

**Consejo Superior 30 de marzo 2021**

**Vigésima Octava Sesión Ordinaria**

En la ciudad de Rancagua, siendo las 11:00 horas del día martes 30 de marzo de 2021, se reúne en su vigésima octava Sesión Ordinaria el Consejo Superior de la Universidad de O'Higgins, bajo la presidencia de su titular, el Rector don **Rafael Correa Fontecilla**, y la participación de forma telemática de los consejeros doña **Jacqueline Weinstein Levy**, doña **Alejandra Mizala Salces**, doña **Paula Irles Ivanac**, don **Roberto Neira Roa**, don **Juan Asenjo de Leuze**, don **Nilo Covacevic Concha** y don **Marcial Sánchez Gaete**. Levanta esta acta la Secretaria General (S) de la Universidad de O'Higgins, doña **Jimena Jara Quilodrán**.

**TABLA**

- 1.- Aprobación del Acta Sesión Extraordinaria, de fecha 7 de enero de 2021 y de la Sesión N° 27 de fecha 28 de enero de 2021.
- 2.- Presentación de la Política de Género por Directora Claudia Alarcón.
- 3.- Presentación del diagnóstico y plan de comunicaciones, por Carolina Araya.
- 4.- Informe sobre el Proyecto Basal para un Centro de Excelencia en Investigación, por los Directores de Institutos de Ciencias de la Salud y de Ciencias de la Ingeniería, Soledad Burrone y Rodrigo Verschae.
- 5.- Varios.

**DESARROLLO Y ACUERDOS. -**

- 1.- Aprobación del Acta Sesión Extraordinaria, de fecha 7 de enero de 2021 y de la Sesión N° 27 de fecha 28 de enero de 2021.**

**ACUERDO:** por la unanimidad de los Consejeros, se aprueba el acta de la sesión Extraordinaria, de fecha 7 de enero de 2021, con las correcciones de forma que se han sugerido e incorporado. La aprobación del Acta de la Sesión Vigésima Séptima, de fecha 28 de enero de 2021, queda pendiente para la próxima sesión.



## **2.- Presentación de la Política de Género por Directora Claudia Alarcón.**

La Directora Claudia Alarcón, señala que no siempre somos conscientes de por qué es necesaria una política al interior de la universidad. Agrega que, el tener una política institucional es una decisión muy importante que va a establecer ciertos límites en los cuales vamos a orientar nuestras acciones. En el ámbito de género y de equidad de género y de igualdad, esta es una política institucional que va a afectar a todos los miembros de la organización. Cita al autor Drullar, y señala que: *“las políticas de género se han considerado como una llave necesaria y que abre puertas, género, oportunidades, erradicar la desigualdad y la violencia y constituyen puentes de diálogo, propiciando entendimiento, intercambio, saberes y permitiendo la reproducción de nuevos conocimientos y relaciones para el desarrollo.”* Esto es muy importante porque sin duda todas las universidades del país han tenido un camino de trabajo para eliminar la desigualdad y sobretodo de avanzar hacia la no violencia de género. Todos hemos sido parte de lo que ha sido el proceso de transformación, sobre todo desde el año 2018 y del cual nosotros, por supuesto, no hemos querido quedar fuera. En este contexto, una política de género va a contribuir a la calidad, la educación superior e incorporando esta perspectiva y con el objetivo de consolidar la producción académica y el desarrollo universitario. Con esto, indica, que esta política no solamente pretende avanzar en un cambio relacional, sino que además pretende consolidar la producción en la temática, la producción intelectual.

A continuación, señala que la comisión estuvo compuesta por 24 personas. Un logro importante es que se construyó una política participativa en donde estuvieron todos los estamentos y las direcciones involucradas. En cuanto al proceso de construcción de esta política, lo primero fue llevar a cabo una revisión de políticas universitarias de todo el país y también de algunas políticas internacionales, donde se establecieron ciertos mínimos, elementos que no podíamos dejar afuera y que integramos en nuestra política. Luego, se identificaron actores claves para la construcción de esta política al interior de la universidad, conjuntamente con la decisión de hacerla de manera tri estamental, pero, además, incluyendo a las Escuelas e Institutos. En seguida, se estableció un proceso con los contenidos a tratar, se conformó esta comisión multi estamental y se comenzó el trabajo. La estructura fueron ocho sesiones. Cada sesión duró 2 horas, la primera sesión fue para armar un plan de trabajo. Las sesiones se realizaron con una periodicidad de 15 días, para que los representantes pudiesen transmitir lo que se había discutido y luego tomar decisiones.

A continuación, explica que hay una tensión en los conceptos de igualdad y equidad, sin embargo, se decidió mantener ambos conceptos ya que, en los temas de igualdad, específicamente, son temas que se basan en el marco del derecho y hay compromisos de Estado que se refieren a ambos conceptos. Hoy hablamos también de las medidas de igualdad que se han establecido tanto en el Estado como en las políticas de educación superior. Y también hablamos de las políticas de equidad. En general, el marco normativo nacional e internacional en que nos basamos es el marco de los derechos humanos y de todas las convenciones que el país ha suscrito como la CEDAW.





Nosotros hemos decidido como universidad y como comisión tener un enfoque relacional de género y basarnos en la interseccionalidad. Esto quiere decir que cuando nosotros hablamos de enfoque de género, muchas veces, no hay una comprensión de qué es lo que estamos hablando por género o por un enfoque. Muchas veces las personas creen que puede ser desde el lenguaje inclusivo hasta trabajar temas específicos como la disminución de brecha en ciertos ámbitos. Sin embargo, nosotros quisimos ir un paso más y ser más innovadores en la temática y definir específicamente y teóricamente de donde nosotros estábamos planteando. El enfoque relacional entiende que cuando estamos hablando de género, no solamente estamos hablando de hombres y mujeres, sino que estamos hablando de los distintos géneros, de identidades de géneros, pero además basándonos en que estas brechas y desigualdades se dan en un contexto de relaciones. En ese sentido, lo que nosotros tenemos que trabajar justamente son las relaciones entre las personas, más allá del sexo específico de estas personas y eso implica poder avanzar, no solo en los temas de violencia, sino que también en los temas de convivencia o de convivencia entre las diferentes identidades sexuales. A partir de este enfoque, trabajamos en cuatro ejes específicos, uno que tiene que ver con el eje de las relaciones de poder, donde podemos hablar de todos los ámbitos de la violencia, por ejemplo, o del abuso de estos poderes. También estamos hablando producción, consumo y acumulación. Y aquí estamos hablando específicamente, por ejemplo, abordar temas como podrían llegar a ser las brechas salariales. Tenemos también las relaciones emocionales y de sexualidad. Aquí estamos hablando de ámbitos de no discriminación. Y, por último, estamos hablando de las relaciones simbólicas y de cultura.

Cuando hablamos de interseccionalidad, estamos hablando que no solamente vamos a trabajar en la temática de género específicamente, sino que además vamos a tener en consideración que estas personas están afectadas por otras variables, como puede ser la pobreza, su etnia o la raza. Significa que cuando hay ciertas brechas que ocurren al interior de las instituciones, no solamente se cruzan por razones de género, sino que también van a ocurrir por el cruce de otras variables. Y esto es algo que nosotros quisimos considerar porque no es lo mismo, creemos nosotros por ejemplo, ser mujer joven y pobre, que ser mujer joven y de clase media.

Se definieron los principios orientadores de la política: igualdad, no discriminación, respeto a la dignidad de las personas, reconocimiento de la diversidad sexual y de género, inclusión, pluralismo y participación, equidad de género, interseccionalidad, no violencia de género.

En cuanto al fin de esta política, es avanzar hacia una educación pública más equitativa e igualitaria, respetuosa de la diversidad, que avance a erradicar la violencia y las brechas entre los géneros, garantizando la igualdad, la equidad y la no discriminación en todo el quehacer universitario. Su propósito es transversalizar el enfoque de género en toda la cultura y quehacer universitario: en la formación integral de las y los estudiantes, la docencia, la extensión, la vinculación con el medio, la investigación y la gestión. El objetivo general de la política de equidad de género es transversalizar el enfoque relacional de género en toda la cultura y quehacer universitario, es decir, en la formación integral de las y los estudiantes, la docencia, la extensión, la vinculación con el medio, la investigación y la gestión.



El concepto de transversalización no es un concepto que solamente aparezca en las universidades o a nivel más teórico, sino que ha sido un concepto que se ha utilizado también en las políticas estatales, sobre todo en los programas de mejoramiento de la gestión.

Los objetivos estratégicos se enumeran a continuación:

- 1.- Reconocer y visibilizar conductas que vulneren derechos y amenacen la igualdad y la libertad de las personas en toda la comunidad y quehacer universitario.
- 2.- Promover el enfoque de género y el reconocimiento de la diversidad sexual en toda la comunidad y quehacer universitario.
- 3.- Prevenir la violencia de género, la discriminación y el abuso de poder en toda la comunidad y quehacer universitario.
- 4.- Generar las condiciones efectivas y necesarias para una educación inclusiva y no sexista en la comunidad y quehacer universitario.
- 5.- Generar las condiciones efectivas y necesarias para lograr la igualdad de oportunidades y la equidad de género en toda la comunidad y quehacer universitario.
- 6.- Establecer mecanismos de reparación de la convivencia universitaria, ante situaciones que involucren vulneración de derechos en toda la comunidad y quehacer universitario.

Indica que, el objetivo número 6, en su opinión, es el objetivo más desafiante, porque si bien la universidad hemos logrado avanzar en los temas de violencia de género a través de la oficina de denuncias específicamente, nuestro problema hoy día más que las denuncias, es justamente la reparación post denuncia.

Por último, las líneas estratégicas de esta política se articulan con las líneas estratégicas del PDE, o de la construcción que se está hoy día haciendo. Esta política debe dialogar con los distintos instrumentos de la universidad que se han creado y que se van a crear. Las líneas estratégicas son: institucionalización, gestión, investigación, formación, vinculación con el medio, evaluación y, comunicación y difusión.

Presenta también una estructura del plan que acompañaría la política, que estaría a cargo de la Oficina de Equidad y Género.

Por último, señala que esta política refleja el compromiso de la Universidad de O'Higgins de avanzar hacia una educación pública más equitativa e igualitaria, respetuosa de la diversidad y con miras a disminuir la violencia y las brechas entre los géneros.

El Rector agradece la presentación y ofrece la palabra a los Consejeros.

El Consejero Asenjo, sugiere eliminar la palabra "más" de la última intervención. También le parece que debe destacarse que toda la política se elaboró en base a acuerdos unánimes.





La Consejera Weinstein, consulta si también la comisión estuvo integrada por hombres, a lo cual se le indica que así fue.

El Consejero Neira, sugiere poner el objetivo estratégico número 6 en primer lugar.

El Consejero Sánchez, indica que le parece muy importante la definición y la claridad de los conceptos que utiliza la política, porque la sociedad los confunde. Además, señala la importancia de que se piense en la reparación de las víctimas y no solamente en el tema de género, por tanto, felicita y valora todo el trabajo realizado.

El Rector, destaca la elaboración de la política que le fue entregada en una ceremonia el día 8 de marzo, de manera simbólica.

### **3.- Presentación del diagnóstico y plan de comunicaciones, por Carolina Araya.**

El Rector anuncia el punto de la tabla, e invita y presenta a los Consejeros a la Directora de Comunicaciones Carolina Araya.

La Directora Carolina Araya inicia su presentación, indicando que se va a referir al diagnóstico y a los objetivos comunicacionales de la Universidad de O'Higgins.

Inicia el diagnóstico, indicando primero una descripción de la Institución, sabemos, señala, que nace en 2015 para sumarse a la red de universidades estatales del país, es la primera universidad pública que se instala en la región para realizar docencia e investigación, cuenta con un cuerpo académico especializado. Además, la Universidad cuenta con alianzas estratégicas con distintas instituciones y organizaciones de la región: municipios, servicios de salud, el Hospital regional, Gendarmería, Ministerio Público, Fundaciones, entre otros. En la actualidad la institución se encuentra iniciando su proceso de acreditación institucional. Agrega que, del total de postulaciones a la UOH en 2020, el 84,26% corresponden a estudiantes de la misma región, la mayoría de colegios municipales y particulares subvencionados. Se proyectan 4.100 estudiantes para 2021.

En cuanto a la metodología utilizada para elaborar este diagnóstico, se establecieron dos tipos:

1.- Método de recolección de datos. Se consideró 45 entrevistas a directores institucionales, directores de Institutos y Escuelas, al equipo de comunicaciones y otros profesionales, académicos y algunos estudiantes. Se revisaron estadísticas INE del Censo 2017, algunas cifras de las direcciones de Admisión y Acceso, de Gestión Académica, de Gestión de Análisis Institucional y de Gestión de Personas. Además, se revisaron algunos documentos internos de gestión y trabajo de la Dirección de Comunicaciones, se hizo una revisión de prensa nacional y regional, las redes sociales y el sitio web.



2. Modelos de análisis de datos. Se estableció un mapa de stakeholders, un análisis FODA, un análisis PEST y un árbol de problemas que comentará más adelante.

Respecto del análisis cuantitativo de la gestión de prensa, como parte del diagnóstico, se evidencia que durante el año 2020 la Universidad tuvo 674 publicaciones, sin considerar las menciones en radio. Solo 52, esto es menos del 10%, corresponden a medios nacionales. Agrega que esta cifra representa el 7,9% de las publicaciones que realizó, por ejemplo, la Universidad de Talca en el mismo periodo, las que ascienden a 8.546. En materia publicaciones a nivel nacional, las cifras de la UOH son bajas si se compara con otras IES. Si se compara la gestión de prensa durante el mes de diciembre de 2020, la Universidad de O'Higgins contabilizó 81 contenidos, siendo superada, entre otras, por la UC de Temuco (138); la UC del Maule (293) y la U. de la Frontera (465).

Respecto al análisis cualitativo de prensa, se advierte que los medios regionales publican una gran cantidad del material que se envía, pero es un periodismo informativo más que interpretativo. Lo que da cuenta de una oportunidad, para difundir mejor lo que queremos comunicar en específico. Además, existe un amplio despliegue para la difusión de los distintos mensajes de las distintas direcciones, pero sin una priorización de los mismos. Tampoco hay claridad respecto de los canales adecuados para una comunicación efectiva. Se advierte también que existe una baja participación de los académicos de la UOH en el debate nacional, existe una baja difusión del desarrollo de la investigación científica que realiza la Universidad en la región y, además, hay una baja influencia de la institución a través de los medios.

En cuanto al análisis de las redes sociales, se advierte que la UOH está presente en las redes sociales más relevantes, específicamente y con más fuerza en Twitter, en Facebook e Instagram. En LinkedIn y Youtube, se retomaron el año pasado por la necesidad de mayor difusión durante la pandemia. Las publicaciones con más impacto son aquellas que tienen que ver con la creación de comunidad, es decir, relacionadas con los estudiantes, con los profesores, con las políticas de beneficios estudiantiles, con la infraestructura, pero todas las informaciones que tienen que ver con agenda, con charlas, encuentros web, tienen muy poco impacto. Lo anterior da cuenta que existe un amplio abanico de colores, formas y contenidos para diversos públicos y no hay una estrategia de diseño ni de contenido digital, falta una priorización de mensajes. Las redes están siendo usadas como soporte de contenido corporativo, como un diario mural. Finalmente, tampoco hay informes mensuales del comportamiento de las redes que permitan medir su impacto.

Sobre el análisis del sitio web, las entrevistas evidenciaron que nadie está conforme con el sitio web. El primer *screen* contiene mucha información, sin jerarquización o priorización de los contenidos. La información es poco accesible, el sitio resulta poco intuitivo y funcional. Además, el sitio web no cuenta con SEO (priorización de apariciones en búsquedas en internet) lo que dificulta el posicionamiento en buscadores como Google. Tiene una limitada vinculación con las redes sociales de la institución. En la revisión del sitio los *peak* de visitas ocurren en los periodos de admisión. Se indica por parte de los



académicos que el sitio está pensado solo en el estudiante de pregrado y no hay espacio para mostrar el trabajo en investigación.

En cuanto a las herramientas y modelos de análisis de datos, se construyó un mapa de stakeholders o público de interés, considerando quienes tienen una relación directa con la universidad. A nivel nacional, tenemos al Gobierno central; al Mineduc; a los reguladores, Superintendencia de Educación Superior y Contraloría; el Cruch; el Congreso; los medios de comunicación; la Confech; Centros de Estudio; ONGs, otras instituciones de educación superior. A nivel interno, funcionarios, estudiantes y académicos. A nivel Regional, la comunidad regional, autoridades regionales, parlamentarios, medios de comunicación, colegios y liceos, sectores productivos, otras IES, proveedores y líderes de opinión.

Respecto al análisis FODA, podemos resumir lo siguiente:

Fortalezas:

- Amplia difusión regional.
- Características diferenciadoras: valores que tiene la universidad que se pueden destacar en los medios regionales y nacionales.
- Rector y autoridades con experiencia en política educativa, referentes en la discusión nacional sobre educación.

Debilidades:

- Baja presencia en medios nacionales.
- No hay priorización en la entrega de información.
- Baja difusión de investigación.
- No se identifican vocerías para temas de contingencia.
- Falta de protocolos y de una política de comunicaciones.

Oportunidades:

- Única universidad compleja en la región.
- Cuerpo académico con experticia, posibilidad de vocerías.
- Educación pública como tema relevante en el proceso constitucional.
- La universidad vivirá procesos de relevancia: primera generación titulada y acreditación.

Amenazas:

- Efectos económicos de la pandemia.
- Tendencia a la baja en la matrícula.
- Desconocimiento de los estudiantes.
- Que los titulados no encuentren trabajo.
- Malos resultados acreditación.

Respecto al análisis PEST, podemos resumir lo siguiente:



Político: Nueva constitución, elecciones para gobernador, elecciones presidenciales, implementación de la reforma de educación superior.

Económico: Impacto en pago de aranceles y funcionamiento de las universidades producto de la pandemia.

Social: Debate por materias de equidad, inclusión e igualdad de género.

Tecnología: Desafío de la educación a distancia, la enseñanza que nos dio la pandemia.

A continuación, se refiere a que existe una modalidad que se llama Árbol de Problemas, en donde se hace un ordenamiento, que establece las causas que provocan un problema central en la comunicación en este caso, y los efectos que este tiene.

En este sentido se identifican como causas principales las siguientes:

La Universidad carece de una imagen institucional definida. No hay una propuesta de valor clara de la UOH, que la distinga del resto del sistema. Falta un discurso integrado y compartido en los distintos estamentos (relato). Mensajes clave. Ausencia de línea gráfica, que hoy existe, pero no está compartida por todos, no todos la consideran y no está actualizada

Existe una improvisada relación con públicos críticos. No hay identificación y priorización de públicos clave. No hay objetivos definidos para la comunicación con cada público. Falta identificar los canales más eficientes para cada público.

La gestión comunicacional y de difusión es poco efectiva. Falta de protocolos, procedimientos y políticas de comunicación claros. Ausencia de una relación estratégica con medios nacionales. Comunicación basada en lo informativo. Baja presencia de vocerías institucionales. No hay estrategia para redes sociales.

Las causas antes señaladas, generan un problema central: falta de proyección de una imagen institucional definida y un bajo nivel de difusión focalizado de su quehacer, ha dificultado a la Universidad de O'Higgins posicionarse en el sistema de educación superior a nivel nacional.

Los efectos de este problema central son:

- No se proyecta un discurso cohesionado sobre los valores e imagen de la institución entre los distintos actores.
- Comunicación basada principalmente en el registro de acciones institucionales, sin un relato.
- El nombre de la institución se confunde a menudo con un plantel privado.
- Desconocimiento y pérdidas de oportunidades estratégicas.
- Mensajes estandarizados para públicos diversos, sin foco o un tratamiento específico para cada público.
- Falta un tratamiento específico de los mensajes para cada público.





- Desaprovechamiento y subutilización de medios y recursos disponibles.
- Baja presencia comunicacional a nivel nacional.
- No se ha mostrado de manera eficiente el quehacer institucional (investigación).
- Baja influencia de la institución a través de medios de comunicación

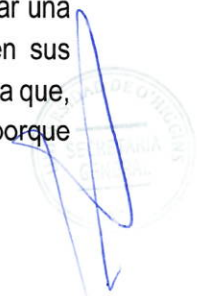
Finalmente, se refiere a partir del diagnóstico, de las causas y de la definición del problema central y sus efectos a los objetivos del plan de comunicaciones, estableciéndose como objetivo general: proyectar una imagen institucional que le permita a la Universidad de O'Higgins posicionarse dentro del sistema de educación superior a nivel nacional. Los objetivos específicos, son el contar con una imagen institucional definida y establecer una relación estratégica con públicos críticos.

El Rector agradece la presentación y ofrece la palabra a los Consejeros para consultas u opiniones.

El Consejero Sánchez, señala que este ha sido un tema recurrente en el Consejo, un tema de mucha preocupación y, por tanto, valora la presentación de la Directora de Comunicaciones y el impulso que se está dando en este ámbito. Justamente en este sentido, agrega, cree necesario que la reestructuración de la Dirección de Comunicaciones, cuente con el respaldo más amplio para poder generar todos los cambios que se requieren. A continuación, consulta por el gasto en comunicaciones, pues no se trata, en su opinión, de pagar por todo. Sobre todo, considerando que contamos con especialistas de mucho nivel y por lo mismo, los medios deberían estar detrás de estas noticias.

La Directora responde que, durante 2019-2020, la destinación de financiamiento para el pago a los medios fue de 60 millones de pesos por año. Esos 60 millones de pesos se destinaron en 2020 casi íntegramente a los medios regionales. Esto es efectivo, señala, al revisar la prensa regional. Existe una lógica de los medios regionales en términos de que no todo lo que se publica es pagado, pero el pago permite también que se tenga mayor acceso. También hay un cálculo respecto al ahorro por publicaciones pagadas. Acá lo importante también es entender que se podría hacer una mejor gestión de esos recursos, por ejemplo, la comparación más cercana es que la Universidad de Talca gastó cerca de 100 millones de pesos, por 8.546 publicaciones. Entonces, si nosotros publicamos sólo un 8% de lo que publica la Universidad de Talca, pero ellos gastaron 100 millones y nosotros 60 millones, probablemente tiene que ver con una mejor inversión de esos recursos, falta una mejor gestión de estos recursos.

El Consejero Covacevich, indica que esta presentación nos pone frente a una serie de temas bastante difíciles de resolver en un rato. Se refiere a una debilidad en el tema de la divulgación y comunicación por parte de los académicos e investigadores, pues, tienen una condición de formación, que es estar preparados para demostrar las cosas y no para convencer. Agrega que, cuando nosotros hablamos de comunicaciones, lo que se transmite no tiene que ser información, lo que uno pretende es generar una impresión, pero para generar una impresión hay que recurrir a elementos que también tienen sus complicaciones éticas. Entonces, señala, que hay un tema que superar de alguna manera, de forma que, lo que los académicos puedan aportar se transforme en un mensaje que ellos no van a generar porque



no están preparados. Le parece que esta es una debilidad, con la cual se debe trabajar. Con respecto a las realidades regionales, indica que hay un tema de contactos personales y de intereses de los propios periodistas, hay que invitarlos, hay que llevarlos a recorrer cuando ellos tengan tiempo, los escenarios que nosotros quisiéramos que se conozcan mejor, ir desarrollando entonces la relación con la posibilidad, por ejemplo, de generar un suplemento.

La Consejera Mizala, reafirma que varios de los Consejeros habían manifestado su preocupación en este ámbito y sobre la necesidad de contar con una política de comunicaciones. Señala que en general, los académicos son reacios a poder participar en la política de comunicaciones más activamente y, en ese sentido, le parece que es la universidad la que tiene que facilitar la participación las cosas a los académicos y aprovechar que, efectivamente, esa es la gran fuente de comunicación que tiene la universidad, no solamente hacia la región, sino que a nivel nacional. Hay elementos que pueden facilitar esa comunicación, por ejemplo, no solamente quedarse con los *papers* que hacen los académicos, sino que poder ver la forma de transmitir ese conocimiento hacia un público más general, de una forma más masiva. Entonces, el trabajo acá es describir los resultados de algunas de las investigaciones en un documento que pueda ser comunicado al público general. Señala que también pueden ser infografías que se publiquen en la página web, y que se puedan difundir en las redes sociales. Le parece que habrá que realizar ese esfuerzo por parte de la Dirección de Comunicaciones de forma de facilitarles a los académicos esa transferencia de conocimiento. Indica que todo el proceso de discusión constitucional es una gran oportunidad para las universidades de poder aportar. Esta es una conversación que va a abarcar distintos temas en los que la UOH tiene un aporte relevante que hacer. Finalmente, se refiere a la página web, e indica que habrá también que hacer un esfuerzo por cambiarla, o mejorarla.

La Consejera Weinstein, valora la presentación porque hay un diseño estratégico detrás y con vistas a potenciar la imagen institucional. A continuación, consulta cómo se incorpora el tema de marketing digital, pues hay canales de comunicación que pueden tener mucho potencial. Además, consulta cómo se incorpora en este diseño comunicacional el tema de la gestión de calidad y de la experiencia a usuarios. Agrega que obviamente se puede proyectar una buena imagen institucional en la medida que haya una gestión de calidad que sobresalga en la universidad y que se relacione con la experiencia de los beneficiarios, de los usuarios, de la comunidad, en definitiva. Finalmente, comenta que las competencias comunicacionales no se distribuyen por igual y, por tanto, sugiere que puedan ubicarse ciertos rostros o voceros que puedan apoyar la comunicación y potenciar la imagen institucional.

La Directora Araya comenta que en marketing digital existe una falta de especialización en el equipo de comunicaciones y, en consecuencia, durante la implementación o desarrollo del plan se hará necesario un profesional que tenga conocimientos de esa área. Respecto de la gestión de calidad, señala que también es parte de la definición de la imagen que se tiene que establecer y también tiene que ver con la identidad, la vocación de excelencia, la inclusión, la equidad son áreas que están dentro de la identidad y por lo tanto pueden ser consideradas en la imagen. Todos estos aspectos habrá que desarrollarlos para una adecuada satisfacción al usuario.



La Consejera Irlés, reitera que este es un ámbito que preocupaba al Consejo. Le parece que tal como se hizo con el PDE, quizás se podría pensar en alguna sesión, una especie de focus group para recoger opiniones de los Consejeros en el tema. Se refiere, además, no a la publicación propiamente tal, sino al impacto que tendrá esa noticia y si llega al público que queremos, a cómo se mediría ese impacto. También, señala como una preocupación la arista en la comunicación interna. Indica que también los investigadores tienen instancias de comunicación pero que surgen independientes de la dirección de comunicación, a partir de sus proyectos y si esa información no está canalizada o no está de alguna manera estratégicamente sumada, se pierde, entonces le parece que también ahí hay algo que se debe trabajar.

El Consejero Sánchez, señala que se encuentra a disposición para esta estrategia porque los Consejeros pueden servir de vínculo de ayuda para el conocimiento de la región, con la sociedad o con otros sectores.

Finalmente, el Rector agradece todas las opiniones y comentarios de los Consejeros sobre esta nueva visión comunicacional de la Universidad en invita a los académicos Directores del Instituto de Ciencias de la Salud, Soledad Burrone y de Ciencias de la Ingeniería, Rodrigo Verschae para que puedan comentar brevemente sobre el proyecto basal.

#### **4.- Informe sobre el Proyecto Basal para un Centro de Excelencia en Investigación, por los Directores de Institutos de Ciencias de la Salud y de Ciencias de la Ingeniería, Soledad Burrone y Rodrigo Verschae.**

Los Directores señalan que se postula un Centro Basal a ANID liderado por la Universidad de O'Higgins, en colaboración con la Universidad Católica del Maule, CEAP y CEAF llamado "Center on Smart Agriculture for a One Health Future". Este centro busca contribuir a la seguridad alimentaria, el bienestar humano, el bienestar animal y el medio ambiente, a través de la investigación y el desarrollo de tecnologías avanzadas para la agricultura desde una perspectiva holística de nuestra salud y de la sociedad.

El enfoque "One Health" pone de relieve el beneficio sinérgico de una cooperación más estrecha entre las disciplinas de trabajo de las ciencias de la salud humana, animal y ambiental, así como la importancia del trabajo transdisciplinario e intersectorial. El concepto de One Health ha sido reconocido y promovido por las Naciones Unidas, el G20 y la Organización Mundial de la Salud, entre otros, para el diseño e implementación de políticas públicas en la perspectiva de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La propuesta cuenta con cuatro líneas principales y tres proyectos transversales en los que convergen sus trabajos.

##### **1.- LÍNEA DE SANIDAD VEGETAL EN FRUTALES**

La definición holística de la sanidad vegetal considera al menos tres niveles: 1) la planta como un todo



compuesto por sus diferentes órganos; 2) la planta en su entorno considerando las interacciones entre ellos; y 3) la integración de las perspectivas socioeconómicas. En el Centro investigaremos la sanidad vegetal con esta visión holística. Exploraremos diferentes aspectos de la inmunidad de las plantas, las interacciones planta-patógeno, la influencia del medio ambiente en la inmunidad de las plantas y las estrategias sostenibles para la mejora de la salud de las plantas.

## 2.- LÍNEA DE PRODUCCIÓN SOSTENIBLE

La necesidad de reducir el impacto ambiental generado por el uso excesivo de insumos de producción como plaguicidas, fertilizantes, antibióticos y combustibles fósiles, así como la necesidad de aumentar la eficiencia, productividad y competitividad de los sistemas de producción de los pequeños y medianos productores, ha llevado a la búsqueda de nuevas estrategias de producción. Éstas, teniendo en cuenta la creciente demanda de alimentos, deben impulsar la productividad sin dañar los ecosistemas. Para lograr este objetivo, la FAO ha promovido el concepto de intensificación sostenible basado en el uso eficiente de los insumos, que busca conciliar la reducción del daño ambiental y la creciente demanda de alimentos con una tierra cultivable cada vez más escasa. La línea de Producción Sostenible busca resolver el problema de la adaptación a esta nueva forma de producir en dos sectores agrícolas productivos: la ganadería y la horticultura.

## 3.- LÍNEA DE SALUD HUMANA

Dentro de la línea de Salud Humana, proponemos cuatro sublíneas: 3.1 Relación entre exposición a xenobióticos y procesos de salud-enfermedad, 3.2 Salud y seguridad en trabajadores agrícolas, 3.3 Nutrición inteligente para la salud durante el ciclo vital y 3.4 Mecanismos de relación gen-ambiente.

El desarrollo transversal de esta línea se nutrirá de la creación de cohortes, así como de la puesta en marcha de un repositorio de muestras biológicas (biobanco) que dé cuenta de la complejidad de la población de la macrozona centro-sur, actualmente sub-representada en los estudios a nivel nacional.

## 4.- LÍNEA DE AGRICULTURA INTELIGENTE

La macrozona centro-sur del país es el laboratorio natural ideal para la investigación y desarrollo de tecnologías de agricultura inteligente que incorporen aspectos relacionados con el estudio y abordaje de los efectos del cambio climático en los sistemas agrícolas por su variabilidad geográfica, climática y ecosistémica. Esta línea aborda precisamente estos aspectos centrándose en el desarrollo de tecnologías, métodos y modelos avanzados, con una sólida base matemática que incorpora el conocimiento experto (de la agricultura, la silvicultura y la ganadería) y los datos del campo y del territorio. En particular, aspectos relacionados con el sistema de producción, el medio ambiente y los trabajadores, considerando diferentes escalas espaciales y temporales. El objetivo es desarrollar tecnologías avanzadas y una mejor comprensión de este campo complejo e interdisciplinario desde una perspectiva de ingeniería. Se proponen tres sub-líneas de investigación principales 1) Agricultura de precisión, 2) Ciencia de los datos y biología computacional, y 3) Modelización de sistemas agrícolas y bioeconómicos.





## PROYECTOS TRANSVERSALES

- 1.- Biobancos o centros de recursos biológicos (CRB)
- 2.- Centro de datos para la agricultura inteligente
- 3.- Laboratorio de campo

Finalmente, indican, a modo de resumen, que la distribución de los investigadores en la propuesta, la constituyen 15 investigadores principales, 39 investigadores asociados. La edad promedio de los investigadores es de 44 años.

El Rector, señala que esto es muy importante porque dentro de los criterios de evaluación está la variable de edad y de equidad de género. Es un proyecto en que, si consideramos los 15 investigadores principales, el 53 por ciento son mujeres. Agregamos a esto que la directora del proyecto es mujer, María Teresa Muñoz, una investigadora de muy alto nivel de la Universidad Católica del Maule. La institución principal y albergante es la Universidad de O'Higgins. Además, de las cuatro líneas principales de proyecto, tres de están coordinadas por una mujer. Señala que el aspecto más potente de este proyecto es el tema, por su pertinencia, porque además es un tema muy regional, es un proyecto muy concentrado en esta zona, la zona agrícola más importante del país. Las instituciones participantes son cinco, la Universidad de O'Higgins, la Universidad Católica del Maule, la Universidad de Chile, en el que participa principalmente con su Facultad de Ciencias Agronómicas, y además se incorpora los dos centros regionales, que son CEAf, el centro de Estudios Avanzados en Fruticultura, que está en la Región de O'Higgins y, el CEAC, centro de alimento procesado que está en la Región del Maule.

## 5.- Varios.

La Consejera Weinstein consulta por el concurso académico a lo cual el Rector señala que finalmente hubo 12 nuevos académicos que se integran. Además, consulta por el edificio B. El Rector señala que está entregado y habilitado pero sin funcionar aún producto de la pandemia.

No habiendo otros temas que tratar, el Rector agradece nuevamente la participación de los consejeros y, siendo las 13.40 horas, levanta la sesión y se acuerda que la próxima sesión ordinaria será el día miércoles 28 de abril de 2021 a las 09:30 hrs.



**Jimena Jara Quilodrán**  
**Secretaria General (S)**  
**Universidad de O'Higgins**

