

AUTOEVALUACIÓN INSTITUCIONAL

COMITÉ DE PROMOCIÓN Y ACCIÓN CULTURAL

Versión final 15/11/2019

OBJETIVOS, CRITERIOS DE EVALUACIÓN, ACTORES A CONSULTAR Y FUENTES DE INFORMACIÓN PARA LA FUNCIÓN DE PROMOCIÓN Y ACCIÓN CULTURAL

Fundamentación

Mediante Resolución (CS) Nº 7377/19 fueron aprobados los "Lineamientos Generales para el proceso de Autoevaluación Institucional"¹ con el fin de establecer los objetivos generales y el modo en el que se llevarán adelante las distintas etapas del proceso.

Tal como allí quedó establecido, el objetivo general de este proceso es evaluar en qué medida la UNGS cumple con la misión institucional establecida en el Artículo 1º del Estatuto, en el que se define que "La Universidad Nacional de General Sarmiento es una institución de educación superior cuya misión es la creación, la construcción, la enseñanza y la comunicación de conocimientos de manera crítica y democrática a partir de sus actividades principales: la formación, la investigación, la promoción del desarrollo tecnológico y social y la promoción de la cultura en todas sus manifestaciones. De esta forma se propone contribuir al desarrollo local, nacional, regional e internacional, e intervenir activamente en la realización de una sociedad democrática, justa e igualitaria." (Resolución CS Nº 7377/19: 4).

Cada una de las cuatro funciones sustantivas establecidas en el Estatuto cuentan con una instancia fundamental para coordinar, discutir y articular el desarrollo de cada una de ellas: los comités estatutarios. Es por ello que se propuso que los Comités "*intervengan desde la primera instancia, definiendo objetivos específicos, considerando las dimensiones y subdimensiones de análisis, los criterios de evaluación, la selección de variables y los indicadores simples y complejos que son*

¹ En esa Resolución quedó especificada la relevancia de evaluar en qué medida la Universidad cumple con las premisas establecidas en el nuevo Estatuto aprobado en el año 2017. En el Título I de esta norma fundamental no sólo se esgrime cuál es la misión y lineamientos político institucionales de la UNGS, sino también cuáles son las definiciones que orientan el desarrollo de las actividades principales, mediante las cuales se espera lograr el cumplimiento de esa misión. Las funciones de formación, de investigación, de promoción e implementación del desarrollo tecnológico y social, y de promoción de la cultura, son los ejes rectores dentro de los cuales se desarrolla nuestra actividad universitaria; en función de ello resulta razonable tomar estas funciones como campos de análisis, para realizar una evaluación del grado de cumplimiento de nuestra misión institucional.

pertinentes para cada una de ellas” (Res. CS N° 7377/19: 5). En esta Resolución quedaron definidas las dimensiones de análisis como aquellas que el Estatuto define como las actividades principales de la Universidad. Las mismas se transcriben a continuación:

- *La formación de pregrado, grado, posgrado, continua y de nivel secundario, crítica y de alta calidad que forme a sujetos capacitados, con valores democráticos y compromiso social para el ejercicio de sus actividades profesionales y académicas;*
- *La investigación básica y aplicada de alta calidad como modo principal de la creación de conocimiento. Se espera que la investigación contribuya al estudio de problemas humanos, sociales, ambientales, tecnológicos y productivos, con vistas a realizar aportes significativos para su resolución;*
- *La promoción e implementación del desarrollo tecnológico y social a partir del conocimiento producido por la Universidad en una interacción creadora con los distintos actores sociales; y*
- *La promoción de la cultura en todas sus manifestaciones como un modo de contribuir a garantizar los derechos culturales individuales y colectivos, en el marco de los principios fundamentales de la Universidad.*

(Estatuto de la Universidad, Res. AU 35/2017, art. 2º)

A partir de lo dispuesto, el Comité de Promoción y Acción Cultural concentra la mirada en la función de promoción y acción cultural como su dimensión principal de análisis, considerando “el ejercicio de los derechos culturales de todos los individuos y sectores sociales en forma amplia y auténtica, junto con su participación en el fortalecimiento, estímulo y desarrollo de la cultura, para contribuir a las diversas formas y modalidades culturales” (Estatuto UNGS: 46).

En este documento se plantean para ser considerados por los Consejos de Instituto:

- 1. Objetivos específicos** propuestos para la evaluación de la **función de promoción y acción cultural**.
- 2.** Aspectos a priorizar en la evaluación sobre el desarrollo de la función de promoción y acción cultural y los tipos de información que se requiere relevar para poder hacerlo. Estas definiciones se expresarán como **subdimensiones de análisis y criterios de evaluación**.

3. Las fuentes de información y actores claves a considerar en este proceso.

A. Objetivos específicos para la evaluación de la función de promoción y acción cultural.

Una primera aproximación a la evaluación de la promoción y acción cultural plantea la necesidad de recuperar los principios y compromisos que la Universidad asume desde su marco estatutario en relación con esta función principal.

Artículo 97º. *La función de promoción y acción cultural se realiza según los siguientes principios:*

a. *La cultura es constitutiva de la vida social en general y universitaria en particular. La Universidad cumple un rol activo en el desarrollo de sus valores éticos y estéticos y en su concreción en producciones en sus múltiples modalidades; como acervo, patrimonio y creación, en pos de una conciencia, pertenencia e identidad que respete lo diverso y plural, y promueva las relaciones y prácticas interculturales;*

b. *La Universidad se compromete a generar el acceso igualitario a los bienes culturales en su heterogeneidad para su expresión, comunicación, aprecio y disfrute por y para todos/as;*

c. *La Universidad contribuye al desarrollo plural de las culturas de todos los grupos que conforman su pueblo en lo diverso, considerando especialmente las necesidades, deseos, demandas y singularidades presentes en el marco regional y local;*

d. *La Universidad debe procurar las condiciones y recursos que permitan la producción cultural, en la que la Universidad participa con su aporte a la sociedad, a través de la generación de instancias, medios, herramientas e insumos que posibiliten la creación y producción de recursos culturales.*

Estos principios rectores serán el horizonte de sentido que enmarque los aspectos a considerar en tanto que la autoevaluación deberá interrogarse en relación con su cumplimiento: *¿En qué medida y de qué manera estos principios se están expresando en la función de promoción y acción cultural de la Universidad? ¿Cuáles acciones de los últimos años expresan esfuerzos de mejora para responder a los principios enunciados? ¿Qué efecto han tenido? ¿Cuáles son iniciativas en desarrollo que se han planteado para su mejor satisfacción? ¿Dónde pueden identificarse desafíos pendientes?*

A su vez, será necesario recuperar los desafíos y orientaciones planteados a la luz del primer proceso de autoevaluación y los diagnósticos, análisis y recomendaciones

de la evaluación institucional externa que oportunamente atravesó la Universidad. Al respecto se señala que la función de promoción y acción cultural fue considerada una función sustantiva a partir de la aprobación del nuevo estatuto, por lo tanto no fue evaluada como tal en el anterior proceso de Autoevaluación Institucional. No obstante sí se detallaron y describieron las actividades realizadas por el Centro Cultural.

Atendiendo a los principios expresados en el Estatuto y a las particularidades propias del proceso de evaluación de la función de promoción y acción cultural, se proponen los siguientes **objetivos específicos**:

- Construir en forma participativa un estado de situación sobre las actividades de promoción y acción cultural en la Universidad.
- Poner en diálogo dicho estado de situación con los principios expresados en el Estatuto.
- Identificar en qué medida las acciones asumidas a partir de la reforma del Estatuto responden a dichos principios, qué efecto han tenido, cuáles son las dificultades identificadas y los desafíos pendientes para el desarrollo de esta nueva función sustantiva.

B. Subdimensiones de análisis y criterios de evaluación

Se proponen a continuación subdimensiones para dar tratamiento a los tres objetivos enunciados:

- 1. Estructura y gestión institucional**
- 2. Acciones de promoción de la cultura**
- 3. Articulación entre las acciones de promoción cultural y otros actores de la región**

Como se definió anteriormente, el proceso de autoevaluación de esta función se orientará en los principios expresados en el artículo 97º del Estatuto. Estos principios entonces son los que estructuran las subdimensiones de análisis y los criterios de evaluación.

Resulta pertinente señalar que las tres subdimensiones planteadas son transversales a cada uno de los objetivos específicos expresados. Para cada subdimensión se propone un listado preliminar de actores institucionales a consultar.

La primera subdimensión, Estructura y gestión institucional, aborda el grado de compromiso y acción de la Universidad en la formulación e implementación de marcos

normativos, políticos e institucionales y la puesta a disposición de recursos, capacidades e infraestructura que favorezcan un desarrollo cultural participativo e inclusivo.

La segunda, Acciones de promoción de la cultura, implica considerar la diversidad de la oferta cultural de UNGS, a través de la programación, la formación y la producción.

Por último, la Articulación entre las acciones de promoción cultural y otros actores de la región se propone evaluar los modos en que la Universidad incorpora la mirada regional y local en la producción cultural universitaria y la difunde en el contexto regional, nacional e internacional.

1. Estructura y gestión institucional

- a) Análisis de los marcos normativos existentes sobre la materia en la institución.
- b) Coherencia entre las políticas explícitas de promoción y acción cultural, las actividades culturales y los principios establecidos en el estatuto para esta función.
- c) Primeros avances en el desarrollo e implementación de la nueva función de promoción y acción cultural en las Unidades Académicas y los desafíos pendientes para el desarrollo de esta función.
- d) Análisis de la articulación entre las actividades de promoción y acción cultural con las funciones de investigación, formación y promoción del desarrollo tecnológico y social.
- e) Grado de adecuación de la estructura de gestión para el desarrollo de esta función. Los procesos de gestión demandan articulación entre distintas unidades y actores institucionales. En este punto es posible analizar si el sistema de gestión acompaña el adecuado desarrollo de las tareas y qué ajustes podrían contemplarse para su mejora.
- f) Desarrollo de capacidades destinadas a la formación de aquellos que dictan cursos en torno a esta función: grado de adecuación y modos de designación en la estructura de la oferta formativa de la Secretaría de Cultura y Medios.
- g) Análisis de la infraestructura destinada a esta función: se propone abordar aquí la adecuación de la infraestructura a las necesidades que plantea el desarrollo de la promoción y acción cultural, incluyendo condiciones de accesibilidad y sustentabilidad.
- h) Disponibilidad de recursos presupuestarios destinados al desarrollo de las actividades de promoción y acción cultural, y planificación de otros modos de obtención de financiamiento para la realización de dichas actividades.

Actores a consultar:

- ADIUNGS
- APUNGS
- Comisión asesora de Cultura
- Comisión asesora de Medios
- Comisión de Discapacidad
- Comité de Recursos Humanos de Investigadores Docentes
- Comité de Recursos Humanos No Docente
- Coordinaciones de áreas del Polo de las Artes
- Area "Innovaciones en la transferencia, la comunicación y la popularización de la ciencia y la Tecnología" ICI
- Direcciones / Coordinaciones de Museos
- Secretaría de Administración
 - Dirección General de Infraestructura
 - Dirección General Económica Financiera
 - Dirección General de Personal
- Secretaría de Cultura y Medios
 - Dirección de gestión administrativa y difusión cultural
 - Dirección de Radio
 - Dirección Audiovisual
- Secretaría General
 - Dirección General de Comunicación Institucional y Prensa

2. Acciones de promoción de la cultura

Esta subdimensión implica considerar la diversidad de la oferta cultural de la UNGS, a través de la programación, la formación y la producción. Se incorporan a continuación tres criterios que aplican para cada uno de estos ejes:

- Identificación de políticas, estrategias y acciones relacionadas con la promoción y acción cultural para la ampliación de derechos y el respeto y resguardo de forma de vidas plurales, libres de discriminación y violencia de género.
- Identificación de políticas, estrategias y acciones relacionadas con la promoción y acción cultural orientadas a la integración de personas con discapacidad.
- Relevamiento de estrategias de difusión de las actividades de promoción y acción cultural

a) Programación:

- Adecuación de los criterios de programación con los principios establecidos para el cumplimiento de esta función.
- Coherencia entre la oferta programada en cuanto a temáticas (géneros, estilos, y procedencias), formatos, espacios y frecuencias de programación..
- Programación orientada a diferentes públicos y grado de participación de estudiantes, habitantes de la zona, grupos etarios, instituciones educativas y/o barriales.
- Estrategias de formación de público: Se trata de analizar las estrategias de consolidación de públicos implementadas.

b) Formación:

- Criterios de programación de actividades de formación de la Secretaría de Cultura y Medios y Unidades Académicas: Se propone analizar aquí los tipos de actividades formativas (formación continua, cursos y talleres u otros), destinadas tanto al enriquecimiento de las capacidades de apreciación, comprensión y disfrute de lenguajes y manifestaciones artísticas en distintas disciplinas, como a comunicar el conocimiento científico que se produce y circula en la Universidad.
- Análisis de los destinatarios de dichas formaciones en relación con su efectiva participación y finalización de sus estudios.

c) Producción

- Análisis de las producciones culturales y artísticas en relación con los principios que orientan la función de promoción y acción cultural.
- Análisis de las producciones de los medios de comunicación disponibles en la Universidad (Radio FM La UNI, el canal web UNITV, la Revista Noticias UNGS y la página web institucional) en relación con los principios que orientan la función y los resultados registrados.
- Modos de incidencia de la producción académica de la Universidad en la producción cultural.
- Relevamiento y análisis de piezas gráficas y multimediales destinadas a la comunicación pública de conocimiento.

Actores a consultar:

- ADIUNGS
- APUNGS

- Area "Innovaciones en la transferencia, la comunicación y la popularización de la ciencia y la tecnología" del ICI
- Comisión asesora de Cultura
- Comisión asesora de Medios
- Comisión de Discapacidad
- Consejo Social
- Coordinaciones de áreas del Polo de las Artes
- Coordinaciones de las Diplomaturas
- Dirección General de Coordinación Técnico Administrativa de cada Instituto
- Direcciones / Coordinaciones de Museos
- Instituto del Desarrollo Humano
 - Estudio de producción de medios del IDH
- Observatorio del Conurbano ICO
- Observatorio Cultural
- Secretaría Académica
 - Dirección de Formación Continua
- Secretaría de Cultura y Medios
 - Dirección de gestión administrativa y difusión cultural
 - Dirección de Radio
 - Dirección Audiovisual
 - Programa de Pueblos Originarios
- Secretaría General
 - Dirección General de Comunicación Institucional y Prensa
 - Programa de Políticas de Género
 - Programa de Memoria y Territorio
- Secretaría de Investigación
 - Dirección General editorial
 - UByD

3. Articulación entre las acciones de promoción cultural y otros actores de la región

- a) Grado de conocimiento de las actividades y propuestas culturales y de la producción de los medios de la Universidad entre estudiantes y otros actores específicos de la región.
- b) Análisis de la participación y consumo de las actividades y propuestas culturales y de la producción de los medios de la UNGS en la región.
- c) Articulación con el sistema educativo, escuelas primarias, medias e instituciones de nivel superior.
- d) Articulación con las propuestas de las organizaciones sociales de la región.
- e) Análisis de las representaciones del conurbano en las producciones culturales de la Universidad.
- f) Identificación de contenidos innovadores y nuevos lenguajes estéticos utilizados en las producciones culturales de la Universidad.

Actores a consultar

- Área "Innovaciones en la transferencia, la comunicación y la popularización de la ciencia y la tecnología" del ICI
- Comisión asesora de Cultura
- Comisión asesora de Medios

- Consejo Social
- Coordinaciones de áreas del Polo de las Artes
- Direcciones / Coordinaciones de Museos
- Secretaría de Cultura y Medios
 - Dirección de Radio
 - Dirección Audiovisual

- Secretaría General
 - Dirección General de Comunicación Institucional y Prensa
 - Dirección General de Relaciones Institucionales
 - Programa de Memoria y Territorio

- Secretaría de Investigación
 - Dirección General editorial
 - UByD

Actores a consultar y fuentes de Información

A continuación, se presenta una enumeración de los actores y las fuentes de información a considerar.

Actores institucionales:

- Asociaciones e instituciones del territorio. (ver organismos)
- Comité de Recursos Humanos No Docente
- Comité de Formación
- Comités de Carreras
- Consejo Social
- Dirección General de Coordinación Técnico Administrativa de cada Instituto
- FUNAS
- Coordinaciones de las Diplomaturas
- Secretaría de Cultura y Medios
 - Equipo de trabajo Cultura Campus
 - Dirección de Radio
 - Dirección Audiovisual
 - Directores de Museos
 - Coordinaciones de áreas del Polo de las Artes
 - Programa de Pueblos Originarios
 - Dirección de gestión administrativa y difusión cultural
- Secretaría de Administración
 - Dirección General de Infraestructura
 - Dirección General Económico Financiera
 - Dirección General de Personal
- Secretaría de Investigación
 - Dirección General de Desarrollo de la Investigación y Carrera Académica
 - Dirección General UByD
 - Dirección General Editorial
- Secretaría General
 - Dirección de Bienestar Universitario
 - Dirección General de Comunicación Institucional y Prensa
 - Equipo de trabajo de de apoyo a las Relaciones Institucionales
 - Programa de Políticas de Género

- Programa de Discapacidad
- Programa Memoria y Territorio

Normativa y fuentes de información:

- Informes Anuales UNGS
- Estatuto de la UNGS
- Informe Autoevaluación UNGS 2009
- Informe de Evaluación Externa CONEAU 2010
- Resolución CONEAU N° 382/11
- Lineamientos Generales para el proceso de Autoevaluación Institucional Res. CS N° 7377/19
- Lineamientos Generales de políticas culturales de la UNGS Resolución 6052/16 los.
- Lineamientos generales para una política de los medios de comunicación de la UNGS Resolución (CS) N° 6065/16.
- Resolución CS N° 6923/14 que establece la estructura organizativa, misiones y funciones del Sistema de Gestión
- Consumos Culturales indagados en el CENSO de Estudiantes
- Estudio "Producción y consumo audiovisual de estudiantes en la UNGS" realizado en el ICO
- Observatorio Cultural