



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL COMITÉ COORDINADOR

Abordar la violencia doméstica y la violencia en relaciones de pareja, la agresión sexual y el acoso en la universidad



La creación de una estrategia de comunicación sólida es fundamental para la eficacia y sostenibilidad de su Comité Coordinador (CCRT) para abordar la violencia doméstica, la violencia en relaciones de pareja, la agresión sexual y el acoso (DVSAS) en la universidad. Esta guía le ayudará a identificar y llegar a diversas audiencias, enfocar su mensaje y fomentar la participación con la comunidad de su universidad.

Comunicaciones internas vs. comunicaciones externas

Como primer paso en el desarrollo de una estrategia, será necesario que usted identifique los canales de comunicación ya existentes.

- **Las comunicaciones internas** se centran en cómo las personas integrantes del Comité Coordinador se comunican entre sí, incluyendo el contenido de agendas y minutas de reuniones, políticas del Comité Coordinador y manuales de incorporación de nuevas personas, recopilación de datos y documentos de planificación estratégica.
- **Las comunicaciones externas** involucran a la comunidad extendida de la universidad a través de redes sociales, páginas de internet, folletos, boletines, blogs, podcasts, videos, entre otros.

Considere: ¿Cómo se comunica actualmente su departamento, centro o Comité Coordinador con sus comunidades (tanto dentro como fuera de la universidad)? ¿Algunos canales son más exitosos (es decir, tienen mayor participación) que otros? ¿Qué nuevos canales le gustaría explorar?



Identificar la audiencia en la universidad

Identificar y comprender a su audiencia ayudará al Comité Coordinador a crear una comunicación efectiva:

- **Segmentación de audiencias:** organice a la comunidad de su universidad en grupos específicos (es decir, estudiantes de primer año, personal de primera respuesta, estudiantes deportistas, etc.) e identifique las comunidades marginadas particulares con las que le gustaría relacionarse (es decir, BIPOC, LGBTQIA+, inmigrantes, viajeros/as, etc.).
- **Difusión e investigación:** es fundamental comprender las necesidades, preferencias y hábitos de comunicación específicos de cada grupo. Si aún no tiene esta información, ¡puede realizar grupos focales, asociarse con su departamento de comunicación y marketing o redactar una encuesta para estudiantes!
- **Mensajes personalizados:** en función de los datos recopilados, personalice sus mensajes para que sean lógicos para cada audiencia, lo que garantiza la relevancia y el impacto. Busque que la comunicación sobre sus herramientas, adiestramiento y ofrecimiento de apoyo no solo llegue a su audiencia, sino que también concuerde con sus necesidades específicas.

Aprovechar las comunicaciones para abordar obstáculos y fortalecer las relaciones

Abordar los problemas de DVSAS en su universidad puede ser un reto – desde estigmas culturales en torno a conversar sobre daños hasta información poco clara sobre los procesos de informes y/o servicios de apoyo y relaciones desconfiadas o quebrantadas con el personal de respuesta – usted y su Comité Coordinador pueden estar luchando para encontrar formas de derribar obstáculos y construir las relaciones necesarias para comunicarse de manera efectiva.

Al establecer canales de comunicación consistentes, fomentar relaciones y adaptar recursos vitales pueden determinar en gran medida cómo las audiencias deseadas reciben la información que necesitan y qué tan efectivo puede ser su Comité Coordinador para cambiar la cultura de la universidad.



(Re)construyendo relaciones

Cultivar relaciones es fundamental para acercarse de manera eficaz a su audiencia y crear conexiones auténticas entre los sobrevivientes, los aliados y quienes los atienden, como el personal de prevención y respuesta y los/as socios/as comunitarios/as. Es fundamental recopilar información crítica durante las etapas de planificación y redacción. **Al enfatizar el principio del movimiento por los derechos de las personas con discapacidad, “Nada sobre nosotros, sin nosotros”, y la creación de canales de comunicación directa** como foros abiertos, mesas redondas y encuestas, le permite recopilar información de referencia sobre los obstáculos y los éxitos. Este enfoque fomenta las relaciones y permite respuestas personalizadas.

Roles y el Comité Coordinador

¡El Comité Coordinador desempeña un rol fundamental en su plan de comunicación! Las personas integrantes del Comité Coordinador pueden:

- Facilitar la comunicación entre departamentos y organizaciones aliadas de la comunidad
- Asegurar que los mensajes sean coherentes para evitar confusión por parte de los/as estudiantes
- Desarrollar y apoyar de manera colaborativa la estrategia general de comunicaciones para maximizar la participación en la universidad

Apóyese en la experiencia y las relaciones que posee su Comité Coordinador y trabaje en conjunto para identificar a las personas miembros que puedan ayudar a realizar parte del trabajo en los pasos de acción (auditorías, difusión, recopilación de datos, redacción de borradores, etc.).

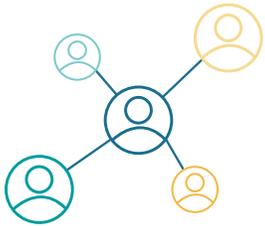
Deje claras estas opciones en su plan estratégico.

Aprovechar la fuerza institucional

Los esfuerzos del programa se benefician del apoyo de los líderes institucionales, tanto para la visibilidad como para la aceptación. Usted deberá:

- Solicitar reuniones periódicas con la administración para compartir datos y el alcance del programa.
- Solicitar que las actividades del programa se compartan en las comunicaciones a nivel institucional (es decir, boletines presidenciales)





Veamos algunas de las formas estratégicas en que usted y su Comité Coordinador pueden interactuar en la comunicación.

Cómo adaptar sus comunicaciones

Ahora que ya sabe el “cómo” y el “quién”, necesitará el “qué”. Es importante reconocer que no todas las personas necesitan la misma información a la vez y que las comunicaciones selectivas le ayudarán a hacer llegar los detalles correctos a la(s) audiencia(s) correcta(s).

Por ejemplo...

- Tal vez descubra a través de entrevistas a estudiantes que las personas LGBTQIA+ sobrevivientes no denuncien porque no están seguras de que existan espacios que las beneficien.
 - Podría crear un recurso que identifique las oficinas de la universidad y/o organizaciones aliadas de la comunidad que ofrecen atención culturalmente relevante.
- Tal vez los/as estudiantes que viajan diariamente comparten que están menos familiarizados/as con el lugar donde se realizan las actividades del programa.
 - Podría desarrollar un recurso que incluya un mapa, señalando las oficinas relevantes y los espacios de reunión donde las personas sobrevivientes pueden recibir apoyo y los/as aliados/as pueden recibir adiestramiento, etc.



Será tentador comenzar a redactar todas las comunicaciones a la vez, pero después de detallar los servicios que desea desarrollar, es importante tomar en cuenta el tiempo y la escala de sus proyectos tanto para la sostenibilidad del Comité Coordinador (consciente de la carga de trabajo) como para evitar abrumar a sus audiencias con más información de la que pueden procesar fácilmente. **Como siempre, deberá asegurarse de que su mensaje se centre en las actividades apropiadas del programa y en la información de violencia doméstica, violencia en las relaciones de pareja, agresión sexual y acoso enfocada en las personas sobrevivientes.**



Ejemplos de preguntas personalizadas

En el siguiente ejemplo, destacaremos preguntas personalizadas para personas estudiantes LGBTQIA+:

- ¿Cuáles son algunas de las necesidades actuales que tienen las personas estudiantes y sobrevivientes LGBTQIA+ en mi universidad en relación con los problemas de DVSA?
- ¿Qué relaciones existen ya entre el personal de prevención y respuesta, el personal, el profesorado y las personas estudiantes LGBTQIA+?
- ¿Dónde hay espacio para profundizar o desarrollar las relaciones?
- ¿Dónde expresan sentirse más seguras las personas?
- ¿Qué espacios y/o procesos se sienten menos seguros o desconocidos?

Puede utilizar preguntas personalizadas como estas para cualquier comunidad de la universidad. Responderlas ayuda a su Comité Coordinador a desarrollar recursos que realmente satisfagan las necesidades de su audiencia al involucrarlos/as directamente en lugar de depender del personal y el profesorado, y basa las comunicaciones en el trabajo colectivo del Comité Coordinador.

Creación conjunta, colaboración y conexión

El éxito de la comunicación de su Comité Coordinador depende de eliminar la estructura en silos y aprovechar las fortalezas tanto de las personas como de los departamentos para abordar los problemas de DVSA.

Por ejemplo, involucre a una persona representante del Título IX que esté relacionada con líderes institucionales para compartir datos sobre las actividades del Comité Coordinador. ¿Cuenta con un/a intercesor/a preferido/a por las personas sobrevivientes que buscan apoyo para realizar el proceso de denuncia? ¡Asóciase con las personas sobrevivientes al redactar o revisar las comunicaciones destacando el lenguaje, las realidades y los detalles que utilizan en sus conversaciones con sobrevivientes! ¿Hay un/a oficial de seguridad de la universidad que tenga buenas relaciones con una comunidad desatendida en la universidad? ¡Pídales que faciliten conjuntamente una conversación informal con otros/as oficiales sobre la participación culturalmente sensible! **Involucrar a personas integrantes de su equipo fortalece los vínculos internos y mejora la comunicación externa.**



Ciclos de retroalimentación y adaptaciones

Experimentando con los entregables

¡No tenga miedo de **experimentar con nuevos medios, plataformas y métodos de entrega** en sus comunicaciones! Videos, asambleas públicas virtuales o en persona, eventos, revistas y otros métodos creativos pueden ayudarle a acercarse y relacionarse con nuevas audiencias.

A menudo, nos centramos tanto en los programas que dirigen nuestros Comités Coordinadores que pasamos por alto la importancia de los sistemas de retroalimentación en nuestras estrategias de comunicación. Recuerde que las comunicaciones que recibimos son tan importantes como las que compartimos.

Piense en cómo recopila datos sobre sus proyectos – ¿Cómo recopila y actúa en función de la retroalimentación de sus comunidades objetivo para medir el éxito? ¿Qué métricas utiliza para evaluar proyectos y cómo se alinean con la misión de su Comité Coordinador? ¿Cómo integrará a las partes interesadas para garantizar que la retroalimentación refleje la experiencia vivida y fomente la mejora?

Consideraciones: ¿Qué sistemas existen para la retroalimentación de estudiantes y la comunidad? ¿Cómo se podrían incorporar métodos de retroalimentación formales e informales (por ejemplo, mesas redondas y encuestas)? ¿Cómo se están recopilando datos sobre cómo relacionar a las audiencias con los servicios de comunicación? (por ejemplo, haciendo un seguimiento de los trípticos recolectados en el centro de salud o teniendo hojas de registro en los eventos preguntando "¿Cómo se enteró de esto?")

Ajustes: deberá realizar los cambios necesarios en función de los resultados de la evaluación para mejorar la participación y el impacto. Desarrollar una estrategia de comunicación exitosa requiere tiempo, colaboración, desarrollo de relaciones y datos. Una comunicación obsoleta puede generar malentendidos, fatiga de ver los mensajes y falta de atención, por lo que revisar y ajustar su mensaje será clave para el éxito de la comunicación (¡no hay que reinventar la rueda!).



Implementación práctica

¡Ahora es el momento de tomar medidas concretas para ejecutar su estrategia de comunicación! Usted podrá:

1. **Evaluar los canales de comunicación:** identificar canales efectivos para su audiencia.
2. **Definir roles y responsabilidades:** asigne claramente las tareas de comunicación. Recuerde: ¡Los/as directores/as de proyecto no deberían trabajar en esto de manera aislada! ¡Apóyese en la experiencia y la relación de su Comité Coordinador para delegar y crear en conjunto!
3. **Elaborar mensajes claros y personalizados:** desarrolle mensajes concisos y alineados con la misión que aborden las necesidades más urgentes de DVSAS para sus audiencias identificadas (tanto a la audiencia en general como a la audiencia objetivo).
4. **Evaluar y adaptar:** evalúe y perfeccione periódicamente su estrategia.

Para obtener adiestramiento adicional y asistencia técnica, envíe un correo electrónico a CampusTA@trynova.org

NOVA A Community
for Advocates

Este proyecto ha sido financiado por el subsidio No. 15JOVW-23-GK-05131-CAMP, otorgado por la Oficina contra la Violencia a la Mujer del Departamento de Justicia de los Estados Unidos. Las opiniones, hallazgos, conclusiones y recomendaciones expresadas en esta presentación pertenecen a sus autores/as y no reflejan necesariamente los puntos de vista del Departamento de Justicia ni de la Oficina contra la Violencia a la Mujer de los Estados Unidos

