

**ACTA REUNION DE COMISIONES PDI 2030**

**FECHA: 1/6/2018**

**LUGAR: FACULTAD DE ARQUITECTURA,  
URBANISMO Y DISEÑO**

**COMISIÓN: COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN  
CULTURAL Y RELACIONES CON EL MEDIO.**

**ACTA RO: 4**

**COORDINADORES/AS PRESENTES:**

**☑ Alberto Rodríguez, Gonzalo J. Bartha y  
Jesica Teyseyre**

**TOTAL DE PARTICIPANTES: 11**

**HORA INICIO: 13.00 hs**

**FINALIZACIÓN: 15.10 hs**

Comienzan la reunión los coordinadores explicando lo trabajado en las reuniones anteriores e informando los objetivos de la 4° y última reunión: consolidar las bases del diagnóstico y definir las preguntas o temas prioritarios por eje a incluir en el revelamiento de la comunidad universitaria.

Se comienza poniendo en discusión la última versión del documento que se envió por mail (fortalezas y debilidades del eje), comentando los últimos aportes y solicitando que cualquier crítica o agregado que se pretenda realizar, se analice de manera conjunta en la reunión para ya cerrar ese punto. Uno de los coordinadores menciona que una de las debilidades del proceso fue la falta de participación de los estudiantes, ya que es una de las partes más numerosas de la comunidad universitaria, y no se logró que estuviera esa perspectiva reflejada en el documento trabajado. Por lo anterior, se refuerza la importancia de formular adecuadamente las preguntas del eje, de manera tal de obtener la información faltante a través de las preguntas. Por eso enfatizan la necesidad de pensar en los públicos, en los soportes, y sobre todo en las estrategias. Analizar qué nos pasa como institución y que queremos comunicar es más importante que definir el cómo porque en el 2030 van a existir otros medios que ni hoy conocemos. Se hace saber que la Universidad cuenta con su página WEB, Facebook, Instagramm, Twitter.

Se retoma el tema de las debilidades y uno de los miembros plantea la necesidad de rever dos falencias establecidas en el encuentro anterior para redactarlas de manera más clara. Una referida a las muestras artísticas (explayarse un poco más para que se entienda a que se apunta) y otra referida a la falta de equipamiento en las unidades académicas. Sobre esta última todos acuerdan que no se refiere a replicar el equipamiento de la secretaría de comunicación en cada unidad, sino a contar con más proyectores, aulas, etc; por lo cual se decide reescribirla y plantearlo en términos de recursos humanos, es decir a la existencia de una persona designada dentro de la unidad académica que articule con la secretaría de comunicación. Esto no refiere a reformular las estructuras dentro de las unidades académicas, ya que es complejo, sino a evitar replicar las funciones de la secretaría de comunicación, contando con la articulación de esta última con una persona que canalice la información dentro de la unidad académica.

Vuelven a destacar el recorrido de la universidad en las áreas de extensión y comunicación, lo que ha crecido, pasando por distintos lugares y dependiendo de distintas áreas, ya que es un ámbito en constante cambio. Por eso uno de los miembros resalta la importancia de visualizar e incluir en este diagnóstico, los esfuerzos colectivos que la UNMDP fue realizando a lo largo de los años, como la evaluación institucional y los informes de gestión, ya que todo refleja cómo se fue creciendo y cambiando en base a las necesidades que planteaba el medio. La idea que pretende dejar en claro, es que desde la comisión no se trabaje en lo inmediato, sino que se piense en términos más profundos y genéricos, sobre todo en qué y cómo queremos

comunicar, teniendo en cuenta las problemáticas de la institución y su endogamia. Otro de los miembros agrega la importancia de analizar la comunicación interna y externa, el tipo de usuario que lee esta información, y las necesidades de armar contenidos breves y que logren ir adaptándose a las distintas generaciones.

Uno de los participantes plantea que faltaría sumar al documento una debilidad que es la falta de identidad clara, el grado de dispersión que existe, la falta de una marca y la federación de las facultades, ya que no existe un área que articule activamente con la secretaría de comunicación. Plantean la dificultad de sentirse universitario, por eso la necesidad de construir la pertenencia a nivel universidad, y no por facultades. Manifiestan que es una construcción, pero que se ha generado sola, y que por eso es necesario tener una mirada introspectiva, y desarrollar la marca UNMDP, ya que actualmente no existe. También se plantea rever la debilidad de visibilidad en el medio, o por lo menos redactarla de otra forma ya que puede ser que falte pero tampoco es inexistente. Otro de los miembros plantea que sería importante institucionalizar las formas de publicación, establecer criterios básicos o un manual de estilo para las publicaciones. Esto figura en las debilidades, pero entre otras, por lo cual solicitan separarlo para resaltar su importancia. Una vez que todos estuvieron de acuerdo con el documento, se pactó que las oportunidades y amenazas se trabajarían vía mail, comprometiéndose a enviar los aportes antes del 25 de junio.

Posteriormente se comenzó a trabajar con una dinámica similar a la tormenta de ideas para generar las preguntas a incluir en el instrumento de revelamiento al interior de la comunidad universitaria. Una vez que se acordaron las preguntas, se informó sobre las fechas límites para entregar el documento y sobre los temas que deberá contener el diagnóstico para el eje (considerado lo que plantea la OCS 71). Se informó que incluirá datos existentes de la situación actual de la Universidad y su evolución, identificando cuestiones que hayan surgido en las reuniones de trabajo del eje, y que la matriz FODA generada se presentará como anexo. Por último se cierra la reunión, recordando que los miembros tienen que enviar los aportes sobre oportunidades y amenazas. Los coordinadores se comprometen a enviar el resumen de la reunión para aquellos que no pudieron asistir y las preguntas diagramadas.

***Sin más, se da por terminada la reunión.***

***Alberto Rodríguez - Gonzalo J. Bartha - Jesica Teyseyre***

***Plan estratégico 2030- Universidad nacional de Mar del Plata***