



## **COMISIÓN DE ENSEÑANZA NO ESTRUCTURADA**

### **INFORME DE COMISIÓN**

#### **DIMENSIONES DE ANÁLISIS TRANSVERSAL:**

***5ª) Comunicación institucional /  
Transparencia***

***7ª) Seguridad institucional (normativa y  
técnica)***

***8ª) Desarrollo y aplicación efectiva de los  
recursos***

## SUB COMISIÓN DE ENSEÑANZA NO ESTRUCTURADA

### ANÁLISIS DE SITUACIÓN: FODA

#### **Comunicación institucional/Transparencia; Seguridad institucional (normativa y técnica) y Desarrollo y aplicación efectiva de los recursos**

#### **7.1 La comunicación institucional, la transparencia, la seguridad normativa/técnica y la utilización efectiva de los recursos como herramientas que permiten vehicular la pertinencia y la calidad**

Primero abordaremos a estas tres dimensiones, propias de los aspectos de gestión, en forma conjunta y general, para luego abordarlos individualmente en relación a la ENE. El conjunto de estas tres dimensiones son imprescindibles para: a) hacer perceptible la misión de la universidad a la comunidad toda, b) asegurar un funcionamiento previsible a la comunidad y c) maximizar la utilización de los recursos físicos y humanos.

Estas dimensiones están íntimamente relacionadas entre sí y el **organigrama institucional** de la UNC, en donde se detallan las **funciones** propias de cada área, constituye un documento esclarecedor para comprender la función individual que desempeña cada miembro de la comunidad, para concretar finalmente la misión colectiva. En esta visión global de la gestión de la UNC, la tarea directiva alcanza un papel fundamental al identificar las estrategias, acciones y mecanismos para influir y conseguir que el personal docente y administrativo trabaje en forma conjunta para alcanzar cada uno de los objetivos definidos en sus estatutos y consolidar una oferta educativa/formativa pertinente y de calidad.

En la UNC existe un importante consenso con respecto a la necesidad de profundizar y fortalecer la participación y la democracia universitaria; mejorar la calidad institucional y la transparencia de los actos de gobierno; revalorizar el rol de los órganos colegiados de gobierno como ámbitos de análisis, discusión, diseño de políticas y toma de decisiones; y promover una cultura política que privilegie la construcción de consensos; aspectos que se potencian cada vez que se renueva la normativa. El ejercicio democrático en el Consejo Superior, los Consejos Directivos, los órganos de gestión de carreras, etc. generan un intercambio y debate de ideas, llegando a consensos sobre la implementación de nuevas carreras, el llamado a concurso o la continuidad de sus docentes, la relación con el Ministerio de Educación y muchos otros aspectos que involucran a los recursos físicos y humanos. La vinculación entre la sociedad y los currículos de las diferentes carreras es así gestionada en una relación bidireccional que permite la mutua influencia.

#### **7.1.1 El Consejo Social Consultivo como herramienta que aporte a la comunicación interinstitucional**

A fines de 2002, el Consejo Superior de la UNC creó, mediante una ordenanza, el Consejo Social Consultivo (CSC), un órgano pensado como una instancia de articulación de la Casa de Trejo con las organizaciones sociales de los sectores productivo, comercial, cultural y científico.

El principal objetivo de este espacio es reconocer las necesidades específicas de la comunidad para desarrollar acciones académicas, productivas, de investigación, extensión universitaria, transferencia tecnológica y científica que brinden respuesta a tales inquietudes. Este órgano impulsa líneas de trabajo para obtener recursos materiales y económicos destinados a elevar el nivel académico y de gestión de la universidad, como así también generar convenios para que los



estudiantes puedan realizar prácticas en instituciones de la comunidad, tanto del ámbito privado como público.

En los estatutos de la UNC hay tres artículos que se refieren al mismo, de los cuales reproducimos dos que son pertinentes a la ENE:

Artículo 103: El Consejo Social Consultivo participará, en carácter de órgano asesor, del Honorable Consejo Superior y aconsejará al Rector.

Estará compuesto por quince (15) representantes: de entidades gremiales, de sectores productivos, de organizaciones sociales, de organizaciones de derechos humanos y de instituciones de la sociedad civil.

Artículo 104: Son propósitos principales del Consejo Social Consultivo:

- a) Contribuir en el cumplimiento de la misión de la Universidad Nacional de Córdoba expresada en el Art. 2 de este Estatuto.
- b) Cooperar, específicamente, con la articulación entre la Universidad Nacional de Córdoba y el medio social en el que está inserta.

La composición del Consejo asegura a través de sus miembros una trama de conectividad con la sociedad en forma variada y amplia:

- Cooperativismo: Comisión Asesora Local del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos, y las federaciones que nuclean a las cooperativas de servicios públicos (FECESCOR, COLSECOR y FACE).
- Asamblea de Pequeños y Medianos Empresarios.
- Ente Intercomunal del Norte de Córdoba.
- CGT Regional Córdoba.
- Asociación de Psiquiatras Argentinos Regional Córdoba.
- Córdoba Technology Cluster
- Fundación Inclusión Social | Marisa Failla y Natalia Herrera
- Colectivos de género: Mujeres de la Matria Latinoamericana - Mumala, NiUnaMenos; Córdoba.
- Movimientos de Derechos Humanos: Agrupación HIJOS Córdoba y Abuelas de Plaza de Mayo Filial Córdoba.

#### 7.1.2 El Campus Virtual como herramienta que aporte a la comunicación interinstitucional

En el año 2016 el HCS dicta la resolución 618 por la cual se crea el Campus Virtual, allí se definen sus objetivos como "ofrecer, administrar y desarrollar programas educativos en la modalidad no presencial y ofrecer un entorno de comunicación virtual para las actividades de docencia, de investigación, extensión y difusión de la cultura." Además establece que "comprende el Área de Tecnología, Educación y Comunicación (ArTEC)."

Esta comisión entiende que la comunicación virtual es una parte importante de las ENE.

#### 7.2 La comunicación institucional (CI) es indispensable para contribuir a la pertinencia, calidad y transparencia de la ENE

Se entiende la comunicación como una dimensión constitutiva de lo social, que se da en distintos niveles -desde los masivos a los interpersonales- y en los cuales ninguno es independiente de los demás. También es necesario señalar el componente procesual que caracteriza toda iniciativa en el ámbito de la comunicación. Además, la comunicación debe ser proactiva, continuada en el



tiempo y coherente con la imagen de propuesta que se quiere sostener ante la comunidad intra y extrauniversitaria. Por esta razón, es importante no confundir el campo del mercado publicitario con el ámbito que nos ocupa.

La CI debe ser pensada y diseñada de acuerdo con un programa que fije los valores a promover, las metas, los destinatarios, los recursos y los medios de comunicación pertinentes para que sea comprendida.

Consideramos que las líneas de acción que se emprendan en apoyo a las acciones de comunicación deben ser planteadas con un abordaje integral. Esta concepción parte de la idea de entender la comunicación como un proceso que implica las fases de producción, circulación, consumo y retroalimentación de bienes simbólicos. Estos bienes simbólicos se refieren tanto a la imagen visual (gráfica, audiovisual, multimedial, etc.) que busca un reconocimiento rápido e inequívoco de la entidad por parte de los destinatarios, como a lo conceptual, el contenido que se difunda. De esta manera, ambos aspectos deben ser coherentes entre sí al momento de proyectar una idea, una filosofía de trabajo. Esta visión integral, compartida por quienes integren el proyecto, es lo que dará una identidad corporativa clara e inteligible, interna y externamente.

En relación a la identidad, Wally Olins considera que la finalidad y pertenencia son las dos facetas que la componen y, por lo tanto, debe ser visible, tangible y omnipresente. "Una empresa – sostiene Olins- sólo funcionará bien si quienes trabajan en ella tienen sensación de pertenencia, si están orgullosos de su organización, de lo que hace, si comparten algún tipo de cultura común, si están de acuerdo sobre los comportamientos aceptables e inaceptables en el seno de la organización, si entienden explícita e implícitamente los objetivos y las aspiraciones de la institución en su conjunto" (Olins, W, Identidad Corporativa, 1991, pág. 231).

La CI debe asegurar una actitud de escucha para iniciar para luego compartir la política y acciones a desarrollar por la gestión. Por todo lo expuesto, cada estrategia o acción de comunicación que se encare debe ser una afirmación de la identidad de la organización y, a la vez, cada actividad de comunicación debe contribuir a forjar y reforzar la imagen corporativa del programa ENE.

### **8.1 Los recursos, su obtención y utilización para el desarrollo social relacionado a la ENE**

La educación superior se ha vuelto más compleja, en la misma los trayectos de ENE apuntan a atender un público definido, lo que determina un costo probablemente superior al de las carreras masivas y con asignaturas más estándares o clásicas. La afluencia de recursos a las IES, no parece que pueda provenir de los estados nacionales y/o provinciales, lo que acentúa un interés en la racionalidad de los procesos y en la utilización de los recursos, mediante la incorporación de fondos de otro origen. En este sentido, la necesidad de integración del trabajo docente y científico (interdisciplinariedad, transdisciplinariedad) y su proyección institucional como trabajo cooperativo que se vuelca a la sociedad, propone otras fuentes que podrían contribuir con recursos físicos y humanos. Es importante en este sentido notar la íntima relación que en estos cursos de ENE habría entre los recursos, el objeto de estudio/formación, las estrategias de enseñanza-aprendizaje, a diferencia de lo que ocurre con las carreras clásicas.

#### **81.1. Los ámbitos laborales como fuentes de recursos para el conocimiento**



Gran parte del conocimiento se crea en los ambientes laborales a través de la comunicación y el aprendizaje del hacer, en lugar de adquirirse por medio de la educación formal. Por ello, los modelos modernos de aprendizaje reconocen la existencia de vínculos fuertes entre educación, investigación, innovación y trabajo.

La educación clásica estructurada resuelve solo una parte de las competencias que una persona requiere para su desarrollo, por otro lado el estudio en solitario o autodidacta es demasiado lento. En consecuencia se requieren nuevas formas de compartir y utilizar el conocimiento, y por lo tanto en la enseñanza se hace necesario usar nuevas metodologías, ambientes y herramientas. Gran parte de nuestro conocimiento es tácito y por lo tanto difícil de transferir; por ello el compartir valores y crear lazos de confianza son determinantes a la hora de crear conocimiento, sobre todo cuando se trata de tareas innovadoras.

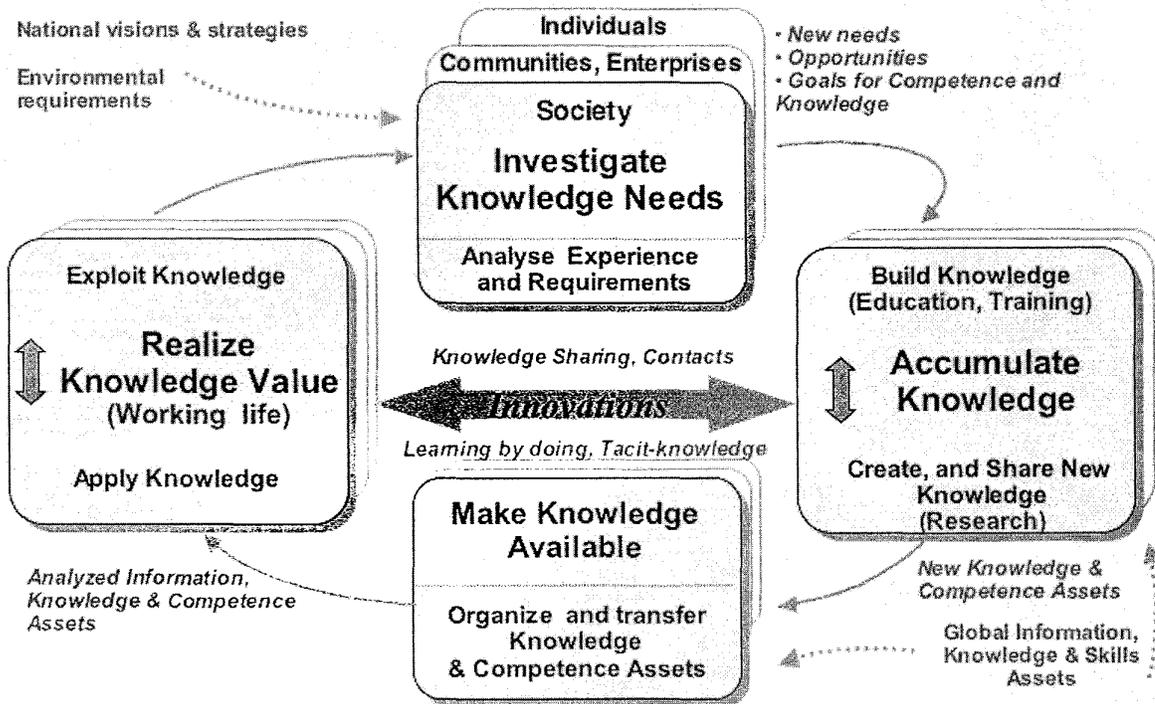
El acceso a la información y competencias por los individuos, los nuevos desarrollos en la gestión empresarial y la emergente economía creativa van a crear nuevos tipos de actividades que podrán ser aprovechadas por aquellos países que tradicionalmente no han sido considerados líderes; ya que el conocimiento es diferente a todo otro tipo de producción, no puede ser heredada, sino que debe ser adquirido o desarrollado por cada individuo, y cada uno comienza con el mismo nivel de total ignorancia (Drucker, 2002, *Managing in the next society*. London: Butterworth-Heinemann).

El ámbito de la acción social también es un contexto educativo. Para sobrevivir las organizaciones ensayan modos de actuar alternativos, acordes a las exigencias y demandas sociales y del medio externo particular en el que viven. Estas variaciones son construidas por sus miembros de manera social y cognitiva, en permanente interrelación unos con otros y con el contexto específico. Algunas de estas variaciones son retenidas y capitalizadas por la comunidad y se convierten en nuevas capacidades de trabajo y habilidades. Este proceso de generar, seleccionar y retener nuevas capacidades colectivas que se produce en el trabajo, se denomina aprendizaje colectivo el cual es un proceso amplio (planeado o no) de generación de conocimiento, que lleva a la adquisición de nuevos desempeños compartidos y disponibles para ser puestos en acción ante diferentes situaciones; el trabajo se visualiza como espacio de producción de subjetividad, como actividad situada en un contexto determinado y mediado por la acción colectiva (Gore, E. 2003. *Conocimiento colectivo: La formación laboral y la generación de capacidades colectivas a la luz de un análisis de casos*. Ed. Barcelona Granica.)

Los nuevos modelos de creación de conocimiento vinculan el aprendizaje, el trabajo y la relación con lo social. Abajo se reproduce un modelo realizado Kaisa Kautto-Koivula y Marita Huhtaniemi donde se evidencian estas interrelaciones (*Evolution towards human-centric knowledge society. Can societies learn from global corporations? In Global Peace Through The Global University System 2003 Edited by T. Varis, T. Utsumi, and W. R. Klemm; University of Tampere, Hameenlinna, Finlandia*);



# A Model for Knowledge & Competence Management



Source: Kautto-Koivula (1998), adapted. K. Wiig 1995)

Dimensión analizada: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL/TRANSPARENCIA y SEGURIDAD INSTITUCIONAL (NORMATIVA Y TÉCNICA)

#### FORTALEZAS

1. Existencia de normativas que hacen a la transparencia en los actos de gobierno.
2. Normalización y registro Institucional de una variedad de titulaciones de distintos niveles y orientación, algunas de las cuales tienen reconocimiento social.
3. Miembros de la UNC que participan, a título personal, en comités de ética profesional.
4. La experiencia de discutir (con el significado en inglés) poniendo en común.
5. La existencia de diversos organismos de comunicación con distintas misiones (SRT, y streaming facultades, el Consejo Social Consultivo).
6. Seguridad de los procedimientos administrativos que favorecen el resguardo de la legalidad de la información.

#### DEBILIDADES

1. Carencia parcial de enfoques comunicativos dirigidos a una sociedad diversificada, tanto local como regional, sobre todo a aquella más alejada culturalmente.
2. Ausencia de un comité de ética conjunto interclaustrado de la UNC.
3. Ausencia de la creencia compartida sobre el deber de la UNC, de favorecer el desarrollo del proyecto de vida de sus actores y el bienestar de la sociedad.
4. Déficit en los sistemas de comunicación y divulgación de la información en relación a lo que establecen los marcos normativos nacionales.
5. Ausencia de canales específicos para la participación sistemática y continua de los ciudadanos en los procesos de la UNC.

#### OPORTUNIDADES

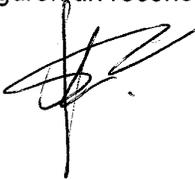
1. La valoración positiva que tienen distintos organismos multisectoriales de la opinión experta de la UNC.
2. La existencia de comisiones de educación en los ámbitos legislativos.
3. La permanente revisión, actualización e inclusión a nivel nacional del registro de todo tipo de titulaciones.



4. La articulación en el reconocimiento de competencias laborales a nivel Mercosur y OIT,

#### PROBLEMAS / RIESGOS

1. La alta variabilidad e inestabilidad de los desarrollos industriales y comerciales de la región (integración con el medio).
2. Las diferencias en los códigos comunicacionales de los grupos a los que se pretende llegar con las propuestas de ENE.
3. La ausencia de normativas en relación a los alcances de las titulaciones de la ENE que aseguren un reconocimiento u homologación a nivel nacional.



## B. OBJETIVOS GENERALES Y LÍNEAS DE ACCIÓN

**OBJETIVO 1:** Institucionalización de normativas y actos administrativos que generen, legitimen y aseguren el desarrollo de las ENE en la UNC (normativa específica).

### LÍNEAS DE ACCIÓN:

- 1.1. Llevar al HCS una propuesta de ordenanza que cree un área específica para la ENE.
- 1.2. Diseñar un sistema propio de titulaciones que puedan adaptarse rápidamente a las demandas sociales.
- 1.3. Diseñar el protocolo para la puesta en marcha de cada una de las propuestas de ENE, donde queden explicitados objetivos, alcances, metodología, indicadores de calidad y propuestas de mejora.

**OBJETIVO 2:** Creación de un área de Comunicación Institucional vinculada a las ENE para intervenir desde la perspectiva comunicacional que dé cuenta de las características procesual, integral y consensuadas requeridas por la propuesta de ENE. Esta intervención deberá sensibilizar a la comunidad, con especial atención al público interno, realizando el análisis interno de demandas de información y comunicación, en el marco de su implementación.

### LÍNEAS DE ACCIÓN:

- 1.1. Potenciar el aprovechamiento de los canales de comunicación existentes y/o generar otros, si fuera necesario, que posibiliten informar de manera clara y transparente sobre aspectos vinculados a los objetivos, alcances y actores involucrados en la ENE.
- 1.2. Definir un plan de comunicación que acompañe el proceso de incorporación de ENE como parte de la misión de la UNC.
- 1.3. Elaborar un mapa de públicos con un diseño, desarrollo y ejecución de estrategias específicas para cada uno.
- 1.4. Definir una identidad visual en coherencia con los principios conceptuales que sostiene la ENE.



Dimensión analizada: **DESARROLLO Y APLICACIÓN EFECTIVA DE LOS RECURSOS**

**FORTALEZAS**

1. Existe en la UNC mecanismos de asignación de recursos y de revisión por auditoría.
2. La incorporación de las ENE en el PEP presupone la intención de apoyar económicamente estos trayectos formativos.

**DEBILIDADES**

- 1.No existen partidas presupuestarias destinadas a la ENE y si no se delimitan adecuadamente las partidas que se pudieran asignar, las mismas serán destinadas a la educación estructurada o la extensión.

**OPORTUNIDADES**

1. Existencia de acuerdos y mecanismos de cooperación gremiales y políticos para la formación de sus miembros/empleados.

**PROBLEMAS / RIESGOS**

1. Insuficientes fondos en el presupuesto nacional identificados para ENE.



## B. OBJETIVOS GENERALES Y LÍNEAS DE ACCIÓN

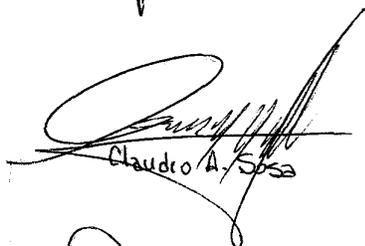
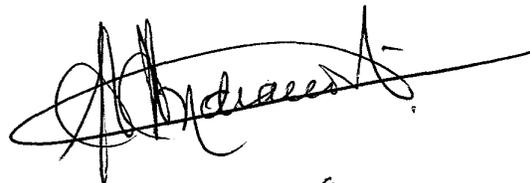
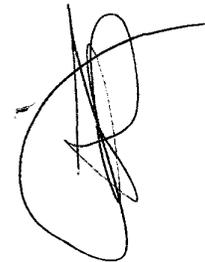
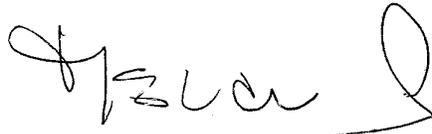
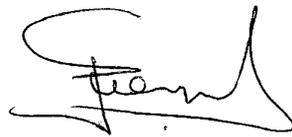
OBJETIVO 1: Dotar de asignaciones presupuestarias específicas para el área que tenga a su cargo las propuestas de ENE.

### LÍNEAS DE ACCIÓN:

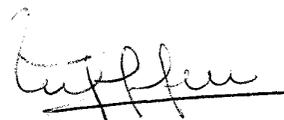
- 1.1. Crear un programa de ENE específico con los recursos asignados en el presupuesto de la UNC.
- 1.2. Relevar y tratar de obtener fondos para las ENE que provengan de otros organismos, privados y públicos.
- 1.3. Establecer un mecanismo transparente de recepción y gestión de los fondos internos y externos destinados a las actividades de ENE.

OBJETIVO 2: Creación de una Red Inter-Institucional que posibilite el desarrollo de trayectos mediante el aprovechamiento de RRHH, Técnicos y Físicos; en forma sinérgica

- 2.1 Relevamiento e identificación de necesidades a satisfacer autofinanciables y no.
- 2.2 Relevamiento de la oferta integrada conjunta.



Claudio A. Sosa



Antoñeta D. Peola