

# Proceso de difusión institucional

## Elecciones Rectoría 2026

### 1. Antecedentes

En el marco del proceso de elección de Rectoría de la Universidad de Magallanes, se hace necesario establecer un plan comunicacional institucional que permita asegurar un desarrollo ordenado, transparente y equitativo de las distintas etapas asociadas a la difusión de candidaturas, presentación de propuestas y generación de espacios de diálogo con la comunidad universitaria.

La Dirección de Comunicaciones, en su rol institucional, actuará como garante de un proceso informativo objetivo, resguardando la neutralidad y el acceso equitativo a los canales oficiales de difusión.

### 2. Objetivo General

Implementar una estrategia comunicacional institucional que asegure la difusión transparente, equitativa y oportuna del proceso eleccionario de Rectoría, promoviendo la participación informada de la comunidad universitaria.

### 3. Objetivos Específicos

- Garantizar igualdad de condiciones en la difusión de todas las candidaturas.
- Facilitar el acceso de la comunidad universitaria a las propuestas programáticas.
- Generar espacios formales de diálogo y exposición de ideas.
- Resguardar la neutralidad editorial de los canales institucionales.
- Fortalecer la confianza en el proceso eleccionario mediante mecanismos de transparencia.

### 4. Principios Rectores

El presente plan se rige por los siguientes principios:

- **Neutralidad institucional:** La Dirección de Comunicaciones no emitirá juicios de valor ni favorecerá candidatura alguna.
- **Equidad:** Todas las candidaturas tendrán acceso igualitario a los espacios y plataformas institucionales.

- **Transparencia:** La información será pública, verificable y disponible oportunamente.
- **Responsabilidad institucional:** Toda comunicación será coherente con el rol público de la universidad.
- **Participación informada:** Se promoverá el acceso a información clara y comparable.

## 5. Acciones

El plan contempla la gestión comunicacional y difusión de las siguientes instancias:

1. Cobertura y difusión de la inscripción de candidaturas.
2. Entrevistas en plataforma televisiva institucional.
3. Presentación pública de propuestas.
4. Debate televisado institucional.
5. Convocatorias de prensa a hitos del proceso comunicacional: presentación, debate y conteo de votos.

### 5.1 Inscripción de candidaturas

#### Descripción:

Parte difusión comunicacional del proceso electoral. Entrega de información estandarizada que permita a la comunidad conocer a los candidatos/as.

#### Acciones específicas:

- Publicación de normativa del proceso electoral y cronograma oficial.
- Elaboración y publicación de noticia web institucional y envío de comunicado de prensa sobre la inscripción.
- Difusión en redes sociales.
- Difusión de candidaturas aceptadas publicadas en sitio web de Elecciones.
- Fotografía oficial de candidaturas (19 de mayo).
- Elaboración de fichas institucionales homogéneas (biografía y propuestas).
- Publicación en sección web dedicada al proceso.
- Producción de cápsulas audiovisuales de igual duración y formato.
- Difusión programada en canales oficiales.

## 5.2 Entrevistas en programa institucional

Plataforma: UMAG TV - Programa especial “Región en Diálogo”

**Descripción:**

Espacio de entrevistas individuales para profundizar en propuestas.

**Condiciones:**

- Misma duración para cada candidatura.
- Misma estructura de entrevista para cada candidatura.
- Programación definida previamente bajo criterios objetivos (sorteo o calendario consensuado).

## 5.3 Presentación pública en Auditorio UMAG

**Descripción:**

Instancia presencial de exposición directa ante la comunidad universitaria.

**Formato:**

- Presentaciones individuales con igual distribución de tiempo.
- Conducción oficial para la presentación de las candidaturas.

## 5.4 Debate televisado institucional

**Descripción:**

Instancia central de contraste de propuestas transmitida por la televisión institucional, UMAG TV.

**Características:**

- Participación de periodistas regionales como facilitadores del debate.
- Reglamento previamente definido y público.
- Igual distribución de tiempos.
- Orden de participación determinado por sorteo.
- Estructura en bloques temáticos.

## 5.5 Transmisión del conteo de votos:

**Descripción:**

Cobertura en vivo del conteo de votos del proceso electoral.

**Características:**

- Seguimiento en tiempo real de proceso.
- Entrevistas a los miembros del comité.
- Breves impresiones de los candidatos/as
- Entrevista al candidato/a ganador/a.

**6. Lineamientos Editoriales**

- Uso de lenguaje informativo, objetivo e imparcial.
- Cobertura equilibrada en todos los canales institucionales.
- Estandarización de formatos, tiempos y recursos audiovisuales.
- Impedimento en el uso de elementos de campaña que generen diferenciación.
- Supervisión editorial conjunta con el Comité Electoral.

**7 Canales de Difusión**

- Sitio web institucional (sección especial proceso eleccionario)
- Redes sociales oficiales
- Televisión universitaria

**8. Mecanismos de Transparencia**

- Publicación íntegra de los reglamentos del proceso.
- Registro audiovisual y fotográfico de todas las actividades oficiales.
- Acceso público a material informativo.
- Publicación de actas y resoluciones.
- Supervisión por parte del Comité Electoral.

**10. Cronograma Referencial**

Etapa	Fecha
-------	-------

Convocatoria e inscripción	18 de mayo
Fotografía oficial candidaturas	19 de mayo
Presentación Pública	4 de junio
Entrevistas televisivas	10 de junio
Debate televisado	18 de junio
Transmisión de conteo de votos	23 de junio

## 11. Consideraciones Finales

El presente plan tiene como finalidad consolidar un proceso comunicacional institucional que contribuya al fortalecimiento de la gobernanza universitaria, asegurando condiciones de equidad, transparencia y participación informada, en coherencia con los principios que rigen a la Universidad de Magallanes.

Asimismo, en caso de que las candidaturas deseen participar en entrevistas o espacios informativos en medios de comunicación externos, dichas gestiones deberán ser realizadas exclusivamente por sus respectivos equipos de campaña, sin intermediación de la Dirección de Comunicaciones. En este sentido, los espacios comunicacionales contratados oficialmente por la institución no podrán ser utilizados para fines electorales individuales, entrevistas particulares ni acciones de promoción de candidaturas, aunque los postulantes podrán gestionar su presencia en otros espacios disponibles directamente con cada medio de comunicación.

Finalmente, los candidatos podrán acceder al archivo fotográfico público institucional para el uso de imágenes durante sus campañas, debiendo incorporar de manera obligatoria el crédito correspondiente: "Comunicaciones UMAG".