

Buenas prácticas en la relación con los medios



Carolina Astudillo
Érico Soto
Dirección de Comunicación
Universidad Católica de la Santísima Concepción
Concepción, Región del Biobío, Chile

UCSC

Misión

“La Universidad Católica de la Santísima Concepción es una institución de educación superior dedicada a la formación integral de las personas, así como a la generación y transferencia de conocimiento, en vinculación permanente con su entorno para aportar desde la visión cristiana del ser humano al desarrollo de la comunidad local y nacional.”

Focos estratégicos PDE 2017-2021:

- Generación y transferencia del conocimiento
- Formación integral de las personas
- Aporte al desarrollo de la comunidad local y nacional
- Optimización de la gestión y sostenibilidad institucional

Por qué estar en la Prensa:

Visibilizar la Universidad
Mostrar lo que hacemos
Destacar aspectos positivos

**Vinculación – cobertura – programas - logros – debate –
percepción positiva - credibilidad**

Cómo llegamos a los medios:

- Con disposición, información contingente, fuentes preparadas y conectadas a la realidad país, con análisis y opinión.
- No sólo transmitiendo información y conocimiento, sino que generándola, proveer temas, entrevistados.
- Facilitando el trabajo del periodista de medios. Estar cuando se necesita y convertirse en opción de apoyo al material de prensa.
- Invirtiendo en ellos: convenios editoriales, comerciales, actividades conjuntas, etc.

Realidad local: medios regionales



Medios regionales v/s nacionales

- Diarios y revistas: identidad regional en medios locales, que bajan información nacional.
- Televisión: canales locales y corresponsalías de medios nacionales.
- Radios: emisoras locales con mayor cobertura provincial, versus cadenas nacionales. Excepción Radio Bío-Bío.

Qué queremos mostrar:

Línea estratégica de la Universidad (PDE)

Aportar al debate nacional y regional

Destacar iniciativas institucionales

Cómo:

- Planes de medios, comunicación eficiente con periodistas del área, entrega de material oportuno y de interés. Sensibilización de nuestras fuentes.

Obstáculos:

- Disposición de académicos, plazos de entrega, acercar conocimiento, frustración, competencia.

“Lo que no se comunica, no existe; lo que no se conoce, no se valora”.