



Comunicación e Imagen Pública de la Universidad de Burgos.

Junio de 2009



**Comisión de Política Universitaria.
Claustro de la Universidad de Burgos.**



Ya desde la elaboración del concluido *Plan Estratégico 2004-08*, la Universidad de Burgos ha mostrado un claro interés por la construcción y proyección de una imagen institucional acorde con su realidad de universidad pública.

El Plan Estratégico es, en sí mismo, un intento de crear una determinada imagen y de diseñar los mecanismos para transmitirla. Así, en el apartado 3.2 se define la visión de la UBU en términos de imagen: “... *la imagen de Universidad que progresivamente deseamos alcanzar... se resume en la Visión propuesta que se expone a continuación: ...*”.

Más adelante, apartado 4.2, se dice textualmente: “*Los Objetivos Estratégicos que se corresponden con la Visión expuesta anteriormente y cuya consecución servirá para lograr la imagen presentada en el Plan Estratégico,...*”.

De hecho, uno de los ejes estratégicos del Plan, el número 7, se denomina *Proyección Institucional*, y propone mecanismos para mostrar la imagen de la UBU supuestamente creada.

Sin pretender entrar en la valoración que merezca el mencionado Plan Estratégico, la Comisión de Política Universitaria ha considerado del máximo interés abordar el tema de Comunicación e Imagen de la UBU basándose, entre otros, en los siguientes hechos:



ANTECEDENTES.

1. Con relativa frecuencia la imagen de la Universidad de Burgos es utilizada por terceras partes en medios de comunicación de variado alcance. Por ejemplo, la publicación de los inevitables *rankings* de universidades proyecta en nuestro entorno una imagen no siempre acertada. Pocas veces el hecho es contestado por la UBU rápidamente y de modo institucional.
2. Algunos medios de comunicación, gabinetes de prensa de distintas instituciones, encargados de relaciones externas de empresas/organizaciones y, también, personas de prestigio consultadas por esta Comisión han manifestado una opinión poco favorable respecto a la imagen institucional de la UBU en nuestro entorno local y provincial. En modo muy resumido, sugieren que la UBU debería dar a conocer mejor su función social y, al mismo tiempo, detectar con mayor sensibilidad las demandas sociales. Con frecuencia lamentan que la accesibilidad a los medios de comunicación no sea suficiente.
3. La imagen que nuestra Universidad proyecta a la sociedad a través de los medios de comunicación adolece de evidente irregularidad y falta de planificación. Las apariciones en los medios se producen en ocasiones a través de contactos personales y suelen basarse en el voluntarismo y buena intención de los miembros de la comunidad universitaria que se ven implicados en las mismas.



SITUACIÓN ACTUAL DE NUESTRA UNIVERSIDAD EN CUESTIONES DE IMAGEN.

La Universidad de Burgos dispone de un sistema de Imagen/ Comunicación un tanto incompleto y escasamente integrado.

Existen cuatro Unidades/Servicios explícitamente dedicados a la creación/proyección de nuestra imagen pública:

- ✓ *Oficina de Marketing*, dependiente funcionalmente del Vicerrectorado de Economía, Planificación e Innovación Tecnológica.
- ✓ *Servicio de Publicaciones e Imagen Institucional*, dependiente de Secretaría General.
- ✓ *Unidad de Protocolo*, dependiente de Secretaría General.
- ✓ *Gabinete de Prensa*, dependiente de Rectorado.

Además, son varios los servicios/unidades que de modo rutinario transmiten una imagen institucional al exterior (*Servicio de Relaciones Internacionales, OTRI-OTC, Centro de Cooperación y Acción Solidaria, Servicio de Deportes, Cursos de Verano*, etc.). Cada una de estas unidades depende funcionalmente de diferentes órganos.

La falta de coordinación entre estos servicios es evidente y bien conocida por todos.



Las consecuencias más destacables de esta situación son:

1. Nuestro entorno social percibe imágenes parciales e inconexas de nuestra actividad. En muchas ocasiones, esas imágenes no se ajustan a la realidad.
2. No existe una planificación de nuestra presencia en los medios de comunicación.
3. No está especificado claramente el responsable de dar una rápida respuesta institucional cuando sea necesario.
4. Los medios de comunicación no tienen un interlocutor único con suficiente nivel de responsabilidad.
5. La comunicación interna es incompleta y tampoco está planificada, con lo que los miembros de la comunidad universitaria perciben con frecuencia una imagen distorsionada de nuestra propia institución, a través de informaciones fraccionadas y en ocasiones erróneas.



Solamente a modo de ejemplo, relacionamos algunas de las Unidades o Servicios responsables de la Comunicación e Imagen Institucional en otras Universidades españolas:

- Universidad Complutense de Madrid.
Dirección de Comunicación, dependiente del Gabinete del Rector.
(<http://www.ucm.es/pags.php?tp=Gabinete%20de%20Comunicaci%C3n&a=directorio&d=0007881.php>).
- Universidad de Barcelona.
Imagen Corporativa y Marketing, dependiente de Gerencia.
(<http://www.ub.edu/organitzacio/es/unidadesareas/comunicacion/imagencorporativamarketing.htm>)
- Universidad de Sevilla.
Dirección de Comunicación, dependiente del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales.
(<http://www.comunicacion.us.es/>)
- Universidad de Santiago de Compostela.
Gabinete de Comunicación, dependiente del Rector.
(<http://www.usc.es/es/servizos/comunicacion/>).
- Universidad de Valencia.
Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Comunicación.
(<http://www.uv.es/comunica/>).
- Universidad Rovira i Virgili
Gabinete de Comunicación y Relaciones Externas, dependiente del Rector.
(http://www.urv.es/universitat/organs_govern/es_gabinet_comunicacio.html).
- Universidad de Salamanca.
Gabinetes de Comunicación y Protocolo, dependientes del Gabinete del Rector.
(<http://www.usal.es/webusal/node/1334>).
- Universidad de Granada.
Gabinete de Comunicación, dependiente del Gabinete del Rector.
(<http://prensa.ugr.es/prensa/campus/index.php>).



- ✓ Consideramos del máximo interés la creación de un Gabinete de Comunicación e Imagen Institucional, que marque las directrices, organice y coordine los actuales servicios de Marketing, Publicaciones, Protocolo, Prensa y todos aquéllos que puedan, de cualquier modo, influir en la imagen pública de nuestra Universidad.
- ✓ Creemos que el Gabinete debería depender directamente del Rector y no de uno de los Vicerrectorados que actualmente configuran nuestro sistema organizativo.
- ✓ Nos parece importante que el Gabinete de Comunicación e Imagen Institucional asuma urgentemente, entre otros, los siguientes objetivos:
 1. Procurar que el acceso de los medios de comunicación al Rector sea óptimo.
 2. Fomentar la fluidez entre los medios de comunicación y el Gabinete de Prensa.
 3. Potenciar la presencia de la UBU en la vida social de la ciudad, incrementando más nuestra presencia en foros de opinión, comunicando mejor los resultados de nuestra investigación e informando de nuestras actividades institucionales.



4. Proyectar una imagen real de la Universidad de Burgos, sin caer en la tentación de censurar o ignorar aquello que no nos gusta que nos digan o pregunten.
5. Crear y mantener activo un archivo de documentos escritos, sonoros y visuales de todo lo que se hace en la UBU, con el fin de poder suministrar información a los medios de comunicación aún cuando ellos no asistan a nuestras actividades. Esta labor podría ser realizada por becarios o por alumnos de Comunicación Audiovisual.
6. Desarrollar una estrategia para seleccionar las actividades de los Centros/Unidades que interesa comunicar a la sociedad, de forma que se haga pública una imagen de nuestros mejores resultados docentes e investigadores.
7. Organizar un programa de entrenamiento periódico en cuestiones de imagen y comunicación, destinado especialmente a los miembros del equipo de gobierno y, en general, a todos los miembros de la comunidad universitaria implicados en el contacto con medios de comunicación. Entendemos que la proyección social de una imagen adecuada de la UBU es responsabilidad compartida de todos los integrantes de la institución.
8. Organizar y mantener un sistema de comunicación interna, requisito indispensable para que funcione bien la comunicación externa.



- ✓ Sugerimos que la persona que dirija el Gabinete de Comunicación e Imagen Institucional sea quien ejerza como Portavoz de la Universidad para, en ausencia del Rector o el Secretario General, comunicar en los medios las informaciones “oficiales” de la institución.
- ✓ Creemos de la mayor importancia disponer de un “Plan de crisis” para evitar improvisaciones, nervios y errores de comunicación en situaciones extraordinarias.

Todo lo cual sometemos a la consideración del Sr. Rector, convencidos de la trascendencia y urgencia de la mejora de imagen de la Universidad de Burgos, tanto dentro de nuestros límites institucionales como en el entorno social al que prestamos servicio.

(Aprobado por la Comisión de Política Universitaria en su sesión de 15 de Junio de 2009.)