



MANUAL DE PROCEDIMIENTO PARA ACTIVIDADES INSTITUCIONALES CON PARTICIPACIÓN DEL RECTOR



GABINETE DE RECTORÍA 2024

Comunicaciones de Rectoría
Universidad de La Frontera



MANUAL DE PROCEDIMIENTO PARA ACTIVIDADES INSTITUCIONALES CON PARTICIPACIÓN DEL RECTOR

GABINETE DE RECTORÍA

JEFE DE GABINETE:

Roberto Araya
roberto.araya@ufrontera.cl
+ 56 992283633

COMUNICACIONES DE RECTORÍA:

Lorena Espinoza
lorena.espinoza@ufrontera.cl
+56 9 6830 7175

CEREMONIAL Y PROTOCOLO:

Lorraine Jouannet
lorraine.jouannet@ufrontera.cl
+56 9 7591 2181

SECRETARIA RECTORÍA:

Karla Lara
karla.lara@ufrontera.cl
+56 9 3924 1875

DISEÑO

Dirección de Comunicaciones
Universidad de La Frontera

**Esta es una publicación
de propiedad de Universidad
de La Frontera**

Diciembre 2024

Francisco Salazar 01145,
Temuco

www.ufro.cl



PRESENTACIÓN

Este documento tiene por objetivo establecer la ruta a seguir por las Vicerrectorías, Direcciones asociadas a ellas, Facultades, Carreras y distintas unidades para cuando requieran de la presencia de la máxima autoridad de esta casa de estudios en los eventos y/o actividades institucionales que se organicen y/o programen ya sean de carácter interno o externo.

Lo anterior en atención a la alta demanda de entrevistas, vocerías, discursos, saludos protocolares, grabación de videos de saludo específicos, puntos de prensa y otras intervenciones académicas y/o institucionales que son solicitadas al Rector.

En este documento encontrará las orientaciones y pasos a seguir según la naturaleza de la actividad que se organiza; qué solicitamos desde la Coordinación de Comunicaciones de Rectoría (en particular el contenido del briefing) y un glosario de términos comunicacionales.

GABINETE DE RECTORÍA 2024

Comunicaciones de Rectoría
Universidad de La Frontera

ÍNDICE

1. Pasos a seguir y orientaciones	2
2. Brief	3
2.1. Ejemplo Brief	5
3. Glosario de términos	7
3.1. Tipos de eventos institucionales	7
3.2. Saludo	7
3.3. Discurso	7
3.4. Comunicado de prensa	8
3.5. Convocatoria de prensa	9
3.6. Punto o rueda de prensa	9
3.7. Minuta	9
3.8. Vocería	9
3.9. Entrevistas	10
3.10. Cuña	10

1

PASOS A SEGUIR Y ORIENTACIONES

Al momento de solicitar agenda del Rector para planificar alguna actividad o evento que requiera la intervención o presencia del Rector, sugerimos seguir los siguientes pasos:

1 **Verificar disponibilidad de agenda** con la Secretaria de Rectoría, Karla Lara (karla.lara@ufrontera.cl anexo 5090).

Solicitamos realizar esta gestión con al menos 3 semanas de antelación

2 **Una vez que esté confirmada la fecha del evento y/o actividad académica o institucional, el o la responsable deberá** comunicar vía correo electrónico, al Jefe de Gabinete, Roberto Araya (roberto.araya@ufrontera.cl) y a la Coordinadora de Comunicaciones de Rectoría, Lorena Espinoza (lorena.espinoza@ufrontera.cl) los primeros antecedentes de la actividad (nombre, horario, lugar) especificando qué necesita de la máxima autoridad: saludo, discurso, grabación de video, saludo protocolar, presencia en actividad, bienvenida, etc.,

3 **A continuación, se solicita enviar el briefing comunicacional** del evento y/o actividad académica o institucional (se requiere para todo tipo de intervención del Rector ya sea dentro o fuera de la universidad).



Este briefing debe ser **enviado con 10 días de antelación a la fecha del evento.**

2

BRIEF

El brief es el instrumento de comunicación que una organización utiliza para delinear, establecer y solicitar los requerimientos de una actividad.

- ✓ Contiene objetivos, antecedentes, características y peticiones concretas.
- ✓ No contempla presupuesto.
- ✓ En este apartado, el o las personas responsables de la actividad deberán señalar:

- **Nombre oficial de la actividad.**
- **Nombre del o la persona responsable y contacto:**
mail y/o celular + anexo.
- **Fecha, hora y lugar**
- **Antecedentes y contexto:**
por qué y para qué se realiza el evento y/o actividad.
- **Principales actores involucrados e invitados**
(para así establecer precedencias en caso de ser necesario).
- **Documentos a firmar**
(Ej. Para ceremonias de firma de Convenios, documentos previamente visados por Dirección Jurídica).
- **Impacto UFRO:**
¿cómo se verá beneficiada la institución? ¿cómo aporta o cómo recibe? ¿qué significa para el mundo académico, estudiantil o administrativo la realización de esta actividad?
- **¿Cuáles son los ejes del discurso y o saludo que debe dar la máxima autoridad?**
(en concordancia con lo que se quiere comunicar o enfatizar)
- **Se sugiere acompañar de data verificable y confiable**

Comunicados, notas de prensa, entrevistas pre y post eventos, fotografías oficiales y seguimiento comunicacionales debe ser coordinado entre el periodista de la Vicerrectoría, Facultad, Dirección, Carrera o unidad convocante junto con la Dirección de Comunicaciones y el Gabinete de Rectoría, específicamente con Comunicaciones de Rectoría y Ceremonial y Protocolo. Lo anterior en caso de ser necesario para asegurar una correcta intervención del Rector.



***Para urgencias u organizaciones de último minuto** se solicita que él o la persona responsable se dirija de manera personal a Rectoría.

Ejemplo

Brief

- **Nombre oficial de la actividad:**
FERIA DE INVESTIGACIÓN /FIUFRO
- **Nombre del o la persona responsable:**
Directora de Investigación, Dra. María Elena Arias
- **Fecha, hora y lugar:**
Domingo 15 de octubre de 2024, a partir de las 9:00 horas hasta las 18:00 en Explanada de Aula Magna UFRO, ubicada en calle Uruguay 01720.
- **Antecedentes y contexto: por qué y para qué se realiza el evento y/o actividad.**
La Feria de Investigación de la UFRO es una actividad que se realiza desde 2008, y se ha empinado como uno de los eventos de vinculación con el medio y comunicación del quehacer científico de la UFRO más grande de la región. Luego de 16 años, cada nueva versión reúne al menos a 150 investigadores universitarios y convoca a más a 4 mil estudiantes provenientes de toda La Araucanía, cuyas edades fluctúan entre los 6 y 25 años, ya que visitan esta feria niños y niñas de enseñanza básica, media y universitaria. Al mismo tiempo se ha constituido como un espacio de encuentro entre científicos, los que pueden ver in situ el quehacer de sus pares, accediendo a nuevas colaboraciones e ideas.
- **Principales actores involucrados e invitados (para así establecer precedencias en caso de ser necesario):**
Estudiantes de toda la región, estudiantes UFRO, autoridades UFRO y autoridades del protocolo regional.

- **Impacto UFRO: ¿cómo se verá beneficiada la institución? ¿cómo aporta o cómo recibe? ¿qué significa para el mundo académico, estudiantil o administrativo la realización de esta actividad?**

Con esta actividad la UFRO vuelve a posicionarse como un referente en la investigación, creación e innovación en La Araucanía. El desarrollo de la C y T, gracias a esta Feria se extiende más allá de los laboratorios y aulas y se convierte en un agente de vinculación temprana con la ciencia para los jóvenes de la región. La UFRO muestra su expertizaje, sus avances y desarrollos en materias de C,T &I+D.

- **¿Cuáles son los ejes del discurso y/o saludo que debe dar la máxima autoridad? (en concordancia con lo que se quiere comunicar o enfatizar).**

- La disposición de la UFRO para acerca la ciencia a la comunidad.
- Énfasis en que es una fiesta de la ciencia.
- Apta para todos y todas, niños, niñas, jóvenes, adultos.
- Nunca es tarde para aprender
- Reconocemos el valor de lo colaborativo
- Apuntamos a integrar tempranamente a los jóvenes con una experiencia universitaria
- Difusión y democratización de la ciencia hacia la comunidad

- **Se sugiere acompañar de data verificable y confiable.**

FIUFRO tiene 16 años de historia. Cada año convoca a más 4 mil estudiantes. Participan más de 150 científicos UFRO. Se instalan más de 100 stands que muestran como avanzamos en más de 20 áreas de desarrollo, investigación y conocimiento: los asistentes podrán explorar desde un radiotelescopio en tiempo real, hasta visitar el metaverso, descubrir la matemática a través de burbujas y origamis, comprender la importancia de la huella de carbono, explorar la inteligencia artificial, conocer la relevancia de los microorganismos del suelo, entre muchas otras actividades educativas y didácticas.



El briefing debe ser **enviado a la Encargada comunicaciones de Rectoría con copia a la Secretaria de Rectoría.**

3

GLOSARIO DE TÉRMINOS

TIPOS DE EVENTOS INSTITUCIONALES

1. Deportivos

2. Culturales

3. Académicos

4. Estudiantiles

5. Administrativos

6. Políticos

7. Ceremonias

- Ceremonias Solemnes
- Ceremonias Institucionales
- Actos Interinstitucionales
- Actos Oficiales
- Actos Regulares
- Actos de Extensión

SALUDO

Un saludo es una intervención corta donde la máxima autoridad saluda a invitados especiales de manera presencial, vía correo en casos de actividades o festividades masivas o mediante un saludo grabado para un evento en específico.

DISCURSO

Un discurso es un texto preparado para ser leído en un evento y/o actividad de carácter masivo y significativo. Contiene el sello y ejes que la máxima autoridad quiera imprimir a sus palabras, y se consolida con datos duros, referencias, citas y otros elementos que le den una forma y tono distintivo y generalmente acorde al momento en el cual se pronunciará. Su duración es más extensa que la de un saludo.

COMUNICADO DE PRENSA

Un comunicado es declaración pública dada a la prensa para que la publiquen si lo desean. Es una comunicación escrita o grabada, dirigida a miembros de los medios de comunicación con el propósito de anunciar algo aparentemente digno de noticias.

Tipos de Comunicados de Prensa

La vertiginosidad de los acontecimientos ha obligado a las agencias de comunicación a diferenciar sus comunicados dependiendo de lo que se quiere comunicar, adecuando tonos y timing. Actualmente podemos encontrar anuncios de todo tipo:

- **Un evento**
- **Contratar a un miembro senior del personal**
- **Renovación de marca**
- **Nueva asociación comercial o fusión**
- **Lanzamiento de un nuevo producto**
- **Informar a los miembros de una institución que la estructura de la organización ha cambiado**
- **Abrir una nueva ubicación de oficina, tienda o fábrica**
- **Obtener un premio u otra certificación que valga la pena**
- **Obtener nuevos negocios**
- **Innovaciones en lanzamientos y desarrollo**

CONVOCATORIA DE PRENSA

Una convocatoria de prensa, tal como su nombre lo indica, un llamado a los medios de comunicación institucionales, regionales y/o nacionales para hacerles saber de alguna comunicación, en lo deseable, de interés transversal a la ciudadanía. Se hace mediante un comunicado que busca adelantar un evento o momento donde se dará a conocer algún hito noticioso de interés.

PUNTO O RUEDA DE PRENSA

La Rueda o Punto de Prensa es el lugar donde la institución dará cita a los medios para comunicar lo que ya se adelantó en el comunicado. La prensa se hará presente -o no- en el lugar indicado para ello, donde podrán abordar en detalle preguntas e inquietudes relacionados con el contenido del comunicado e indagar en otras materias que sean interés noticioso y transversal.

MINUTA

Es el documento que la institución organizadora entrega en el momento de la rueda o conferencia de prensa con nueva información tanto de interés para quien la emite como para los receptores que pueden hacer uso de ella en sus posteriores notas de prensa o bien indagar sobre lo mismo *in situ*.

VOCERÍA

Una vocería es la función que llevan a cabo miembros que la organización considere que tienen la capacidad de interactuar con los medios de comunicación.

Las vocerías están conformadas por distintos actores emblemáticos de una institución o empresa, que además de ser buenos comunicadores son expertos en el tema que abordarán.

En el caso de una institución de educación superior esta tarea generalmente recae en el rector o sus vicerrectores. Todo dependerá del tema a tratar.

Los temas delicados o controversiales son generalmente abordados por un experto y en caso de ser necesario, es una decisión política de la institución si la máxima autoridad se presenta como vocero ante un tema especial.

ENTREVISTAS

Una entrevista es una conversación entre un agente/actor de opinión o persona que ostenta un cargo de interés ciudadano y un periodista. En ella se pueden abordar diferentes temas, hablar de contingencia, de un problema puntual, o resaltar algo que en ese momento sea de interés para el medio o para el entrevistado (cuando son intencionadas). Pueden ser pauteadas o no.

CUÑA

Una cuña es una intervención del entrevistado en una nota de prensa donde es citado “textualmente”. Se utiliza para hacer énfasis en ideas o conceptos que han sido desarrollados previamente en el cuerpo de la nota. La cuña agrega confiabilidad y veracidad.



MANUAL DE PROCEDIMIENTO PARA ACTIVIDADES INSTITUCIONALES CON PARTICIPACIÓN DEL RECTOR





MANUAL DE PROCEDIMIENTO PARA ACTIVIDADES INSTITUCIONALES CON PARTICIPACIÓN DEL RECTOR

