

ACTA PRIMERA – COMISIÓN DE COMUNICACIÓN

LUGAR: Casa del Balcón	FECHA: 21/04/2018
COMISIÓN: Comunicación, promoción cultural y relaciones con el medio	ACTA NRO: 1
COORDINADORES/AS PRESENTES: <ul style="list-style-type: none">• Alberto Rodríguez• Gonzalo Bartha• Jesica Teyseyre	NRO TOTAL DE PARTICIPANTES: 25 <hr/> HORA INCIO: 9.10 <hr/> HORA FINALIZACIÓN: 11.40

Siendo las 9.10 Hs, del día 21 de abril de 2018, se reúne la Comisión de trabajo, eje “Comunicación, Promoción cultural y relaciones con el medio” del Plan estratégico 2030 de la UNMdP. Disponiéndose a tratar el siguiente Orden del día:

Presentación de los miembros presentes.

Explicación de los objetivos de las reuniones y cronograma.

Confirmación de disponibilidad para reuniones posteriores: Días y horarios.

Exposición de las distintas perspectivas de los miembros sobre el eje estratégico.

La apertura de la reunión estuvo a cargo de Alberto Rodríguez, quien solicitó a los miembros que se presenten, y posteriormente realizó una breve presentación de los objetivos que se pretenden alcanzar en las reuniones y del cronograma inicialmente pautado. Se explicaron los aspectos propuestos para el eje, los medios de comunicación que utilizará la comisión y se mencionó donde se encontrará la información disponible de lo que se viene produciendo en los distintos ejes del plan. Posteriormente, se intentó pactar horario y día para las próximas reuniones con el objetivo que quede una fecha fija, pero quedó sujeto a que cada miembro enviaría a la coordinación con la grilla con la disponibilidad de sus horarios y en base a ello se buscara el promedio para garantizar la mayor presencia. Quedaron comprometidos definir un día y horario durante la siguiente semana. En la medida de lo posible se sugirió buscar lugares rotativos, en tanto ello no afecte la mejor identificación de la reunión con un lugar determinado. Luego se dio inicio al listado de oradores, en donde la mayoría de los asistentes compartieron su visión del eje (aunque se enfocaron en mayor medida en el área de comunicación). Se explicó que en esta primera etapa deberíamos trabajar en el diagnóstico de fortalezas y debilidades y las perspectivas planteadas fueron las siguientes:

Mencionaron que dentro del plan estratégico, muchas cuestiones que son comunes y que por ello deberíamos trabajar con otras de las comisiones, ya que este eje es transversal a muchos de los otros (extensión, transferencia, investigación). Plantearon la necesidad de instancias de talleres inter-ejes para que la producción de la etapa diagnóstica sea más rica. En ese momento, intervino Mariana Foutel, manifestando que en varios ejes surgió esa cuestión, por lo cual se prevén esas instancias y se pueden proponer varios temas a trabajar, además de que habrá dos reuniones para trabajar lo generado en todos los ejes.

Propusieron realizar una encuesta para ver que percibe el medio de la universidad, preguntarle a distintos actores e instituciones externas y también preguntar a los actores internos “como nos percibimos”, ya que mencionan que solemos ser endémicos. Expresaron que más allá que la institución puede elegir a quien comunicar y que comunicar, también decide cuando no dice nada acerca del algo y eso también comunica. Ante esta propuesta de la encuesta, se aclaró que ese relevamiento se va a realizar, pero desde el análisis externo a nivel general y que se puede sumar preguntas desde cada eje. Propusieron analizar en una primera instancia la comunicación interna, “entre nosotros”, porque entienden que muchas veces estamos en compartimentos estancos. Y posteriormente, analizar lo

externo. Enfocar con quien y con que se va a comunicar, y llegar así a los distintos públicos con los que se relaciona la universidad. Pero recalcaron la necesidad de trabajar internamente primero.

Se planteó también la necesidad de reflexionar sobre la capacidad de escucha, y no pensar que la comunicación es unidireccional. También mencionaron que muchos de los miembros de la comunidad universitaria, no siempre sabe comunicar en la práctica lo que hace. Sobre este punto debería trabajarse para hacer una comunicación más efectiva por parte de todos los miembros que componen la Universidad.

Otra de las cuestiones planteadas como debilidad fue que no se posee acceso a una base de datos de toda la universidad, lo que conlleva a que cada unidad académica haga lo que quiere y se genera tanta información que desinforma. Se propuso generar una base de datos LDAP que sería una solución porque no se accede al dato pero si permite enviar la información. Otro de los miembros mencionó que con el expediente digital tal vez se pueda implementar. Se recordó que en estas cuestiones es necesario tener en cuenta la protección de datos personales y sensibles y los canales de comunicación institucional que surgen de los propios órganos de cogobierno en base al tipo de institución que es la UNMDP..

Se manifestó poner en tema aspectos vinculados a la Divulgación vs la publicación científica.

Algunos de los miembros manifestaron que los sistemas (ej. SIU) en ocasiones no refleja la realidad especialmente en el tema alumnos. Ello puede generar que existan criterios diversos, y eso refleja inconsistencias que se convierten en una debilidad. Que haya criterio o formas establecidas, es una debilidad. Con respeto a este punto muchos no estuvieron de acuerdo.

Manifestaron que varios de los problemas se resuelven contratando comunicadoras en las distintas unidades académicas, es necesario trabajar en que herramientas utilizar, para que público, analizar la cultura que posee la universidad, etc. Existen demasiados canales y medios que se utilizan y habría que hacer un análisis de lo que existe y hacia donde se quiere ir.

Como fortaleza se mencionó el GDE, ya que va a solucionar muchas cuestiones de información y de transparencia en cuento a la comunicación.

Algunos miembros consideran que no es útil pensar en herramientas porque de acá al 2030 van a cambiar infinitas veces. Consideran que hay que pensar en que se quiere comunicar y a qué públicos. Plantear problemáticas, como por ejemplo la hipercentralidad vs cada uno comunica lo que quiere y como quiere. "En la actualidad, todos comunicamos diferente, y creemos que lo que nosotros hacemos desde nuestra área es lo más importante y somos muchas áreas las que estamos involucradas en la universidad". Mencionaron que hay que pensar que va a querer comunicar la universidad de acá al 2030.

La falta de conocimiento de los medios que tiene la universidad se mencionó como debilidad. La universidad cuenta con la WEB, con Enlace, con la radio, con un canal de televisión. Desde Enlace periódico o la página que todos los domingos se publica en el Diario La Capital cuesta mucho que desde distintas unidades académicas o dependencias provean de notas a publicar. Hay que hacer un gran esfuerzo para que proporcionen información para volcar el medio.-

Manifestaron que lo que es necesario averiguar es que quiere saber la sociedad de la universidad.

Se planteó también que la comisión no debería cerrarse al tema de la comunicación, ya que este eje abarca varios temas. No se habló de la promoción cultural, pero se mencionaron los dispositivos culturales con los que se cuenta como fortaleza:

La sobrecarga de información se presentó como debilidad, ya que llegan mails de todos lados, y cuando se quiere encontrar esa información para ampliarla en la web o en algunos de los medios no está. Desde lo interno, muchas veces las ocas o las ocs tampoco se encuentran.

Algunos miembros consideran que la estructura del área de comunicación de la universidad es interesante y vasta pero que son las facultades las que no las explotan como deberían.

Por último se tocaron algunos temas que la comisión debería trabajar como es la identidad de la universidad que es importante y hace a la imagen externa, la accesibilidad de las páginas con la diversidad de usuarios que posee, y la necesidad de informar en otros idiomas. Se cerró la reunión con un resumen de los temas abordados y se pactó que cada integrante enviará su aporte de fortalezas y debilidades junto a algunas preguntas a realizar a los actores externos.

Sin más, se da por terminada la reunión y se convoca al próximo encuentro a confirmar vía mail durante la última semana de abril.

Alberto Rodríguez

Gonzalo J. Bartha

Jesica Teyseyre

Plan estratégico 2030- Universidad nacional de Mar del Plata

