



Universidad
Central

Guía operativa de **PROCEDIMIENTOS COMUNICACIONALES**

Sede Santiago

**Dirección de
Comunicaciones Corporativas**
Universidad Central

Enero 2026

J
C E
N

Índice de contenidos

01	Consideraciones generales	1
02	Planificación y coordinación	3
03	Cobertura de actividades	04
	3.1 Responsabilidades de las unidades organizadoras	04
	3.2 Responsabilidades de la DCC	05
	3.3 Consideraciones	06
04	Solicitudes gráficas	07
	4.1 Descripción	07
	4.2 Responsabilidades	08
	4.3 Tiempos de Producción	08
	4.4 Consideraciones	09

5

Invitaciones y correos institucionales	10
5.1 Descripción	10
5.2 Responsabilidades	11
5.3 Tiempos de Producción	12
5.4 Consideraciones	12

6

Producción de material audiovisual	14
6.1 Tipos de solicitudes audiovisuales	14
6.1.1 Streaming	14
6.1.2 Videos y cápsulas	15
6.1.3 Registro fotográfico	15
6.1.4 Fotografías de estudio, publicitarias, de infraestructura u otras específicas	16
6.2 Consideraciones generales	16

7

Sitios web	17
7.1 Modificación de contenidos en la web institucional	17
7.2 Creación de nuevos sitios o minisitios web	18
7.3 Consideraciones	18

8

Redes sociales	19
8.1 Descripción	19
8.2 Responsabilidades	19
8.3 Tiempos de Producción	20
8.4 Creación de nuevas redes sociales	20
8.5 Consideraciones	21

9

Protocolo	22
9.1 Descripción	22
9.2 Libretos	22
9.2.1 Responsabilidades	23
9.2.2 Tiempos	23
9.3 Ubicación y Vocativos	23
9.3.1 Responsabilidades	23
9.3.2 Tiempos	24
9.4 Maestro/a de Ceremonias	24
9.4.1 Responsabilidades	24
9.4.2 Tiempos	25
9.5 Regalos Institucionales	25
9.5.1 Responsabilidades	25
9.5.2 Tiempos	26
9.5.3 Consideraciones	27

10

Comunicaciones externas	28
10.1 Canales de gestión	28
10.2 Consideraciones	29

11

Edición y diagramación de documentos editoriales	30
11.1 Flujo de trabajo	30
11.2 Plazos de trabajo	31
11.3 Consideraciones	31

Lineamientos y plazos

Esta guía establece lineamientos, plazos y pasos a seguir para solicitar y coordinar apoyos con la **Dirección de Comunicaciones Corporativas (DCC)** en: organización de actividades, difusión de eventos, noticias y columnas de opinión; producción de piezas gráficas y audiovisuales; contenidos web y transmisiones, con el propósito de resguardar la identidad institucional, los valores de marca y la planificación global, así como los tiempos y formas.

Los siguientes principios orientan todas las solicitudes y gestiones impulsadas por la **Dirección de Comunicaciones Corporativas** y se aplican transversalmente en todas las instancias, físicas y digitales, en las que figure nuestra imagen corporativa.

01 Consideraciones generales



Todas las comunicaciones deben reflejar la identidad y valores de la Universidad Central

Esto implica respetar el uso de logos, tipografías, paleta de colores, tono de lenguaje y narrativas previamente definidas en la línea corporativa. El uso inadecuado de logos, tipografías o gráficas institucionales, altera la coherencia visual y afecta directamente la imagen de la Universidad, debilitando su posicionamiento y credibilidad. Por esta razón, toda pieza comunicacional debe seguir estrictamente los lineamientos gráficos definidos por la DCC.

Uso correcto de la denominación institucional

En todas las comunicaciones oficiales como gráficas, publicaciones, piezas audiovisuales y documentos corporativos, se debe **priorizar siempre la denominación “Universidad Central”** o, en casos de abreviación, “U. Central”.

El uso de “UCEN” no está autorizado en materiales institucionales, salvo en situaciones muy específicas en las que por razones técnicas (limitaciones de espacio, URLs o contextos informáticos) no sea posible emplear la denominación completa



Esta guía responde a la necesidad de:

- > **Consolidar la identidad institucional:** “Universidad Central” es la marca oficial que refleja nuestra tradición, misión y visión.
- > **Evitar confusiones:** la abreviatura “UCEN” carece de reconocimiento formal y puede generar confusión con otras siglas o instituciones.
- > **Refuerzo de posicionamiento:** en procesos de acreditación, alianzas internacionales y rankings, la denominación completa otorga mayor visibilidad y consistencia.
- > **Unificación de imagen:** usar de manera coherente el mismo nombre fortalece el impacto comunicacional y evita la dispersión de identidades.

Por lo tanto, en todas las plataformas institucionales —web, redes sociales, gráficas impresas o digitales, notas de prensa, correos masivos, presentaciones y protocolos— debe emplearse únicamente “Universidad Central” o “U. Central”, garantizando así la homogeneidad y solidez de nuestra marca institucional.

2 Planificación y coordinación



La correcta gestión comunicacional requiere de una adecuada preparación y coordinación entre las distintas áreas que soliciten el apoyo de la DCC. Por eso, es indispensable que las solicitudes respeten los plazos establecidos más adelante en este documento.

Esto permitirá:

- > Organizar la disponibilidad del equipo humano y de los elementos técnicos.
- > Establecer una estrategia coordinada para cumplir el objetivo de la solicitud.
- > Administrar las etapas de producción en los plazos de trabajo.
- > Asegurar un estándar de trabajo que beneficie y resguarde la imagen institucional.

Como en todo proceso, existen **excepciones**: situaciones de emergencia o actividades de gran relevancia institucional que, por razones ajenas a la planificación, no hayan podido ser informadas con anticipación. En esos casos, el equipo de la DCC está preparado para reaccionar y dar una respuesta ágil y con sentido de urgencia a este tipo de eventos.

No obstante, estas excepciones deben ser entendidas como **casos extraordinarios** y no como la norma. La **planificación anticipada es fundamental** para asegurar un trabajo eficiente y alineado con los objetivos estratégicos de la Universidad Central.

3 Cobertura de actividades



La Dirección de Comunicaciones Corporativas (DCC) apoya la difusión y proyección institucional de actividades mediante coberturas comunicacionales. Esto incluye registros periodísticos y audiovisuales que permiten elaborar notas web, publicaciones en redes sociales y otros contenidos editoriales, siempre alineados a la línea editorial definida por la DCC.

Esta dirección será la encargada de definir los distintos formatos de publicación para cada una de las informaciones; según el tipo de contenido, público y objetivo de la solicitud.

3.1 Responsabilidades de las unidades organizadoras

Reserva de espacios: la solicitud y confirmación de salones y el equipamiento técnico para la realización de las actividades corresponde exclusivamente a cada unidad, a través de las jefaturas administrativas de campus.

Santiago Flores *Jefe Administrativo GHU y Centro de Extensión*

✉ santiago.flores@ucentral.cl

Diana González *Jefa administrativa VKI y Centro Deportivo*

✉ diana.gonzalez@ucentral.cl

César Iceta Herrera *Jefe Administrativo VKII*

✉ cicetah@ucentral.cl

Equipo de apoyo técnico en sala: cada unidad debe disponer de personal para:

- > Operar la proyección de presentaciones (PPT o PDF).
- > Manejar micrófonos durante la actividad.
- > Controlar acceso e ingreso de asistentes.
- > Supervisar detalles logísticos del evento.

Maestro/a de ceremonia: debe ser provisto por la unidad organizadora; la DCC no asume esa función.

3.2 Responsabilidades de la DCC

Eventos habituales: periodistas y comunicadores de la DCC podrán realizar cobertura a través de:

- > Registro fotográfico.
- > Captura de videos para redes sociales.
- > Entrevistas.

Estos insumos se utilizan para la generación de notas web, reels, publicaciones en redes sociales u otros materiales, de acuerdo con la **línea editorial definida por la DCC**.

Eventos de gran relevancia institucional: la DCC organizará un despliegue mayor, que puede incluir registro audiovisual extendido, streaming, mayor presencia de equipo en sala y difusión reforzada en canales externos, según la prioridad estratégica del evento.

3.3 Consideraciones

La DCC no se encarga de la **operación técnica del evento** (micrófonos, audio, proyección de presentaciones, logística de sala)

El apoyo comunicacional se realiza según los plazos de solicitud establecidos en este protocolo y con priorización de hitos estratégicos de la Universidad Central.

Para asegurar una cobertura efectiva, las unidades deben coordinarse oportunamente con la DCC y proveer la información completa y validada del evento.

En el caso de actividades que sean notificadas **con solo un día de anticipación o el mismo día de su realización**, la Dirección de Comunicaciones Corporativas (DCC) **no podrá comprometer cobertura comunicacional directa** (fotografía, audiovisual o nota en terreno). En estos casos, la responsabilidad recae en la **unidad organizadora del evento**, que deberá proveer al equipo de la DCC toda la información básica necesaria (fotografías, lista de participantes, detalles de la actividad, citas relevantes, etc.) para la elaboración posterior de una nota institucional u otros materiales de difusión. De este modo, se asegura que, aun cuando no exista presencia directa de la DCC, el evento pueda ser registrado y difundido de manera adecuada, siempre que la unidad organizadora colabore con los insumos requeridos.

4 Solicitudes gráficas



La elaboración de piezas gráficas constituye un aspecto clave de la identidad visual de la Universidad Central, ya que permite proyectar una imagen unificada e institucional en todos los soportes comunicacionales. La Dirección de Comunicaciones Corporativas (DCC), a través de su área de Diseño, es la unidad responsable de producir y validar todo el material gráfico institucional, resguardando el cumplimiento de las normas establecidas en el Brandbook.

4.1 Descripción

Este tipo de solicitudes incluye piezas para la difusión de actividades y campañas como afiches, posts para redes sociales, historias, fondos de pantalla, pendones, y otros materiales gráficos. Asimismo, el diseño de **material de merchandising institucional** (bolsas, libretas, poleras, tazones, etc.) debe ser visado previamente por la DCC, ya que corresponde a esta dirección custodiar el uso correcto de la imagen corporativa de la Universidad Central.

4.2 Responsabilidades

Unidad solicitante: entregar un brief completo, validado y con los textos definitivos, incluyendo todos los datos relevantes (fecha, hora, lugar, logos autorizados, links, etc.). El brief que se debe completar es el [siguiente](#) (ANEXO 1)

DCC – Área de Diseño: elaborar la propuesta gráfica, enviar la muestra inicial, recibir comentarios, realizar ajustes y entregar la versión final validada.

4.3 Tiempos de Producción

Para lograr una difusión y convocatoria adecuada para las actividades organizadas por las distintas unidades de la Universidad, es necesario entregar el brief a la DCC con **al menos 10 días de antelación** a la realización. Este tiempo es vital para poder desarrollar de la mejor manera el producto requerido. A continuación, se presenta el detalle de elaboración gráfica:

- > **Revisión de brief por editora de contenido:** 1 día
- > **Muestra inicial:** 5 días hábiles posteriores a la solicitud completa.
- > **Validación (VB):** entrega final 1 día hábil después de recibir el visto bueno.
- > Se permiten máximo 2 rondas de correcciones.

4.4 Consideraciones

Brief incompletos generan retrasos en la producción y no son responsabilidad de la DCC.

El mal uso de logos, tipografías o colores institucionales afecta directamente la imagen de la universidad; por ello, todas las piezas deben alinearse con la identidad corporativa definida en el **Brandbook**.

Las **piezas gráficas elaboradas de manera externa o por otras unidades** (ya sean afiches, invitaciones, material publicitario o merchandising) **deben ser validadas previamente por la Dirección de Comunicaciones Corporativas antes de su publicación o difusión**, con el fin de resguardar tanto la exactitud de la información como la coherencia de la imagen institucional.

El **merchandising institucional** debe ajustarse a los lineamientos gráficos y ser visado por la DCC antes de su producción, garantizando la unidad visual y la proyección de la marca Universidad Central.

Si alguna unidad elabora y despacha gráficas o invitaciones de cualquier tipo utilizando como referencia diseños de la DCC, pero sin pasar por el visto bueno de esta dirección, la DCC no asume responsabilidad sobre el mensaje ni sobre la forma en que se transmite la imagen y el contenido, y no será difundida por los canales institucionales. Por lo tanto, se deben evitar este tipo de prácticas, asegurando siempre la validación institucional.

5 Invitaciones y correos institucionales



Las invitaciones y correos institucionales constituyen un canal oficial de comunicación con la comunidad universitaria y con públicos externos. Su correcta gestión permite mantener un flujo ordenado de información y evitar la saturación de los buzones. La Dirección de Comunicaciones Corporativas (DCC), a través de su área Web, es responsable de diseñar y programar estos envíos, asegurando el resguardo de la imagen y el tono institucional.

5.1 Descripción

Este tipo de solicitudes considera el diseño de invitaciones HTML, el envío de correos masivos a públicos internos o externos, y la coordinación de confirmaciones de asistencia. La difusión de actividades no se realiza mediante envíos masivos por cada evento, sino a través de un sistema combinado: invitaciones dirigidas, publicaciones en redes sociales institucionales y la [Agenda de Actividades](#), que se distribuye dos veces por semana (lunes y jueves) a toda la comunidad centralina.

5.2 Responsabilidades

Unidad solicitante:

- > Redactar el texto definitivo y validado antes de enviarlo a la DCC.
- > Definir los destinatarios y entregar un **correo de confirmación propio**, que será publicado en la invitación.
- > Ser responsables de revisar periódicamente dicho correo y responder oportunamente a las personas que confirmen su asistencia o realicen consultas.

DCC - Área Web:

- > Diseñar la invitación HTML siguiendo los lineamientos gráficos institucionales.
- > Programar y despachar los envíos institucionales según la planificación semanal y los cupos disponibles.



Formato para solicitud de envío de invitaciones

ASUNTO

Indicar el asunto que deberá tener el correo.
Ejemplo: Invitación a seminario 20 de noviembre.

FECHA DE ENVÍO

Recordar respetar el plazo de anticipación para hacer las solicitudes.

DESTINATARIO

Indicar si va a funcionarios, académicos, estudiantes, a una facultad en particular, etc.

LINK

Adjuntar link de transmisión, inscripción u otro en caso de que así lo requiera.

5.3 Tiempos de Producción

Invitación HTML: **5 días hábiles desde la recepción** de insumos completos y validados.

Envíos institucionales: deben solicitarse con al menos **3 días hábiles de anticipación**; existe un máximo de 5 envíos diarios para toda la universidad, los que se calendarizan en función de la disponibilidad.

5.4 Consideraciones

Como norma general, no se realizan envíos masivos por cada actividad, ya que esta práctica genera saturación y disminuye el impacto de la comunicación. La difusión de eventos se canaliza mediante un modelo equilibrado:

El **envío de invitaciones se realiza máximo 3 veces**, dependiendo del tiempo de anticipación (no se despachará 3 días seguidos).

Invitaciones dirigidas a públicos específicos.

Publicación en redes sociales institucionales, programadas según el calendario editorial.

Agenda de actividades. Se distribuye **dos veces por semana, los lunes y los jueves**, con el mismo contenido en ambos envíos. Esto significa que las actividades incluidas se mantienen sin modificaciones entre ambas ediciones, garantizando uniformidad en la información entregada a la comunidad.

Para que un evento sea incorporado a la Agenda, la unidad organizadora debe **completar el formulario oficial (ANEXO 2)** y enviarlo a la DCC o, en el

caso de las facultades, a través de la persona encargada de comunicaciones de cada unidad. Actualmente, la Agenda se elabora directamente a partir de los briefs de diseño enviados por las unidades, pero el formulario seguirá siendo el mecanismo de referencia y debe quedar incluido como anexo a este documento para reforzar la estandarización del proceso.

Este sistema permite asegurar que la comunidad reciba una comunicación clara, ordenada y consolidada, evitando la saturación por múltiples correos y garantizando la visibilidad de todas las actividades en un espacio único y de fácil acceso.

Existe un **espacio reservado para hitos de mayor relevancia institucional**, tales como comunicados de nombramientos de autoridades, anuncios estratégicos, cambios estructurales u otros eventos significativos. Estos envíos extraordinarios se realizan únicamente a solicitud de la Rectoría o de la Dirección de Comunicaciones Corporativas, asegurando que solo la información de alto impacto llegue de forma masiva a toda la comunidad.

En el caso de que existan **unidades que realicen envíos masivos de manera independiente**, el contenido y la imagen de dichos correos deben ser revisados y validados previamente por la DCC. Esto es fundamental porque, al representar la marca Universidad Central, todo correo institucional debe resguardar el estilo de la información, el tono comunicacional y el correcto uso de la identidad visual.

6 Producción de material audiovisual

Dado el alto volumen de solicitudes de material audiovisual, se establecen los siguientes lineamientos para organizar, priorizar y cumplir con los requerimientos de toda la comunidad universitaria.

6.1 Tipos de solicitudes audiovisuales

- > **Streaming** (YouTube para eventos mayores; Teams para actividades menores).
- > **Grabación y edición de videos** (cápsulas, institucionales, testimoniales, reels).
- > **Registro fotográfico** (actividades académicas, institucionales y de extensión).

6.1.1 Streaming

El **streaming vía YouTube** debe ser **autorizado por la DCC**, y se reserva para actividades institucionales de gran envergadura (inauguraciones, aniversarios, hitos estratégicos, visitas de autoridades).

Para actividades menores, se utilizará **Teams**, cuya sesión debe ser creada por la unidad organizadora, coordinando cámara con la DTI.

Plazo de solicitud: **15 días hábiles antes** de la actividad.

6.1.2 Videos y cápsulas

Las solicitudes de grabación y edición de videos deben realizarse con **20 días hábiles de anticipación**, para calendarizar grabaciones y garantizar cumplimiento de plazos.

Los solicitantes deberán entregar a la DCC un libreto o brief con las ideas principales del contenido del video, objetivos de la pieza, tiempo de duración, entrevistados, y formato (si es vertical u horizontal).

Los videos estarán **disponibles 2 semanas posteriores a la grabación**, dependiendo de la carga de trabajo del equipo audiovisual.

Los videos de gran envergadura requieren planificación mínima de **20 días hábiles**.

6.1.3 Registro fotográfico

En el caso de actividades de relevancia institucional:

- > El registro fotográfico debe solicitarse con **7 días hábiles de anticipación**.

Plazos de entrega:

- > Foto principal (para nota web): **máximo 1 día posterior** al evento.
- > Set completo de fotografías: **máximo 2 días posteriores** a la actividad.

6.1.4 Fotografías de estudio, publicitarias, de infraestructura u otras específicas

El registro fotográfico debe solicitarse con **15 días hábiles** de anticipación.

El plazo de entrega será de 5 días hábiles, con el fin de hacer la selección y edición del material fotográfico.

6.2 Consideraciones generales

Las solicitudes fuera de plazo podrán no ser atendidas, ya que el equipo audiovisual debe organizarse para cubrir múltiples eventos simultáneos.

La DCC priorizará la cobertura audiovisual de hitos estratégicos de la Universidad Central.

Es responsabilidad de las unidades organizadoras prever y entregar con anticipación la información y materiales necesarios para la producción audiovisual.

El incumplimiento de los plazos dificulta la posibilidad de cobertura. En ese caso, será responsabilidad de la unidad organizadora tomar el registro fotográfico.

7 Sitio web



La Dirección de Comunicaciones Corporativas (DCC) es responsable de resguardar la imagen institucional de la Universidad Central también en el ámbito digital. Por ello, todas las solicitudes relacionadas con la web deben seguir los plazos y lineamientos

7.1 Modificación de contenidos en la web institucional

Las notas web requieren que la unidad solicitante envíe la información completa (qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué), declaraciones y una imagen de apoyo. **Formulario para envío de la información (ANEXO 3)**

Plazo de publicación: **1 a 2 días hábiles** tras la recepción completa y validada de los insumos.

Correcciones o actualizaciones menores de contenidos existentes deben solicitarse con antelación mínima de **3 días hábiles**, siempre a través de la DCC.

En el caso de los sitios admision.uccentral.cl, advance.uccentral.cl, postgrado.uccentral.cl y educacioncontinua.uccentral.cl, cualquier modificación debe ser informada y autorizada por la Dirección de Admisión.

7.2 Creación de nuevos sitios o minisitios web

Toda iniciativa para generar un nuevo sitio o minisitio web (por ejemplo: proyectos especiales, congresos, centros, programas académicos) **debe ser informada previamente a la DCC.**

La DCC evaluará la pertinencia, diseño y lineamientos técnicos, asegurando que el nuevo sitio se alinee a la **identidad visual y narrativa institucional.**

Ninguna facultad, centro o unidad debe crear sitios de manera independiente o con plantillas externas sin autorización de la DCC, **ya que esto afecta la coherencia de la marca Universidad Central.**

Los desarrollos web deben seguir las directrices de diseño, usabilidad y accesibilidad definidas por la DCC y por la Dirección de Transformación Digital (DTI).

7.3 Consideraciones

La creación y gestión de sitios web institucionales es parte de la **estrategia de marca Universidad Central**, por lo que deben mantener uniformidad visual, contenidos alineados y coherencia con los objetivos institucionales.

Los plazos de diseño y habilitación de nuevos sitios dependerá de la magnitud del proyecto y deben planificarse con anticipación, coordinando recursos con la DCC.

El incumplimiento de estos lineamientos puede implicar la despublicación de sitios que no cumplan los estándares institucionales.

8 Redes sociales



8.1 Descripción

Las redes sociales son un canal estratégico de comunicación y proyección de la Universidad Central, tanto a nivel institucional como de sus facultades y unidades reconocidas. La gestión coordinada de estos espacios digitales es fundamental para mantener **una imagen unificada y representativa de la institución**, evitando mensajes dispersos o contradictorios que puedan debilitar la marca.

Este apartado regula las publicaciones en las cuentas oficiales de la Universidad Central, así como en las redes de facultades, direcciones o unidades que cuentan con autorización institucional. Todas estas redes forman parte del ecosistema comunicacional de la universidad y, por lo tanto, deben mantener un **lenguaje alineado con la identidad corporativa**, respetar los lineamientos gráficos establecidos en el Brandbook y transmitir mensajes acordes a los valores institucionales.

8.2 Responsabilidades

Unidad solicitante:

- > Coordinar la difusión de actividades o contenidos con su comunicador/a de facultad.
- > En caso de tratarse de un evento central (institucional), solicitar directamente la publicación al área de Redes Sociales de la DCC.

DCC - Área de Redes Sociales:

- > Calendarizar, programar y supervisar todas las publicaciones en las cuentas institucionales.
- > Revisar y validar que los contenidos se ajusten a la estrategia institucional y al calendario editorial.
- > Asegurar que se mantenga la coherencia en el tono, el diseño y el mensaje de cada publicación.

8.3 Tiempos de Producción

Coordinación de publicaciones: **mínimo 2 semanas antes** del evento o actividad.

Publicación: en el caso de eventos, la publicación se realiza la **semana previa a la actividad** en coordinación con la calendarización institucional.

Si el evento requiere de una mayor comunicación, como seminarios internacionales, la parte solicitante deberá entregar información para diferentes piezas gráficas, con el objetivo de no repetir la misma publicación en RR.SS.

8.4 Creación de nuevas redes sociales

La apertura de nuevas cuentas institucionales (para facultades, centros, direcciones o proyectos) debe ser solicitada formalmente a la DCC.

La DCC evaluará la pertinencia de la solicitud, considerando los objetivos comunicacionales, la capacidad de gestión de la unidad solicitante y la existencia de otras plataformas institucionales que ya cumplan esa función.

Una vez aprobada, la nueva red deberá cumplir con los lineamientos gráficos y editoriales de la universidad, y quedará bajo la supervisión comunicacional de la DCC.

La Dirección de Comunicaciones Corporativas mantiene el registro oficial de todas las cuentas institucionales de la Universidad Central, incluyendo usuarios y contraseñas. Esto garantiza la continuidad de la gestión, resguarda la seguridad digital y evita la pérdida de acceso en caso de cambios de personal en las distintas unidades.

No está permitido abrir redes sociales institucionales de manera independiente ni usar logos o denominaciones no autorizadas.

8.5 Consideraciones

Las redes sociales institucionales son un espacio de comunicación pública de la universidad; su contenido debe siempre resguardar la identidad y valores de la institución.

En caso de crisis comunicacional, todas las publicaciones **deben centralizarse exclusivamente en la DCC**, para garantizar mensajes oficiales claros, oportunos y consistentes.

Las redes existentes de facultades y unidades deben mantener **lenguaje, diseño, tono y narrativa alineados con la imagen corporativa de la Universidad Central**, ya que representan directamente a la institución ante la opinión pública.

9 Protocolo



9.1 Descripción

El protocolo institucional es fundamental para garantizar el orden, la formalidad y el correcto desarrollo de las actividades de la Universidad Central. La Dirección de Comunicaciones Corporativas (DCC), a través de su equipo de Protocolo y Extensión Cultural, entrega lineamientos y acompañamiento en aquellos eventos que requieren un mayor grado de formalidad, asegurando la adecuada representación de la universidad y el respeto a las normas institucionales.

De esta manera, la DCC prestará apoyo para las siguientes solicitudes de protocolo:

9.2 Libretos

Los libretos y minutas permiten dar orden y estructura a los eventos institucionales, asegurando el cumplimiento del programa y la correcta conducción de la actividad.

9.2.1 Responsabilidades

Unidad solicitante: solicitar el apoyo en libreto con la información completa del evento (programa, participantes, tiempos, vocativos).

DCC – Protocolo y Extensión Cultural: elaborar o revisar los libretos y minutas, entregando orientación sobre el formato y las formalidades necesarias.

9.2.2 Tiempos

Solicitud de libreto: al **menos 10 días hábiles** antes del evento.

9.3 Ubicación y Vocativos

La correcta distribución de asientos y el uso de vocativos garantizan el debido trato a autoridades internas y externas, resguardando el orden protocolar y la imagen institucional.

9.3.1 Responsabilidades

Unidad solicitante: entregar con anticipación el listado completo de invitados y autoridades.

DCC – Protocolo y Extensión Cultural: definir la precedencia, ordenar la disposición de asientos y validar los vocativos que se utilizarán en el evento.

9.3.2 Tiempos

- > Lista de invitados y autoridades: **mínimo 1 semana** antes del evento.
 - > Entrega de listado de confirmaciones finales: **1 día antes** del evento.
-

9.4 Maestro/a de Ceremonias

El maestro/a de ceremonias es un rol clave para conducir los eventos con formalidad, orden y fluidez. **La DCC no dispone de personal para cubrir este rol**, por lo que debe ser provisto por la unidad organizadora.

9.4.1 Responsabilidad

Unidad solicitante: contratar o designar al maestro/a de ceremonias, asegurando que tenga la calidad y formalidad adecuadas al carácter del evento.

DCC – Protocolo y Extensión Cultural: sugerir nombres de profesionales recomendados o revisar y validar al candidato propuesto por la unidad (VB).

9.4.2 Tiempos

Definición de maestro/a de ceremonias: **al menos 2 semanas antes** del evento, para su validación por parte del encargado de Protocolo de la DCC.

9.5 Regalos Institucionales

Los regalos institucionales forman parte de la dimensión protocolar de las actividades y deben ser considerados dentro de la planificación de cada unidad organizadora. No forman parte de los recursos provistos por la Dirección de Comunicaciones Corporativas (DCC), sino que corresponden a la gestión y presupuesto de cada unidad.

9.5.1 Responsabilidades

Unidad solicitante:

Definir y presupuestar los regalos o materiales corporativos que se entregarán en sus actividades (por ejemplo: pines, carpetas, lápices, sobres u otros).

Coordinar la elaboración y financiamiento de dichos materiales.

Solicitar, cuando corresponda, el diseño de las piezas gráficas a la DCC, para asegurar que respeten la identidad institucional.

DCC – Protocolo y Extensión Cultural:

Evaluar la pertinencia de entregar regalos institucionales en actividades que cuenten con la participación de autoridades de alta relevancia (ministros, embajadores, personalidades internacionales).

En estos casos, se podrá disponer de un regalo institucional especial, entregado por el Rector y/o el presidente de la Honorable Junta Directiva.

Apoyar en la validación del diseño de materiales o merchandising solicitado por las unidades, resguardando el uso adecuado de la imagen corporativa.

9.5.2 Tiempos

La decisión sobre los regalos y materiales corporativos debe adoptarse con suficiente anticipación **(mínimo 2 semanas antes del evento)**, para permitir su elaboración y entrega oportuna.

En el caso de visitas de **autoridades nacionales o internacionales**, la DCC debe ser informada con antelación para evaluar la pertinencia de coordinar un obsequio institucional oficial.

9.5.3 Consideraciones

Los regalos institucionales son parte de la representación formal de la universidad y deben ser coherentes con su identidad y valores.

El diseño de materiales corporativos siempre debe pasar por la validación de la DCC antes de ser producido.

En caso de presencia de **autoridades de relevancia nacional o internacional**, la unidad debe informar con anticipación a la DCC, ya que estas situaciones requieren consideraciones especiales (vocativos, precedencias, seguridad y coordinación adicional).

Todas las directrices de protocolo entregadas por la DCC son de carácter obligatorio y deben ser respetadas por las unidades, con el fin de resguardar la imagen institucional y garantizar un trato adecuado a las autoridades.

10 Comunicaciones externas



Las **comunicaciones externas** de la Universidad Central se gestionan a través del **Encargado de Comunicaciones Externas** de la Dirección de Comunicaciones Corporativas (DCC). Esta área es la responsable de articular la relación con los medios de comunicación y asegurar que la universidad proyecte una imagen alineada con sus objetivos institucionales

10.1 Canales de gestión

Notas de prensa y comunicados:

Las solicitudes deben ser enviadas al Encargado de Comunicaciones Externas o canalizadas a través de las/los periodistas de comunicaciones académicas incluyendo un brief con tema, objetivo, vocero/a, datos de contacto e imágenes de apoyo.

La DCC define el enfoque comunicacional y gestiona el envío del comunicado a los medios más pertinentes.

Columnas de opinión y artículos:

Las columnas que se envían desde la Dirección de Comunicaciones representan oficialmente la voz institucional de la Universidad Central.

Si un/a académico/a, autoridad o investigador/a decide publicar de manera independiente en un medio, esto se entiende como una acción a título **personal** y no como una comunicación institucional.

Para su difusión oficial, las columnas deben ser canalizadas a través del Encargado de Comunicaciones Externas y/o las/los periodistas de comunicaciones académicas, quienes revisarán y validarán la pertinencia, el estilo y el encuadre institucional antes de su envío a medios.

Vocerías y entrevistas:

Toda coordinación de entrevistas con medios debe realizarse a través del Encargado de Comunicaciones Externas.

La DCC acompaña el proceso preparando al vocero/a con pautas de mensaje clave y gestionando el contacto con el medio.

10.2 Consideraciones

Centralizar la gestión en la DCC asegura coherencia y evita duplicidades en la relación con la prensa.

La DCC mantiene una **agenda editorial externa**, alineada a hitos institucionales y contingencia nacional, para dar mayor visibilidad y fortalecer el posicionamiento de la Universidad Central.

11 Edición y Diagramación de Documentos Editoriales



La Dirección de Comunicaciones Corporativas brinda apoyo en la **edición de textos y diagramación de documentos con contenido editorial**, tales como memorias institucionales, cuentas públicas, informes estratégicos u otros de carácter oficial.

11.1 Flujo de trabajo

Entrega del texto base:

El área solicitante debe enviar el documento en versión completa, con datos verificados y contenidos validados por la unidad correspondiente. La DCC no asume la responsabilidad de generar o recopilar información: trabaja sobre la versión final entregada.

Edición de redacción y ortografía:

La DCC realiza una primera revisión de estilo, ortografía y redacción para asegurar claridad, consistencia y lenguaje institucional. El documento corregido se devuelve al área solicitante para su validación.

Diagramación:

Una vez aprobado el texto definitivo, se inicia el proceso de diseño y diagramación. El área de Diseño aplicará la identidad visual institucional (tipografías, paleta de colores, estilos gráficos).

11.2 Plazos de trabajo

- > **Revisión de redacción y ortografía:** mínimo **5 días hábiles** (dependiendo de la extensión del documento).
- > **Diagramación inicial:** mínimo **15 días hábiles** posteriores a la entrega del texto aprobado.
- > **Correcciones de diseño:** máximo **2 rondas de ajustes.**
- > La planificación de documentos de gran extensión (memorias, cuentas públicas) debe hacerse con al menos **1 mes de anticipación.**

11.3 Consideraciones

La DCC **no se encarga de la impresión de documentos.** La gestión de impresión y financiamiento debe realizarla la unidad solicitante.

El incumplimiento de plazos de entrega y validación puede retrasar la producción y afectar la publicación en los tiempos requeridos.

Para asegurar un proceso eficiente, la unidad solicitante debe designar un **responsable único de validación** del documento.

Anexo 1

Formulario de solicitud materiales y difusión



Este formulario tiene como objetivo recopilar de manera clara y ordenada la información necesaria para la solicitud de materiales gráficos y acciones de difusión.

Complete cada campo según corresponda, indicando el tipo de gráfica requerida y las especificaciones necesarias para su correcta elaboración.



Descargar archivo

Anexo 2

Formulario de solicitud Agenda U. Central



El siguiente documento canaliza la información que se publicará semana a semana en “Agenda U. Central”.

La agenda se envía dos veces: los jueves de cada semana, para dar a conocer las actividades de la semana entrante y el lunes a modo de recordatorio de lo que se viene.

La información se recibe hasta el martes anterior al envío. Se recomienda pensar en títulos creativos y en una descripción atractiva, para convocar a la comunidad. Para efectos de este documento, no detenerse en elementos gráficos (como negritas o tipografía), solo registrar el contenido, sin modificar la estructura.



Descargar archivo

Anexo 3

Formulario de levantamiento materiales y difusión



El siguiente formulario permite facilitar el trabajo periodístico, estandarizar y mejorar los contenidos noticiosos publicados en nuestros canales de comunicación interna.



Descargar archivo

Anexo 4

Checklist operativo

1. Planificación General

- ☒ Definir objetivos, público y relevancia del evento.

- ☒ Confirmar fecha, hora y lugar.

- ☒ Reservar sala/espacio y equipamiento técnico a través de la jefatura administrativa de campus:
 Jefe Administrativo GHU y Centro de Extensión Santiago Flores | santiago.flores@ucentral.cl
 Jefa administrativa VKI y Centro Deportivo | Diana González
diana.gonzalez@ucentral.cl
 Jefe Administrativo VKII César Iceta Herrera | cicetah@ucentral.cl
 Verificar aforos y accesos.

- ☒ Coordinar personal de apoyo (logística, acreditación, micrófonos, proyección, etc).

2. Coordinación con la DCC

- ☒ Solicitar cobertura comunicacional (notas, redes sociales, audiovisual, etc.) con los plazos definidos.

- ☒ Entregar brief completo y validado con toda la información del evento (fecha, lugar, programa, participantes, voceros, logos autorizados).

- ☒ Coordinar la inclusión en la Agenda de Actividades (enviar formulario/brief a la DCC).

- ☒ Definir pertinencia de cobertura ampliada (streaming, prensa, difusión externa).

3. Gráficas y Materiales

- ☒ Completar brief de diseño con datos definitivos y logos autorizados.
- ☒ Solicitar piezas gráficas con al menos 7 días hábiles de anticipación.
- ☒ Validar piezas con la DCC (máx. 2 rondas de correcciones).
- ☒ Si hay merchandising, enviar diseño a DCC para validación de imagen institucional.

4. Invitaciones y Difusión

- ☒ Redactar texto definitivo de la invitación (HTML, mailing o RRSS).
- ☒ Solicitar envío de invitación HTML con 5 días hábiles de anticipación.
- ☒ Definir destinatarios y correo de confirmación de asistencia.
- ☒ Revisar la Agenda de Actividades y redes sociales institucionales como principales canales de difusión.
- ☒ Evitar duplicar envíos masivos independientes.

5. Audiovisual y Registro

- ☒ Solicitar registro fotográfico mínimo 7 días hábiles antes.
- ☒ Solicitar streaming (YouTube o Teams) con 15 días hábiles de anticipación. (Revisar si aplica o no según lineamientos DCC)
- ☒ Para videos/cápsulas, solicitar con 20 días hábiles y entregar libreto/guion.
- ☒ Confirmar entrega de insumos audiovisuales posteriores (fotos, reels, cápsulas).

6. Web y Redes Sociales

- ☒ Solicitar cobertura comunicacional (notas, redes sociales, audiovisual, etc.) con los plazos definidos.
- ☒ Entregar brief completo y validado con toda la información del evento (fecha, lugar, programa, participantes, voceros, logos autorizados).
- ☒ Coordinar la inclusión en la Agenda de Actividades (enviar formulario/brief a la DCC).
- ☒ Definir pertinencia de cobertura ampliada (streaming, prensa, difusión externa).

7. Protocolo

- ☒ Solicitar apoyo en libreto con 10 días hábiles de anticipación.
- ☒ Enviar listado de autoridades e invitados (mínimo 1 semana antes).
- ☒ Confirmar lista definitiva de asistentes (1 día antes).
- ☒ Designar Maestro/a de Ceremonias con 2 semanas de anticipación (validar con DCC).
- ☒ Definir si se entregarán regalos institucionales.
- ☒ En caso de autoridades de alta relevancia (ministros, embajadores), informar a la DCC para coordinar obsequio oficial.

8. Prensa Externa

- ☒ En caso de actividades de relevancia institucional (con invitados de alto nivel o temáticas que impacten más allá de la comunidad centralina), solicitar a la DCC la evaluación de cobertura de prensa externa.

- ☒ Entregar brief con tema, vocero/a, objetivo comunicacional y datos de contacto.

- ☒ Coordinar entrevistas, notas o vocerías solo a través de la DCC. DCC para coordinar obsequio oficial.

9. Documentos y Material Editorial

- ☒ Enviar textos finales y validados a la DCC para edición o diagramación.

- ☒ Planificar documentos largos (memorias, cuentas públicas) con 1 mes de anticipación.

- ☒ Designar un responsable único de validación de textos.

- ☒ Coordinar impresión y financiamiento de manera independiente (no lo cubre la DCC).



Guía operativa de **PROCEDIMIENTOS COMUNICACIONALES**



Universidad
Central

Sede Santiago



**Dirección de
Comunicaciones Corporativas**
Universidad Central

Enero 2026

