**Departamento de Arte**

**VALORACIÓN PRODUCTOS DE MEDIACIÓN**

\*Nota: Se recomienda que sea el investigador-creador quien decida la naturaleza del producto que ha realizado y a cuál de las tablas de la valoración del Departamento de Arte considera someterlo. Esto quiere decir que las tablas de valoración de productos del Departamento, no restringen la posibilidad que el investigador-creador pueda presentar –si la naturaleza del producto es consecuente- productos tipo libros y capítulos de libro, al reglamento de clasificación y valoración de libros y capítulos de libro como productos de investigación de la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad de los Andes.

Los productos *de mediación* son el resultado de un proceso de investigación–creación cuya naturaleza implica una dinámica transformadora, sistémica y relacional; por esta razón tienen un carácter abierto y no están sujetos a un marco o espacio temporal predeterminado. Los productos de mediación están orientados a proyectos que miran, analizan y crean operaciones que le dan sentido al arte a la luz de una amplia mezcla de enfoques; la escena cultural, la producción del arte y sus espacios de circulación, el mercado del arte, la relación del arte con el ámbito social entre otros, que potencia y precisa el cruce de varias formas de pensamiento. Hemos llamado a este tipo de productos como mediación pues su naturaleza implica un espacio, un contexto o un medio que propicia la interpretación o presentación a un público o la interacción con un contexto específico, relacionando su naturaleza con un proyecto que propicia relaciones entre contenidos diversos. El reconocimiento de este tipo de productos se basa en la existencia de indicadores cualitativos o cuantitativos que den cuenta de las dinámicas de su proceso de realización y del producto final.

La figura autoral de estos proyectos se presenta como un especulador cultural, o un agente provocador que se vale de un medio específico dentro de las líneas de acción del área de proyectos del Departamento de arte: a) **curaduría y gestión cultural**; Las curadurías y los procesos de gestión como una posibilidad de mediación entre una obra y su público, o un proyecto y para quien se piensa o a quien se dirige. b) **escritura y crítica;** Los productos de crítica cumplen una labor mediadora entre las obras artísticas y el público al reflexionar e indicar aspectos de las mismas a través de la palabra. c) **patrimonio y conservación;** el trabajo de patrimonio realiza una mediación al valorar, preservar e indicar los productos culturales y pensarlos como un bien colectivo que merece ser conservado. d) **proyectos con comunidades específicas**; los proyectos con comunidades realizan una mediación simbólica que recoge su material de trabajo a partir de la visión del mundo de las personas con las que trabaja para propiciar procesos de afirmación identitaria. y e) **espacios del arte**; donde se contempla una reflexión y análisis de los espacios de circulación y difusión de las prácticas artísticas. Las actividades que se articulan a través de estas líneas abren posibilidades de creación de disidencia cultural que genera un sentido coherente de agenciamiento, que le permite al creador en mediación cultural pensar el contexto social, la esfera pública y las distintas manifestaciones culturales como un material de trabajo expandiendo su campo de acción, indicando aspectos de la realidad circundante, facilitando procesos simbólicos colectivos, creando puentes intersubjetivos y propiciando transformaciones en la forma que nos percibimos como sociedad.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PRODUCTOS DE MEDIACIÓN | | | | DEPARTAMENTO DE ARTE | |
| TIPOS DE PRODUCTOS | -Reseña  -Crítica  -Entrevista  -Ensayo  -Artículo en publicación seriada  -Columna de opinión  -Monografía  -Curaduría de exposición  -Co-curaduría de exposición | -Producción o Edición de revista  -Proyecto cultural con comunidades  -Ejercicio de participación ciudadana  -Mantenimiento y conservación de bienes muebles o de obras artísticas  -Organización de eventos (congresos, encuentros, jornadas, escuelas, simposios, workshops, redes)  -Proyectos de creación de públicos | | -Creación y desarrollo de iniciativas grupales de mediación, creación o investigación (semilleros, grupos, redes)  -Creación de bancos de imágenes o archivos  - Declaratoria de patrimonio  -Manual  -Entradas en catálogos de exposición  -Ensayo en catálogo de exposición  -Ensayo en memoria de congreso  -Compilaciones | |
| TIPOS DE SUBPRODUCTOS\*  (en inglés Hyproduct)  \*El subproducto es considerado un derivado del producto anterior. | -Itinerancia de exposición  -Catálogo de exposición  -Ejercicio de participación ciudadana y/o sus derivados |  | |  | |
| ROLES | -Autor  -Co-autor | | | | |
| PRUEBA EXISTENCIA | -Enlace a página de internet  -Enlace a página personal  -Catálogo de la exposición  -Registro del evento o exposición  -Registro fotográfico del trabajo con comunidades  -Registro videográfico del trabajo con comunidades  -Carta de certificación del lugar de exhibición y/o folleto de mano, tarjeta de invitación, programa o afiche del evento  -Copia de carátula y código de barras para CD  -Copia de carátula y código de barras para DVD | | | | |
| MODALIDAD PRESENTACIÓN PÚBLICA | -Exposición  -Publicación Libro  -Impresión  -Publicación ilustrada  -Evento  -Lanzamiento | | -Publicación de CD o DVD  -Publicación Web  -Presentación autogestionada  -Proyección de registro videográfico | |  |
| CATEGORÍAS | **A** | | **B** | | **C** |
|  | Proyecto con presentación pública que cumpla conun puntaje **entre 80 y 100** de los criterios generales de categorización de Arte. | | Proyecto con presentación pública que cumpla con **un puntaje**  **entre 50 y 79** de los criterios generales de categorización de Arte. | | Proyecto con presentación pública que cumpla con **un puntaje**  **entre 20 y 49** de los criterios generales de categorización de Arte. |
| CRITERIOS DE CATEGORIZACIÓN | **I. Cualidades. 40%**  a. Aspectos conceptuales y metodológicos  b. Aspectos formales, procesuales o de interacción.  c. Dimensión del proyecto.  **II. Circulación y recepción. 30%**  a. Circulación.  b. Recepción.  **III. Vínculos académicos e institucionales. 30%**  a. Vínculos académicos.  b. Financiación interna o externa. | | | | |
| PRODUCCIÓN PROMEDIO CREADOR | **- Un producto categoría A o B cada tres años**  **- Un producto de categoría C cada dos años** | | | | |

**CRITERIOS:**

Los criterios de valoración son tres y cada uno tiene un conjunto de variables:

|  |  |
| --- | --- |
| **Criterios de valoración** | **Porcentaje de valor** |
| **Criterio I. Cualidades** |  |
| Variable a. Aspectos conceptuales | 10% |
| Variable b. Aspectos formales | 15% |
| Variable c. Dimensión del proyecto. | 15% |
|  | **Total criterio I 40%** |
| **Criterio II. Circulación y recepción.** |  |
| Variable a. Circulación | 20 % |
| Variable b. Recepción crítica | 10 % |
|  | **Total criterio II 30%** |
| **Criterio III. Vínculos académicos e institucionales.** |  |
| Variable a. Vínculos académicos | 15% |
| Variable b. Financiación interna o externa | 15% |
|  | **Total criterio III 30%** |
|  | **Total valoración 100%** |

**I. Cualidades.**

Este criterio valora aspectos cualitativos del producto o proyecto.

***Puntaje máximo:******40 puntos.***

**a. Aspectos conceptuales y metodológicos**

**¿El producto o proyecto explora conceptos, perceptos *(ideas sensibles*), metodologías de mediación cultural o temáticas de manera profunda, crítica, reveladora o innovadora?**

***20 puntos máximo.***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Bajo | | Medio | | Alto | | Puntaje |
| 0 | 1 | 3 | 4 | 6 | 7 | 10 |  |

**¿Cuáles?: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**b. Aspectos formales, procesuales o de interacción.**

**¿El producto o proyecto posee cualidades formales, conceptuales, procesuales, o de interacción con un contexto que sean sobresalientes?**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Bajo | | Medio | | Alto | | Puntaje |
| 0 | 1 | 3 | 4 | 9 | 10 | 15 |  |

**¿Cuáles?: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**c. Dimensión del proyecto**

***20 puntos máximo***

**¿El producto o proyecto resolvió metas o retos de alta exigencia o complejidad a nivel conceptual, procesual, de interacción o implicó una cantidad significativa de tiempo de trabajo para su realización o produjo subproductos pertinentes a los lineamientos del proyecto?**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Bajo | | Medio | | Alto | | Puntaje |
| 0 | 1 | 3 | 4 | 9 | 10 | 15 |  |

**¿Cuáles?: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**II. Circulación y Recepción:**

Este criterio valora aspectos de la circulación y recepción crítica de la obra o proyecto.

***Puntaje máximo:******30 puntos.***

**a. Circulación.**

**¿La circulación del producto o proyecto se hace en un espacio, contexto o medio que ofrece visibilidad, tiene impacto de carácter comunitario, local, regional, nacional o internacional, tiene prestigio o es pertinente para las características conceptuales del mismo?**

***10 puntos máximo***

***Nota: Estas variables no tienen que existir simultáneamente para ser evaluadas. Por ejemplo, pueden existir espacios pertinentes para un proyecto que no necesariamente tienen prestigio institucional y ambas pueden tener un puntaje similar que se puede evaluar independientemente.***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Bajo | | Medio | | Alto | | Puntaje |
| 0 | 1 | 10 | 11 | 18 | 19 | 20 |  |

**¿Por qué?: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**b. Recepción.**

**¿El producto o proyecto incluye una recepción académica o pública que pueda verificarse a partir de reseñas, artículos, capítulos de libro, libros, citas, tesis, ponencias, conversatorios, distinciones, entrevistas o memorias que incluyan testimonios de su impacto?**

***10 puntos máximo***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Bajo | | Medio | | Alto | | Puntaje |
| 0 | 1 | 3 | 4 | 7 | 8 | 10 |  |

**¿Cuales?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**III. Vínculos académicos e institucionales:**

***Puntaje máximo:*** *3****0 puntos.***

Este criterio valora la forma en que los productos o proyectos de los profesores se vinculan a procesos de formación docente y/o cuentan con la participación de estudiantes. También valora los vínculos con otras universidades o instituciones en términos de los apoyos económicos que ha recibido el proyecto para su realización.

**a. Vínculos académicos.**

**¿El producto o proyecto ha involucrado durante su realización la participación y/o formación de estudiantes durante el proceso de realización?**

|  |  |
| --- | --- |
| No | Si |
| 0 | 10 |

**¿El producto o proyecto involucró la interacción con participantes de otras disciplinas o de otras universidades para su realización?**

|  |  |
| --- | --- |
| No | Si |
| 0 | 5 |

**b. Apoyo interno o externo.**

**¿El producto o proyecto ha recibido apoyo mediante bolsas de trabajo o financiación de la Universidad de los Andes o de otras universidades o instituciones culturales externas como respaldo a la calidad de sus propuestas?**

|  |  |
| --- | --- |
| No | Si |
| 0 | 15 |