍAS Y RELACIONAMIENTO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Dirección de Comunicaciones Corporativas U. Central

1. Objetivo

El presente lineamiento tiene por objeto establecer criterios y orientaciones para la participación de autoridades, académicos y académicas de la Universidad Central de Chile en medios de comunicación, así como definir las vocerías institucionales y los mecanismos de coordinación con la Dirección de Comunicaciones Corporativas.

Su finalidad es promover una participación pública basada en la libertad académica, el pluralismo, la rigurosidad y el adecuado resguardo de la representación institucional, fortaleciendo la contribución de la Universidad al debate público y al desarrollo de la sociedad.

2. Alcance

Este lineamiento aplica a la participación de autoridades universitarias, académicos y académicas en entrevistas, reportajes, notas informativas y programas de diferentes medios de comunicación y otros espacios de difusión pública desarrollados por medios de comunicación externos.

Asimismo, establece criterios para la coordinación, gestión y difusión institucional de dichas participaciones a través de los canales oficiales de la Universidad.

3. Principios Orientadores

3.1 Libertad académica y libertad de expresión

La Universidad reconoce el derecho de sus académicos y académicas a participar libremente en el debate público desde sus áreas de conocimiento, perspectivas teóricas y enfoques disciplinares.

La participación en medios de comunicación constituye una manifestación legítima de la libertad académica y de expresión y no requiere autorización institucional previa, salvo cuando se trate de vocerías oficiales de la Universidad o que contemplen temas internos o de vinculación directa con la institución.

3.2 Pluralismo académico

La Universidad promueve la diversidad de enfoques, interpretaciones y posiciones académicas, reconociendo el valor del intercambio democrático de ideas y la contribución de distintas disciplinas a la comprensión de los desafíos de la sociedad.

3.3 Rigurosidad y responsabilidad

Las intervenciones públicas realizadas en calidad de autoridad o académico deberán procurar estar sustentadas en conocimientos, evidencia, experiencia profesional o análisis fundados, contribuyendo al fortalecimiento del debate informado y de la credibilidad institucional.

3.4 Diferenciación entre opinión a título personal y representación institucional

La Universidad distingue entre las opiniones emitidas a título personal o académico y aquellas que constituyen posiciones oficiales de la institución.

Salvo designación formal en contrario, las opiniones expresadas por integrantes de la comunidad universitaria representan exclusivamente sus puntos de vista profesionales o académicos y no necesariamente la posición institucional de la Universidad Central.

4. Vocerías Institucionales

4.1 Vocería institucional de la Universidad

La representación oficial de la Universidad Central ante los medios de comunicación corresponderá, según la naturaleza de la materia abordada, a:

- a) Presidente/a de la Honorable Junta Directiva
- b) Rector/a
- c) Vicerrectores/as, en materias propias de su ámbito de competencia.
- d) Decanos/as, respecto de asuntos vinculados a sus facultades.
- e) Directivos o autoridades expresamente designados por Rectoría para representar institucionalmente a la Universidad.
- f) Voceros designados para situaciones específicas o de crisis.

4.2 Decanos y decanas como voceros de facultad

Los decanos y decanas son los principales representantes institucionales de sus respectivas facultades y podrán ejercer vocerías sobre materias académicas, estratégicas, de gestión y desarrollo relacionadas con sus unidades.

4.3 Vocerías especializadas

Los académicos y académicas podrán participar en medios de comunicación como fuentes expertas respecto de materias vinculadas a sus disciplinas, áreas de investigación o especialización.

Esta participación no constituye una vocería institucional, salvo que exista una designación expresa para actuar en representación de la Universidad.

4.4 Vocerías en situaciones de crisis

Ante situaciones de crisis, contingencias, emergencias o hechos que puedan afectar el normal funcionamiento, la reputación o la imagen institucional de la Universidad, las vocerías oficiales serán definidas por el Rector en coordinación con la Dirección de Comunicaciones Corporativas y el Comité de Crisis Comunicacional.

En estos casos, las declaraciones institucionales deberán ser emitidas únicamente por las autoridades o voceros formalmente designados para dicho efecto.

5. Coordinación y Gestión de Medios

5.1 Rol de la Dirección de Comunicaciones Corporativas

La Dirección de Comunicaciones Corporativas es la unidad responsable de coordinar la relación institucional con los medios de comunicación, apoyar la preparación de vocerías, canalizar requerimientos periodísticos y asesorar a las autoridades en materias comunicacionales.

Asimismo, podrá identificar especialistas, coordinar entrevistas, preparar antecedentes y apoyar la elaboración de mensajes clave cuando ello sea requerido por las autoridades universitarias, los medios de comunicación o las unidades académicas.

5.2 Gestión de requerimientos de prensa

Cuando una autoridad o académico reciba directamente una solicitud de entrevista, participación en un programa, requerimiento de opinión o consulta periodística, se recomienda informar oportunamente a la Dirección de Comunicaciones Corporativas para efectos de coordinación, apoyo comunicacional, registro institucional y eventual difusión posterior.

5.3 Coordinación de entrevistas y solicitudes de medios

La Dirección de Comunicaciones Corporativas podrá actuar como instancia de apoyo para canalizar requerimientos de prensa, identificar especialistas institucionales y coordinar entrevistas cuando ello sea requerido por los medios de comunicación o por las unidades académicas.

La participación de académicos y académicas en entrevistas y actividades de prensa constituye una colaboración voluntaria, salvo que exista una designación formal para representar institucionalmente a la Universidad.

5.4 Registro Institucional de Vocerías Especializadas

Con el propósito de fortalecer el posicionamiento institucional y responder oportunamente a los requerimientos de los medios de comunicación, la Dirección de Comunicaciones Corporativas mantendrá un registro institucional de autoridades, académicos y académicas disponibles para participar como fuentes expertas.

Este registro tendrá por finalidad identificar las áreas de conocimiento, líneas de investigación, experiencia profesional y disponibilidad de los especialistas de la Universidad, facilitando su vinculación con oportunidades de difusión y participación en medios de comunicación.

Para ello, la Dirección de Comunicaciones Corporativas impulsará periódicamente la actualización de esta información en coordinación con las facultades, institutos y unidades académicas.

La incorporación al registro será de carácter voluntario y permitirá a la Dirección de Comunicaciones Corporativas identificar voceros especializados para entrevistas, reportajes, columnas de opinión, análisis de contingencia y otras instancias de difusión pública, de acuerdo con la pertinencia temática de cada requerimiento.

La existencia de este registro no implica la obligación de participar en actividades de prensa, manteniéndose el carácter voluntario de la colaboración de los académicos y académicas, salvo cuando exista una designación formal para representar institucionalmente a la Universidad.

6. Participación en Medios de Comunicación

6.1 Entrevistas y reportajes

Las autoridades y académicos podrán participar en entrevistas, notas, reportajes y otros formatos periodísticos relacionados con sus ámbitos de competencia o especialización.

Cuando la participación se refiera a materias institucionales o pueda involucrar la representación de la Universidad, se debe coordinar previamente con la Dirección de Comunicaciones Corporativas.

6.2 Participación en debates públicos y procesos electorales

La Universidad reconoce el derecho de sus académicos y académicas a participar en el debate público y aportar desde sus disciplinas al análisis de asuntos de interés nacional, regional o local.

No obstante, la participación en actividades vinculadas a campañas electorales, candidaturas o procesos plebiscitarios deberá realizarse a título personal, evitando generar confusión respecto de una eventual adhesión o posición institucional de la Universidad.

La Universidad Central, en su calidad de institución pluralista, no adhiere institucionalmente a candidaturas, partidos políticos ni campañas electorales.

7. Posicionamientos Institucionales

Las posiciones oficiales de la Universidad respecto de materias de interés institucional, políticas públicas, reformas legales, asuntos de interés nacional o situaciones que involucren directamente a la institución serán comunicadas exclusivamente por las autoridades competentes o por los voceros expresamente designados para ello.

Ninguna declaración emitida por integrantes de la comunidad universitaria podrá entenderse como una posición institucional salvo que exista una designación formal para representarla.

8. Uso de la Afiliación Institucional

Los integrantes de la comunidad universitaria podrán identificarse en medios de comunicación mediante sus cargos académicos, administrativos o de investigación vigentes en la Universidad Central.

La utilización de la afiliación institucional tiene por objeto informar adecuadamente a las audiencias respecto de la experiencia y trayectoria del participante y no implica que las opiniones emitidas representen la posición oficial de la Universidad.

No podrá utilizarse la representación institucional de la Universidad para respaldar declaraciones, campañas o iniciativas personales sin la autorización correspondiente.

9. Preparación y Apoyo a Vocerías

La Dirección de Comunicaciones Corporativas podrá prestar apoyo a las autoridades y voceros institucionales mediante:

- Elaboración de mensajes clave.

- Preparación de entrevistas.
- Entrega de antecedentes y contexto comunicacional.
- Simulación de entrevistas.
- Asesoría en manejo de medios.
- Apoyo en situaciones de contingencia o crisis.

La utilización de estos apoyos será especialmente recomendable cuando la participación tenga alcance nacional, aborde temas sensibles o involucre la representación institucional de la Universidad.

10. Formación y Capacitación de Voceros

La Dirección de Comunicaciones Corporativas podrá desarrollar acciones de formación destinadas a fortalecer las capacidades comunicacionales de autoridades, académicos y especialistas institucionales.

Estas actividades podrán considerar materias como:

- Relacionamiento con medios.
- Comunicación estratégica.
- Manejo de entrevistas.
- Vocerías en crisis.
- Comunicación digital.
- Participación en debates públicos.
- Posicionamiento de expertos.

11. Gestión Proactiva de Prensa

La Universidad promoverá una relación activa y permanente con los medios de comunicación mediante la identificación de temas de interés público, la difusión de resultados de investigación, la promoción de actividades académicas relevantes y la disposición de especialistas para contribuir al debate público.

La Dirección de Comunicaciones Corporativas coordinará las acciones de posicionamiento mediático institucional, procurando fortalecer la visibilidad del quehacer universitario y el aporte de la Universidad al desarrollo del país.

12. Participación en Plataformas Digitales y Redes Sociales

Los principios establecidos en el presente lineamiento serán igualmente aplicables a la participación de autoridades y académicos en plataformas digitales, transmisiones en línea, podcasts, canales de video, redes sociales y otros espacios de comunicación pública.

La participación en dichos espacios deberá distinguir claramente entre opiniones a título personal, opiniones académicas y vocerías institucionales.

13. Difusión Institucional de Apariciones en Medios

La Universidad podrá difundir a través de sus canales institucionales aquellas entrevistas, reportajes, columnas u otras apariciones públicas que:

- Aborden materias relacionadas con el conocimiento experto del participante.
- Contribuyan al debate público desde una perspectiva académica.
- Mantengan estándares de rigurosidad, respeto y pluralismo.
- Fortalezcan el posicionamiento institucional y la vinculación con el medio.
- Visibilicen el aporte de la Universidad al desarrollo del conocimiento y la sociedad.

Se evaluará un ajuste previo a la difusión cuando la aparición en medios:

- Contengan descalificaciones personales o institucionales.
- Presenten afirmaciones carentes de sustento académico o técnico.
- Puedan interpretarse como posiciones oficiales de la Universidad sin existir una vocería formal.
- Contravengan los principios establecidos en la Política de Comunicaciones Corporativas y demás normativas institucionales.

Los criterios específicos para columnas de opinión y cartas al director se encuentran desarrollados en el Lineamiento de Difusión de Columnas de Opinión y Apariciones en Medios.

14. Disposiciones Finales

La Universidad Central valora la contribución de sus autoridades y académicos al debate público y reconoce que la diversidad de voces constituye una fortaleza institucional.

El presente lineamiento busca compatibilizar la libertad académica y de expresión con el adecuado resguardo de la representación institucional, promoviendo una participación pública basada en la excelencia, la responsabilidad, el respeto y la rigurosidad intelectual.

La interpretación y aplicación de este lineamiento corresponderá a la Dirección de Comunicaciones Corporativas, sin perjuicio de las atribuciones propias de Rectoría y de las demás autoridades universitarias.

El presente lineamiento opera como instrumento complementario de la Política de Comunicaciones Corporativas de la Universidad Central de Chile, y desarrolla en particular lo establecido en su punto 9, “Vocerías institucionales”.