

**ASPECTOS NORMATIVOS DETALLADOS DE LA CAMPAÑA
ELECCIÓN DE RECTOR O RECTORA 2026-2030
UNIVERSIDAD DE MAGALLANES**

El Comité Electoral acordó establecer las siguientes disposiciones complementarias para el desarrollo de la campaña electoral:

1. El periodo formal de campaña para este proceso 2026 está fijado entre el 28 de mayo y el 19 de junio de 2026.
2. Los medios universitarios brindarán una cobertura justa y equitativa a los postulantes.
3. Todo el proceso se realizará en un ambiente democrático, respetuoso, transparente, con libertad de expresión, permitiendo el contraste de ideas e información.
4. Si el postulante a Rector/a tiene un nombramiento vigente en un cargo directivo, quedará suspendido de sus funciones al momento de ser aprobada su candidatura y durante todo el período en que el postulante participe del proceso electoral.
5. Los candidatos pueden:
 - Realizar actividades de campaña como debates, encuentros y publicidad dirigida a la comunidad universitaria.
 - Realizar actividades de campaña en días y horas hábiles de jornada laboral, siempre que no se afecte la continuidad del servicio institucional.
 - Usar los espacios físicos de la universidad previa solicitud al encargado correspondiente.
 - Usar los canales de comunicación institucionales para convocar a sus actividades y difundir su programa.
 - Usar su correo electrónico institucional para difundir sus propuestas a la comunidad universitaria.
 - Utilizar el archivo fotográfico público institucional, siempre que incorporen el crédito "Comunicaciones UMAG".
 - Participar en entrevistas individuales en el programa "Región en Diálogo" (UMAG TV) y en el debate televisado institucional.
 - Presentar un programa de gobierno rectoral que no exceda las 40 páginas, con el propósito de que dichas propuestas sean comparables por la comunidad.

6. Los candidatos NO pueden:

- Usar elementos promocionales en canales oficiales que rompan la estandarización de formatos y tiempos fijada por la institución.*
- Está estrictamente prohibido obstruir cualquier actividad desarrollada por otra candidatura.
- No se permiten actos de hostigamiento, difamación, discriminación, miedo o intimidación.
- No se permite el uso de espacios comunicacionales contratados por la Universidad con terceros para fines de difusión electoral.

7. La universidad no gestionará entrevistas en medios locales ajenos; estas deben ser coordinadas directamente por los equipos de campaña.

8. La instalación de material gráfico de campaña deberá realizarse exclusivamente mediante métodos que no alteren la integridad física de las dependencias universitarias (evitar el uso de pegamentos industriales, cintas adhesivas de alta adherencia, clavos, tachuelas o cualquier elemento que provoque el desprendimiento de pintura o daños permanentes en las superficies de los muros y pilares de los campus).

9. Una vez finalizado el periodo de campaña, los candidatos tienen un plazo de 24 horas para retirar todos los elementos de difusión (pendones, afiches, etc.) de los campus.

Finalmente, el Comité Electoral actuará como el organismo de supervigilancia y fiscalización del proceso electoral, resolviendo cualquier situación particular que no esté contemplada en este resumen.

*ejemplos:

- Exceder el tiempo asignado: Si se definen cápsulas de 2 minutos, un candidato no puede entregar o exigir la publicación de un video de 5 minutos.
- Intentar que el canal institucional emita un video con efectos especiales, locución profesional externa o una estética cinematográfica distinta a las fichas homogéneas creadas por la Dirección de Comunicaciones.
- Alterar la estructura de la entrevista: En el programa "Región en Diálogo", un candidato no podría negarse a responder el bloque temático estándar para usar ese tiempo en un monólogo promocional, ya que la estructura debe ser equivalente para todos.