



Orientaciones

Institucionales:

Comunicación Estratégica

Vicerrectoría de Vinculación con el Medio
Edición junio 2026



Orientaciones Institucionales: Comunicación Estratégica

Vicerrectoría de Vinculación con el Medio
Edición junio 2026



Tabla de contenidos

01	Palabras del Vicerrector de Vinculación con el Medio: Comunicación Institucional: Dimensión estratégica y ética al servicio de la misión y visión universitaria	p. 06
02	Introducción	p. 08
03	Principios	p. 10
04	Marco valórico y atributos de la Voz Institucional	p. 12
05	Grupos relevantes	p. 14
06	Propósitos estratégicos de la comunicación en la PUCV	p. 17
07	Ejes de actuación	p. 19
08	Procesos de gestión	p. 21
09	Confidencialidad operativa, vigencia y mejora continua	p. 25
10	Documentos relacionados	p. 26

01. Comunicación Institucional: Dimensión estratégica y ética al servicio de la misión y visión universitaria



En la PUCV se concibe la comunicación como un puente al servicio de la verdad, del encuentro fraterno, del debate plural y de la promoción de la dignidad humana”.



Presentar estas
Orientaciones

Institucionales de la Comunicación Estratégica constituye un paso significativo en el fortalecimiento y la maduración de nuestro proyecto universitario. Vivimos tiempos desafiantes, marcados por una transformación digital vertiginosa y las multiplataformas, pero también por la complejidad de un ecosistema donde la desinformación es un riesgo latente.

Ante este escenario, la sociedad y nuestro propio entorno nos exigen responder con los más altos estándares de transparencia, coherencia, integridad y responsabilidad. La comunicación deja de ser una mera labor de difusión para

convertirse en una dimensión estratégica y ética central para cumplir nuestra misión y proyectar los valores que nos guían.

Nuestra identidad como universidad católica y pontificia define el corazón de este documento. En la PUCV se concibe la comunicación como un puente al servicio de la verdad, del encuentro fraterno, del debate plural y de la promoción de la dignidad humana.

Se reafirma, a través de estas páginas, la convicción de que comunicar en nuestra universidad es también una forma de educar, de vincularnos, de servir y de construir una comunidad cohesionada.



Este marco orientador no nace de forma aislada. Responde de manera directa al compromiso de excelencia de los siete años de acreditación institucional y se alinea con los desafíos de nuestro Plan de Desarrollo Estratégico Institucional 2023-2029.

Además, estas orientaciones abrazan con fuerza las directrices del Pacto Educativo Global convocado por el Papa Francisco y la encíclica Magnifica Humanitas, asumiendo la urgente necesidad de promover una auténtica “ecología de la comunicación” cimentada en la escucha activa y el respeto mutuo.

La comunicación institucional es una tarea colectiva. Por ello, estas líneas se

configuran como una invitación abierta a nuestras comunidades internas — estudiantes, académicos y personal de apoyo a la academia— y a nuestros diversos públicos externos —alumni, medios de comunicación, sector público y la sociedad civil— para co-crear valor público y fortalecer el relato compartido que nos define.

David Contreras Guzmán
Vicerrector
Vinculación con el Medio

02. Introducción

La Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, constituida como una comunidad académica nacida desde el corazón de la Iglesia, asume la comunicación como un proceso estratégico, ético y transversal indispensable para el cumplimiento de su misión y la proyección de su visión de largo plazo. En el escenario contemporáneo, marcado por la transformación digital, el ecosistema de la desinformación y las altas exigencias de transparencia de las entidades públicas y del entorno eclesial, la PUCV requiere vertebrar un relato unificado, bidireccional y robusto que resguarde y potencie su prestigio.

Como institución con siete años de acreditación en todas las áreas, la excelencia y el mejoramiento continuo deben plasmarse en lineamientos comunicacionales oficiales.

El diseño de este documento responde y se alinea directamente con el Plan de Desarrollo Estratégico Institucional 2023–2029 (PDEI), respondiendo a los desafíos que nos encaminan hacia el centenario de la Universidad mediante un sistema articulado que impulsa el crecimiento y el fortalecimiento del proyecto institucional con integridad y responsabilidad. De este modo, se busca fortalecer la identidad institucional, dar cuenta del valor público generado por la Universidad y afianzar la confianza de la sociedad en su proyecto educativo y científico que lo vincula con la comunidad.

Estos lineamientos encarnan también las directrices del Pacto Educativo Global convocado por S.S. Francisco, asumiendo la comunicación como una herramienta de escucha activa, diálogo intergeneracional y transformación de la vida de las personas para la construcción de una sociedad respetuosa, fraterna y promotora de la dignidad humana y el cuidado de la casa común.

Asimismo, haciendo eco de la recientemente presentada encíclica “Magnífica Humanitas”, de S.S. León XIV, recogemos el concepto de una “ecología de la comunicación” que combata el odio, la manipulación de datos y la desinformación en el entorno digital.

AVISO
Esta prohibido consumir
todo tipo de líquidos
y alimentos dentro
de la sala



03. Principios

Alineación con la Misión institucional

La gestión comunicacional de la PUCV reflejará fielmente su Misión. En consecuencia, todo mensaje, campaña o narrativa institucional deberá poner en valor el compromiso de la Universidad con:



El cultivo de las ciencias, las artes y las técnicas a la luz de la fe.



La búsqueda constante de la verdad y el desarrollo pleno de las potencialidades humanas.



La formación de graduados/as y profesionales con una sólida base valórica, capaces de servir con excelencia a la Iglesia y a la sociedad.



La entrega de una educación pertinente y de alta calidad orientada al bien común y a la dignificación de la persona.

Alineación con la Visión institucional y el estatus de excelencia

Los lineamientos comunicacionales deben articularse en estrecha consonancia con la Visión de la Universidad y sus logros de alta complejidad:



Prestigio e impacto global

Las comunicaciones proyectarán a la PUCV como una institución líder a nivel nacional y con un creciente reconocimiento internacional por su rigor académico y su producción científica de frontera.



Arraigo regional y compromiso social

El relato institucional visibilizará el rol de la Universidad como un actor clave en el desarrollo sostenible, la equidad, la inclusión y la cohesión social de su entorno regional y nacional.



Sello de alta calidad

La excelencia que caracteriza la obtención del máximo nivel de acreditación en Chile, debe plasmarse en la pulcritud, veracidad y profesionalismo de todos los procesos informativos corporativos.

04. Marco valórico y atributos de la Voz Institucional

Las comunicaciones de la PUCV, así como la interacción de sus medios corporativos y unidades académicas, promoverán activamente los valores definidos en la normativa y el PDEI, proyectando una identidad institucional unificada y reconocible.

Su Voz se define bajo una identidad única que expresa el carácter de la organización, mientras que su Tono se adaptará de forma flexible según las audiencias (estudiantes, académicos/as, personal de apoyo a la academia, estamentos eclesiales y redes globales) y los distintos contextos comunicativos.

Los atributos fundamentales que rigen la Voz Institucional son:



Rigor y excelencia cristiana

Un saber fundado, riguroso y fiel a la búsqueda de la verdad bajo la luz de la fe y el magisterio de la Iglesia.



Vocación pública y compromiso social

Comunicación orientada al bien común, al acceso equitativo de las oportunidades y a la rendición de cuentas ante la sociedad.



Diálogo plural y fraterno

Espacios para la circulación oportuna de las ideas, el pensamiento crítico y la valoración de la diversidad en un clima democrático.



Transparencia y comportamiento ético

Un desempeño institucional íntegro plasmado en una entrega de información veraz, clara, oportuna y proactiva.



05. Grupos relevantes

Para garantizar la efectividad, relevancia y pertinencia del relato institucional, las acciones comunicacionales de la PUCV se estructurarán sobre una delimitación precisa de sus públicos estratégicos. En consistencia con la identidad pontificia y los lineamientos del Pacto Educativo Global, la relación con estos colectivos no se limitará a la difusión unidireccional de contenidos, sino que promoverá de manera prioritaria instancias regulares de consulta, escucha activa y retroalimentación que nutran la comunicación de la Universidad.



Comunidades y públicos internos

Comprenden a los colectivos que dan vida diaria al proyecto académico y formativo en las distintas aulas, laboratorios, campus y sedes de la Institución:

- **Estudiantes de pregrado, postgrado y formación continua:**
Constituyen el público prioritario del ecosistema de comunicación digital e interactiva. Las narrativas dirigidas a este segmento se enfocarán en acompañar su trayectoria formativa integral, entregar información útil para la organización de su cotidianidad y promover su participación en la vida universitaria bajo los valores del humanismo cristiano.
- **Personal docente e investigador (cuerpo académico):**
Segmento clave para el posicionamiento y la reputación institucional. La estrategia hacia ellos se orientará a facilitar el acceso ágil a las resoluciones corporativas, apoyar de manera transversal la difusión de sus proyectos de investigación y producción científica, y potenciar su rol como voceros autorizados y embajadores del sello PUCV.

- **Personal de apoyo a la academia:**
Colectivo esencial para el funcionamiento, la gobernanza interna y la calidad de la Institución. Los canales corporativos resguardarán una comunicación clara y transparente que facilite el desempeño de sus funciones, promueva el reconocimiento de su labor y fortalezca un clima fraterno de trabajo y el sentido de pertenencia a la Institución.
- **Autoridades universitarias y cuerpos colegiados:**
La Gran Cancillería, la Vice Gran Cancillería, el Consejo Superior, la Rectoría y los liderazgos directivos actuarán como los emisores oficiales y garantes de la coherencia discursiva de la Institución.



Comunidades y públicos externos

Involucra a las organizaciones, personas e instituciones de los entornos regional, nacional e internacional con los que la Universidad se vincula para co-crear valor público:

- **La comunidad eclesial y soportes institucionales de la Iglesia:**
En su condición de universidad pontificia, se mantiene un flujo comunicacional preferente con la Diócesis de Valparaíso, la Conferencia Episcopal, la Santa Sede y las redes globales de educación católica, informando de forma proactiva sobre el cultivo del saber guiado por los valores del Evangelio.
- **Titulados y graduados:**
Comunidad extendida presente en las diversas esferas del quehacer profesional, empresarial y público. La comunicación con este segmento buscará mantener vivo el vínculo con su alma mater, promover la educación a lo largo de la vida y dar visibilidad a su impacto e impronta profesional y valórica en la sociedad.

- **Medios de comunicación y agentes digitales:**
Aliados estratégicos para la proyección pública de la excelencia universitaria. Se mantendrá una política informativa transparente y de puertas abiertas, facilitando el acceso a fuentes académicas expertas que aporten rigor y contexto al debate ciudadano.
- **Estado, sus instituciones y sector productivo:**
Relación orientada a visibilizar la transferencia efectiva de conocimiento, la innovación con impacto social y los proyectos de asistencia técnica, consolidando alianzas estables para el desarrollo sostenible del país.
- **Establecimientos educacionales, postulantes y sus familias:**
Segmento hacia el cual se orienta la difusión de la oferta académica de pregrado, postgrado y formación continua, transmitiendo de manera transparente el valor diferenciador de estudiar en una institución que conjuga los máximos estándares de calidad con una sólida formación ética.
- **Sociedad civil y ciudadanía general:**
El público destinatario último de la vocación pública de la Universidad. Hacia ellos se dirigen los esfuerzos de extensión académica y cultural, divulgación científica inclusiva y las actividades artísticas y deportivas, democratizando el acceso al conocimiento generado en la PUCV.

06. Propósitos estratégicos de la comunicación en la PUCV

El presente documento tiene por propósito orientar, estructurar y unificar estratégicamente las acciones comunicacionales y de relaciones públicas de la PUCV para la consecución de los siguientes fines institucionales:



Consolidar el posicionamiento de excelencia

Proyectar a la PUCV a nivel nacional e internacional como una de las instituciones líderes del sistema universitario de Chile, relevando su formación de excelencia, su productividad científica de vanguardia, su innovación de impacto social y su aporte cultural y artístico, entre otros aspectos.



Garantizar la coherencia e identidad de la marca

Asegurar que la comunicación desarrollada por las diversas facultades, escuelas, institutos y unidades administrativas de todos los campus y sedes responda a un marco común de directrices de diseño, tono y marca corporativa, reduciendo la fragmentación.



Fortalecer el sentido de pertenencia interna

Promover flujos de información bidireccionales, ágiles y transparentes entre los estamentos estudiantil, docente y el personal de apoyo a la academia, impulsando la corresponsabilidad y la participación en la vida institucional.



Promover la oferta formativa con sello valórico

Comunicar la oferta académica de pre y postgrado, así como la de formación continua de la Universidad, relevando el perfil de egreso integral pertinente, la innovación metodológica y la impronta valórica del proyecto educativo de la Institución.



Gobernanza y sostenibilidad de medios

Articular los medios de comunicación y plataformas propias de la Universidad mediante directrices centrales que armonicen la divulgación científica y la extensión cultural con la eficiencia en el uso de los recursos institucionales.



07. Ejes de actuación

La implementación de la comunicación institucional se articulará en base a cinco ejes principales alineados con las dimensiones estratégicas del PDEI 2023 - 2029:



Comunicación institucional y reputacional

Enfocado en la gestión de las relaciones con medios de comunicación locales, nacionales e internacionales; posicionamiento de académicos/as y autoridades como referentes de opinión pública en el debate académico, científico y social; y el resguardo ético de la imagen de la Universidad frente a su entorno eclesial y social.



Comunicación interna y experiencia de la comunidad

Orientado a optimizar la coordinación interna y asegurar que docentes, estudiantes y personal de apoyo a la academia tengan acceso directo y ágil a recursos, servicios e información de utilidad práctica. Fomentará plataformas que unifiquen la imagen de los académicos (docentes e investigadores) y del personal de gestión y de administración para afianzar el bienestar y la cohesión comunitaria.



Comunicación de la ciencia, creación e innovación

Línea destinada al diseño de narrativas cercanas, claras y accesibles para la divulgación científica, la transferencia de tecnologías, el emprendimiento y la producción artística y de conocimiento avanzado que genere impacto real sostenible en los territorios de influencia de la PUCV.



Comunicación digital y nuevos formatos de atención

Desarrollo y modernización de la web corporativa, redes sociales y canales emergentes. Priorizará la atención digital interactiva y bidireccional dirigida prioritariamente a la comunidad universitaria. Se implementarán herramientas —como sistemas de notificaciones segmentadas en tiempo real para alertas operativas e incidencias graves—, resguardando la protección de datos y la privacidad.



Vínculo institucional y relaciones con los grupos de interés

Fortalecimiento de los lazos comunicativos con organismos públicos, el sector productivo, comunidades escolares, alumni y la sociedad civil, proyectando a la PUCV como un agente catalizador de confianza e inclusión social.



08. Procesos de Gestión

Gobernanza de las comunicaciones corporativas

Para evitar duplicidades e incoherencias discursivas, la gobernanza de la comunicación institucional se estructurará bajo un modelo centralizado de planificación y coordinación operativa descentralizada:



Dirección de Comunicación Estratégica (DCE)

Será el organismo de dirección y supervisión responsable de velar por el cumplimiento de los lineamientos en articulación con la Rectoría y las distintas vicerrectorías. Sus funciones principales incluirán:

- **Elaborar e implementar** el Manual de Uso de la Marca Institucional e Identidad Visual de la Universidad y el Manual de Estilo de Comunicación de la PUCV.
- **Coordinar, capacitar y visar** el quehacer de los/as comunicadores/as y encargados de difusión en facultades, unidades académicas y reparticiones universitarias.
- **Monitorear, medir y evaluar** el alcance y percepción de las comunicaciones institucionales mediante metodologías periódicas de analítica y reporte para el Consejo Superior.
- **Asesorar** a las autoridades universitarias en materias de opinión pública y posicionamiento estratégico.



Responsabilidad colectiva de las unidades académicas

Cada facultad, instituto, escuela o unidad administrativa será corresponsable de la gestión de la comunicación institucional. Deberán canalizar a través de la Dirección de Comunicación Estratégica sus hitos, proyectos de investigación, innovaciones y actividades de vinculación con el medio para garantizar que toda acción sea consistente con el relato y marca global de la PUCV.



Protocolo de Gestión de Comunicación de Crisis

Dada la alta visibilidad e importancia para el entorno de la PUCV como una institución católica de excelencia pública, el protocolo de crisis se concibe bajo principios estrictos de anticipación, coherencia institucional, rapidez, veracidad y rigor.



Activación y Comité de Coordinación de Crisis

Ante cualquier evento fortuito, controversia de especial sensibilidad o información susceptible de generar daño reputacional o desinformación masiva, se constituirá de forma inmediata el Comité de Coordinación de Crisis Comunicacional. Este órgano estará integrado por:

- **Rector/a** (quien ejerce la presidencia del comité y la toma de decisiones definitivas).
- **Prosecretario/a General** (asesoramiento normativo y jurídico).
- **Director/a de Comunicación Estratégica** (coordinación técnica del manejo de crisis, mensajes y relaciones con la prensa).
- **Vicerrector/a o Decano/a del área directamente afectada** (en calidad de integrante ad-hoc).



Portavoces y vocerías institucionales

Con el fin de asegurar una estricta unidad de criterio y evitar la dispersión de versiones o contradicciones públicas, se establece que las vocerías institucionales oficiales radican únicamente en el/la Rector/a, las vicerrectorías y jefaturas con competencia expresa o la Dirección de Comunicación Estratégica.

Las vocerías e informaciones individuales (académicos y agrupaciones gremiales o estudiantiles) son reconocidas plenamente como parte de la valiosa multiplicidad de voces y la libertad académica dentro de las aulas, pero no representan la opinión corporativa oficial de la Universidad en escenarios críticos de impacto reputacional.



09. Confidencialidad operativa, vigencia y mejora continua

Los presentes lineamientos son un marco regulatorio general de carácter público que responde a los compromisos de probidad, transparencia y rendición de cuentas de la Universidad.

Sin embargo, para resguardar la competitividad institucional en el entorno de la educación superior, los planes operativos, los calendarios editoriales, las campañas técnicas específicas y las tácticas de control de crisis se mantendrán bajo un criterio de confidencialidad operativa interna, desarrollados a través de planes de concordancia de carácter técnico visados por Rectoría.

Estos lineamientos entrarán en vigor de forma inmediata y serán revisados de manera regular cada tres (3) años o en concordancia con la actualización del Plan de Desarrollo Estratégico Institucional 2023-2029 de la Universidad, garantizando el aseguramiento de la calidad en sus procesos informativos de cara a los desafíos de un entorno nacional e internacional dinámico.

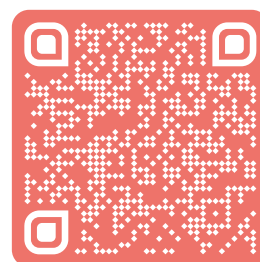


10. Documentos relacionados

Encuentra cada uno de estos documentos haciendo click en el enlace o escaneando los códigos QR.

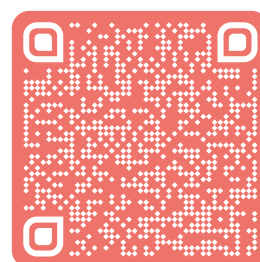
Modelo Educativo PUCV 2020

Disponible en: https://vinculacionpucv.cl/wp-content/uploads/2026/06/modelo_educativo.pdf



Plan de Desarrollo Estratégico Institucional PUCV 2023–2029

Disponible en: https://pucv.cl/uuaa/site/docs/20160412/20160412155239/plan_de_desarrollo_estrategico_2023_2029_vfinal.pdf



Política de Vinculación con el Medio PUCV 2025

Disponible en: <https://vinculacionpucv.cl/que-es-vcm/>





Diseño gráfico y edición:

Gonzalo Rojas B.

Corrección y apoyo editorial:

Liliana Guzmán P., Genny Viedma W., Juan Pablo Guerra Z., Cristián Croce Q.

Fotografías:

Dirección de Comunicación Estratégica.

Se utilizó la tipografía **Poppins** y paletas cromáticas derivadas del **Centenario PUCV**, bajo criterios de accesibilidad y legibilidad conforme a los estándares **WCAG 2.1**.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO



Comisión Nacional
de Acreditación
Chile

**UNIVERSIDAD
ACREDITADA**

NIVEL DE EXCELENCIA

DOCENCIA DE PREGRADO
GESTIÓN INSTITUCIONAL
DOCENCIA DE POSTGRADO
INVESTIGACIÓN
VINCULACIÓN CON EL MEDIO
HASTA ENERO 2029



vinculacionpucv.cl



vinculacion@pucv.cl



[@vinculacion.pucv](https://www.instagram.com/vinculacion.pucv)

