

**CONVENIO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO DE
CAPACITACIÓN ENTRE EL MINISTERIO DE CULTURA DE LA NACION Y LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES**

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, entre el **MINISTERIO DE CULTURA DE LA NACIÓN**, representada en este acto por el Sr. Ministro Tristan BAUER, con domicilio en la calle Alvear 1690, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires -en adelante el “**MINISTERIO**”-, y la **UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES** -en adelante la “**UNQ**”-, representada en este acto por el Señor Dr. Alejandro VILLAR, en su carácter de Rector, según nombramiento de la Asamblea Universitaria celebrada en la mencionada universidad el día 26 de octubre de 2016, con domicilio constituido en la calle Roque Sáenz Peña 352, localidad de Bernal, partido de Quilmes, provincia de Buenos Aires; convienen celebrar el presente “Convenio de Prestación de Servicio de Capacitación” para la CONABIP, organismo desconcentrado del MINISTERIO DE CULTURA DE LA NACIÓN. Que “**LAS PARTES**” de común acuerdo convienen suscribir el presente que se regirá de acuerdo a las siguientes cláusulas y condiciones:

CLAUSULA PRIMERA: El “Plan Nacional de Capacitación” tiene como objetivos principales: • Promover la capacitación y formación bibliotecológica de "idóneos", dotando a las instituciones de herramientas para optimizar el Sistema de Gestión utilizado por las bibliotecas populares. • Promover la capacitación y formación en auto-gestión organizativa y financiera, incorporando conocimientos y técnicas de planificación, búsqueda y administración de recursos. • Promover la capacitación y formación en gestión social, participativa y en conformación de redes de organizaciones sociales, transfiriendo conocimientos y habilidades en planificación estratégica y participativa. • Promover la capacitación y formación en animación a la lectura, incluyendo contenidos y técnicas para facilitar el acceso al libro y la lectura. • Promover la capacitación y formación en gestión cultural, basada en la incorporación de técnicas de planificación, ejecución y evaluación de proyectos culturales. • Promover la capacitación y formación en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), incorporando herramientas y conocimientos para operarlas, cuyos detalles serán acordados entre “LAS PARTES”, e incluirá el Servicio de Capacitación en modalidad virtual sobre “Estrategias de Comunicación para Redes Sociales” destinado a comunicadores de bibliotecas populares que integran la red de CONABIP y que desarrollan su actividad en las redes sociales de esas instituciones.

CLAUSULA SEGUNDA: El presente Convenio tiene por objeto la contratación de un Servicio de Capacitación en modalidad virtual sobre “Estrategias de Comunicación para Redes Sociales” destinado a comunicadores de bibliotecas populares que integran la red de CONABIP y que desarrollan su actividad en las redes sociales de esas instituciones, en el marco del Plan Nacional de Capacitación 2020, plataforma diseñada por la citada Universidad Nacional de Quilmes en los años 2011 y 2012 utilizada por esta Comisión Nacional para brindar cursos virtuales gratuitos para los representantes de las Bibliotecas Populares de todo nuestro país en distintas temáticas contempladas tales como: bibliotecología y gestión bibliotecaria, gestión social y cultural, promoción de derechos, tecnologías de la comunicación y la información, promoción de la lectura y preservación patrimonial; en el marco de lo establecido en el artículo 25, inciso d), apartado 9°, del Decreto N° 1023/01, lo reglamentado en el artículo 23 y 23 bis del Reglamento del Régimen de Contrataciones de la Administración Nacional, aprobado por Decreto N.º 1030/16 y lo establecido por el Decreto N.º 641/2018.

CLAUSULA TERCERA: Los objetivos generales del Servicio de Capacitación en modalidad virtual sobre “Estrategias de Comunicación para Redes Sociales” son: • Diagnosticar el estado de la comunicación digital de la institución y propender acciones de comunicación en función de las fortalezas y debilidades reconocidas. • Reconocer públicos objetivos. • Reconocer diferencias entre redes sociales y plataformas de contenidos. • Reconocer herramientas lingüísticas y sus usos en función de la estrategia de comunicación. • Trazar estrategias de comunicación y marketing en redes sociales y plataformas de contenidos.

CLAUSULA CUARTA: Los objetivos específicos de dicha actividad se receptan sobre: • ¿Cómo determinar el estado del arte de la comunicación institucional? Diagnóstico de la comunicación. Recolección y análisis de datos. Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (Análisis FODA). Fundamentación del proyecto político comunicacional de la institución. • ¿A quién le hablamos? Reconocimiento de públicos objetivos. Análisis estratégico de las herramientas de comunicación en función de esos públicos. Diferencias en el direccionamiento de mensajes: ¿receptores activos/pasivos? Nociones de retroalimentación y canales de circulación.

CLAUSULA QUINTA: “LAS PARTES” acuerdan que dicha actividad deberá cumplimentar con la siguiente estructura: • A través de cada módulo se propondrá lecturas críticas tendientes a profundizar la reflexión de la construcción discursiva en función de un proyecto político comunicacional concreto, y su correlación con el capital simbólico que las instituciones pondrán en juego en su presencia -sistemática y estratégica- en redes sociales y plataformas de contenidos. • Cada módulo contará con actividades prácticas y diversos recursos didácticos y metodológicos, lecturas obligatorias y recomendadas, ejemplos y guías de evaluación. • En simultáneo, se trabajará en formato taller mediante foros de discusión y otras herramientas (cuestionarios, trabajos colaborativos) para evaluar la adquisición de conocimientos. • El curso se organiza en ocho módulos distribuidos en ocho semanas consecutivas. • Cada módulo implica una carga horaria de DIEZ (10) horas promedio, por lo que la duración total del curso será de OCHENTA (80) horas cátedra. • Cada semana los estudiantes accederán una estructura modular que incluye una clase explicativa sobre los contenidos, lecturas obligatorias y recomendadas, y herramientas de evaluación y auto-evaluación para acreditar la adquisición de los conocimientos necesarios.

CLAUSULA SEXTA: “LAS PARTES” acuerdan que los contenidos y el plan de trabajo para el objeto de la presente contratación serán llevados a cabo de acuerdo al siguiente esquema: • Modulo 1: ¿Cómo pensamos que comunicamos? - Semana 1 - Contenido de la clase: Análisis de la comunicación interna y externa: mitos y verdades sobre quienes somos, que hacemos y cómo lo damos a conocer. Herramientas para el diagnóstico del estado de la comunicación. Grupos focales. Encuestas. Recolección y análisis de datos. Concepto de “briefing” y articulación con análisis FODA. Construcción de un proyecto político comunicacional. - Lecturas: • Bruno, Daniela. “El diagnóstico de comunicación. Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación”. Disponible en <https://porunsiglo.files.wordpress.com/2011/02/el-diagnoc3b3sticocomunicacionaldanielabrano.pdf> • OXFAM. “¿Cómo hacer un diagnóstico de comunicación social? Pistas para desarrollar estrategias exitosas”. Disponible en https://peru.oxfam.org/sites/peru.oxfam.org/files/file_attachments/C%C3%B3mo%20Hacer%20un%20Diagn%C3%B3stico%20de%20Comunicaci%C3%B3n_3_0.pdf • Bendezú, Raúl. “Elementos para aplicar la matriz FODA a problemas de Comunicación”. Revista Información Pública, Vol. 6, N°1, pp.13-28. Chile. 2014. - Actividades: Foros de intercambio general para compartir experiencias. • Modulo 2: ¿A quién comunicamos? - Semana 2 -

Contenido de la clase: Construcción de la noción de públicos objetivos. Adecuación de discursos a partir de la relación con ellos. Estrategias de construcción discursiva en función de la relación con los públicos objetivos. Retroalimentación de discursos. - Lecturas: • FLACSO. Definición del público objetivo en procesos de Comunicación y Educación para el Desarrollo Sostenible. Disponible en <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=11073> • “Comunicación - Feedback y retroalimentación” <http://jfloridod.blogspot.com/2012/05/comunicacion-feedback-y.html> – Actividades: • Foros de intercambio general para compartir experiencias • Trabajo práctico individual: determinar el Proyecto Político-Comunicacional (PPC) de la institución a partir del diagnóstico realizado. • Módulo 3: Principales redes sociales y plataformas de contenidos - Semana 3 - Contenido de la clase: ¿Cuáles son las diferencias entre una red social y una plataforma de contenido? Especificidades. “Las tres grandes”: Facebook, Twitter, Instagram. Elementos de comunicación utilizados en cada una de ellas. YouTube: el poder del discurso audiovisual. - Lecturas: • Zanoni, Leandro. “El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0”. Buenos Aires. Ediciones B, 2008. • Polo, Juan Diego. “Twitter... Para quien no usa Twitter”. Madrid. Bubok. 2009 • Lavallo, Alejandro. “De Bajtin al smartphone: Instagram, ¿una nueva topología espectacular?”. Buenos Aires. UBA - Ciencias de la Comunicación. 2018. Disponible en <http://comunicacion.sociales.uba.ar/wpcontent/uploads/sites/16/2018/06/TESES-lavalle-terminada.pdf> – Actividades: Foro de intercambio: Análisis colectivo de redes sociales existentes • Módulo 4: Sitios web, blogs y otras redes - Semana 4 - Contenido de la clase: • La importancia del sitio web como espacio de anclaje de discursos en redes. Blogs: ¿Qué son y cómo funcionan? Otras redes: especificidades, formatos de discurso, relevancia. - Lecturas: We Are Social. Digital 2020 Argentina (en inglés). Disponible en <https://datareportal.com/reports/digital-2020-argentina> • ¿Cómo crear una página web gratis? 13 magníficas alternativas. Disponible en <https://www.websitotooltester.com/es/blog/pagina-web-gratis/> - Actividades: • Foro de intercambio: Análisis colectivo de redes sociales existentes • Trabajo práctico individual: crear una web o un blog. • Módulo 5: Nuevos panoramas ¿Cómo comunicamos desde ahora? - Semana 5 - Contenido de la clase: ▪ Discursos de acuerdo con las especificidades de las redes y plataformas. Problematización de la circulación de capital simbólico en las redes sociales. Consideraciones previas a la producción de contenidos. Seguimiento de los impactos. Síntesis. - Lecturas: • Restucci, Diego; Cueto, Lucía. “El peso de las redes en la comunicación de las restituciones” en “El rol del periodismo en la restitución de identidades”. Bernal. Universidad Nacional de Quilmes. 2019. Actividades: • Foro de intercambio: Análisis discursivo en función de las especificidades de cada red social. • Trabajo práctico individual: plasmar sintéticamente el PPC en una producción específica para una red social a elegir. • Módulo 6: Nociones de producción multimedial - Semana 6 - Contenido de la clase ▪ Cómo producir discursos gráficos, audiovisuales, radiofónicos. Herramientas de diseño y edición. - Lecturas: • Loudet, Pablo; Reinoso, Daniel; Seba, Alejandro; Sigismondo, Paula. “Hacia un arte multimedial esencial”. Disponible en http://www.abc.gov.ar/artistica/sites/default/files/hacia_un_arte_multimedial_esencia.pdf – Actividades: • Foro de intercambio: Análisis estéticos en función de las especificidades de cada red social. • Trabajo práctico individual: creación de una publicación que combine distintos lenguajes, en una red social a elegir. • Módulo 7: Profundizar la estrategia de comunicación - Semana 7 - Contenido de la clase: ▪ Comunicación sistemática y sistematizada. Comunicación dinámica. Sistematización de la retroalimentación. Herramientas de análisis de circulación e impacto de publicaciones. SEO. SEM – Lecturas: • Tipán Barrera, Giovanna (comp). “¿Cómo sistematizar? Una apuesta metodológica para el aprendizaje en las organizaciones”. Quito. Nueva Red. 2006 – Actividades: • Foro de intercambio: Estrategias de sistematización. • Módulo 8: ¿y si lo

hacemos más personal? - Semana 8 - Contenido de la clase: ▪ Listas de correo. Chatbots. Mensajería instantánea como elemento de seguimiento de públicos objetivos. Grupos focales “virtuales”. Encuestas web. Adaptación y readaptación del capital simbólico. - Actividades: • Trabajo práctico integrador: Presentación de una estrategia de comunicación global.

CLAUSULA SÉPTIMA: “LAS PARTES” intervinientes concuerdan en que los criterios de evaluación para el desarrollo de la mentada actividad: • Valorará la participación individual de cada estudiante en el seguimiento del plan de trabajo, la exploración de los contenidos teóricos, las lecturas asignadas a cada clase y la superación de todas las actividades grupales basadas en sus consignas, especificaciones y guías de evaluación. También se pone de manifiesto la importancia de la auto-evaluación y la evaluación entre pares. • A los fines de la acreditación, cada participante obtendrá una calificación de índole cualitativa y conceptual (aprobado/desaprobado), junto a una calificación numérica.

CLAUSULA OCTAVA: “LAS PARTES” convienen que el plazo acordado para la concreción de la prestación de dicho servicio será de CUARENTA Y CINCO (45) días a partir de la notificación fehaciente de la orden de compra.

CLAUSULA NOVENA: Como retribución por la prestación a cumplir por la “UNQ”, el “MINISTERIO” se compromete a abonar la suma total de PESOS DOSCIENTOS ONCE MIL DOSCIENTOS (\$211.200.-), que serán transferidos previa conformidad -por porte de autoridad competente- de los servicios prestados por la Universidad, a la cuenta perteneciente a “UNQ”. (Banco de la Nación Argentina; Suc. N° 9214; Cuenta Corriente en pesos N° 199240/95; CBU N.º 01100549-20000199240957).

CLAUSULA DÉCIMA: El “MINISTERIO” abonará lo establecido en la CLÁUSULA NOVENA, con imputación a los recursos previstos a ese Ministerio, mediante el PRESUPUESTO GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN NACIONAL aprobado por la Ley N° 27.467, distribuido por la Decisión Administrativa N° 1 de fecha 10 de enero de 2020, prorrogado por Decreto N° 4/2020.

CLAUSULA DÉCIMO PRIMERA: En cualquier momento el “MINISTERIO”, podrá solicitar informes, o inspeccionar los servicios, como así también controlar, en general, todas las tareas contratadas por el presente. La “UNQ” deberá dar cumplimiento a todas las instrucciones emitidas por la Señora Presidente a cargo de la “CONABIP”, o quien ella designe.

CLÁUSULA DÉCIMO SEGUNDA: En la ejecución del presente, la “UNQ” actuará como una entidad independiente y no como un empleado o agente del “MINISTERIO”. La “UNQ” será responsable del pago de los impuestos que le resulten aplicables como consecuencia de la firma del presente.

La totalidad de los profesionales y personal que la “UNQ” vinculará para cumplir su obligación no tienen ni tendrán vínculo laboral alguno con el “MINISTERIO”. Por tal razón la “UNQ” se obliga a mantener indemne el “MINISTERIO” ante la eventualidad de cualquier futuro reclamo de los profesionales o personal que se desempeñe en el proyecto objeto del presente contrato.

Asimismo, la “UNQ” se obliga a hacer firmar un pacto de confidencialidad con todas las personas que intervengan para la realización del objeto de esta contratación.

CLÁUSULA DÉCIMO TERCERA: Los derechos de propiedad de autor, exhibición, comercialización, así como cualquier otro Derecho intelectual y/o patrimonial de cualquier

naturaleza, sobre cualquier obra, video, publicación virtual y/o informe producidos como consecuencia de este convenio pertenecerán en forma exclusiva al “MINISTERIO”.

CLAUSULA DÉCIMO CUARTA: La “UNQ” se obliga a no divulgar o utilizar en ningún momento la información confidencial que surja en virtud del presente convenio. Será considerada “información confidencial” a los efectos del presente toda información revelada directa o indirectamente por “**LAS PARTES**” entre sí, en virtud del presente convenio, y sus negociaciones previas, incluyendo el contenido y resultados las tareas encomendadas a “**LAS PARTES**” en el presente convenio, independientemente del modo que dicha información sea revelada y/o almacenada. Se exceptúa de tal obligación aquella información que sea considerada de interés público o la utilizada con fines científicos.

Asimismo, la “UNQ” no revelará información confidencial a terceros salvo autorización expresa del “**MINISTERIO**”, la cual deberá instrumentarse en forma expresa y por escrito. A los fines de la presente cláusula, se entenderá por “tercero” a toda persona ajena a “**LAS PARTES**”, incluyendo, sin limitación, a aquellos empleados que no tuvieran necesidad de conocer la información confidencial en virtud de la ejecución de las tareas encomendadas en el marco del convenio, a los medios de comunicación, ya sean privados y/o estatales, y a toda otra persona o institución, pública o privada, que no sea parte del presente; entendiéndose por “revelar” y “revelación”, a la divulgación de información realizada en forma oral, escrita o electrónica, personalmente o a través de cualquier tipo de publicación y/o comunicación, interna o pública, incluyendo, sin limitación, aquellas realizadas en boletines y publicaciones institucionales y/o de carácter académico, sitios de internet y/o redes sociales, que tengan por resultado la puesta en conocimiento de dicha información por parte de un tercero. La información confidencial no alcanza a información que (i) sea legalmente posesión de la “UNQ” al momento de la divulgación; (ii) un tiempo antes de o luego de la divulgación, se conociera como información pública, y no como resultado de una acción inapropiada de la “UNQ”; (iii) sea divulgada a la “UNQ” por terceros como consecuencia de la divulgación del “**MINISTERIO**” (iv) sea aprobada por el “**MINISTERIO**” por escrito para su publicación; o (v) es requerida por ley, reglamentación u orden judicial competente, para ser divulgada.

CLAUSULA DÉCIMO QUINTA: La “UNQ” reconoce que, en virtud de lo establecido por el artículo 23 bis del Reglamento aprobado por el Decreto N° 1030/16 y sus modificatorios, estará expresamente prohibida la cesión, tercerización o subcontratación del objeto del convenio, en todo o en parte a un tercero.

CLÁUSULA DÉCIMO SEXTA: Ante toda cuestión derivada de la aplicación o interpretación del presente convenio, “**LAS PARTES**” se comprometen a resolver de común acuerdo las diferencias que surjan con motivo de la interpretación o ejecución del presente contrato. Para el caso de que no llegaren a una solución acordada, se someterán a la jurisdicción de los Tribunales con competencia en lo Contencioso Administrativo Federal de la Ciudad de Buenos Aires, con renuncia a cualquier otro fuero o jurisdicción que pudiera corresponderles.

En prueba de conformidad, previa lectura y ratificación de las partes, se firman DOS (2) ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto, en la CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES, a los ____ días del mes de _____ de 2020.-----

.....
Por la Universidad Nacional
de Quilmes

.....
Por el Organismo

ANEXO I

i. La “UNQ” deberá cumplir con el plazo estipulado, así como con todas las restantes condiciones del servicio establecidas en dicho pedido. Caso contrario, será pasible de penalidades.

ii. En relación a las penalidades por mora en la prestación del servicio objeto del presente, se aplicará una multa del CERO COMA CERO CINCO POR CIENTO (0,05%) del valor de lo satisfecho fuera de término por cada día hábil de atraso en relación a lo indicado en la CLAUSULA OCTAVA, conforme lo establecido por el art. 102 inc. c) del Dto. N.º 1030/16 en concordancia con el artículo 29 del Decreto Delegado N° 1023/01 y sus modificatorios y complementarios.



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2020 - Año del General Manuel Belgrano

Hoja Adicional de Firmas
Antecedente legal

Número:

Referencia: Antecedente Convenio EX-2020-48344598- -APN-DCYC#MC

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 7 pagina/s.