

POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA UNIVERSIDAD DEL VALLE

Proyecto para su construcción participativa

Presentación

Este documento presenta el proyecto elaborado por un grupo de comunicadores y comunicadoras de la Universidad del Valle, para el diseño de las políticas y estrategias de información y comunicación para la institución.

La iniciativa, que ha sido trabajada por el grupo desde 2002, obedece a la necesidad institucional de disponer de un cuerpo de pautas que orienten al conjunto de la Universidad para la actuación de sus estamentos e instancias en los mencionados campos de la información y la comunicación.

Se evidencian en la Universidad del Valle elementos que hablan del interés institucional por respaldar y fortalecer un trabajo en el campo de la información y la comunicación, como lo son una clara voluntad política que respalda el trabajo en los dos mencionados campos, una organización de sus Facultades que brinda espacio para la conformación de unidades administrativas que dinamicen y lideren estos trabajos, diversos medios de información masiva, medios de información interna y algunos esbozos de políticas en este campo. Sin embargo se denota una clara desarticulación de estos elementos, por carecer de unas políticas y estrategias que las doten de un norte común y unos papeles específicos para cada una conforme estrategias definidas.

Dada la naturaleza pública y de educación superior de nuestra institución, la construcción de los mencionados lineamientos políticos debe ser el producto de procesos colectivos cuyos resultados velen por el logro de la Misión y Visión institucionales, aprovechen los avances institucionales en este campo y vinculen, de manera especial, el potencial de recurso humano, académico y de investigaciones que al respecto dispone la Universidad, representado en la Escuela de Comunicación Social, las experiencias de los profesionales que han tenido la experiencia de orientar los medios de información (externos e internos) y las unidades administrativas que han desarrollado experiencias concretas en ese sentido.

Finalmente el grupo encuentra en la implementación del MECI, Modelo Estándar de Control Interno, una valiosa oportunidad para potenciar, fortalecer y enraizar su trabajo, por lo que estima indispensable acompañar el trabajo en ambos asuntos.

Antecedentes

La Universidad del Valle es una institución pública cuya razón de ser esta estrechamente ligada a la sociedad, que la convierte no sólo en custodio de su patrimonio cultural e histórico, si no que espera de ésta la mejor preparación de sus cuadros técnicos y directivos y que lidere la generación de nuevos conocimientos y saberes y la retroalimentación constantemente.

En el año 1998 la Universidad vivió una de las épocas más difíciles en su historia, por la falta de recursos y su viabilidad se vio amenazada por la creciente deuda financiera que afrontaba. Para asegurar nuevamente su existencia, la Dirección de la Universidad, con el apoyo del Gobierno Nacional y departamental creó el fondo de pensiones para administrar los recursos del pasivo pensional, renegoció la deuda con las instituciones financieras y sometió la institución a un fuerte proceso de reestructuración académica y administrativa.

Como parte del proceso de reestructuración, comenzando el nuevo siglo, la Dirección de la Universidad comisionó a la Escuela de Ingeniería Industrial y Estadística para presentar una propuesta de reestructuración de la planta de cargos y funciones en la Universidad.

La Escuela realizó un estudio denominado "*Siglo XXI*" que detectó falencias en la comunicación institucional. Diagnosticó como problema el desorden informativo en la institución y manifestó que "la Universidad del Valle maneja su sistema de comunicación descentralizadamente, es decir, cada una de las dependencias establece los planes, diseños, formas y medios para la interrelación con el medio externo e interno".

Para mejorar la situación de la comunicación en la institución, el estudio propuso, entre otras recomendaciones, "establecer políticas, normas, procedimientos que definan el sistema de comunicaciones para la Universidad".

De igual manera propuso el nombramiento de profesionales de la Comunicación Social en las facultades e Institutos de la Universidad, para que dinamicen los procesos comunicativos y ayuden en la difusión de la información que producen las Unidades Académicas y Centros y Grupos de Investigación, con el ánimo de generar vínculos más fuertes con el entorno social.

En el 2004 la Universidad se alista para celebrar, en el año inmediatamente siguiente, sus 60 años de existencia. Como parte de la celebración los y las profesionales de la Comunicación Social que trabajan para la institución son convocados y convocadas por la Dirección Universitaria para vincularse a la planeación de las estrategias y acciones necesarias para dar a conocer la efeméride en la región y el país.

Este grupo, que por iniciativa propia se reunía antes de la convocatoria mencionada para intercambiar experiencias y dar inicio al diseño de una propuesta de políticas y estrategias de información y comunicación para la Universidad, continuó haciéndolo luego de la celebración aniversaria para dar continuidad al trabajo en torno a lo que se identificaba como uno de los principales problemas para la labor cotidiana de sus integrantes: la falta de un conjunto de políticas de información y comunicación para la institución.

Entiende el grupo que las políticas a delinear no sólo son directrices para el quehacer de sus integrantes y sus correspondientes oficinas, sino que serán lineamientos que deben facilitar y orientar la labor que en las funciones de informar y comunicar les competen al conjunto de la Comunidad Universitaria, bien sea por parte de sus estamentos o de sus instancias.

El 19 de mayo de 2005 el Consejo Superior aprueba el Plan Estratégico de la Universidad del Valle 2005 – 2015, que busca construir, mediante un proceso participativo, una visión compartida de futuro, definiendo unos escenarios posibles y sobre todo, tratando de establecer con la mayor precisión lo que hay que hacer y la forma como se debiera hacer para llegar a donde la Universidad quiere llegar en el 2015.

Unos de los retos más importantes de este Plan son los de liderar la generación de nuevo conocimiento, la transferencia de tecnología y una formación profesional pertinente y de calidad, de tal manera que se pueda responder, en forma más efectiva, a las demandas regionales en la sociedad del conocimiento.

Cinco asuntos estratégicos se formulan en el documento como resultado de un proceso colectivo y participativo sobre alternativas de desarrollo de la Universidad para los próximos diez años:

Calidad y pertinencia, entendidas como la posibilidad de encontrar soluciones efectivas, coherentes y oportunas a las necesidades y problemas de la sociedad y especialmente a las que tienen relación con la construcción de una cultura de paz y de un desarrollo sostenible.

Vinculación con el entorno, entendido como la posibilidad de contribuir a la solución de los problemas críticos de la región y del país y a la construcción de un proyecto cultural, ético y democrático.

Modernización de la gestión administrativa y financiera, entendida como la posibilidad de que la Universidad asegure que sus estrategias de crecimiento y desarrollo puedan prever los efectos y las necesidades en el tiempo.

Democracia y convivencia, entendida como el reconocimiento que la Universidad le hace a las personas en su esencia humana, expresado en factores tales como el respeto a la dignidad, a la participación efectiva en las decisiones que afectan su propio desarrollo y a todos aquellos aspectos relacionados con el desarrollo de saber.

Fortalecimiento de su carácter regional, entendido como la posibilidad que tiene la Universidad de aportar al desarrollo regional y en consecuencia requiere hacer viable, sostenible, eficiente y eficaz el crecimiento y desarrollo de las sedes regionales.

Para el cabal cumplimiento de los asuntos estratégico es menester mejorar los procesos de información y de comunicación dentro de la Universidad y entre ésta y los ámbitos externos a ella, para lograr una relación franca y fluida que beneficie a la institución y a la sociedad en su conjunto como beneficiaria de los logros institucionales.

Terminando el 2005, mediante la Resolución 076 del 12 de diciembre de ese año, el Consejo Superior de la Universidad del Valle adopta para la Universidad, mediante resolución, el Modelo Estándar de Control Interno, MECI, y su estructura establecida en el Decreto N.º.- 1599 del 20 de mayo de 2005, emanado de la Presidencia de la República.

El MECI es un instrumento para asegurar la gestión administrativa de las entidades públicas. Para la Universidad es una oportunidad para decantar y afinar sus procesos administrativos a fin de posibilitar el logro de las actividades sustantivas y el alcance de sus objetivos con eficiencia y eficacia, en concordancia con las normas y las políticas de Estado.

El MECI tiene varios componentes, y uno de éstos es el de Comunicación Pública, que se define como el conjunto de elementos de control, que apoya la construcción de visión compartida, y el perfeccionamiento de las relaciones humanas de la entidad pública con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, en concordancia con lo establecido en el artículo 32 de la Ley 489 de 1998.

Como parte de la implementación del MECI se propende por la adopción de una política de comunicaciones en la Universidad del Valle.

Objetivos

1. Construir, con la participación de los estamentos e instancias que componen la Universidad, las Políticas y Estrategias de Información y Comunicación que orientarán el quehacer institucional.
2. Diseñar y aplicar estrategias y metodologías que posibiliten la participación de estamentos e instancias de la Universidad en el diseño

de las políticas y estrategias de información y comunicación de la Universidad.

3. Establecer mecanismos que posibiliten un amplio proceso de divulgación y adopción de las políticas y estrategias de Información y Comunicación de la Universidad del Valle, una vez hayan sido éstas formuladas y sancionadas por las instancias pertinentes.

El papel de la Información y la Comunicación en la Universidad del Valle

Una distinción necesaria. Considera el grupo de comunicadoras y comunicadores que hace esta propuesta para el diseño de las políticas y estrategias de información y comunicación para la Universidad del Valle, que es necesario hacer una distinción entre Información y Comunicación, a efectos de deslindar conceptos que se usarán con frecuencia y que con gran asiduidad son asumidos como sinónimos, representando, por el contrario, procesos diferentes, aunque complementarios.

La comunicación la entendemos como un proceso constante, dinámico y no exento de conflictos, que dota de sentido social, político e histórico las relaciones que establecen los actores sociales, mediante el intercambio y contraste de sus versiones con respeto de procesos o acontecimientos específicos.

Los procesos de comunicación posibilitan –y requieren- que se haga explícita la negociación de determinados ordenes políticos y sociales entre los sujetos sociales -colectivos o singulares- involucrados en un proceso de esta naturaleza. Ello acontece mediante discursos orales, escritos, visuales, corporales, audiovisuales, etcétera, que es la forma como intercambian su visión del mundo los actores sociales involucrados. Todo discurso es la materialización, explícita o no, consciente o no, de un determinado orden político y social, de una determinada cosmovisión, propia del sujeto que enuncia el correspondiente discurso.

Esta concepción de la comunicación tiene aplicación en el campo de las instituciones mediante la Comunicación Organizacional, la cual se ocupa, entre otros asuntos, de diseñar e implementar estrategias que le permitan a una organización, la Universidad del Valle, por ejemplo, construir conjuntamente y de manera permanente, lecturas e interpretaciones sobre sus contextos, su lugar y papel en ellos y la manera de organizarse para afrontar sus responsabilidades.

La comunicación, entendida desde esta perspectiva, se ocupa de mucho más que sólo de la difusión de información, o del manejo de equipos, técnicas o medios, para situarse además como una estrategia de apoyo a la conducción, organización y planeación de la entidad. Se superan así las concepciones instrumentales de la comunicación en los procesos formativos y académicos, para darle un enfoque más estratégico y dinámico.

Por otro lado, los procesos de Información enfatizan su propósito en el incremento de la cantidad y calidad de los datos. En ellos, los procesos de interacción entre las personas se caracterizan por obedecer al esquema Emisor-código-mensaje-medio-receptor-respuesta, con lo que el receptor se convierte así en emisor de un mensaje.

Desde la perspectiva de la Comunicación, las personas que toman parte en ella no se satisfacen con intercambiar en forma dinámica mensajes, sino que avanzan hacia la construcción conjunta de versiones sobre los asuntos o temas de los cuales tratan (construcción de sentido); el diálogo es un buen ejemplo de este tipo de dinámica.

Los procesos de Información y de Comunicación contribuyen de manera complementaria y dinámica a estructurar en una organización respuestas de ésta a estímulos –desafíos, solicitudes, oportunidades, demandas- surgidos de su interior o del exterior, en función del cumplimiento de su Misión social.

En consecuencia con lo anterior, la Comunicación en la Universidad del Valle se debe articular filosófica, política y conceptualmente, al quehacer de esta, aportando de manera permanente al logro de la Misión y los objetivos institucionales.

Procesos como la divulgación y el seguimiento al Plan Estratégico de Desarrollo de la Universidad, la divulgación interna de normas y pautas de interés colectivo, la activa participación en escenarios de debate nacionales, regionales y locales sobre temas que hagan pertinente la intervención de la Universidad, la construcción permanente de espacios para los consensos y el abordaje de asuntos críticos para la institución, la divulgación de avances en investigaciones y desarrollos tecnológicos de la Universidad, la definición de estrategias editoriales y de pautas para las publicaciones de la Universidad, son entre otros, asuntos pertinentes para ser abordados desde o con el aporte de la óptica de la Comunicación y la Información en la Facultad.

Comunicación e Información: estrategias complementarias. La información y la comunicación son estrategias complementarias que contribuyen al cumplimiento de la Misión, Visión y Objetivos de la Universidad del Valle, articulándose para ello con otras estrategias que para el mismo propósito se trace la Universidad, en el contexto de su Plan Estratégico de Desarrollo .

Metodología para la elaboración de la propuesta

Dadas las características de la Universidad, en tanto institución pública de educación superior, dotada de una estructura de gobierno de la que participan sus estamentos y una estructura administrativa con funciones distribuidas entre un nivel central y otras delegadas y propias de las

instancias académicas que estructuran a la institución, se requiere que la construcción de políticas institucionales se corresponda con estas características mencionadas.

Lo anterior implica que las decisiones deben ser tomadas consultando los diferentes estamentos (estudiantes, docentes, trabajadores, egresados), y las distintas instancias administrativas y académicas (Rectoría, Vicerrectoría, Decanatos, etc.), a fin de que el producto exprese, de manera razonable los enfoques y aportes del conjunto de la institución, al tiempo que ese mismo proceso haya permitido un proceso de apropiación de dicho producto por parte de estamentos e instancias.

Los consensos, las decisiones ponderadas, la articulación y sinergia de aportes e intereses, deben ser elementos posibilitados por la metodología.

Por lo anterior, para la elaboración de las políticas y estrategias de Información y Comunicación para la Universidad, se desarrollará una metodología que consulte de manera ágil y eficiente los estamentos e instancias que componen la Universidad, al tiempo que disponga de un grupo que dinamice y consolide los resultados de dichas consultas y actividades de participación.

El esquema metodológico propuesto está conformado por seis fases, cada una de las cuales se integra de varios pasos.

Fase uno: Documentación

Definición

El Grupo Dinamizador del proceso hace una revisión documental de propuestas y reflexiones allegas al grupo en este tiempo, experiencias de otras universidades y textos teóricos en Comunicación Organizacional básicamente, como insumo para respaldar el trabajo a seguir, y conformar un marco teórico de referencia para el mismo.

Pasos

- ✓ Identificar los materiales a revisar.
- ✓ Lectura y comentar sobre los materiales escogidos (reseñas).
- ✓ Construcción de un texto de referencia conceptual (marco conceptual) para el desarrollo del trabajo a seguir.

Fase dos: Consulta

Definición

Mediante distintos mecanismos, se consultará a la comunidad universitaria acerca de necesidades en información y comunicación, expectativas acerca de cómo la información y la comunicación podrían aportar al logro de la Misión y Visión de la Universidad (plasmadas en el actual Plan de Desarrollo), así como al cumplimiento de sus particulares funciones

deberes, y sobre cómo la persona o instancia consultada estima que podría comprometerse al desarrollo y logro de las mencionadas expectativas en información y comunicación.

Pasos a seguir

- ✓ Definir los aspectos a consultar.
- ✓ Definir los destinatarios de la consulta y organización de la muestra (para conseguir una consulta razonablemente representativa ésta se podría estructurar dirigiéndola a públicos y a instancias).
- ✓ Definir las estrategias para realizar la consulta (entrevistas personales y grupales, grupos focales, cuestionarios remitidos por Internet, entre otros).
- ✓ Diseñar los instrumentos.
- ✓ Aplicar los instrumentos.
- ✓ Organizar y sistematizar los resultados de la consulta.

Fase tres: Elaboración de la propuesta

Definición

Elaboración de la propuesta, con base en los resultados de la consulta, en el marco de referencia conceptual, la consulta con expertos y la experiencia de los participantes, se elabora la propuesta.

Pasos a seguir

- ✓ Redactar la primera versión de la propuesta, a partir de los resultados de la consulta realizada, además del marco conceptual y la experiencia del grupo.
- ✓ Consultar a expertos -as- la primera versión de la propuesta (expertos de la misma Universidad, y de fuera de ella).
- ✓ Ajustar el documento. Una vez conocidas las reacciones y recomendaciones de los -as- expertos -as-, si es necesario y si el grupo lo considera así, se hacen los ajustes del caso y se elabora la propuesta final.

Fase cuatro: Presentación de la propuesta a instancias decisorias

Definición

La propuesta es presentada a directivos de la Universidad, para conocer sus reacciones y para tramitarla por su conducto ante las instancias decisorias para su aprobación o no.

Pasos a seguir

- ✓ Presentar la propuesta al Señor Rector, Vicerrectores y Secretario General, para conocer sus reacciones y recibir sus aportes.
- ✓ Hacer los ajustes que sean del caso, con base en las observaciones o recomendaciones hechas por las autoridades a las que se les presentó
- ✓ Tramitar la propuesta, por parte de las autoridades universitarias, ante las instancias correspondientes para su aprobación.

Fase cinco: Difusión del documento aprobado

Definición

Una vez aprobado el documento de las Políticas y Estrategias de Información y Comunicación de la Universidad del Valle, se difunde en el conjunto de la institución, para su aplicación.

Pasos a seguir

- ✓ Difundir el documento.
- ✓ Diseñar estrategias y mecanismos para explicar y facilitar la comprensión de los alcances y cambios que instauran en la institución las Políticas y Estrategias aprobadas.

Fase seis: Puesta en marcha de las Políticas y Estrategias aprobadas

Definición

Esta fase requerirá del grupo el diseño de estrategias para acompañar y facilitar la puesta en marcha de las Políticas y Estrategias aprobadas.

Seguramente también será necesario solicitar a la Dirección universitaria apoyos especiales en aspectos como capacitación y actualización, así como equipos.

Estos son aspectos se se estima que se requerirán, pero cuya precisión sólo será posible conocer una vez se tenga aprobado el documento por parte de las instancias correspondientes.

Pasos a seguir

Pendientes de definir

Cronograma

El esquema metodológico propuesto está conformado por seis fases, cada una de los cuales se integra de varios pasos. La siguiente tabla las ilustra, junto con los tiempos estimados de duración de cada una.

FASE	DEFINICIÓN	PASOS	TIEMPO ESTIMADO
Documentación	Se hace una revisión documental de materiales ya circulados en el grupo, experiencias de otras universidades y textos teóricos (en Comunicación Organizacional básicamente), como insumo para respaldar el trabajo a seguir, y conformar un marco teórico de referencia para el mismo.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar los materiales a revisar. ✓ Leer y comentar sobre los materiales escogidos (reseñas). ✓ Construir un texto de referencia conceptual (marco conceptual) para el desarrollo del trabajo a seguir. 	✓ Un mes.
Consulta	Mediante distintos mecanismos, se consultará a la comunidad universitaria acerca de necesidades en información y comunicación, expectativas acerca de cómo la información y la comunicación podrían aportar al logro de la Misión y Visión de la Universidad (plasmadas en el actual Plan de Desarrollo), así como al cumplimiento de sus particulares funciones deberes, y sobre cómo la persona o instancia consultada estima que podría comprometerse al desarrollo y logro de las mencionadas expectativas en información y comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir los aspectos a consultar. ✓ Definir los destinatarios de la consulta y organización de la muestra (para conseguir una consulta razonablemente representativa ésta se podría estructurar dirigiéndola a públicos y a instancias). ✓ Definir las estrategias para realizar la consulta (entrevistas personales y grupales, grupos focales, cuestionarios remitidos por Internet, entre otros). ✓ Diseñar los instrumentos. ✓ Aplicar los instrumentos. ✓ Organizar y sistematizar los resultados de la consulta. 	✓ Cuatro meses
Elaboración de la propuesta.	Elaboración de la propuesta, con base en los resultados de la consulta, en el marco de referencia conceptual, la consulta con expertos y la experiencia de los participantes, se elabora la propuesta.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Redactar la primera versión de la propuesta, a partir de los resultados de la consulta realizada, además del marco conceptual y la experiencia del grupo. ✓ Consultar a expertos -as- la primera versión de la propuesta (expertos de la misma Universidad, y de fuera de ella). ✓ Ajustar el documento. Una vez conocidas las reacciones y recomendaciones de los -as- expertos -as-, si es necesario y si el grupo lo 	✓ Cinco meses

FASE	DEFINICIÓN	PASOS	TIEMPO ESTIMADO
		<p>considera así, se hacen los ajustes del caso y se elabora la propuesta final.</p>	
<p>Presentación de la propuesta a instancias decisorias.</p>	<p>La propuesta es presentada a directivos de la Universidad, para conocer sus reacciones y para tramitarla por su conducto ante las instancias decisorias para su aprobación o no.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presentar la propuesta al Señor Rector, Vicerrectores y Secretario General, para conocer sus reacciones y recibir sus aportes. ✓ Hacer los ajustes que sean del caso, con base en las observaciones o recomendaciones hechas por las autoridades a las que se les presentó ✓ Tramitar la propuesta, por parte de las autoridades universitarias, ante las instancias correspondientes para su aprobación. 	<p>✓ Un mes</p>
<p>Difusión del documento aprobado</p>	<p>Una vez aprobado el documento de las Políticas y Estrategias de Información y Comunicación de la Universidad del Valle, se difunde en el conjunto de la institución, para su aplicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Difundir el documento. ✓ Diseñar estrategias y mecanismos para explicar y facilitar la comprensión de los alcances y cambios que instauran en la institución las Políticas y Estrategias aprobadas. 	
<p>Puesta en marcha de las Políticas y Estrategias aprobadas</p>	<p>Esta fase requerirá del grupo el diseño de estrategias para acompañar y facilitar la puesta en marcha de las Políticas y Estrategias aprobadas. Seguramente también será necesario solicitar a la Dirección universitaria apoyos especiales en aspectos como capacitación y actualización, así como equipos. Estos son aspectos se se estima que se requerirán, pero cuya precisión sólo será posible conocer una vez se tenga aprobado el documento por parte de las instancias correspondientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pendiente de definir. 	<p>✓ Pendiente de definir.</p>

Recursos

- ✓ Seis horas semanales para los integrantes del Grupo Dinamizador del proceso, durante el tiempo que dure la construcción de la propuesta.
- ✓ Costos de papelería (fotocopias, CD, disquetes, lápices, libretas, carpetas, etcétera)
- ✓ Costos de difusión: reuniones (café, refrigerios, papelería), impresos (difusión impresa de las políticas y estrategias).

Integrantes del grupo dinamizador de la propuesta

(En orden alfabético quienes han participado en reuniones del grupo)

1. Ana Pérez; Facultad de Ciencias de la Administración.
2. Andrés Reina, Docente FAI.
3. Antonio Ramírez, OTRI.
4. Cesar Eslava, IEP.
5. Diana Granados Hurtado, Facultad de Salud.
6. Diego Gómez, Unidad de Medios.
7. Edgar Cruz, DINTEV.
8. Elier Hernández, Emisora Univalle Stereo.
9. Fernando Prieto, OITEL.
10. Isabel Cristina Gutiérrez, Docente Facultad de Ciencias de la Administración.
11. Jairo Canaval Erazo, Oficina de Comunicación, Universidad del Valle
12. Jenny Andrea Vélez, CEDETES.
13. José Fernando Ríos, CISALVA.
14. Luis Guillermo Uribe, CISALVA.
15. Manuel Llanos, Facultad de salud.
16. María Clara Borrero, DINTEV.
17. Norma Dinas, Canal Universitario.
18. Olga Gálvez, Facultad de Ingeniería.
19. Paola Chávez, CINARA.
20. Patricia Lasso, La Palabra.
21. Sandra Chavarro, FAI.