



Universidad
Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza

Manual de Estilo Corporativo UACH

Actualización septiembre de 2023.



Estilo Gráfico

de la Universidad Austral de Chile

El propósito de este manual de estilo gráfico corporativo es fortalecer la imagen de la institución, diferenciarla y actualizarla a los nuevos tiempos, además de crear un sistema visual adaptable a los entornos digitales.

La identidad visual corporativa está directamente relacionada con la historia y trayectoria de la institución, y debe reunir ciertas cualidades:

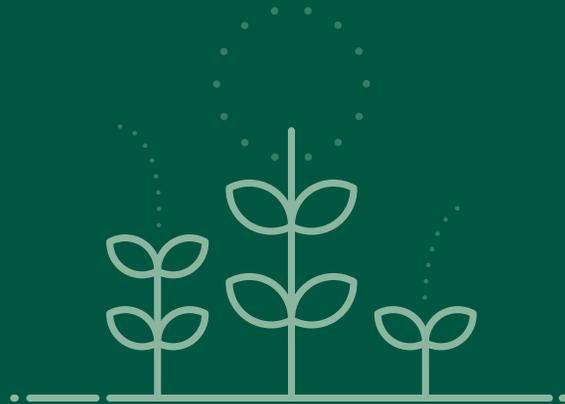
- Sencillez y claridad
- Representatividad
- Coherencia
- Diferencia

La normalización gráfica UACH para soportes impresos y digitales no pretende centrarse en el diseño gráfico, sino en la estrategia de ¿cómo y qué comunicar?.

“La identidad visual está en el corazón de las estrategias de comunicación.”

Valores corporativos

Mediante sus acciones contribuye con excelencia al desarrollo sustentable y bienestar del país, desde la zona sur austral de Chile, formando profesionales y graduados socialmente comprometidos, creando e investigando en las diversas áreas del conocimiento científico, tecnológico, humanístico, artístico y social, así como manteniendo una activa vinculación con el medio.





Libertad

Excelencia

Pluralismo

Compromiso Público

Integridad

1. La marca gráfica

Definición. Logotipo e isotipo

La marca gráfica es el principal signo identificador de la Universidad Austral de Chile, por tanto, es muy importante respetar escrupulosamente todas las normas acerca de ella, su construcción, etc.

Marca y patente registrada en el Diario Oficial de la República de Chile (Núm. 43.450 / 13 de Enero 2023) y actualización de este Manual de Estilo Corporativo, establecido en el decreto de Rectoría Nº 047 del 28 de enero de 2022.

La marca gráfica consta de 3 partes:

Isotipo o símbolo (escudo), **logotipo o parte verbal** (Universidad Austral de Chile) y **slogan** (Conocimiento y Naturaleza).

Este logotipo institucional se aplica para eventos de carácter formal corporativo, como eventos institucionales, certificaciones, papelería y comunicaciones formales institucionales.

Marca a color



Marca en blanco y negro



* No se debe olvidar que la marca **NO** es sólo el escudo, sino el escudo + parte verbal y slogan.

Logotipo

Es el nombre de la Universidad.
La familia tipográfica corporativa es **Garamond light Condensed**, una versión especial de Garamond, diseñada por Claude Garamond. El logotipo puede actuar en forma independiente del isotipo y del slogan. Sin embargo debe estar presente siempre y antes que el nombre de cualquier producto, Facultad, Instituto, Escuela, Centro o unidad.

Universidad Austral de Chile

Slogan

Corresponde a una frase de apoyo para la marca. Éste contiene un alto valor conceptual, que ha de utilizarse siempre con la variante Italic (cursiva) de Garamond Condensed.

La utilización del slogan no es obligatorio, pero debe ir necesariamente acompañado del logotipo o junto a la marca en su versión central.

Conocimiento y Naturaleza

Lema

El lema en latín **Libertas Capitur** (La Libertad se conquista) es frase acuñada por el rector fundador y está con la tipografía Garamond light. El lema refleja la confianza de que sólo es posible una sociedad de hombres y mujeres libres cuando se promueve el respeto a la persona, al pensamiento, la participación y la tolerancia de las ideas, principios básicos que mueven el quehacer de la Universidad Austral de Chile.

Libertas Capitur / LIBERTAS CAPITUR

Sigla UACH

La sigla UACH, abreviatura de la Universidad Austral de Chile podrá ser utilizada en textos y títulos donde la Universidad esté presente.

La tipografía debe ser la misma del logotipo, o la misma que se esté utilizando para un texto corrido o un título y/o subtítulo. Las primeras letras son siempre en mayúscula y la “h” en minúscula.

La sigla no reemplazará a la marca de la Universidad, pero puede utilizarse de modo independiente en piezas publicitarias.

La marca Universidad Austral de Chile de la Sede Puerto Montt y Campus Patagonia se presenta de esta manera:



Isotipo o escudo

El escudo de la Universidad Austral de Chile puede utilizarse de manera independiente del logotipo y slogan, siempre y cuando se cumpla con los siguientes requisitos:

- Si va ser utilizado en la arquitectura de un espacio determinado de la Universidad.
- Para auditorios o salones donde el nombre de la Universidad esté presente.
- En uniformes corporativos.
- Como emblema.
- En merchandising que se distribuya en la Tienda UACH.



Raíz heráldica

En un acta de los inicios de la Universidad se hace mención al significado de las distintas partes que componen el escudo:

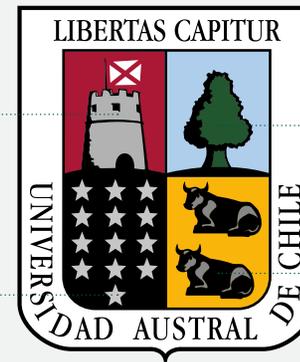
“El escudo está acuartelado con cruz y lleva bordura. En el cantón siniestro del jefe va el escudo de la ciudad de Valdivia, en el cantón diestro, va un roble en verde sobre campo de

plata, sobre el cantón siniestro de la punta, van trece estrellas de plata sobre un campo negro. En el cantón diestro de la punta, van dos toros hechados sobre campo de oro”.

La interpretación de las figuras heráldicas es la siguiente:

El **torreón** resume el emblema heráldico en un solo cuerpo y conserva la bandera de la ciudad en su parte superior.

Las **trece estrellas** son imágenes de la felicidad, grandeza, majestad y paz, que simbolizan también la prudencia.



El **roble** esta definido con líneas irregulares para establecer rasgos realistas. Símbolo de ánimo, fuerza y fecundidad en empresas valederas.

Los **dos toros** echados, símbolo de trabajo y continencia.

Por tanto el **escudo** lleva símbolos de ánimo fuerte de fecundidad en las empresas, de felicidad, la grandeza, majestad, paz, prudencia, trabajo y continencia.

2. Subutilización de marca

Es correcto usar algunos de estos formatos, siempre y cuando la marca no pueda utilizarse por razones de espacio, soporte, construcción u otro.

Las proporciones de la marca constituyen un eje primordial en el posicionamiento de imagen. Tanto el ancho de la línea que separa al logotipo del slogan, como el espacio o aire entre el escudo y el logotipo, deben ser cuidadosamente respetados.



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza



UACH



UACH



UACH



UACH

3. Uso de la marca

Deberá usarse la marca Universidad Austral de Chile, en los siguientes casos:

- a) En la documentación administrativa u oficios.
- b) En la difusión mediante afiches, folletos, o cualquier otro soporte impreso o digital de actividades organizadas por la UACH, o cualquier otra unidad (Centro, departamento, u estructura administrativa) de la Universidad, en la que participe como organismo organizador, colaborador o patrocinador.
- c) En las publicaciones impresas o digitales editadas por la propia Universidad o en las que participe de manera expresa, como organizador, colaborador o patrocinador.
- d) En la identificación de tesis o proyectos de títulos de la Universidad, así como trabajos de carácter académico o de investigación producidos en la Universidad Austral de Chile.
- e) En la publicidad realizada por la UACH o por cualquier otra unidad (Centros, Departamentos, Institutos, etc.)
- f) En la señalización exterior e interior.

g) En las páginas web institucionales, de las unidades, o cualquier estructura administrativa de la UACH.

Uso interno o subemisor

Existen 3 formas de utilizar nuestra marca:

ESCRITA: El nombre Universidad Austral de Chile.

HABLADA: La palabra completa Universidad Austral de Chile.

GRÁFICAMENTE: Nuestra marca (Isotipo, logotipo y slogan)

Universidad Austral de Chile debe ser la forma principal de identificación para Facultades, Sedes, Campus, Escuelas, Institutos, Carreras, Programas, Postítulos y Doctorados.

Ejemplos de Subemisores:



Ejemplo de marca UACH en donde participan varias unidades, evitando repetir varias veces el mismo logo en una misma gráfica (orden por jerarquía, de mayor a menor rango):



En el caso de la Sede Puerto Montt y Campus Patagonia, el orden es de macro a micro unidad, como muestran los siguientes ejemplos:





4. Familia tipográfica

La familia tipográfica oficial de la Universidad Austral de Chile es “Garamond Condensed”, una versión especial de Garamond (diseñada por Claude Garamond 1480 - 1545).

Garamond Light Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
.,:”¿?!@#%&/*()

Garamond Light Condensed Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
.,:”¿?!@#%&/()*

Aunque la tipografía principal UACH es la Garamond Light Condensed, existen otras tipografías complementarias para utilizar en **titulares y textos**. Se sugiere utilizar las de tipo Sans Serif como: Arial, Bell Gothic, Helvetica, Myriad Pro, Gill Sans, entre otras.

Únicamente pueden utilizarse en soportes publicitarios y en plantillas editables, siempre y cuando no se altere la marca Universidad Austral de Chile ya presentada.

uach.cl
Universidad Austral de Chile

Colores corporativos

Los colores corporativos son otro elemento que definen la identidad visual de la marca de la Universidad Austral de Chile. Por ello, es importante que sean utilizados responsablemente, evitando cualquier tipo de variación. Toda imagen corporativa posee una serie de códigos cromáticos que deben ser respetados.



5. Colores corporativos

Los colores corporativos son los utilizados en el isotipo. La paleta de colores primarios corresponde a los colores institucionales y está compuesta por 5 colores planos y 3 porcentajes de negro tintas planas y cuatricromía.

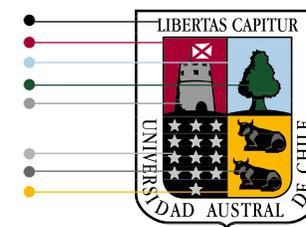
La cuatricromía es el sistema habitualmente utilizado para las impresiones a todo color. Los colores mostrados a continuación no pueden alterarse y deben ser representados, para el uso correcto de la marca.

Verde, transmite serenidad, calma y paz. Implica naturaleza, crecimiento y poder.

Celeste, representa tranquilidad. Nos recuerda elementos como el agua y el cielo, por eso se asocia a sensaciones de serenidad y pureza.

Amarillo, asociado a la energía, armonía, sabiduría y agilidad.

Rojo, elegante y sobrio, evoca poder y nobleza.



Colores Primarios

	Nombre	Pantone	CMYK	Hexadecimal
	Rojo UACH	Pantone 200	C=16, M=100, Y=77, K=6	#c20430
	Celeste UACH	Pantone 290	C=29, M=4, Y=7, K=0	#c0ddea
	Amarillo UACH	Pantone 123	C=0, M=24, Y=85, K=0	#ffc82e
	Verde UACH	Pantone 349	C=93, M=31, Y=88, K=23	#00693e
	Negro UACH	Pantone Black	C=0, M=0, Y=0, K=100	#1d1d1b
	60% Negro UACH	60% Pantone Black	C=0, M=0, Y=0, K=60	#878787
	40% Negro UACH	40% Pantone Black	C=0, M=0, Y=0, K=40	#b2b2b2
	30% Negro UACH	30% Pantone Black	C=0, M=0, Y=0, K=30	#c6c6c6

Colores secundarios

Los colores secundarios corresponden a los colores definidos para cada una de las Facultades, Sedes y Campus de la Universidad Austral de Chile.

En caso de no poder aplicar alguno de estos pantone, por cuestiones técnicas del soporte o forma de impresión, se recomienda buscar el color más aproximado.

	Facultad /Sede /Campus	Pantone
	Ciencias Agrarias y Alimentarias	Pantone 348C (Verde)
	Ciencias Forestales y Recursos Naturales	Pantone 553C (Verde Musgo)
	Ciencias Veterinarias	Pantone 208C (Burdeo)
	Ciencias	Pantone 2955C (Azul)
	Filosofía y Humanidades	Pantone 306C (Celeste)
	Medicina	Pantone 711C (Rojo Sangre)
	Ciencias de la Ingeniería	Pantone 021C (Naranja)
	Ciencias Económicas y Administrativas	Pantone 505C (Guinda Seca)
	Ciencias Jurídicas y Sociales	Pantone 131C (Mostaza)
	Arquitectura y Artes	Pantone 2603C (Morado)
	Sede Puerto Montt	Pantone 314C (Variedad azul)
	Campus Patagonia	Pantone 7597C (Ocre)

Traje Académico (toga y birrete)

El Rector Fundador establece que tradiciones como el uso de la toga y el birrete negro darían solemnidad a los actos de la Universidad.

El distintivo de color, amarillo oro en el caso de autoridades superiores, y de Decanos/as y Profesores/as Titulares, va de acuerdo al color de la Facultad a la cual pertenece. (Ver cuadro de colores secundarios).



6. Aplicación de marca en piezas gráficas

La utilización de la marca de la Universidad Austral de Chile deberá ir siempre en un lugar destacado en cualquiera de los soportes que se utilice.

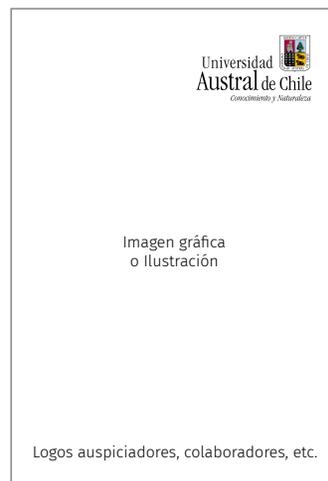
La marca se instalará en la parte superior derecho o de manera centrada otorgándole la jerarquía que ésta merece. En caso, que no lo permita podrá ser utilizado en costado izquierdo de acuerdo a la disposición gráfica del soporte.

A continuación, ejemplos de varios soportes:

Lienzo pasacalle 7x1 mts.



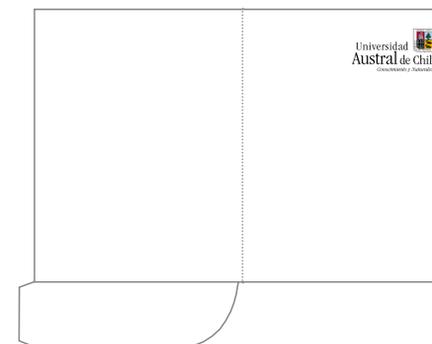
Afiche y/o volante



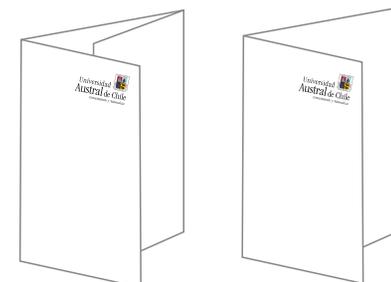
Gráfica para Redes Sociales



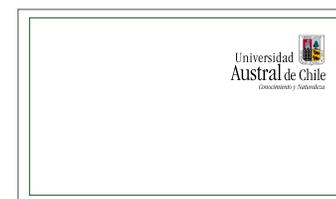
Carpeta



Tríptico y/o díptico



Placa conmemorativa

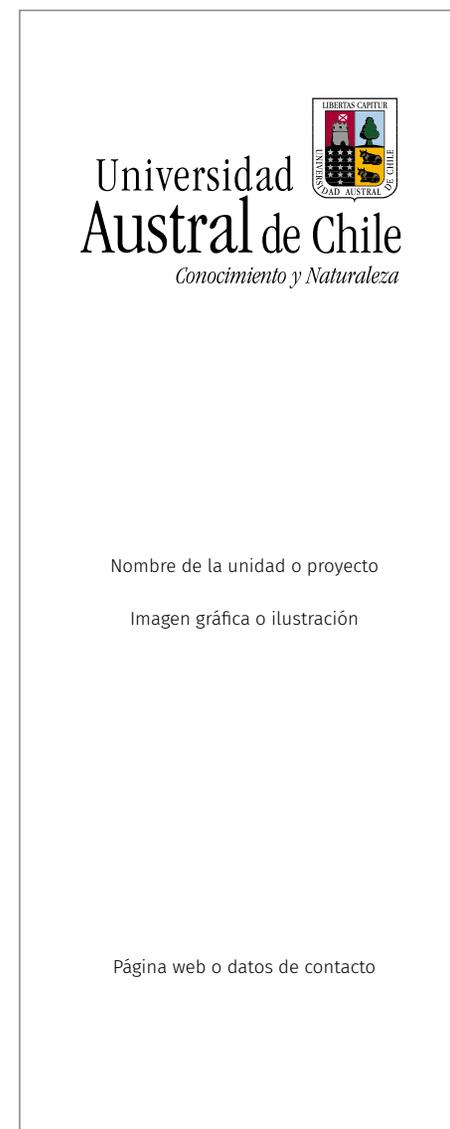


Pendón institucional

Existen 2 tipos de pendones, el institucional y el subemisor de alguna unidad y/o proyecto.

Las medidas del pendón estándar son de 200 x 80 cms.

En el pendón institucional se debe incorporar una sola vez la marca UACH, centrado el nombre de la unidad o proyecto corporativo, y en la parte inferior indicar otros datos de contacto, como la página web.



Tarjeta de presentación

Tarjeta de presentación impresa de 8,5 x 5,5 cms.



Carpeta institucional

Carpeta institucional A4, cerrado 22 cms. x 32 cms. alto. Tamaño 54 x 37,5 cms extendido para hojas A4.



Pie de firma digital

Estructura de pie de firma digital para correo electrónico institucional.



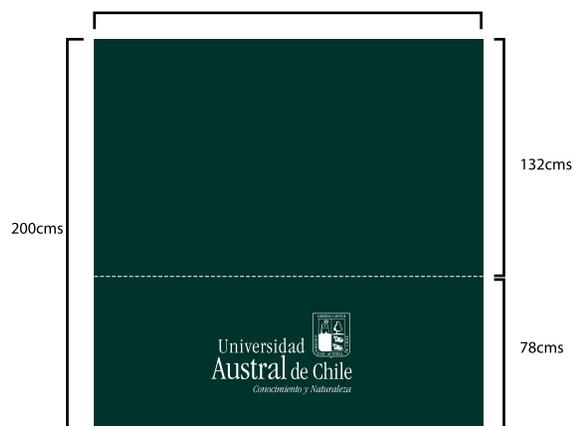
Indicaciones importantes:

- En todos los folletos, publicaciones y anuncios informativos institucionales deben contener los elementos básicos de la identidad corporativa.
- La marca institucional de este manual pueden ser descargados en la página web: <https://www.uach.cl/organizacion/rectoria/direccion-de-comunicaciones/grafica-institucional>
- El material impreso seguirá utilizándose hasta que se agote o hasta que trascorra un año desde la aprobación de este manual.

Mantel institucional

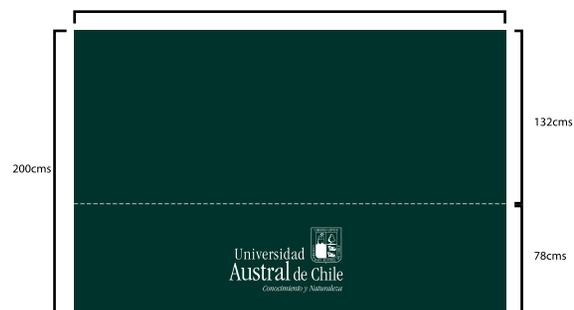
2x2

200cms



3x2

300cms



Letrero exterior

Letrero estacionamiento. Formato:120 x 38 cms.



Todos los letreros exteriores de infraestructura sean de madera o tipo totem metálicos deben tener el escudo o logo UACH.



7. Jerarquía o disposición de logos

Para un uso correcto que permita buena lectura y mejor distribución, sugerimos manejar en la parte inferior de cada pieza gráfica una franja de logos enmarcada en un rectángulo blanco. La opción sin este rectángulo blanco es viable solamente si el diseño lo permite y no se pierdan visualmente los logotipos.

En algunos casos, se sugiere adicionar línea separadora, conservar distancia y proporción al momento de incorporar una serie de logos.



Si la UACH es el principal actor su lugar será siempre en la **parte superior derecha**.

Cuando son dos o más las instituciones anfitrionas, el logo de la más importante debe ir ubicado por orden de precedencia, de izquierda a derecha, de mayor a menor rango.



El principio básico es el mismo, de mayor a menor relevancia: Ej. 1, internacionales + 2, estatales + 3, provinciales + 4, municipales + 5, resto.

El rango en cuanto a las entidades privadas (empresas) suele ser en función de apoyos que proporcione cada una. Las que más respalden, mayor relevancia.

La jerarquía UACH será de izquierda a derecha según rango, es decir, de macro unidad (Sede Puerto Montt) a micro unidad (Escuela de Fonoaudiología).

En caso que existan más de 3 unidades participantes UACH, se interpretará como una actividad universitaria por lo que se sugiere utilizar únicamente el logo institucional, y no duplicar el mismo logo.

Para nombrar las unidades participantes UACH, se plantea el siguiente ordenamiento visual, donde el nombre de la Unidad se sitúa a la derecha del logo institucional (Universidad Austral de Chile) y separado por una línea vertical. Ver ejemplo:



Facultad de Ciencias
Instituto de Bioquímica y Microbiología
Vicerrectoría Académica
Dirección de Asuntos Estudiantiles



Importante tener en cuenta que algunas entidades gubernamentales, tales como el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, tiene un manual de identidad gráfica propio para el uso de su imagen. Sugerimos revisarlo.

Logos propios de otras unidades UACH.

1. Las unidades, centros, departamentos, o cualquier otra estructura organizativa podrá crear su propio símbolo o logo representativo, que deberá ser utilizado conjuntamente con la marca “Universidad Austral de Chile” y deberá incluir la denominación “UACH” o “Universidad Austral de Chile”.
2. Los símbolos o logotipos propios deben ser registrados por el Área Gráfica de la Dirección de Comunicaciones.
3. Es responsabilidad de la unidad el buen uso del mismo.

Merchandising corporativo

El objetivo del merchandising corporativo UACH, es generar recordación de marca con productos promocionales que cumplen con estándares de calidad y sustentabilidad.



8. Merchandising corporativo

En el año 2005 nace la “Tienda UACH” con productos y merchandising de la institución. El objetivo es prestar un servicio a toda la comunidad universitaria, además de ser una herramienta de difusión de la imagen corporativa de la UACH.



Vestimenta



Mascota pingüina

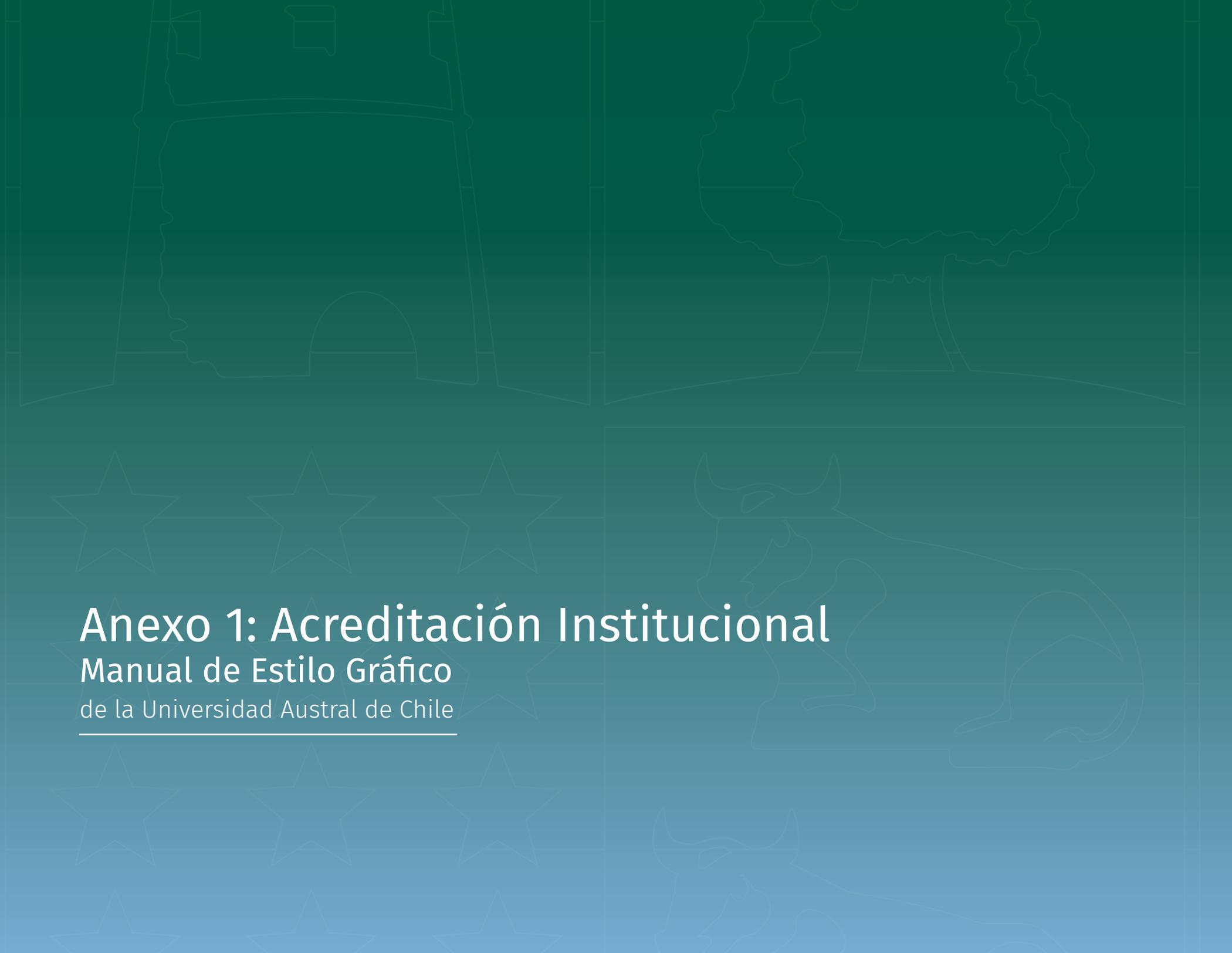
En 1956, algunos estudiantes habían comenzado a participar en competencias deportivas representando a la Universidad Austral de Chile, por este motivo se estimó conveniente tener algún distintivo para las camisetas. Cuenta la historia que durante un recreo, en la clase del Dr. Caorsi, el estudiante Hugo Bidigain dibujó un pingüino en la pizarra, el cual desde ese entonces fue catalogado como mascota de la UACH.



9. Rotulación de vehículos

De acuerdo a lo dispuesto en el Reglamento N°125, del 6 de junio de 2016, todos los vehículos institucionales deberán llevar la marca UACH y la identificación de la Unidad a la cual pertenece o están adscritos, en un lugar visible y uniforme.



The background features a dark teal color with a grid pattern. On the left, there is a faint white outline of a building with a large archway. On the right, there is a faint white outline of a tree. In the center, there are two rows of five white stars each. On the right side, there is a faint white outline of a bull's head and neck.

Anexo 1: Acreditación Institucional

Manual de Estilo Gráfico

de la Universidad Austral de Chile

Normativa de publicidad de Acreditación Institucional y de carreras de pregrado y programa de postgrado

La Unidad de Autoevaluación y Calidad Institucional de la Dirección de Desarrollo Estratégico UACH es la encargada de llevar todos los procesos de acreditación institucional, de carreras y de programas de pregrado y postgrado de nuestra Universidad.

La Comisión Nacional de Acreditación CNA Chile establece que todas las instituciones de educación superior están obligadas a incorporar en su publicidad la información del resultado del proceso de acreditación institucional, pregrado, postgrado y especialidades en el área de la salud.

Logo de Acreditación Institucional UACH

En la que deberá señalar que la Institución está Acreditada, el nivel de Excelencia y las áreas en las cuales resultó acreditada institucionalmente, el número exacto de años que le fueron otorgados, mes y año de expiración de dicha acreditación.

Logo de Acreditación Institucional a color y blanco y negro versión rectangular



versión cuadrada



Logo de Acreditación de Carreras de Pregrado o Programas de Postgrado UACH

En la que deberá señalar Carrera o Programa “Acreditada”, el número exactos por los cuales ha sido acreditada, mes y año de expiración, modalidades, sedes y jornadas a las cuales se extiende dicha acreditación, y por último el nombre de la Agencia acreditadora ante la cual se sometieron a proceso.

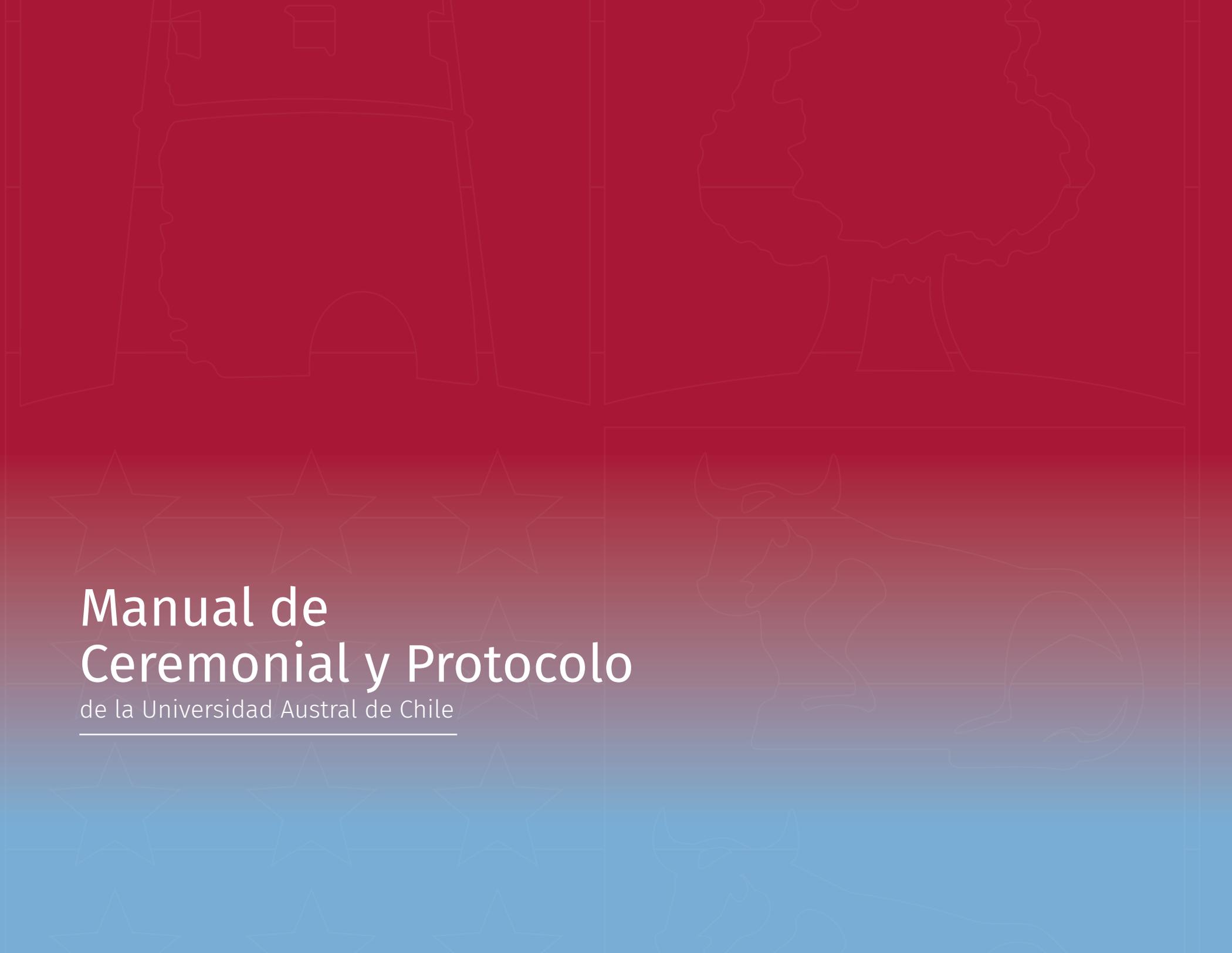
A continuación, se muestra el formato de logo de acreditación nacional e internacional de una carrera de pregrado:

Formato de logo de acreditación de programa de postgrado:



En caso, que se publicite más de dos carreras y/o programas en el mismo soporte y que la diagramación no permita incorporar de manera clara la información de acreditación, se podrá indicar con un asterisco (*) su condición de “Acreditada” acompañado de la siguiente frase: “Ver sedes, modalidades y jornadas en www.cnachile.cl”. Dicha información debe ser legible.





Manual de Ceremonial y Protocolo

de la Universidad Austral de Chile

1. Ceremonial y protocolo

El ceremonial y protocolo trasciende las normas de urbanidad, buenas maneras o comportamiento social. No obstante, en su esencia, pretende necesariamente, lo mismo: el respeto que nos debemos unos a otros. (1)

Silva, C.M, (1997). Ceremonial y Protocolo, Fondo de Cultura Económica, 19.

El **Ceremonial** es el conjunto de reglas prácticas que deben observarse en las relaciones oficiales de los jefes de Estado, sus representantes, ejecutivos, directivos y en, general, de todos aquellos que deben mantener relaciones de carácter público con otros personeros similares. El **Protocolo**, en tanto, ordena las reglas del ceremonial y controla su ejecución. La aplicación práctica y concreta del ceremonial está entregada al protocolo. El protocolo implica pensar y no sólo aplicar reglas mecánicas.

En cuanto al ceremonial y protocolo en función de las Relaciones Públicas de la Universidad Austral de Chile, éste tiene por objetivo

proporcionarle a la institución una imagen social formal, coherente con la calidad y excelencia institucional lo cual se traduce en una ventaja distintiva y competitiva.

Para coordinar y organizar exitosamente los actos o ceremonias de carácter institucional, la **Dirección de Comunicaciones** cuenta con un área de Eventos, Ceremonial y Protocolo encargada de brindar asesoría a las distintas Facultades, Direcciones y Unidades UACH. Para ello, resulta necesario que éstas puedan ordenar el ceremonial de los actos institucionales sobre bases comunes, a fin de facilitar la organización de eventos y ceremonias.

2. Clasificación de ceremonias, premios y medallas universitarias

2.1. Ceremonias solemnes

Son **ceremonias solemnes** aquellas que se desarrollan anualmente en la Universidad Austral de Chile y cuya realización debe guiarse por un ceremonial especial decretado o preestablecido. **Su organización y/o supervisión estará a cargo de la Dirección de Comunicaciones** según el ámbito territorial en que se realice.

La Universidad Austral de Chile considera ceremonias solemnes las siguientes:

- Asunción de Rector/a.
- Asunción de Decanos/as.
- Ceremonia de Bienvenida de Estudiantes de Primer Año.
- Ceremonia de Inauguración de Año Académico.

- Inicio Año Cultural Universitario.
- Ceremonia Aniversario. *Distinción docentes, personal de administración y servicios que cumplen 25 años de servicio. Promoción y/o adscripción de Profesores/as a Categoría Titular.*
- Ceremonia Premio Jorge Millas.
- Ceremonia Premio Luis Oyarzun.
- Ceremonia de Distinciones Estudiantiles, con motivo del Aniversario de la UACH.
- Entrega de Grados Académicos Honoríficos(*)
Doctor Honoris Causa
Profesor/a Emérito/a
Profesor/a Titular Catedrático/a
Profesor/a Extraordinario/a
- Entrega de Grados Académicos y Títulos Profesionales.
- Reconocimientos y homenajes.
- Actos de bienvenida a visitas oficiales.

2.2. Ceremonias Institucionales

Son ceremonias institucionales aquellos eventos que involucran a la comunidad universitaria e instituciones externas.

Estas ceremonias podrán ser organizadas por las mismas unidades y contarán con la asesoría de La Dirección de Comunicaciones para su ejecución.

- Firma de convenios.
- Entrega de becas.
- Inauguración de obras de carácter institucional.
- Ceremonias de inauguración y/o clausura de actos de trabajo.
- Presentación de libros.
- Eventos artísticos.
- Inauguración de exposiciones.
- Inicio o presentación de proyectos.
- Celebración de efemérides.

(*) REF. Aprueba y Promulga Reglamento de Distinciones Académicas de la Universidad Austral de Chile. N°020, 17 de junio de 2009.

2.3 Premios y medallas

• Premio Luis Oyarzun:

En el año 1996, la Universidad Austral de Chile instituyó este premio para rendir homenaje al distinguido profesor Luis Oyarzun Peña (1920-1972) quien diera parte de su vida y sus mejores esfuerzos al desarrollo de nuestra Alma Mater. El Premio Luis Oyarzun busca entregar un expreso reconocimiento a quienes, a través del arte, la ciencia o las humanidades, hayan hecho contribuciones destacadas para el logro de relaciones armónicas entre seres humanos y la naturaleza o que hayan contribuido de manera notable a la solución de problemas y requerimientos del ser humano, de la sociedad y del entorno.



• Premio Jorge Millas:

El premio Jorge Millas fue creado por la Universidad Austral de Chile el 6 de mayo de 1996 con el fin de distinguir a quienes, a través de su vida y por medio de su obra intelectual, han contribuido de manera notable a ennoblecere y desarrollar la educación superior de esta institución universitaria. El nombre de la distinción rinde homenaje al maestro Jorge Millas Jiménez (1917 – 1982) que dedicó su vida a la reflexión de la sociedad y la Universidad, entregando como legado para futuras generaciones, su lúcido pensamiento en el que plantea la comprensión del ser humano integral. Su obra filosófica y jurídica es de gran profundidad intelectual y es considerado el más grande pensador chileno del Siglo XX.



• Doctor Honoris Causa:

El 30 de marzo de 1978 se instaura la máxima distinción académica que entrega nuestra Universidad, “en favor de personalidades que se han destacado nacional e internacionalmente por su relevante labor en favor del saber científico, de las artes, y de las letras en sus manifestaciones superiores, o que han desarrollado una meritoria labor académica” (2). Reciben la investidura de la toga y el birrete laureado, símbolo de sus estudios y merecimientos; el anillo como emblema del privilegio de firmar y sellar los dictámenes, consultas y censuras de su ciencia y profesión, los guantes blancos, símbolos de la pureza que deben conservar sus manos, signos también de la distinción de su categoría; pergamino oficial, donde se le da la bienvenida al Claustro de Doctores de la UACH.

(2) Reglamento N° 27 de 1978 REF: Dicta y promulga reglamento sobre establecimiento, otorgamiento y uso de medallas de la Universidad Austral de Chile).

• Medallas Universidad Austral de Chile (3)

Medalla de la Rectoría:

Medalla de oro y plata, en forma de cruz de malta de cinco palos unidos entre sí por cuatro espigas de trigo que surgen de dos tallos ocupando el espacio inferior entre los palos de la cruz. La cruz lleva en el centro un medallón redondo superpuesto en cuyo interior figura el perfil de las murallas de Valdivia sobre un campo de olas figurando el río. El reverso de la medalla es liso, y lleva un eslabón que sirve de pasador a un cordón de color dorado, de un largo suficiente para colocarla al cuello. La Rectoría conservará este distintivo, que podrá ser usado por el Rector o la Rectora en ceremonias oficiales de la Universidad.



Gran Medalla de Oro:

Se otorga a los Jefes de Estado cuando son huéspedes oficiales de la Universidad, en reconocimiento a la labor realizada por la Educación desde su alta investidura. Esta medalla será réplica fiel de la Medalla de la Rectoría y llevará un cordón de seda tricolor, amarillo, blanco y rojo, con broche y sujetador de oro.

Gran Medalla de Oro y Plata:

Se otorga a los ex Rectores de la Universidad por servicios destacados realizados en ella durante su ejercicio. Esta medalla será una réplica fiel de la Medalla de la Rectoría y llevará un cordón de seda tricolor, amarillo, blanco y rojo.

Gran Medalla de Plata:

Se otorga sólo a personalidades nacionales o extranjeras por servicios distinguidos en favor del quehacer académico superior o del desarrollo de esta Casa de Estudios. Este distintivo será exactamente igual a la Gran Medalla de Oro, pero de plata y llevará también un cordón de seda tricolor.

Medalla de Oro:

Se otorgará a los académicos y académicas por méritos extraordinarios en su labor universitaria. Este distintivo será igual a la Gran Medalla de Oro, pero su material será de plata dorada y llevará un cordón de seda color amarillo.

Medalla de Plata:

Se otorgará a todo el personal de esta Corporación que haya prestado servicios ininterrumpidos en ella durante 25 años. Este distintivo es igual a la Medalla de Oro, pero su material será plata y llevará un cordón de seda roja.



(3) Reglamento N° 27 de 1978 REF: Dicta y promulga reglamento sobre establecimiento, otorgamiento y uso de medallas de la Universidad Austral de Chile).

2.4 La toga y el birrete

Recogiendo las antiguas tradiciones universitarias, se estipula que el Traje Académico básico consiste en una Toga y un Birrete negros, con la identificación de los rangos respectivos a través del color y ancho de sus puños.

Los académicos, académicas y autoridades universitarias que hayan sido distinguidos con la vestimenta académica podrán usarla en actos oficiales que la Corporación señale, y quienes hayan sido distinguidos además con algunas medallas de la Universidad, deberán utilizarlas en esas oportunidades.

Sobre la confección

Telas:

Tela toga: casimir color negro. 4 mts. aprox. por confección.

Tela puños y corbatín: seda o satín de color.

Medidas:

Largo de toga: el largo de la toga debe ser hasta bajo de pantorrilla.

Largo de mangas: el largo de cada manga debe ser hasta la muñeca.

Rector/a: puños amarillo oro de 15 cm. Corbatín amarillo oro. Birrete negro con borla amarillo oro. Uso de Medalla de la Rectoría.

Prorrector/a y Vicerrectores/as: puños amarillo oro de 10 cm. Corbatín amarillo oro. Birrete negro con borla amarillo oro.

Decanos/as: puños de 10 cm. Del color de la Facultad a la que pertenece. Corbatín del color de la Facultad. Birrete y borla negra.

Académicos/as Categoría I: puños de 5 cm. Del color de la Facultad a la que pertenece. Corbatín del color de la Facultad. Birrete y borla negra.



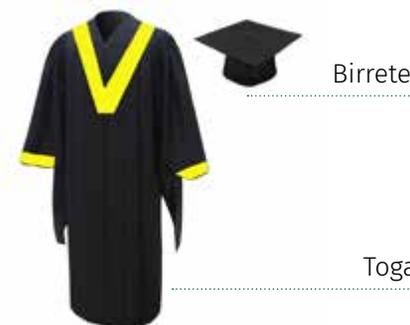


2.5 Desfile de Autoridades, Profesores y Profesoras Titulares

El 12 de marzo de 1955 se realizó la primera inauguración de Año Académico de la Universidad Austral de Chile, con un solemne desfile por la ciudad y una ceremonia en el Teatro Cervantes. En dicha oportunidad, académicos y autoridades universitarias, vestidos con sus togas y birretes, desfilaron por la ciudad de Valdivia.

Rescatando esta antigua tradición, cada año para la Ceremonia de Inauguración de Año Académico y Ceremonias Aniversario UACH en Valdivia y Puerto Montt, desfilan por el campus universitario las autoridades, académicos y académicas titulares togados de nuestra universidad, encabezadas por el Rector/a.

La precedencia en dicho desfile está definida por la antigüedad de las facultades, sedes y campus. Luego desfilan académicas y académicos titulares de su respectiva macrounidad según orden alfabético de su apellido.



Cuadro de colores por facultad

	Facultad /Sede /Campus	Pantone
	Ciencias Agrarias y Alimentarias	Pantone 348C (Verde)
	Ciencias Forestales y Recursos Naturales	Pantone 553C (Verde Musgo)
	Ciencias Veterinarias	Pantone 208C (Burdeo)
	Ciencias	Pantone 2955C (Azul)
	Filosofía y Humanidades	Pantone 306C (Celeste)
	Medicina	Pantone 711C (Rojo Sangre)
	Ciencias de la Ingeniería	Pantone 021C (Naranja)
	Ciencias Económicas y Administrativas	Pantone 505C (Guinda Seca)
	Ciencias Jurídicas y Sociales	Pantone 131C (Mostaza)
	Arquitectura y Artes	Pantone 2603C (Morado)
	Sede Puerto Montt	Pantone 314C (Variedad azul)
	Campus Patagonia	Pantone 7597C (Ocre)

Precedencia

El concepto de precedencia hace referencia a la ubicación, que, en una ceremonia, le corresponde a una autoridad de acuerdo a su cargo.

(4) Silva, C.M, (1997). Ceremonial y Protocolo, Fondo de Cultura Económica, cap. IV, 69.



3. Precedencia

En nuestra Universidad la precedencia está dada por el organigrama interno, donde la mayor autoridad corresponde a:

- Rector/a.
- Presidente/a del Directorio.
- Prorrector/a.
- Vicerrector/a Académico/a.
- Vicerrector/a de Gestión Económica y Administrativa.
- Vicerrector/a Sede Puerto Montt.
- Vicerrector/a de Investigación, Desarrollo y Creación Artística.
- Secretario/a General.
- Contralor/a.
- Ex Rectores.
- Decanos/as según antigüedad de la facultad.
- Integrantes Consejo Académico Universitario.
- Integrantes del Directorio.
- Padres Fundadores.
- Profesores/as Eméritos.
- Directores/as dependientes Rectoría, Prorrectoría y Vicerrectorías.
- Profesores/as Titulares.
- Directores/as de Centros UACH.
- Jefes y Jefas de Unidades de Rectoría,

Prorrectoría y Vicerrectorías.

- Prodecanos/as.
- Secretario/a Académico/a.
- Director/a de Instituto.
- Director/a de Escuela.
- Presidente/a Sindicato de Docentes.
- Presidente(a) Sindicato Nº1 de Trabajadores.
- Presidente/a Federación de Estudiantes.
- Presidente/a Asociación Gremial de Académicos.
- Presidente/a Asociación de Profesionales.
- Presidente/a Asociación de Ex Académicos.
- Presidente/a Consejo de Estudiantes de Postgrado.

Consideraciones especiales

- Cuando existen dos personas con el mismo cargo, la precedencia estará dada por la antigüedad.
- La ubicación de los invitados en una ceremonia se determinará de acuerdo al orden de precedencia entre quienes hayan confirmado su asistencia y será presidida por el Rector/a o quien le represente, y la máxima autoridad de la unidad organizadora.
- Si asisten solamente autoridades y miembros de la comunidad universitaria, el orden de precedencia se establecerá de acuerdo a lo establecido por la Universidad Austral de Chile.
- Si asisten autoridades públicas, se aplicará la precedencia determinada por el Reglamento de Ceremonial Público y Protocolo del Ministerio de Relaciones Exteriores (www.minrel.gob.cl) el que se alternará con el que corresponde a la UACH.
- En el caso de la asistencia de una autoridad con su cónyuge, ambos serán considerados como una unidad, ubicándose al cónyuge a la derecha del invitado. En el caso que ambos cónyuges asistan invitados por sus respectivos cargos, ocuparán la ubicación que corresponde al rango de su cargo.

3.1 Precedencia de Autoridades en actos celebrados en regiones (de acuerdo al reglamento de Ceremonial Público y Protocolo del Ministerio de Relaciones Exteriores) (5)

En Chile la precedencia se basa en el reconocimiento de los tres Poderes Públicos establecidos en la Constitución Política del Estado: Poder Ejecutivo, Poder Legislativo y Poder Judicial, donde las más altas precedencias les corresponden a:

- Presidente/a de la República.
- Presidente/a del Senado.
- Presidente/a de la Excelentísima Corte Suprema.
- Presidente/a de la Cámara de Diputados.
- Ex Presidentes/a de la República.

Con la anterior consideración, a nivel regional la precedencia está dada de la siguiente manera: (6)

- a. Gobernador/a Regional.
- b. Delegado/a Presidencial Regional.
- c. Senadores/as de la Circunscripción por antigüedad.
- d. Diputados/as del Distrito, por antigüedad.

- e. Presidente/a de la Corte de Apelaciones.
- f. Contralor/a Regional.
- g. Fiscal Regional del Ministerio Público.
- h. Delegado/a Presidencial Provincial.
- i. Secretarios Regionales Ministeriales.
- j. Comandante General de la Guarnición de Ejército.
- k. Alcalde/sa.
- l. Presidente del Consejo Regional.
- m. Oficiales Generales de las Fuerzas Armadas.
- n. Oficiales Generales de Carabineros y de la Policía de Investigaciones de Chile.
- o. Defensor Regional.
- p. Arzobispo u Obispo de la Iglesia Católica y representantes de Iglesias.
- q. Oficiales Superiores de las Fuerzas Armadas.
- r. Oficiales Superiores de Carabineros y de la Policía de Investigaciones.

- s. Ministros y Fiscal de la Corte de Apelaciones.
- t. Consejeros/as Regionales.
- u. Concejales Comunales.
- v. Representantes de los Pueblos Indígenas acordes a la realidad de la respectiva región o comuna.
- w. Decano /a del Cuerpo Consultar.
- x. Rector/a de Universidades.

(5) Reglamento de Ceremonial Público y Protocolo de Estado, Ministerio de Relaciones Exteriores, Núm. 171. 8 de noviembre de 2016 en www.minrel.gob.cl

(6) Reglamento del Ceremonial y Protocolo Capítulo VI D. S. N° 171, 8 de noviembre de 2016. Publicado en Diario Oficial, 16 de marzo de 2017. En www.minrel.gob.cl

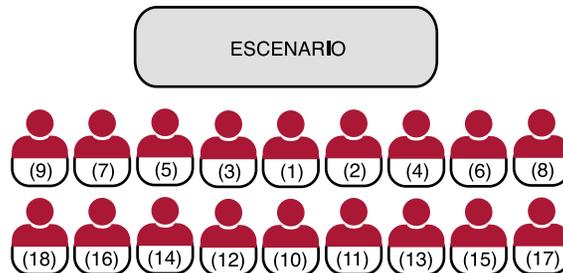
3.2 Ubicación de invitados según su precedencia

En la Universidad Austral de Chile las ceremonias o actos institucionales serán presididos por el Rector/a o su representante. Si asiste S.E. Presidente/a de la República, será quien ocupe el lugar de mayor preeminencia del evento. En su ausencia, es el Delegado Presidencial Regional el representante directo de S.E a nivel regional.

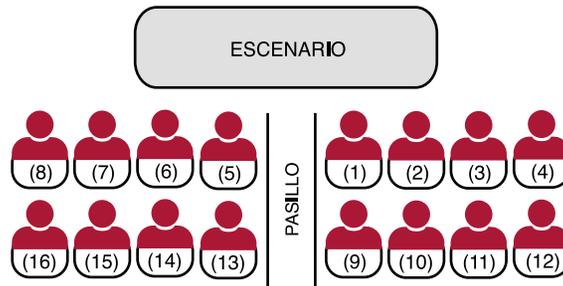
(1) Dueño de casa o anfitrión

(2) Invitado de mayor jerarquía, y siempre alternándose con las autoridades invitadas tal como se muestra en el esquema 1.

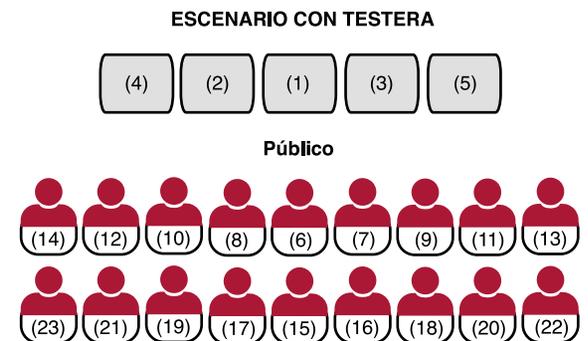
Esquema 1: (7)



Esquema 2:



Esquema 3:



(7) Silva, C.M, (1997). Ceremonial y Protocolo, Fondo de Cultura Económica, cap. V, 102.

4. Vocativos: ¿cómo dirigirse a las autoridades?

Vocativo es el término o tratamiento que se utiliza para dirigirse a una autoridad en un acto público o a través de una comunicación escrita. (8)

Para los eventos desarrollados en la Universidad Austral de Chile deberá observarse lo siguiente:

- Restringir los vocativos para uso exclusivo del orador o la primera autoridad en dirigirse al público.
- El locutor/a o presentador/a de una ceremonia sólo debe entregar saludos generales al iniciar una ceremonia (autoridades regionales, autoridades universitarias, señoras, señores, estimados invitados, etc.).

- Estructura del vocativo: cargo, nombre y apellido.
- En aquellos casos en que determinada autoridad o personalidad tenga más de un cargo, corresponde utilizar siempre el vocativo de más alto rango.
- En los discursos fúnebres no hay vocativos.

(8) Vocativos en Chile para Autoridades Nacionales y Extranjeras en www.minrel.gob.cl

5. Uso de emblemas nacionales e institucionales

La bandera nacional y universitaria se deben izar obligatoriamente los días:

21 de mayo

**7 de septiembre:
Aniversario Universitario**

18 y 19 de septiembre

**2 de octubre:
Aniversario de la Región de Los Ríos**

Las banderas nacional y universitaria se utilizan en la mayoría de los actos que se realizan al interior de la Universidad. Éstas se deben disponer de la siguiente manera:

- Si se requiere izar la Bandera Nacional junto a la Bandera UACH, la Bandera Nacional se ubicará a la izquierda del espectador y a la diestra de la institucional.



- Cuando el emblema nacional se ubique junto a un número par de banderas deberá ubicarse al centro. La bandera de la Universidad deberá colocarse – desde el punto de vista del espectador –, a la izquierda de la nacional.



- Cuando el emblema nacional se ubica junto a un número impar de banderas ocupará el primer lugar al lado izquierdo del espectador. La bandera de la Universidad se ubicará al lado derecho del espectador.



(9) Esquema uso de banderas en ceremonias en www.protocolo.org

Invitación protocolar

Es una comunicación formal y sucinta en su redacción que varía de acuerdo a su objetivo principal, siendo la más común la esquila o tarjeta de invitación, junto a otras que expresan sentimientos (felicitaciones, saludos, agradecimientos, condolencias).



6. Invitación protocolar

Al remitirse una invitación a una actividad oficial de la UACH, se deberán guardar las siguientes formalidades:

- La invitación a un acto o ceremonia debe formalizarse a través de una tarjeta o nota protocolar, en formato digital o esquila, cuya redacción debe realizarse en tercera persona.
- El tiempo de despacho previo de una invitación es de **siete días hábiles, como mínimo, y veintiún días, como máximo**. Si entre los invitados se encuentran autoridades nacionales como el/la Presidente/a de la República, las invitaciones deberán ser cursadas con **30 días de antelación, como mínimo, y suscritas por el Rector/a**.
- Si entre los invitados se encuentran autoridades regionales como el Gobernador/a Regional, Diputados/as y Senadores/as de la zona, las invitaciones serán cursadas por el Rector/a y deberán remitirse con mínimo **veinte días de antelación**.
- Las invitaciones deben considerar una diagramación y diseño acorde a las pautas gráficas emitidas por la Dirección de Comunicaciones, indicando claramente el propósito de la misma, lugar, hora y demás pormenores que sean del caso.

- La respuesta a toda invitación que la solicite, debe darse dentro del término de 48 horas o inmediatamente, cuando fuese el caso de premura de tiempo, evitando posteriormente modificar esa respuesta, para no causar molestias al invitante.
- En caso de un imprevisto que impida la asistencia ya confirmada de un directivo o jefe de unidad, debe dar cuenta a los organizadores, para evitar su inclusión en el protocolo.

6.1 Ejemplos de tarjetas e invitaciones

En la Universidad Austral de Chile se seguirán las siguientes pautas para la correspondencia protocolar:

• Tarjeta de invitación personalizada

* Se omite el nombre de la Universidad porque está impreso en la esquila.



Nombre Rector/a, saluda cordialmente y tiene el agrado de invitar a (Nombre y cargo de invitado) a (evento al cual se invita), que se realizará / que tendrá lugar / el día (fecha y mes), a las (hora), en (lugar y/o dirección).

(Apellidos invitante) agradece desde ya su participación en este importante evento donde (descripción general y breve de lo que se hará).

S.R.C: Código ciudad, teléfono, email.
Ciudad, fecha.

• Tarjeta de invitación general



(Nombre y Apellidos invitante), (cargo invitante), tiene el agrado de invitarle a (evento al cual se invita), que se realizará el día (fecha y mes) a las (hora), en (lugar y/o dirección).

(Apellidos invitante) agradece desde ya su participación en este importante evento donde (descripción general y breve de lo que se hará).

S.R.C: Código ciudad, teléfono, email.
Ciudad, fecha.

• Tarjeta de felicitaciones



(Nombre y Apellidos del remitente), (cargo remitente), saluda atentamente al Sr.(a) (nombre de quien recibe la nota), (su cargo), y tiene el agrado de expresar su más cordial felicitación al celebrarse (motivo: ej, aniversario de una empresa, logro de algún determinado premio o distinción, etc.)

Firma del remitente
Ciudad, fecha.

• Tarjeta de condolencias, alternativa 1



(Cargo remitente), (Nombre y Apellidos del remitente), saluda atentamente al Sr.(a) (nombre y cargo de quien recibe la nota) y le hace llegar sus expresiones de más sentidas condolencias ante el lamentable deceso de su (parentesco, relación), (nombre del fallecido).

Ciudad, fecha.

7. Datos y procedimientos para un evento exitoso

Para lograr una exitosa ceremonia, tenga en cuenta lo siguiente:

Elementos	Plazos Adecuados
Definición de fechas de las ceremonias institucionales	2 meses (como mínimo)
Definición del lugar	2 meses (como mínimo)
Compromiso formal de oradores externos	2 meses (como mínimo)
Presentación y aprobación por parte de la Dirección de Comunicaciones UACH del programa definitivo del evento	1 mes
Puesta en marcha de la organización del evento: contratación de servicios, coordinaciones, logística, etc.	3 semanas
Nómina de invitados protocolares	1 mes (como mínimo)
Despacho de invitaciones	2 semanas
Revisión de aspectos finales	1 semana
Confirmaciones de asistencia	1 semana
Montaje y ensayos	1-2 días

Respetando estos plazos mínimos, se garantiza:

- Un absoluto control de los aspectos logísticos y una buena coordinación entre las unidades que participan y prestan servicios a la organización como son la Dirección de Comunicaciones, Dirección de Servicios, Coro Universitario, locutores, artistas, personal de apoyo, etc.
- La adecuada difusión del evento, favoreciendo con ello la convocatoria de público y cobertura periodística.

- La concurrencia de autoridades y personalidades importantes para la Universidad.

- Lo más importante: **la satisfacción de haber asistido a una “actividad bien organizada”.**

Además, es necesario considerar que:

- Todos aquellos eventos, ceremonias y/o actos en los que sea requerida la presencia de las máximas autoridades de la Universidad, deberán ser informados a Gabinete de Rectoría y Dirección de Comunicaciones. El

área de Eventos, Ceremonial y Protocolo (ECP) será la responsable de supervisar el correcto desarrollo del mismo, de acuerdo a las pautas protocolares establecidas por la Universidad y que se fundamentan en el Manual de Ceremonial Público y Protocolo, que determina el Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile.

- Cualquier acto organizado por Dirección, Facultad, Instituto o Escuela, en el que participe algún personaje de relevancia nacional o internacional, será considerado como acto institucional y deberá ser puesto en conocimiento de la Dirección de Comunicaciones, la que estará a cargo de supervisar la actividad.

- Para programar adecuada y oportunamente los actos institucionales es necesario que antes de definir la fecha de realización, se consulte a Gabinete de Rectoría y Área de ECP, a fin de evitar la coincidencia de actos de características similares.

- Para eventos, ceremonias y/o actos en que participen autoridades institucionales, regionales, nacionales o internacionales, se sugiere que la organización del evento solicite y se asesore con **apoyo de Laborantes de Eventos, Ceremonial y Protocolo**. La Dirección de Comunicaciones cuenta con un grupo de estudiantes de excelencia capacitados en esta área, quienes se encargan de representar y apoyar eventos institucionales.

8. Recepciones sociales

La naturaleza del evento y el número de personas que se desea invitar, son factores determinantes para decidir el tipo de actividad. Los principales aspectos que se deben considerar en manifestaciones de tipo social que incluyan comida, son la distribución de la mesa, el menú o lista de alimentos que va a ofrecer y el orden del servicio.

- **Desayuno de trabajo:** cuyo inicio puede variar entre las 8:00 y 9:00 horas es muy utilizado en el ámbito de trabajo empresarial y de los negocios. Se sugiere cuando la Universidad recibe delegaciones o visitas que tienen un intenso programa de actividades.

- **Vino de honor:** se ofrece principalmente al mediodía, entre las 12:00 y 13:00 horas. Recomendable para presentación de un libro, inauguración de alguna dependencia u otros.

- **Cóctel:** de preferencia se ofrece en la tarde, de 19:00 a 21:00 horas.

- **Recepciones:** evento social que se realiza en la tarde, habitualmente entre 19:00 y 21:00 horas. Se inicia con un cóctel y luego sigue con una comida.

- **Almuerzos o comidas:** perfecta para un número reducido de invitados. Una comida supone siempre gran formalidad y la responsabilidad de la ubicación protocolar, en mesa, de los invitados. El almuerzo se invita a las 13:00 horas y las comidas se invitan a las 21:00 horas.

8.1 Vestir de forma correcta

El vestuario es lo que más revela sobre nosotros a la hora de presentarnos en una reunión social, de trabajo, evento o fiesta. Principalmente, y cuando así sea requerido en las invitaciones, usted puede vestir de la siguiente forma:

- **Vestuario de etiqueta:** se utiliza en ocasiones especiales como cenas de gala, espectáculos de gala, bailes de gala, fiestas de etiqueta, ceremonias de etiqueta, etc. y en cualquier otro acto o evento que requiera de una gran formalidad.

- **Vestuario formal:** se utiliza para eventos de tipo social, ceremonias, entregas de premios, etc. Para los eventos corporativos UACH se sugiere que las autoridades asistan con este tipo de vestimenta, además de la Piocha Institucional.

- **Vestuario semiformal:** se caracteriza por ser requerido y utilizado para alguna reunión corporativa o institucional

9. Estructuras básicas de ceremonias en la Universidad Austral de Chile

En estos casos específicos quien invita generalmente es el Rector o la Rectora, autoridad máxima universitaria y quien preside el Consejo Académico.

CEREMONIAS	ESTRUCTURA BÁSICA	INVITADOS
Aniversario UACH	<p>Desfile de Autoridades, Profesores y Profesoras Titulares</p> <p>Interpretación Gaudeamus Igitur</p> <p>Himno Universitario</p> <p>Discurso del Rector/a</p> <p>Entrega medalla 25 años a docentes y personal de administración y servicios</p> <p>Investidura de profesores/as promovidos y/o adscritos a Categoría Titular.</p> <p><i>*Se sugiere: reservar el Aula Magna con anticipación, coordinar participación de Coro Universitario e integrar presentación artística.</i></p>	<p>Autoridades y Protocolo UACH</p> <p>Integrantes Directorio</p> <p>Autoridades Nacionales y Regionales</p> <p>Protocolo Local</p> <p>Comunidad Universitaria</p> <p>Medios de comunicación</p> <p>Funcionarios/as distinguidos con acompañantes</p> <p>Profesores/as promovidos y acompañantes.</p>
Inauguración Año Académico	<p>Desfile de Autoridades, Profesores y Profesoras Titulares</p> <p>Interpretación Gaudeamus Igitur</p> <p>Himno Universitario</p> <p>Discurso del Rector/a</p> <p>Clase Magistral</p> <p><i>*El Himno Nacional se interpretará sólo en caso de asistir alguna autoridad de Gobierno como Presidente/a de la República, Ministro/a de Estado u otro).</i></p>	<p>Autoridades y Protocolo UACH</p> <p>Integrantes Directorio</p> <p>Autoridades Nacionales y Regionales</p> <p>Protocolo Local</p> <p>Comunidad Universitaria</p> <p>Medios de comunicación</p>

CEREMONIAS	ESTRUCTURA BÁSICA	INVITADOS
Traspaso de mando Rector/a	<p>Desfile de Autoridades, Profesores y Profesoras Titulares</p> <p>Interpretación Gaudeamus Igitur</p> <p>Himno Universitario</p> <p>Palabras Rector/a Saliente</p> <p>Lectura de acta de comisión calificadora de elecciones con resultados de elección</p> <p>Consejo Superior Universitario proclama a Rector/a Electo/a</p> <p>Traspaso de Símbolo de Rectoría</p> <p>Palabras de Rector/a Proclamado/a</p> <p><i>*Se sugiere: reservar el Aula Magna con anticipación, coordinar participación de Coro Universitario e instalación de Testera con sillas de Salón Rojo además de asientos para integrantes Consejo Superior Universitario sobre el escenario.</i></p>	<p>Autoridades y Protocolo UACH</p> <p>Integrantes Directorio</p> <p>Autoridades Nacionales y Regionales</p> <p>Protocolo Local</p> <p>Comunidad Universitaria</p> <p>Medios de comunicación</p>
Ascensión Decanos/as	<p>Reseña de la Facultad</p> <p>Palabras Decano/a Saliente</p> <p>Lectura del Decreto por Secretario/a General</p> <p>Traspaso de mando</p> <p>Palabras Decano/a Electo/a</p>	<p>Autoridades y Protocolo UACH</p> <p>Integrantes Consejo Académico Universitario</p> <p>Directores de Escuela, Instituto y Docentes de Facultad</p> <p>Funcionarios/as y Estudiantes</p>

CEREMONIAS	ESTRUCTURA BÁSICA	INVITADOS
Entrega de Grados y Títulos Profesionales	<p>Himno Universitario</p> <p>Interpretación Gaudeamus Igitur (opcional) (8)</p> <p>Palabras Decano/a</p> <p>Palabras Director/a de Escuela</p> <p>Entrega Diplomas y Premiaciones</p> <p>Palabras Representante Egresados</p> <p>Juramento profesional.</p> <p><i>*Se sugiere: reservar el Aula Magna con anticipación, coordinar participación de Coro Universitario y presentación artística.</i></p>	<p>Autoridades y Protocolo UACH</p> <p>Directores/as Escuelas, Institutos y Docentes de Facultad</p> <p>Estudiantes y Familiares</p> <p>Presidente/a Colegios Profesionales de la Orden.</p>
Entrega Grados Honoríficos 1. Doctor Honoris Causa <i>(vestimenta protocolar)</i> 2. Premio Luis Oyarzún 3. Premio Jorge Millas 4. Profesor/a Emérito/a 5. Profesor/a Titular Catedrático/a 6. Profesor/a Extraordinario/a	<p>Himno Universitario</p> <p>Laudatio del galardonado/a</p> <p>Lectura del Decreto por Secretario/a General</p> <p>Entrega de Símbolos o Premios según corresponda</p> <p>Discurso del Galardonado/a</p> <p><i>*Se sugiere: reservar Salón Jorge Millas con anticipación y coordinar participación de Coro Universitario.</i></p>	<p>Autoridades y Protocolo UACH</p> <p>Integrantes Consejo Académico</p> <p>Integrantes del Jurado según corresponda</p> <p>Comunidad Universitaria</p> <p>Medios de comunicación</p>
Inauguración o Clausura de Eventos Académicos	<p>Himno Universitario (optativo)</p> <p>Palabras de Bienvenida de Autoridad Universitaria u Organizador del Evento</p> <p>Conferencia o Discurso de un personaje de interés en la materia.</p>	<p>Autoridades y Protocolo UACH</p> <p>Directores/as de Escuela, Instituto y Docentes de Facultad</p> <p>Estudiantes</p> <p>Medios de Comunicación</p>

CEREMONIAS	ESTRUCTURA BÁSICA	INVITADOS
Ceremonias de Inauguración, Exposiciones y Presentación de libros o proyectos	<p>Himno Universitario (optativo)</p> <p>Presentación del Proyecto por parte de una Autoridad o persona vinculada al tema</p> <p>Discurso del académico/a a cargo del Proyecto</p> <p>Corte de cinta (si procede)</p>	<p>Autoridades y Protocolo UACH</p> <p>Autoridades Regionales y Protocolo Local (si procede)</p> <p>Directores/as de Escuela, Instituto y Docentes de Facultad</p> <p>Estudiantes</p> <p>Medios de Comunicación</p>
Firma de Convenios	<p>Palabras Representante de la Unidad UACH que suscribirá el convenio.</p> <p>Palabras de la persona representante de la contraparte</p> <p>Firma del Documento</p> <p>Palabras Rector/a</p>	<p>Autoridades UACH</p> <p>Autoridades Regionales y Locales</p> <p>Docentes y Profesionales</p> <p>Medios de Comunicación</p>
Actos de Bienvenida a visitas oficiales	<p>Himno Universitario</p> <p>Discurso Rector/a</p> <p>Discurso Visitante</p> <p>Presentación Artística</p>	<p>Autoridades y Protocolo UACH</p> <p>Integrantes Directorio</p> <p>Autoridades Regionales</p> <p>Protocolo Local</p> <p>Medios de comunicación</p>

CEREMONIAS	ESTRUCTURA BÁSICA	INVITADOS
<p>Visitas Protocolares: Jefe de Estado, o de Gobierno, un Ministro de Relaciones Exteriores u otra autoridad de similar rango (9)</p>	<p>La autoridad visitante es recibida por el Rector/a, o quien lo represente, en dependencias de la Casa Central.</p> <p>Reunión de ambas autoridades en el Salón Rojo de Casa Central.</p> <p>Almuerzo o cena ofrecido por el Rector/a, según programa de la visita.</p> <p>Entrega de obsequio en recuerdo de su visita.</p> <p>Conferencia de Prensa y firma de acuerdos, si procede.</p>	<p>Autoridades y Protocolo UACH</p> <p>Unidad de Relaciones Internacionales</p> <p>Medios de Comunicación</p>

(8) REF. Promulga Reglamento de Ceremonial y Protocolo de la Universidad Austral de Chile. N°115, 26 de mayo 2000. Artículo 6° Ceremonias de Entrega de Títulos y Diplomas de la Universidad Austral de Chile.

(9) REF Reglamento de Ceremonial Público y Protocolo del Estado de Chile. https://www.minrel.gob.cl/normas-del-ceremonial-y-protocolares-aplicables-en-caso-de-visitas-a/minrel_old/2008-09-01/132918.html#vtxt_cuerpo_T2

9.1 Orden de precedencia de los oradores

Cuando se pronuncie un discurso en un acto o ceremonia corresponde que haga uso de la palabra, en primer término, la persona de menor rango. El último en hablar será quien presida dicha ceremonia. En un acto en honor a determinada persona, el homenajeado debe hablar al final.

9.2 El libreto

Esta herramienta permite ordenar por escrito el programa de una ceremonia y contiene la estructura del programa. El encargado de leer el libreto es el **Maestro/a de Ceremonia**, el cual debe poseer ciertas características tales como: buena pronunciación y dicción, gesticulación acorde y vestimenta adecuada a la ocasión.

El rol esencial del Maestro de Ceremonia es presentar a las autoridades que harán uso de la palabra, por lo tanto, no es principal actor. Es por esto que jamás debe saludar a cada

una de las autoridades usando los **vocativos** que están reservados sólo para los oradores, sino que saludar en forma general la presencia de ellas.

Estructura

- **Saludo**
- **Himno**
- **Introducción**
- **Inicio de Intervenciones**
- **Presentación Artística**
- **Cierre**
- **Invitación a recepción posterior**

Dentro del aspecto formal cabe considerar:

- Evitar las improvisaciones, por lo cual es necesario pausar cada acción, movimiento o palabra del Maestro/a de Ceremonia.
- Previo al comienzo de la actividad, se debe revisar la nómina de autoridades confirmadas, así se evitará nombrar a aquellos que a última hora no asisten.

• Revisar los micrófonos y proyección antes de las ceremonias.

• Disponer de vasos y agua para los conferencistas.

• Si en su actividad utilizarán apoyo audiovisual como presentaciones o videos, es necesario probar con anticipación este material. Así evitarán inconvenientes al momento de la ceremonia.

10. Protocolo para homenajes institucionales en caso de fallecimiento de integrantes de la comunidad universitaria

Ante el fallecimiento de un miembro de la comunidad universitaria, corresponderá seguir el protocolo que a continuación se detalla, el que fuera aprobado por Rectoría con fecha 28 de junio de 2008.

10.1 Fallecimiento de Académico/a o Personal de administración y servicios

- a) El/la Jefe/a de la Unidad en la cual se desempeñaba el/la académico/a o funcionario/a deberá informar a la Dirección de Personal, Dirección de Servicios y Rectoría.
- b) El/la Jefe/a de la Unidad se contactará con la familia del fallecido para expresar las condolencias institucionales.

c) La Dirección de Personal procederá a comunicar el deceso a la comunidad universitaria mediante el envío de un correo masivo.

d) La Dirección de Servicios deberá disponer el izamiento a media asta de la bandera institucional en señal de **duelo institucional por un lapso de 3 días**.

10.2 Fallecimiento de estudiantes

- a) La Dirección de Escuela deberá comunicar el fallecimiento a la Dirección de Asuntos Estudiantiles.
- b) La Dirección de Escuela, en conjunto con la Dirección de Asuntos Estudiantiles, deberán contactar a la familia de él o la estudiante fallecido/a para expresar las condolencias institucionales.

c) La Dirección de Servicios deberá disponer el izamiento a media asta de la bandera institucional en señal de **duelo institucional por un lapso de 3 días**.

10.3 Fallecimiento de autoridades universitarias

Ante el fallecimiento del Rector/a, Ex Rectores, Decanos/as y Presidente/a del Directorio, corresponderá seguir el siguiente protocolo:

- a) La Dirección de Personal procederá a comunicar el deceso a la comunidad universitaria mediante el envío de un correo masivo y posterior publicación de un aviso en el diario local.
- b) La Dirección de Servicios deberá disponer el izamiento a media asta de la bandera institucional en señal de duelo institucional por un lapso de 3 días.
- c) Se suspenderá todo acto o ceremonia de carácter festivo durante los 3 días de duelo Institucional.
- d) Dirección de Comunicaciones deberá contactarse con los familiares para solicitar su consentimiento a la realización de una ceremonia de despedida institucional. En caso de que la familia manifieste su acuerdo con la

realización de tal ceremonia, la Dirección de Comunicaciones deberá organizarla siguiendo la siguiente estructura:

- Recepción de los restos mortales y deudos en el lugar de la ceremonia por parte de las autoridades universitarias.
- Cobertura de la urna con bandera institucional.
- Condolencias a familiares por parte de autoridades universitarias.
- Discurso póstumo del Rector o de la autoridad de mayor jerarquía presente.
- Entrega a la familia de vestimenta protocolar si corresponde.
- Interpretación del Himno UACH.

e) En el caso de fallecimiento de un ex académico/a o ex funcionario/a de la Universidad, se publicará una noticia en el sitio web indicando los datos de misa, velatorio o funeral según corresponda.

f) En caso del fallecimiento del Rector/a, ex Rectores/as y Presidente/a del Directorio, el lugar para la realización de la ceremonia antes descrita será el hall del Aula Magna. En tanto, ante la eventualidad del fallecimiento de algún Decano/a, la despedida institucional tendrá lugar en dependencias de la propia Facultad.

g) Los recintos universitarios sólo podrán utilizarse para efectos de la realización de ceremonias de despedida institucional respecto a las autoridades señaladas en el inicio de este documento.

h) Si la familia decide efectuar un oficio religioso, el que se desarrollará fuera de los campus universitarios, Dirección de Comunicaciones deberá solicitarles la autorización para que la máxima autoridad universitaria pueda hacer uso de la palabra durante dicha ceremonia.

11. Pautas protocolares para ceremonias de titulación UACH

La Ceremonia de Entrega de Título es un acto académico solemne, en el cual la Universidad Austral de Chile otorga un título y/o grado académico a sus egresados/as, que no admite su extensión a otro tipo de actividades tales como entrega de becas, y otras similares. Con el objeto de no desvirtuar la naturaleza de esta ceremonia deberá evitarse la participación, como orador principal, de una persona ajena al quehacer universitario salvo que se trate de un personaje de relevancia nacional, internacional o institucional.

En concordancia con lo anterior, será el Decano/a de la Facultad, el Director/a de Escuela y el representante de los y las estudiantes quienes se dirijan al público, con la sola excepción que permite el inciso anterior.

Para respetar en esta ceremonia las formalidades que ella amerita, es pertinente cumplir con las siguientes recomendaciones:

- **Ingreso de estudiantes.**

En caso de que se trate de la titulación de una Escuela y de un número reducido de estudiantes, éstos deben ingresar -ordenados alfabéticamente- por la parte posterior del recinto, para tomar ubicación en las sillas dispuestas para dicho fin. Si se tratara de la ceremonia de una Facultad, con una gran cantidad de estudiantes, se ubicarán en las butacas del recinto ordenados por Escuela y en orden alfabético.

- **Ingreso de familiares.**

Dependiendo de la cantidad de estudiantes que se titularán y de la capacidad del recinto en el que se desarrollará la ceremonia, se entregará una cantidad limitada de invitaciones por persona. Esto se coordinará previamente con la Escuela o Facultad correspondiente y se informará a los estudiantes titulados/as.

- **Ingreso de Autoridades.**

Posterior al ingreso de los familiares, lo harán las autoridades quienes se ubicarán en la primera o las primeras filas, ocupando la precedencia que les corresponda.

- **Interpretación del himno universitario.**

Para dar solemnidad a la ceremonia, la interpretación estará a cargo del Coro de la Universidad. Al momento de esta interpretación, todos deberán estar de pie.

- **Interpretación de Gaudeamus Igitur (opcional).**

Si se desea, esta canción universitaria puede ser interpretada luego del himno de la Universidad.

- **Discurso del Decano/a de la Facultad y/o del Director/a de Escuela, según corresponda.**

- **Entrega de Títulos o Diplomas, para el cual se seguirá el siguiente procedimiento:**

Para estudiantes ubicados en las butacas del recinto

Se llamará a cada estudiante en forma particular (por Escuela y orden alfabético), subirá al escenario donde el Decano/a de la Facultad (o de la mayor autoridad presente) y Director/a de Escuela harán entrega del título profesional. Posteriormente volverán a sus respectivos asientos.

Distinciones académicas a estudiantes titulados/as

1. Mejor promedio de la promoción (de acuerdo a su rendimiento académico).
2. Mejor compañero/a.
3. Premios específicos correspondiente a cada Facultad y/o Escuela.

Distinciones de los estudiantes a algún Docente o Funcionario/a de Escuela y/o Facultad

Se deberá avisar con la debida anticipación, para incluirla en el programa de la ceremonia.

Discurso del representante de la promoción

Juramento Profesional

En el caso que corresponda, el Presidente o representante del Colegio Profesional de la Orden tomará el juramento profesional de los recién titulados y tituladas.

Al finalizar la ceremonia, y previa indicación de quien oficie como locutor/a, los titulados/as abandonarán la sala. Luego, corresponderá a las autoridades académicas presentes y demás invitados.

12. Pautas protocolares para ceremonias de titulación online

La decisión de optar por medios virtuales y trabajo telemático, nos ha llevado a reagendar actividades, descubrir plataformas digitales para la organización de ceremonias, experimentar nuevas formas de comunicación y adecuarnos a las necesidades actuales.

En este aspecto, para la Ceremonia de Entrega de Título y con el objeto de no desvirtuar la naturaleza de esta actividad, se proponen dos opciones de realización:

- **Ceremonia pregrabada y transmisión online** vía YouTube y redes sociales de cada Facultad y/o Escuela.
- **Ceremonia privada** vía plataforma Zoom.

Para respetar las formalidades realizadas de manera presencial, es pertinente considerar las siguientes recomendaciones:

1. Definición de fecha y hora de la ceremonia – 1 mes de anticipación.
2. Aviso e invitación formal para estudiantes titulados/as – 1 mes de anticipación.
3. Aviso e invitación formal para autoridades académicas e invitados/as especiales – 1 mes de anticipación.
4. Puesta en marcha de producción de ceremonia – 1 mes de anticipación.
5. Cotizaciones y contratación de servicios audiovisuales – 1 mes de anticipación.
6. Definición y coordinación de programa de la ceremonia – 3 semanas de anticipación.
7. Despacho de invitaciones – 3 semanas de anticipación.
8. Revisión de aspectos finales – 2 semanas de anticipación.
9. Confirmaciones telefónicas de asistencia – 1 a 2 semanas de anticipación.
10. Pruebas técnicas - 2 a 3 días previos a la ceremonia.

11. Método de envío y/o entrega de títulos – previo o posterior a la ceremonia.

Respetando estos plazos mínimos, se garantiza:

- Un absoluto control de los aspectos logísticos y una buena coordinación entre la Facultad, la Escuela y las unidades que prestan servicios a la organización.

- La adecuada convocatoria del evento, favoreciendo el sentido de pertenencia de titulados, tituladas y sus familias.

Además, es necesario considerar que:

- La estructura de ceremonia online es similar a la realizada de manera presencial, sólo con algunas variaciones propias de la virtualidad.

- El envío digital de invitaciones y confirmaciones de asistencia telefónicas no presentan cambios.

12.1 Propuesta de programa

1. Video Himno Universidad Austral de Chile.

2. Bienvenida por locutor/a

3. Palabras Director/a de Escuela.

4. Palabras Decano/a de Facultad.

5. Mención de Titulados/as.

6. Mención de reconocimientos a titulados/as destacados/as.

7. Palabras representante de titulados/as.

8. Video Presentación musical (opcional).

9. Cierre.

() En el caso de Escuelas que realicen Juramento Profesional, el presidente/a o representante del Colegio Profesional de la Orden tomará el juramento profesional de los recién titulados y tituladas de manera remota.*

13. Pautas protocolares de recepción de visitas en la Universidad Austral de Chile

Una Visita Oficial es la que realiza un Jefe de Estado, o de Gobierno, un Ministro de Relaciones Exteriores u otra autoridad de similar rango, por invitación de una autoridad gubernamental chilena, que puede ser el Presidente de la República, el Ministro de Relaciones Exteriores u otra autoridad de rango equivalente de nuestro país. (Artículo 60. Reglamento de Ceremonial Público y Protocolo del Estado de Chile).

Bajo esta premisa, la Universidad Austral de Chile define las visitas protocolares o visitas de trabajo como las que realiza un Jefe/a de Estado, de Gobierno, una Autoridad Regional, Autoridad Universitaria u otro alto personero de gobierno nacional o extranjero.

La duración de una visita protocolar o visita de trabajo, por su carácter, dependerá de las circunstancias especiales que en cada caso se presenten.

Se propone que ante el aviso de una visita protocolar o visita de trabajo a la Universidad, se organice un Comité de Protocolo, quienes elaborarán un programa de la visita adecuado al tiempo de su estadía; coordinarán y confirmarán reservas de alojamientos y comidas según sea el caso, organizarán el programa de actividades académicas y visitas a otras autoridades o dependencias universitarias e informarán a la Dirección de Comunicaciones para la coordinación de cobertura de prensa.

Para visita protocolar o visita de trabajo de autoridades extranjeras, se sugiere la cooperación y coordinación conjunta con la Dirección de Relaciones Internacionales UACH.

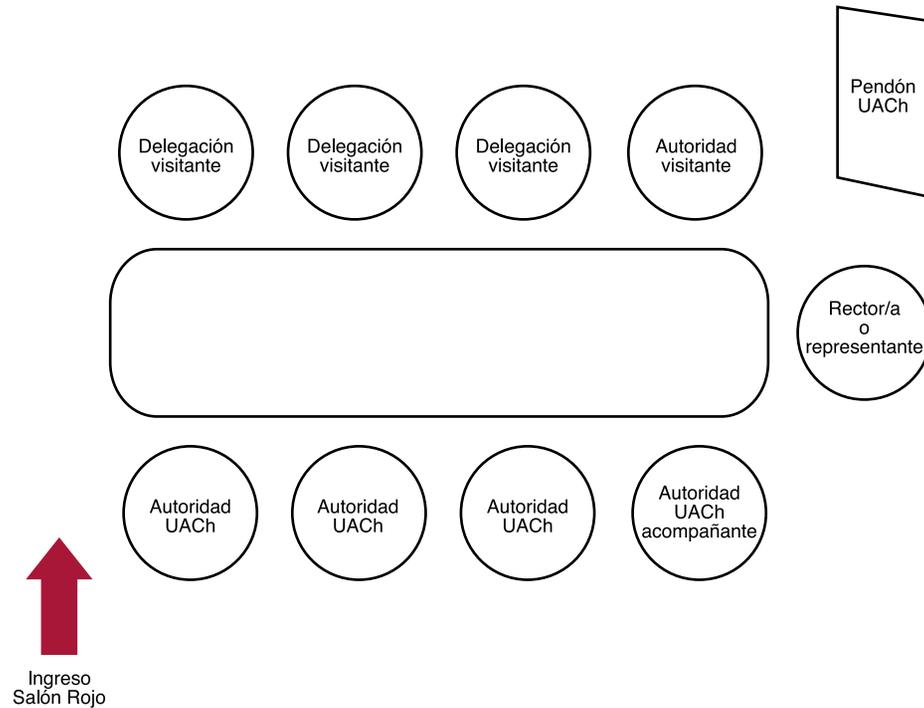
Saludo Protocolar

Cuando la visita protocolar o visita de trabajo sea realizada a otra autoridad universitaria, como Decanos, Decanas, Directivos o Académicos/as, la autoridad de la unidad visitada acompañará a los visitantes a un saludo protocolar del Rector/a de la Universidad, la que deberá ser previamente agendada con Gabinete de Rectoría.

Estructura básica de Saludo Protocolar

1. La autoridad visitante es recibida por el Rector/a, o quien lo represente, en dependencias del Salón Rojo de la Casa Central.
2. Decano, Decana, Directivo o Académico, Académica acompañante realizará presentación oficial de la autoridad visitante y su comitiva.
3. Rector/a inicia la conversación y/o reunión.
4. Rector/a hace entrega de obsequio en recuerdo de su visita a la UCh.
5. Fotografía de entrega de obsequios.
6. Fotografía oficial en Hall de Casa Central.
7. Entrevistas para Prensa UCh.

Distribución de asientos en Salón Rojo



(12) Documento basado y adaptado según el Reglamento de Ceremonial Público y Protocolo del Estado de Chile https://www.minrel.gob.cl/normas-del-ceremonial-y-protocolares-aplicables-en-caso-de-visitas-a/minrel_old/2008-09-01/132918.html#vtxt_cuerpo_T2



Manual de Prensa y Medios

de la Universidad Austral de Chile

La misión del Área de Prensa y Medios es producir y difundir la información institucional destinada a fortalecer la pertenencia y el compromiso de la comunidad universitaria con los valores de la Corporación, potenciando el prestigio de la Universidad y fortaleciendo la vinculación con el medio.

1. La relación con medios de comunicación

La Dirección de Comunicaciones, a través de su Área de Prensa y Medios, gestiona en forma permanente las prioridades comunicacionales de la Corporación en medios de cobertura nacional, regional y local.

1.1. Posicionamiento en medios nacionales y regionales

Este posicionamiento en medios nacionales y regionales se realiza tanto por el Área de Prensa y Medios como de manera autónoma por encargadas y encargados de comunicaciones de facultades, sedes, campus y unidades. No obstante, hay que siempre cautelar la adecuada visibilidad de la marca UACH, junto con cuidar la buena imagen institucional.

Para el desarrollo de estas funciones, la DIRCOM se apoya en el trabajo de agencias de posicionamiento y empresas de monitoreo de prensa. El trabajo de posicionamiento por medio de agencias se ejecuta en estrecha relación con el Área de Prensa y Medios, así como con las y los encargados de comunicaciones y/o periodistas de las distintas unidades y macrounidades, y siempre de acuerdo con los objetivos comunicacionales del período.

También es fundamental que las y los encargados de comunicación de facultades, sedes, campus y unidades informen al Área

de Prensa y Medios de la DIRCOM sobre las gestiones que están realizando. De esta manera se evita ofrecer varios temas al mismo tiempo a un periodista, sección o medio.

1.2. Participación en entrevistas de radio y TV

Es fundamental asegurarse que se mencione la marca de la Universidad en las entrevistas. Para ello es importante que el entrevistado hable de la UACH, además de entregar una minuta al entrevistador o a la producción, según corresponda.

En el caso de los programas de TV, hay que asegurarse que la marca esté visible en los GC (generador de caracteres), ya que de no aparecer esta mención puede confundir y no relevar a la UACH. En ese sentido, se puede incorporar con el nombre de la persona entrevistada, cargo o unidad, acompañado de UACH, U. Austral (*) o Universidad Austral de Chile.

() El uso de la forma U. Austral es sólo para estos casos.*

1.3. Conferencia o puntos de prensa

- Distribución de las autoridades: la máxima autoridad universitaria al centro y los otros invitados se distribuyen protocolarmente a su lado (*revisar Manual de Ceremonial y Protocolo*).
- Se recomienda que exista un pendón institucional.
- Se debe entregar una minuta de prensa a los medios, la cual debe contener el logotipo y el isotipo en el encabezado de cada página, además de entregar información clave (nombre de actividad, día, hora, lugar, cifras relevantes, antecedentes históricos o de contexto, y fuentes).
- Es importante ofrecer una atención adecuada a los medios mientras espera que se inicie el punto de prensa.
- Se debe preparar el salón y prever la correcta ubicación de pendones en la locación. Hay que anticipar los tiros de cámaras (de TV o fotográfica), lo que varía según la hora, lugar y estado del tiempo.

1.4. Actuar de acuerdo a la realidad mediática

Los tiempos de los medios de prensa son muy diferentes a los tiempos de la institución y es por ello que, muchas veces, se debe considerar no sólo la pertinencia, sino además la OPORTUNIDAD con la que se socializan determinadas materias (principalmente en momentos de crisis).

Se debe tener presente la situación mediática en las distintas ciudades donde la UACH tiene una activa presencia; además de la caracterización de los medios, donde conviven tanto corresponsales nacionales -que suelen estar “pauteados” de acuerdo a su línea editorial- y medios locales. Ambos, por lo general, buscan en las noticias conflicto, controversia o polémica, por lo que es inevitable que ante cualquier dificultad que involucre a la institución, los medios tengan su atención puesta en ello.

Es indispensable que el Área de Prensa y Medios de la DIRCOM esté al tanto de los principales temas corporativos y de facultades, sedes, campus y unidades, que pueden potencialmente ser motivo de atención mediática o conflicto, a fin de evitar el factor sorpresa y proponer de manera anticipada un eventual manejo comunicacional.

1.5. Autoridades como fuente informativa

Como política general, las máximas autoridades universitarias (Rector/a, Prorector/a, Vicerrectores, Secretario/a General) deberían ser fuente informativa de temas de mayor envergadura (principalmente de alcance nacional). Se sugiere contar con voceros o representantes para los distintos temas, que respondan de manera adecuada a la demanda sostenida de los medios de comunicación social.

Se deberá resguardar que las autoridades universitarias intervengan con declaraciones o participación –en forma preferente– con medios de comunicación de carácter nacional y con los principales medios regionales (que pueden ser, por ejemplo, un diario impreso, una radio, un portal digital).

Se recomendará a las autoridades siempre dar una respuesta rápida a los medios, en especial por la instantaneidad en la masividad de la información a través de redes sociales.

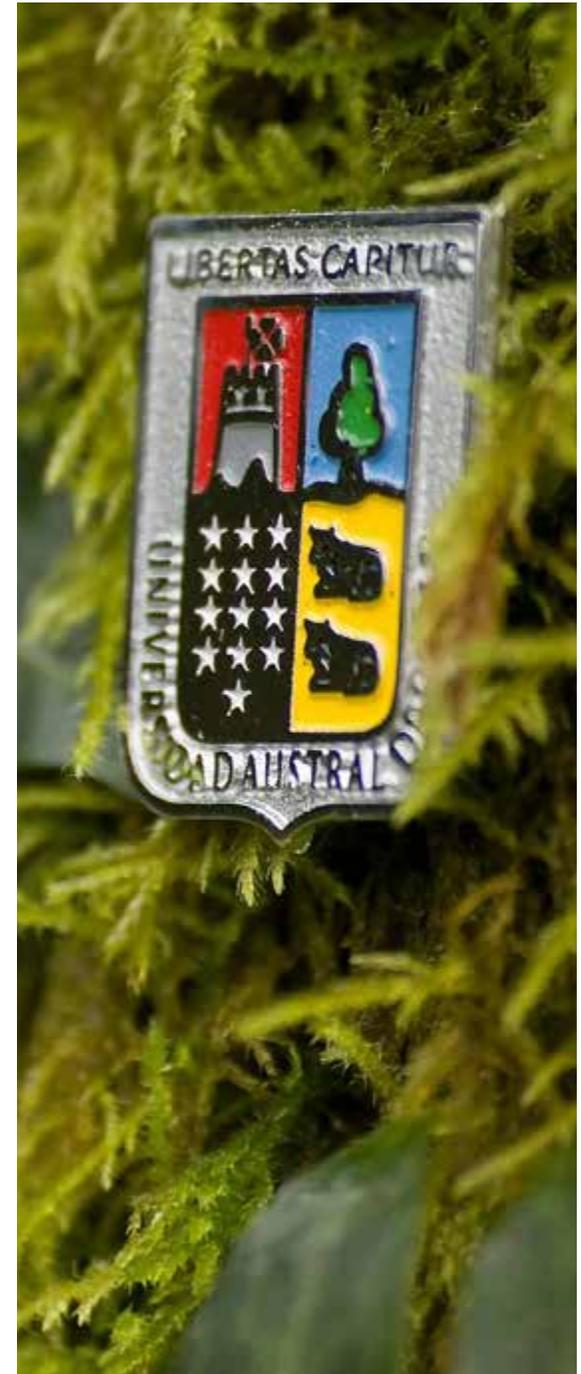
1.6. Académicas, académicos o profesionales UACH como fuente informativa

Considerando que las y los académicos, investigadores y profesionales de la UACH se han ido posicionando cada vez más como voz autorizada (desde sus respectivas disciplinas) para diversos temas de interés público, se sugiere tener presente lo siguiente:

- * El Área de Prensa y Medios de la DIRCOM actúa como intermediaria, para lo cual mantiene una base actualizada de medios generales y especializados que pueden orientar mejor las vías de divulgación de las diversas áreas del conocimiento.
- * Para facilitar la adecuada cobertura informativa la DIRCOM mantiene un Catálogo de Especialistas UACH que es compartido con los medios de comunicación.
- * Al momento de enfrentar una entrevista periodística, las y los investigadores UACH debieran considerar que la prensa local centra su interés informativo en la actividad puntual y contingente (seminarios, jornadas, congresos, conferencias, inauguraciones, etc.). La prensa nacional, en tanto, centra el foco de atención en las tendencias que

marcan un acontecimiento (implicancias de ciertos descubrimientos, tipo de metodologías aplicadas, impacto social, impacto en el medio, etc.).

- * Se sugiere que las entrevistas, cuñas o respuestas que se entreguen a los medios sean precisas en cuanto a tiempo, que aborden directamente lo que se quiere comunicar y que no redunde en detalles innecesarios.



2. Productos comunicacionales corporativos

La Universidad Austral de Chile ha definido que sus principales canales de difusión serán los medios y productos desarrollados por las instancias a cargo de llevar a cabo la comunicación institucional y aquellos que se implementen a futuro de acuerdo a las necesidades corporativas.

2.1. Diario UACH

En el portal corporativo Diario UACH (diario.uach.cl) se publican notas de prensa de la institución, de facultades, Sede Puerto Montt, Campus Patagonia y de las distintas unidades, las cuales son distribuidas en diversas secciones de acuerdo a un criterio editorial especificado más adelante en el punto 4.1. Actualizaciones diario electrónico.



2.2. Banners

Los banners principales (slider central) y los banners de difusión (laterales) serán definidos por la DIRCOM. Los criterios de publicación son los siguientes:

- Banner principal o slider central:

Actividades masivas para la comunidad, que potencien la oferta académica e hitos institucionales de mayor relevancia con impacto externo. Deben ser solicitados con una semana de anticipación como mínimo (tamaño 1010 x 350 pixeles).



- Banner difusión o lateral:

Difusión de actividades para la comunidad externa e interna. Ej. Diplomados, Magíster, eventos especiales para públicos específicos, entre otros. Pueden ser solicitados con una semana de anticipación como mínimo (tamaño 260 x 100 pixeles).



Para iniciativas de carácter interno se ofrece también la posibilidad de publicar los banners en los portales de Académicos, Alumnos y Funcionarios. Estos banners deben ser enviados según las especificaciones técnicas de los puntos anteriores y listos para su difusión, la que es gestionada desde la DIRCOM para que la Dirección de Tecnologías de Información proceda a su publicación.

2.3. Correos masivos Comunidad Universitaria

Los correos masivos enviados a través de "Comunidad Universitaria" constituyen una herramienta comunicacional de carácter interno que permite difundir actividades e información de utilidad pública a los integrantes de la comunidad universitaria, de acuerdo con lo establecido en el Plan de Comunicación Estratégica.

Los destinatarios de estos correos masivos son las y los funcionarios (académicos y no académicos) que tienen correo uach.cl. Es importante precisar que Comunidad UACH es un canal de comunicación interna institucional y no un medio de comunicación.



2.4 Correos masivos para estudiantes

La Dirección de Comunicaciones gestiona la plataforma para enviar correos masivos a las y los estudiantes de pregrado y postgrado, que contengan información de carácter académico, cultural, deportivo y de servicios estudiantiles.



2.5 Boletines

El Área de Prensa y Medios de la DIRCOM ha implementado el envío de distintos boletines electrónicos informativos con una selección de noticias. Éstos se envían en forma periódica, de acuerdo con el público al que están dirigidos (comunidad universitaria en su conjunto, socios e integrantes del Directorio, autoridades regionales), mientras que otros se

envían en función de objetivos informativos particulares (proceso de admisión, por ejemplo).

Asimismo, otras unidades también gestionan el envío de boletines electrónicos informativos, ya sea por sus propios medios y bases de datos o bien a través del correo masivo Comunidad Universitaria. En cualquier caso, debe existir una coordinación con el Área de Prensa y Medios, a fin de mantener una línea general común en este tipo de productos.



3. Manejo de crisis

Ante una crisis que pudiera afectar a la institución, el Área de Prensa y Medios es la encargada de proponer acciones comunicacionales a las autoridades universitarias y a las unidades involucradas, para dar respuesta ante los medios de comunicación, públicos externos e internos.

Un plan de manejo de crisis debe al menos incluir:

- definición de la(s) vocería(s)
- mensajes
- canales de información
- carta gantt y tiempos de respuesta.
- caracterización del o los medios de comunicación, incluyendo el tratamiento informativo que ha realizado previamente al cubrir temas de la Universidad (titulares, fotografías, enfoques), de modo de ser un insumo importante a la hora de tomar decisiones en contexto de crisis. Esta caracterización deberán proveerla profesionales del área de la comunicación.

Ante la necesidad de estar preparados corporativamente para enfrentar una eventual crisis, es vital adelantar escenarios manteniendo una matriz de gestión de riesgos. Para ello, las y los encargados de comunicaciones UACH deben informar a la DIRCOM situaciones que pudieran convertirse en crisis mediática.

4. Redacción periodística corporativa y uso de imágenes en Diario UACH

El presente Manual de Estilo establece la forma de presentar los contenidos en el portal de noticias de la Universidad Austral de Chile (Diario UACH), tanto a nivel textual (redacción) como fotográfico.

La Dirección de Comunicaciones a través de su Área de Prensa y Medios tiene la obligación de garantizar la calidad y edición del contenido que se publica en el Diario UACH, redes sociales y canales institucionales, con el fin de resguardar la imagen y posicionamiento de la Universidad Austral de Chile.

DE LOS TEXTOS

4.1. Redacción general:

- a.** En todo texto hay que evitar oraciones demasiado largas, recomendándose desarrollar una idea por frase y en párrafos donde no se incluyan más de 3 ideas. Se sugiere que los párrafos no se extiendan por sobre los 450 caracteres con espacio.
- b.** Se recomienda no hacer uso excesivo de comas, puntos, guiones y enumeraciones. Los puntos seguidos permiten una mejor comprensión de los contenidos.
- c.** Cuando se redacta un texto es conveniente recordar que no todos los lectores que se enfrentan a él son expertos en el tema, por lo que siempre hay que preferir un estilo claro, conciso, fluido y de fácil comprensión. Esto significa, entre otras cosas, evitar tecnicismos, o siglas sin su respectiva explicación, ejemplo: Universidad Austral de Chile (UACH), Libertas Capitur (La Libertad se Conquista).
- d.** Sujeto y verbos deben tener concordancia de número y de género (ej.: un grupo de personas se reunió ayer...o el 60 por ciento de los encuestados opina...).
- e.** Debe haber coherencia en los tiempos verbales durante todo el texto. La nota no puede tener cuñas citadas en presente y luego en pasado.

4.2 Sobre títulos, bajadas y entradas:

- a.** El titular debe referirse a lo esencial de la noticia, tiene que ser breve, atractivo y pensado para el medio y para el público que la leerá (Diario UACH, portada de www.uach.cl y redes sociales). Idealmente, con una extensión no mayor a 50 caracteres con espacio. No lleva punto final.
- b.** En los medios corporativos es necesario procurar referirse a la Universidad de las siguientes formas: Universidad Austral de Chile y su sigla UACH, las que se deben mencionar en el primer tercio de la nota. Asimismo, nunca se deben utilizar denominaciones incorrectas como UACH (con H mayúscula), Universidad Austral de Valdivia, U. Austral, Universidad Austral o U. Austral de Chile.
- c.** Las bajadas deben entregar contenido adicional y de interés. Es obligatorio el uso de este recurso en el sistema del diario electrónico. Es importante destacar que el recuadro para las bajadas tiene un límite de caracteres, por lo que es necesario corroborar que el texto cabe en dicho espacio.
- d.** Se recomienda que la entrada o primer párrafo (*lead*) sea atractivo y motive la lectura de la noticia. Cabe recordar que el *lead* no es la bajada de la noticia, por lo tanto, no debe repetir la misma información.

4.3 Entrevistas, citas y cuñas:

- a. Al parafrasear citas se debe ser fiel al sentido de la información entregada por la fuente. Se recomienda intercalar citas textuales y parafraseo.
- b. Se debe mejorar la redacción de lo que diga la fuente cuando corresponda.
- c. Las cuñas deben ser escritas en un lenguaje formal.

4.4 Uso de altas y bajas:

- a. Se usa mayúscula en las primeras letras de los cargos institucionales. Por ejemplo, Rector/a de la Universidad Austral de Chile, Prorrector/a, Decano/a, Director/a, Profesor/a, Jefe/a y Presidente/a (de los gremios UACH). Para estos casos, primero se coloca el cargo y después el nombre: Rector/a de la Universidad Austral de Chile, grado y nombre completo.
- b. Se usa mayúscula para referirse a cargos como: Presidente/a de la República, Presidente/a del Senado, Ministro/a, Subsecretario/a, Gobernador/a Regional, Delegado/a Presidencial, Alcalde/sa, Concejal/a, etc.
- c. Se usan minúsculas para referirse a profesiones (médicos, periodistas, ingenieras... pero también entomólogos, genetistas, etc)

e integrantes de la comunidad universitaria (funcionarios/as, estudiantes y académicos/as).

d. Se usan mayúsculas para referir grados académicos –Dr(a). en Historia, Doctor(a) en Ciencias mención Microbiología, Magíster en Paleontología, Mg. en Estadística, Lic. en Ciencias Jurídicas, Licenciada en Educación, etc.). También se usan mayúsculas para las categorías de profesores(as) al interior de la Universidad, particularmente en el caso de Profesor(a) Titular, pero también Auxiliar, Instructor, Asociado y otras, si existieren; y para distinciones como Doctor Honoris Causa, Profesor(a) Emérito(a), Profesor(a) Extraordinario(a), Profesor(a) Catedrático(a) y otras.

Se usan mayúsculas para referirse a dependencias o macrounidades universitarias en singular y como nombre propio: tales como Rectoría, Vicerrectoría Académica, Dirección de Servicios, Centro de Deportes y Recreación, Facultad de Medicina, Escuela de Artes Visuales, Sede Puerto Montt, Campus Patagonia, Sala Paraninfo, entre otras. También de reparticiones del gobierno y del Estado, así como entidades de distinto tipo (Ministerio del Trabajo y Previsión Social, Agrupación de Ingenieros Forestales por el Bosque Nativo, etc.) Su versión en plural va siempre con minúscula, por ejemplo: vicerrectorías, direcciones, facultades, escuelas, ministerios,

agrupaciones, etc.

e. Los títulos de las notas mantienen las normas ortográficas usando exclusivamente mayúsculas para referirse a cargos y nombres propios: Delegación de la Universidad de Lovaina visitará la UACH.

f. Se escribe con mayúscula la primera letra del título de una nota que incluya el nombre de un proyecto, por ejemplo: “Estudio de un producto innovador para recuperar el luchecillo (*Egeria densa*) en el humedal del río Cruces”.

g. Los días de la semana, puntos cardinales y los meses del año se escriben con minúscula por ejemplo: el viernes 13 de enero. Los años se escriben con números, sin artículo, sin punto y sin separación, por ejemplo: 2019, a partir de 2025, el 22 de febrero de 2021.

4.6 Identificación de regiones:

Las regiones se identifican de esta manera: Región de Los Ríos, Región de Los Lagos, Región de Aysén, Región de Magallanes y la Antártica Chilena, etc. Asimismo, no se usa la numeración de las regiones.

4.7 Uso de siglas:

a. La primera vez que se menciona una sigla en un texto debe explicarse, por ejemplo: Centro de Deportes y Recreación (CEDERE), Centro de Humedales (CEHUM), Vicerrectoría de Investigación, Desarrollo y Creación Artística (VIDCA).

b. Si se escribe un artículo delante de la sigla, éste debe tener el mismo género que el del significado completo de la sigla, por ejemplo: la CEPAL, porque es la Comisión Económica para América Latina.

4.8 Uso de cursivas:

a. Se escriben en cursiva los títulos de las publicaciones: libros, revistas, diarios, por ejemplo: *Revista Estudios Filológicos, Las Últimas Noticias, etc.*

b. Las palabras extranjeras, por ejemplo: *royalty, cluster, leasing, streaming, on line, etc.* Se sugiere considerar el uso de palabras y expresiones en español, cuando existan.

c. Nombres científicos, por ejemplo: *Egeria densa.*

d. Palabras o expresiones en latín, por ejemplo: *Libertas Capitur.*

e. En la segunda o más bajadas de las notas publicadas en el Diario UACH.

4.9 Uso de negritas:

Las letras en negrita (*bold*) se utilizan para destacar aspectos interesantes de un artículo, así como los subtítulos y datos al pie de la página, por ejemplo: **Más informaciones en...**

4.10 Uso de comillas:

Las comillas se utilizan para reproducir citas textuales, por ejemplo: La profesora del Instituto dijo que “esta investigación permitirá a la Universidad proyectarse a nivel mundial”.

4.11 Diferentes formas de referirse al Rector/a:

Existen diferentes formas de referirse al Rector/a:

- Rector/a de la Universidad Austral de Chile
- Rector/a UACH
- Rector/a más grado académico, nombre y apellido
- Rector/a más apellido paterno
- La máxima autoridad universitaria
- La autoridad universitaria.

DE LAS IMÁGENES

Para una adecuada presentación de imágenes (fotos y gráfica) en el Diario UACH se recomienda que la fotografía principal represente de la forma más fiel posible el tema desarrollado, resguardando la composición, encuadre y enfoque, entre otros aspectos técnicos, privilegiando por ejemplo el entorno, la acción del evento o la actitud del retratado.

Se debe considerar lo siguiente:

- Usar fotografía apaisada, de buena resolución, adecuada al tamaño que exige el administrador de noticias (mínimo 600 x 400 píxeles y máximo 1200 x 400 píxeles) en formato JPG.
- El nombre del archivo fotográfico no debe incluir tildes o símbolos (@,ñ,&,%,/).
- Usar material original de la noticia o de archivo institucional (propio de cada unidad o de la Dirección de Comunicaciones), evitando el uso de imágenes descargadas de internet usualmente sujetas a derecho de autor.
- De no poder usar material original, tener consentimiento explícito de su autor y/o citarlo en la publicación al pie de la nota (créditos).

- En caso de registro de actividades con niños, niñas y adolescentes, se debe solicitar el consentimiento de algún adulto responsable para fotografiarles en primeros planos. Si esto no ocurriera, se debe preferir planos generales sin individualizar.

- Para el caso de columnas de opinión que son publicadas en la sección “Opinión” de Diario UACH, la DIRCOM establece que la fotografía principal debe ser genérica, que ilustre o contextualice el contenido del texto. Esta foto deberá ser provista por la o el autor de la columna, o bien por el encargado(a) de comunicaciones de la unidad de que dependa. La foto de la o el autor se incorporará en la publicación como secundaria, en el cuerpo del texto.

- Uso de imágenes compuestas: Tanto la DIRCOM como otras unidades utilizan gráficas o imágenes compuestas para acompañar las distintas publicaciones (noticias, comunicados, columnas y otras). Es importante que dichas composiciones mantengan una coherencia gráfica y de estilo, evitando la agrupación de dos o más fotos sobre un fondo desprovisto de mayor información visual. Se sugiere que su uso no sea constante sino sólo para situaciones especiales que lo ameriten, por lo tanto, siempre se debe preferir una imagen completa para graficar la información que será publicada.



5. Criterios editoriales

5.1. Actualizaciones Diario UACH y portales:

Diario UACH cuenta con un equipo de editores que revisan las notas ingresadas al administrador y las destacan en los diferentes portales (web central, académicos, funcionarios, alumnos e intranet).

Los criterios editoriales para definir la portada de Diario UACH y www.uach.cl son relevancia institucional, impacto, actualidad, entre otros, asociados a los objetivos comunicacionales institucionales definidos por la DIRCOM para el período en curso.

Cabe señalar que las noticias que se visibilizan en cada portal se destacan en función de su público específico.

5.2 Solicitud de coberturas de prensa o de fotografías:

El Área de Prensa y Medios coordinará la cobertura periodística de actividades que organice Rectoría, Prorectoría, Vicerrectorías y unidades que no cuenten con encargada/o de comunicaciones.

Las solicitudes deberán ser realizadas a la jefatura del Área de Prensa y Medios, a lo

menos con 48 horas de anticipación al evento, para organizar adecuadamente la pauta del área.

En las solicitudes de cobertura se debe mencionar:

- nombre de la actividad
- fecha y hora
- lugar
- organizador/a (teléfono, celular, email)

5.3 Uso apropiado del lenguaje:

En la redacción de las noticias en el Diario UACH se promoverá el uso de un lenguaje formal, respetuoso de la diversidad, con perspectiva de género y a tono con iniciativas que promuevan la inclusión, el respeto a los derechos humanos y la protección del medio ambiente.

En la redacción de los distintos formatos periodísticos que se utilicen en el Diario UACH se procurará usar un lenguaje inclusivo e integrador. Esto quiere decir que cuando haya referencias a un grupo de personas, por ejemplo, investigadores, hablar de las y los investigadores o bien de los(as) investigadores(as).

Se sugiere siempre la búsqueda y uso de términos neutros como “el equipo de investigación”, “el estudiantado” y los detallados en los siguientes ejemplos, a modo de preferir una redacción no excluyente.

Ejemplos:

- Abierta convocatoria para los estudiantes de la UACH
- Directores de Escuelas evaluaron primer semestre // Direcciones de Escuelas evaluaron primer semestre (porque hay tanto hombres como mujeres que desempeñan dicho rol)
- Funcionarios: Los funcionarios // Las y los funcionarios // Los funcionarios y funcionarias // El personal de administración y servicios
- Concurso de fotografía ya tiene ganadores // Concurso de fotografía anunció primeros lugares

En la redacción periodística del Diario UACH no se utilizarán expresiones como “todes”, “todxs” o similares, a menos que correspondan a una cita textual de una fuente.

5.4 Columnas de opinión:

A continuación se plantean lineamientos editoriales para la publicación de columnas de opinión, tanto para la sección Opinión del Diario UACH, como aquellas que son gestionadas desde el área de Prensa y Medios para publicar en medios de comunicación (p.ej. El Diario Austral de Los Ríos).

Al respecto, lo primero que se debe tener presente es que toda opinión es responsabilidad de quien la emite y no representa necesariamente el pensamiento de la Universidad Austral de Chile como institución educativa.

Asimismo, cada texto debe enmarcarse en criterios de buena convivencia, es decir, que su contenido no debe inducir ni contener elementos que agredan a personas o instituciones, ni afecten su honra. Tampoco las columnas de opinión deben afectar la imagen

pública de la Universidad, aspecto que debe ser verificado al momento de la revisión del documento.

La temática que se aborde en una columna debe hacerse desde el punto de vista académico, con una mirada sistémica, pluralista y objetiva. Asimismo, se privilegiará la publicación de aquellos textos que den cuenta del trabajo que en la temática se está realizando desde la propia Universidad, ya que ello también constituye una forma de visibilizar la investigación, la docencia y la vinculación de la UACH con la comunidad.

El o la columnista deberá aceptar estos lineamientos antes de enviar el material, el cual será revisado por el área de Prensa y Medios de la Dirección de Comunicaciones, instancia que administra el Diario UACH y que gestiona el espacio semanal que el Diario Austral de Los Ríos ha otorgado a nuestra casa de estudios en la sección de columnas de

opinión. Esto también aplica para gestiones de prensa que se realicen desde dicha área a otros medios de comunicación regionales o nacionales.

Si la columna no cumple con los requisitos antes descritos, esto será comunicado a el o la columnista, explicando las razones y solicitando su adecuación para proceder a su publicación.

Uso de redes sociales

El desarrollo de las plataformas digitales ha provocado cambios en las formas de relacionarse tanto a nivel personal como institucional.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han generado relevantes cambios en la comunicación y en la enseñanza. En este contexto, las redes sociales (RRSS) se han constituido como una gran herramienta al servicio de las comunidades educativas.



6. Uso de redes sociales

¿Por qué y para qué crear una cuenta con la marca UACH en redes sociales?

Es importante considerar estas preguntas, ya que implementar una red social con la marca Universidad Austral de Chile implica una responsabilidad que es necesario tener siempre presente.

Su manejo deberá ser realizado por un profesional o encargado de comunicaciones con vínculo contractual con la Universidad. Si es manejada por otra persona (estudiante, funcionario, particular o agencia) deberá ser bajo supervisión de la unidad o macrounidad a la que pertenece la instancia respectiva. Asimismo, debe implementarse un plan comunicacional que dé cuenta de las acciones a realizar y las ordene.

El uso de redes sociales involucra un constante flujo de contenidos que forman parte del plan de trabajo de la unidad que requiera de ellas, por lo tanto, dejarlas sin

actividad o abandonar una cuenta puede generar confusión entre los usuarios y seguidores de las actividades que realiza la Universidad.

¿Cómo crear una cuenta institucional en redes sociales?

Las Facultades, Sedes, Campus y Unidades de la Universidad de Austral de Chile que quieran crear una cuenta en alguna red social deben informarlo a la Dirección de Comunicaciones y a su Área de Prensa y Medios, incorporando la siguiente información:

- Nombre de la Facultad, Departamento, Servicio o Unidad.
- Nombre y apellidos del responsable de la cuenta (si se prevé que haya más de uno, deberán indicarse sus nombres y apellidos y especificarse las funciones de cada uno de los responsables).
- Redes sociales o plataformas en las que se quiere abrir una cuenta.

- Denominación de la cuenta.
- Breve resumen de los objetivos de la cuenta y del contenido que se pretende difundir en ella.

Las credenciales (correo electrónico o nombre de usuario y contraseña) deben ser manejados tanto por la persona encargada de la administración de la cuenta como por su jefatura directa.

Consideraciones antes de crear una cuenta en redes sociales:

Evaluar la pertinencia de abrir una cuenta, considerando aspectos como a qué representa (un proyecto de mayor o menor envergadura, una microunidad o programa temporal, etc.), si existe capacidad de generar contenido en forma regular para dotar de publicaciones a ese perfil, si existen o no las capacidades para su uso dependiendo de la plataforma (se requieren habilidades y destrezas distintas), si existe un profesional de la comunicación que será el responsable de la cuenta o si bien esa responsabilidad recaerá en otra persona.

Las distintas redes sociales y sus públicos. Una caracterización mínima

Instagram (foto, video): Actualmente la más popular y transversal en términos etarios. En el público se encuentran, sobre todo, estudiantes de la Universidad y potenciales estudiantes (enseñanza media), pero también público general.

Twitter (texto, foto, video): De carácter más informativo y de actualidad que otras, en esta plataforma se encuentran muchas instituciones públicas y privadas. En el público destaca presencia de académicos.

Facebook (foto, texto, video): Su popularidad está en franco retroceso. Tanto los adolescentes como público joven privilegian otras plataformas. En el público, no obstante, se encuentran segmentos como personas mayores de la comunidad universitaria y padres, madres y/o personas responsables de potenciales estudiantes.

TikTok (video): En ascenso y disputándole popularidad a Instagram. Público muy transversal. Se encuentran, sobre todo, estudiantes y potenciales estudiantes.

Criterios para la denominación de cuentas



1.- Facebook

- Página institucional:

Nombre de la página: Universidad Austral de Chile
Nombre de usuario: UAustraldeChile
(<http://www.facebook.com/UAustraldeChile>)

- **Página de unidad:** Nombre de la página: “nombre de unidad” + Universidad Austral de Chile.
Ejemplo: Vinculación Universidad Austral de Chile.
Nombre de usuario: “nombre de unidad+UCh” (<http://www.facebook.com/VinculacionUACH>)



2.- Twitter

- Página institucional:

Nombre de la cuenta: Universidad Austral de Chile
Nombre de usuario: @UAustraldeChile (<http://twitter.com/UAustraldeChile>)

- Cuenta de unidad:

Nombre de la cuenta: “nombre de unidad+UCh”.
Ejemplo: VinculacionUACH.
Nombre de usuario: “nombre de unidad+UCh” (<http://twitter.com/VinculacionUACH>)



3.- YouTube

- Canal institucional:

Nombre del canal: Universidad Austral de Chile
Nombre de usuario: UniversidadAustraldeChile
(<http://www.youtube.com/UniversidadAustraldeChile>)

- Canal de unidad:

Nombre del canal: “nombre de unidad” + Universidad Austral de Chile.
Ejemplo: Vinculación Universidad Austral de Chile.
Nombre de usuario: “nombre de unidad+um” (<http://www.youtube.com/vinculacionUACH>)



4.- Instagram

- Página institucional:

Nombre de la cuenta: Universidad Austral de Chile
Nombre de usuario: universidadaustraldechile
(<https://www.instagram.com/universidadaustraldechile/>)

- Cuenta de unidad:

Nombre de la cuenta: “nombre de unidad+UCh”.
Ejemplo: vinculacionUACH.
Nombre de usuario: “nombre de unidad+UCh” (<https://www.instagram.com/vinculacionuach/>)



5.- Flickr

- **Página institucional:**

Nombre de la cuenta: Universidad Austral de Chile
Nombre de usuario: universidadaustraldechile
(<https://www.flickr.com/photos/universidadaustraldechile>)

- **Cuenta de unidad:**

Nombre de la cuenta: “nombre de unidad+UACH”.
Ejemplo: vinculacionUACH.
Nombre de usuario: “nombre de unidad+UACH” (<https://www.flickr.com/photos/vinculacionuach>)



6.- LinkedIn

- **Cuenta institucional:** Nombre de la cuenta: Universidad Austral de Chile

* El manejo y generación de contenidos para esta Red Social estará a cargo de la Red de Egresados UACH, e-mail de información vinculacionegresados@uach.cl

Consideraciones generales para el uso de RRSS

Lo que hacemos y decimos construye nuestra imagen corporativa. En ese sentido, las redes sociales de la UACH dan cuenta del quehacer universitario respetando el carácter educacional de nuestra institución, usando un lenguaje cercano y amable.

Algunas medidas a considerar son las siguientes:

- Correcta redacción de los comentarios o post, tratando de ser claro y directo.
- Correcto uso de los signos de puntuación.
- Correcto uso de los signos de interrogación y exclamación.
- Evitar el uso de comentarios con letras mayúsculas, ya que en las RRSS adquieren un significado de “gritos”.
- Enfatizar las emociones con el fin de imprimir cierto carácter en el lenguaje escrito. Ya sea a través de los signos ortográficos o emojis ☺ ;-) ☺ =) ...
- Agradecer menciones y comentarios, con el fin de establecer interacción y filiación con los seguidores.



Contenidos y recomendaciones para uso de Facebook

Se recomienda la actualización periódica de la página, con al menos una publicación diaria.

- Publicación de noticias relevantes desde el sitio web de la UACH o de la unidad respectiva, Diario UACH u otros medios de comunicación.
 - Publicación de actividades (actos, conferencias, seminarios, congresos, etc.)
 - Publicación de convocatorias (becas, beneficios, cursos, plazos de inscripción, etc.). ya sean de la Universidad Austral de Chile como de organismos de gobierno o privados asociados.
 - Publicación de nuevos vídeos, fotos, transmisiones en directo, virales, etc.
 - Animar a la conversación y fomentar el diálogo promoviendo comentarios o concursos.
- En cuanto a normas generales del uso de la red social:
- Mantener el muro abierto a comentarios públicos, fomentando la interacción con los usuarios.

- Activar los mensajes para facilitar el intercambio de información o consultas entre los usuarios y la Universidad.

- Cada publicación se hace en nombre de la Universidad o Unidad y no del administrador de la cuenta.

- Todos los contenidos que se publiquen deben ir acompañados de una frase, comentario o descripción que facilite la comprensión, independientemente de que se trate de enlace, fotos o vídeos.

- Facebook permite hacer menciones a otras páginas o perfiles. Por tanto, siempre que las fuentes de información, interesados o vinculadas, estén en la red, se debe incluir una etiqueta con el fin de ayudar a establecer sinergias.

- Es positivo compartir contenidos de otros usuarios y páginas siempre que sean informaciones relevantes para la institución.

- Si un usuario trasgrede reiteradamente las normas de uso al compartir información, como primera medida se puede eliminar la publicación, pero si es reincidente es recomendable bloquear al usuario.



Contenidos y recomendaciones para uso de Twitter

Se recomienda la actualización diaria de la cuenta, con al menos 3 publicaciones.

- Publicación de noticias relevantes desde el sitio web de la UACH o de la unidad respectiva, Diario UACH u otros medios de comunicación.

- Publicación de actividades (actos, conferencias, seminarios, congresos, etc.)

- Publicación de convocatorias (becas, beneficios, cursos, plazos de inscripción, etc.) ya sean de la Universidad Austral de Chile como de organismos de gobierno o privados asociados.

- Publicación de informaciones con carácter de urgencia.

- Publicación de nuevos vídeos, fotos, transmisiones en directo, virales, etc.

- Si no se conoce la respuesta se redirigirá al usuario al departamento o unidad correspondiente, adjuntando los datos que faciliten el contacto.

- Retuitear publicaciones de interés de los seguidores y de otros públicos.

En cuanto a normas generales del uso de la red social:

- Se recomienda el uso de menciones con el fin de crear sinergias con otros usuarios y dar mayor difusión a las publicaciones, sustituyendo el nombre oficial, si es una institución, empresa u organismo, o su nombre personal, por el nick que adopta en Twitter.

- Es recomendable el uso de hashtags (#) que se utilizan para categorizar temas específicos de manera de facilitar la búsqueda en Twitter.

- En el caso de procesos o períodos especiales para la Universidad (ejemplo: Admisión) es conveniente utilizar un único hashtag con el fin de canalizar toda la información publicada.

- Es recomendable que los hashtag formen parte del tuit, pero también pueden incluirse al principio o al final.

- Es recomendable la utilización de las listas para poder agrupar seguidores o cuentas de interés (facultades, unidades, agrupaciones, etc.).



Contenidos y recomendaciones para uso de Instagram

Se recomienda la actualización semanal, con al menos una o dos publicaciones (fotografías, gráficas o videos) relevantes para la Universidad o unidad a la cual se asocia la cuenta.

- Publicación de fotos y videos (fotografías de iniciativas, lugares o paisajes asociados a la Universidad, material gráfico de difusión)
- Transmisiones en directo, reels, historias, etc.

En cuanto a normas generales del uso de la red social:

- Cada publicación debe considerar el uso de etiquetas o hashtag.
- Todos los contenidos (fotos y videos) que se publiquen deben ir acompañados de una frase, comentario o descripción que facilite la comprensión.
- Todo reposteo debe identificar la cuenta de origen.



Contenidos en YouTube y Flickr

Estas dos redes sociales son utilizadas como repositorios de videos (YouTube) y fotografías (Flickr).

En el caso de Flickr la Universidad cuenta con la posibilidad de crear galerías fotográficas con el fin de compartir en sus demás RRSS, como Facebook, Twitter, además de noticias del Diario UACH.

En tanto en YouTube, la Universidad realiza transmisiones en vivo y sube videos institucionales de difusión del quehacer universitario, compartiendo el material audiovisual por las demás RRSS corporativas.

Esto no exime el hecho de comentar y responder a los usuarios que revisen ambas redes.

Gestión de comentarios para redes

- Se recomienda que los usuarios puedan escribir comentarios, generando interacción y cercanía con la institución.
- Monitorear los comentarios que los usuarios hagan sobre las publicaciones de la Universidad o de sus unidades.
- Se debe responder a los comentarios, a la mayor brevedad, dentro del mismo espacio donde se haya hecho la consulta.
- Si el comentario es inapropiado, hay que buscar la forma adecuada de responder. Se recomienda llevar el tema a un mensaje directo (*inbox*). Si es ofensivo se recomienda ocultarlo o simplemente eliminarlo.
- Es aconsejable agradecer al usuario la participación o comentarios positivos sobre la institución o elemento difundido.

Uso de avatar Universidad Austral de Chile

El avatar en las redes sociales hace referencia a la imagen que representa al dueño o creador de una cuenta, y tiene relación directa con la información que ofrecemos de nosotros como Universidad.

Un avatar es esencial para definir nuestra identidad digital, ya que gracias a él los usuarios nos reconocerán más rápidamente y prestarán más atención a nuestros comentarios.

La Universidad Austral de Chile usa como avatar el escudo de la corporación, adaptándolo al formato de cada red social.

Se sugiere que el avatar de una Facultad, Sede, Campus o Unidad incorpore el escudo UCh como elemento distintivo.

Avatar oficial UCh



7. Generación de contenido audiovisual

La creciente demanda de contenido audiovisual en sus distintas plataformas como son la señal de radio y televisión de Radio UCh (TELSUR), videos en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), canal de YouTube y Diario UCh, han posibilitado la creación de diversos productos, entre ellos: notas de prensa, entrevistas, reportajes, promocionales, etc.

Por tal motivo se hace necesario entregar ciertas directrices que orienten la generación de contenido audiovisual, velando siempre por el buen uso de la marca UCh.

7.1 Registro de video

- El periodista debe construir un relato audiovisual, en consonancia con los registros en video, el sonido (entorno) las cuñas y relato de la actividad. Los datos noticiosos deben estar presentes de manera sencilla, directa y clara.

- Como los tiempos son breves en lo audiovisual, lo recomendable es concentrarse siempre en lo más relevante.

- En la locución se deben evitar los eufemismos y las palabras largas, incorporando siempre un lenguaje simple y comprensible.

- Al grabar un testimonio (cuña) se sugiere dar a conocer el objetivo del video y formato a usar, de esta manera el mensaje será acotado por parte del entrevistado, haciendo buen uso de los tiempos, tanto de grabación como de edición.

- El uso de la marca UCh en el generador de caracteres (GC) deberá estar sujeto a los mismos criterios editoriales de las notas de prensa (4.2,b)

7.2 Registro de video para redes sociales

- El registro dependerá de la plataforma y fines que tenga el video, para tales casos debe tener una concordancia con la actividad y formato de la red social.

- El mensaje deberá ser breve y claro de modo de no confundir a los seguidores, haciendo uso de los recursos como música, efectos y textos.

- Al hacer uso de la marca UACH, en el generador de caracteres o texto de cada video en redes sociales, esta deberá estar sujeta a los mismos criterios editoriales de las notas de prensa (4.2,b)

7.3 Autorización de uso de imagen

- En caso de registrar imágenes con menores de edad, se sugiere hacerlo con planos generales o que sólo se muestren de espalda. El uso de imágenes con otros fines (publicitarios o promocionales, por ejemplo) quedará sujeto a previa autorización firmada por el o los responsables del menor.

- En caso de una grabación con fines promocionales, la o las personas participantes deberán firmar un documento de consentimiento informado por el uso de imagen.

7.4 Grabación de imágenes

- El registro audiovisual podrá ser realizado con celular, cámara fotográfica (que tenga opción de video) o cámara de video.

- Considerar una cantidad de planos que sea suficiente para la edición posterior, sin recurrir a su repetición, siempre considerando la narrativa audiovisual y el producto final.

- Uso de imágenes apaisadas (notas de prensa) y verticales (redes sociales) en formato 16:9 en full HD.

- Registro de testimonios con aparatos o micrófonos que tengan buena calidad y se escuchen de manera óptima al ser utilizados en video.

- Grabación de locución en celular o grabadora de audio, para que sea usado como audio en nota de prensa o reportaje.

- Uso correcto de generador de caracteres (GC) dando cuenta de la actividad, descripción y nombre de testimonios más cargo o unidad de procedencia.

- Uso correcto de escudo UACH y logos (admisión, acreditación o de la unidad).

- Uso de editor de video (a libre elección) que sea capaz de generar el producto audiovisual que cumpla con los requerimientos señalados anteriormente.



Manual de Difusión de Carreras

de la Universidad Austral de Chile

1. Recomendaciones generales

A considerar por las Unidades de Difusión de cada Facultad, Sede o Campus

- Informar a Difusión de Carreras sobre las actividades en terreno (charlas, ferias, u otras acciones) planificadas periódicamente: mensual, semestral y anualmente, a fin de optimizar recursos humanos y económicos, y así evitar duplicidad de esfuerzos.
 - Solicitar a la Dirección de Comunicaciones supervisión del diseño de soportes gráficos y multimediales de Difusión de sus carreras, a fin de mantener el estilo corporativo (en conformidad con el Manual de Estilo).
 - Comunicar y solicitar capacitación de sus estudiantes laborantes a Difusión de Carreras, para así nivelar e igualar los conocimientos generales de la institución y sus unidades a todos quienes la representen.
- Respetar el perfil, vestimenta y comportamiento de los representantes, así como la imagen institucional solicitada por Difusión de Carreras.
 - En las Campañas de Admisión, se solicitará el uso obligatorio de: slogan, logo, membretes, u otros creados para esa actividad.

2. Perfil del representante UACH

2.1 Selección de representantes

- Procedimiento
- a.** Convocatoria del concurso (afiche impreso y/o digital).
- b.** Difusión de la convocatoria en campus universitarios y a través de redes sociales.
- c.** Entrevistas masivas con postulantes.
- d.** Preselección de postulantes según entrevistas y revisión situación académica.
- e.** Capacitación de preseleccionados en diversos temas tales como: Acreditación Institucional, Sistemas de Admisión, Becas y Beneficios, Responsabilidad Social, Inclusión, Prevención de Riesgos, Centro de Salud Universitario, Movilidad Estudiantil, entre otros.
- f.** Prueba final de conocimientos específicos.
- g.** Difusión en redes sociales y web institucional.

2.2 Perfil psicológico

El Representante UACH debe tener un alto grado de identificación y sentido de pertenencia con la institución y con su carrera, así como las habilidades y competencias que presentamos a continuación.

- Características
- a.** Empatía con distintos tipos de públicos.
- b.** Tolerancia y paciencia ante situaciones difíciles o de conflicto.
- c.** Habilidad para pensar creativamente y dar solución a imprevistos.
- d.** Entusiasmo y positivismo ante todo tipo de actividades.
- e.** Aptitud clara en el lenguaje verbal y no verbal.
- f.** Uso apropiado de vocabulario.

2.3 Conocimientos del representante

- Características

- a.** Manejar información general de la institución: año de fundación, campus, facultades, carreras, proceso de admisión y protocolo interno.
- b.** Interiorizarse sobre otros temas: sistemas especiales de admisión, proceso de acreditación, becas y beneficios, área cultural artística y deportiva.
- c.** Idealmente ser estudiante de 2° año en adelante.
- d.** Poseer situación académica satisfactoria.

2.4. Presentación personal del o la representante en Campus Tour, Ferias Educativas, Charlas, Reuniones u otras actividades relacionadas al área.

- a.** Polerón y polera institucional.
- b.** Zapatos cómodos.
- c.** Cuidado en su higiene personal
- d.** Maquillaje y/o accesorios discretos.

2.5. Normas del comportamiento del representante

- Comportamiento
- a.** Discreto uso del celular en horarios de trabajo.
 - b.** Puntualidad en los horarios acordados.
 - c.** Reserva en el uso de la información interna.
 - d.** Evitar consumir alimentos o golosinas en actividades con atención de público.
 - e.** Prescindir de conversaciones personales en horarios de trabajo.

3. Identidad visual corporativa

3.1. Representante en terreno

Ferias Educativas, foros educativos, stand informativo en colegios/liceos, centros comerciales, etc.

• Procedimiento

a. Contacto con la institución, confirmación del día y horario de visita según calendario anual.

b. Día de la actividad: saludo y presentación a autoridades u organizadores.

c. Ubicación del lugar físico.

d. Instalación del stand de información según metros cuadrados.

e. Atención de público, entrega de folletería.

f. Inscripción de estudiantes a través registro de información.

g. Ingreso de registros a base de datos Excel.

3.2. Representante en Campus Tour - Campus Isla Teja

• Procedimiento

a. Contacto con la institución, confirmación del día y horario de visita según calendario anual.

b. Confirmación por escrito a los liceos/ colegios de su visita a la UACH. Adjuntando programa general y listado Facultades para inscripción de estudiantes.

c. Recepción de listas de inscritos por carreras.

d. Presentación digital que incluya los siguientes temas: historia, campus universitarios, facultades y carreras, acreditación institucional, sistema de admisión, becas y beneficios, centro de salud universitario, psicopedagogía, movilidad estudiantil, responsabilidad social, actividades extraprogramáticas, Dirección Museológica, etc.

e. Programa general de la actividad: recepción y bienvenida a los estudiantes en visita por parte de Guía UACH, traslado a sala, entrega de material, saludo de bienvenida, charla institucional, división de alumnos según inscripción a carrera de preferencia.

f. Aplicación de evaluación Campus Tour a Profesores y Alumnos.

g. Ingreso de listas inscritos por carreras a base de datos Excel.

3.3. Representación en charlas

• Procedimiento

a. Contacto con institución, confirmación del día y horario de charla, además de número de asistentes y curso.

b. Confirmación por escrito al liceo/colegio de charla UACH, con un día como mínimo de anticipación.

c. Instalación en Sala o Auditorium de soportes institucionales.

d. Presentación digital que incluya los siguientes temas: historia, campus universitarios, facultades y carreras, acreditación institucional, sistema de admisión, becas y beneficios, centro de salud universitario, psicopedagogía, movilidad estudiantil, responsabilidad social, actividades extraprogramáticas, Dirección Museológica, etc.

e. Duración de la charla 20 minutos aprox.

f. Otorgar 15 minutos para preguntas y dudas de los estudiantes.

g. Entrega de folletería institucional.

h. Inscripción de estudiantes a través del registro de información.

i. Entregar una ficha de evaluación de charla al profesor u orientador a cargo.

3.4. Atención al público general

• Procedimiento

a. Se atenderá con la mayor prontitud posible.

b. Saludo tipo:

Universidad Austral de Chile, Buenos días o buenas tardes, habla... (nombre de quien contesta el teléfono) de Difusión de Carreras. Escuchar la consulta.

Responder la consulta o derivar la llamada a quien corresponda.

En caso de no conocer la respuesta solicitar nombre y teléfono para buscar una respuesta y luego informarla. Buenos días o buenas tardes.

c. Idealmente la atención no debiera extenderse más de (03) minutos.

d. En casos difíciles o que la persona no entienda, avisar que la atención no puede extenderse más minutos, recomendar leer la información que aparece en nuestra página web.

4. Actividades telemáticas

A raíz de la pandemia, la unidad de Difusión de Carreras generó las opciones de actividades telemáticas u online (vía Zoom, classroom, meet, etc.), modalidad que se mantendrá como una opción más de nuestra oferta académica, procesos de admisión, beneficios estudiantiles, entre otros.

Algunas de las acciones desarrolladas son:

- Charlas Institucionales
- Charlas temáticas por carreras en canal de YouTube Difusión de Carreras UCh: ¿Qué significa ser profesional en...?
- Participación en ferias educacionales virtuales
- Expo UCh Virtual
- Charlas Proceso de Admisión
- Importancia del NEM y Ranking de Notas
- Proceso de Admisión a Universidades Tradicionales
- Charla Beneficios Estudiantiles.

En todas ellas es importante considerar aspectos como: definir la plataforma electrónica a utilizar, difusión de la actividad (invitaciones, gráficas para redes sociales), anfitrión e invitados, asegurar conectividad a Internet, contar con moderador/a para atender consultas en los chats de las transmisiones.

Siempre se debe realizar una grabación de la transmisión final para, si lo amerita, publicarla o difundirla posteriormente.



Universidad
Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza

Dirección de Comunicaciones · DIRCOM UACH