

4. EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

■ LÍNEAS GENERALES DE ACTUACIÓN

Transferir el conocimiento a la sociedad a través de la cultura es una de las misiones de la Universidad pero también lo es esforzarse en conseguir que la misma sociedad entienda el papel que juega una institución como ésta en el desarrollo de la comunidad.

Durante el año 2016, el Vicerrectorado de Extensión Universitaria ha consolidado su nueva estructura, aunque con algunas variaciones, manteniendo aquellas áreas que ya venían desarrollando su actividad con anterioridad, Cultura y Patrimonio, y potenciando su visibilidad a través del área de *Proyección social* que hemos incorporado.

La actuación llevada a cabo por parte del vicerrectorado en todas las áreas, ha estado orientada básicamente a dos objetivos generales:

- el refuerzo y ampliación de los contenidos, incorporando nuevos ámbitos que anteriormente no estaban presentes en su estructura y fomentando la coordinación y la programación conjunta entre ellos
- el incremento de la proyección social, a través de la programación de actividades orientadas a nuevos públicos, incorporando el uso de nuevos espacios y desarrollando actividades en otros puntos de nuestra geografía, pero tratando siempre de identificarlos con el proyecto ... y mejorando su visualización y difusión, revisando su identidad visual así como mejorando los canales de difusión.

Así, en relación con el primero de estos objetivos, nuestra apuesta por reforzar **La Madraza - Centro de Cultura Contemporánea** como lugar de referencia en la producción y reflexión global respecto a la creación y el conocimiento, este año se ha ampliado su ámbito de reflexión con la creación de cuatro nuevas cátedras que incorporan a su oferta nuevos contenidos de áreas que hasta ahora no tenían presencia en su programación: Cátedra de Patrimonio, Cátedra de Arquitectura y Urbanismo, Cátedra de Educación y Sociedad y Cátedra de Salud.

Su amplia programación cultural, ha integrado actividades relacionadas con la reflexión y la divulgación sobre el patrimonio y la ciudad, las humanidades, las ciencias sociales y jurídicas, las ciencias experimentales y de la salud, medioambientales y tecnológicas, así como también con las prácticas artísticas, escénicas, musicales y cinematográficas; aglutinando de este modo, en una misma estructura, toda la producción, exhibición y difusión cultural de la Universidad de Granada, lo que le ha proporcionado un mayor dinamismo a la vez que una mayor transversalidad y posibilidad de colaboración entre las cátedras, seminarios y aulas que integran cada una de estas áreas.

➡ (Ver Anexo 4.1)

Por primera vez el Vicerrectorado de Extensión Universitaria ha contado, dentro del Plan Propio, con un **programa de ayudas** orientadas a fomentar la coordinación en materia de divulgación científica y extensión cultural, que ha contribuido a democratizar los procedimientos y dotarlos de transparencia. De igual modo se ha implantado otro programa dedicado a apoyar la producción artística contemporánea y emergente, lo que nos ha permitido mantener una política activa de exposiciones respetando los códigos de buenas prácticas.

A la vista del número de actividades llevadas a cabo y de los resultados obtenidos, **La Madraza - Centro de Cultura Contemporánea** se ha constituido a lo largo del año 2016 en un importante agente dinamizador de cultura en el contexto granadino, manteniendo una amplia y variada oferta de calidad dentro de la intensa actividad que ha venido desarrollando.

En el mismo sentido, el **Centro Mediterráneo** ha contribuido a esta misma idea de proyectar la cultura universitaria desde la formación continua diversificando su alumnado y ampliando las colaboraciones con otras entidades e instituciones

➡ (Ver Anexo 4.5)

Como no podía ser de otro modo, en una universidad de nuestras características y a tan solo 15 de años de cumplir nuestro V centenario, el vicerrectorado también ha reforzado considerablemente su actividad en el **área de Patrimonio**, la cual se ha centrado durante este año en el estudio, reconocimiento, protección y conservación de los bienes que integran nuestro patrimonio mueble e inmueble, así como en la difusión y puesta al servicio de la sociedad de nuestros valores

patrimoniales. También ha iniciado la planificación de estrategias con vistas a la celebración de esta efemérides en el 2031 tanto a corto, como a medio y largo plazo.

Desde el **Secretariado de Bienes Culturales** y el **Secretariado de Conservación y Restauración**, se han venido desarrollando una serie de acciones orientadas a la recuperación patrimonial y social del Campus de Cartuja, un espacio con un gran interés histórico, paisajístico y social en el que concurren dos *bienes de interés cultural (BICs)*, así como otras edificaciones y vestigios arqueológicos de gran valor patrimonial, que ofrece un gran potencial para plantear múltiples iniciativas de actuación para desarrollar y poner en valor este espacio y para establecer conexiones con la propia actividad docente e investigadora en muy diversas disciplinas.

Como paso previo, se ha redactado el *Proyecto General de Investigación*, documento requerido por la Junta de Andalucía, que planifica la intervención arqueológica en los próximos años, a la vez que define el plan de actuación y de difusión. De igual modo se han venido definiendo diferentes proyectos de actuación que se podrían abordar para la mejora y recuperación del campus como espacio para la comunidad universitaria y para la ciudad.

En cuanto al patrimonio mueble se han desarrollado una serie de actividades relacionadas con la actualización del inventario y la catalogación de todas las colecciones existentes en la Universidad así como con el desarrollo de un sistema de registro de información integral centralizado que permita agrupar toda la documentación de nuestros bienes muebles y acceder a ella de forma remota, todo ello como paso previo a la solicitud a la Junta de Andalucía de alguna de las figuras previstas en la *Ley de Museos y colecciones Museográficas* de la Junta de Andalucía (Ley 8/2007), ya sea consiguiendo la consideración de museo de la Universidad de Granada para una integración conjunta de dichas colecciones o, en el caso de que no sea posible cumplir los requerimientos de la ley para esta tipología, tratando de conseguir su reconocimiento como colecciones museográficas.

En este sentido se ha empezado a trabajar en la propuesta de un museo relacionado con “la medicina y la salud” que estaría ubicado en el nuevo **Espacio Universitario** (antigua facultad de Medicina).

También se ha recuperado para uso cultural la Capilla del Hospital Real, dotándola del correspondiente equipamiento expositivo lo que nos ha permitido disponer ya, durante este año, de un nuevo espacio en este emblemático edificio para el desarrollo de exposiciones propias o en colaboración con otras instituciones, como lo fue la de “El Gran Capitán”, en colaboración con el Instituto de Historia y Cultura Militar y el Museo de Ejército.

Respecto al segundo objetivo general, relacionado con la proyección social, además de mantener nuestro compromiso de promover la actividad cultural y divulgativa generada por la Universidad de Granada en nuestro entorno más o menos inmediato, se han abierto nuevos canales a la extensión universitaria, poniendo la máxima atención en la captación de nuevos públicos así como en la deslocalización y la diversificación geográfica. Con ello se pretende fidelizar nuestro público ya existente y generar nuevas demandas, ampliando las redes de difusión de la cultura, especialmente a través de la colaboración con otras instituciones del ámbito local, nacional e internacional, así como con los más destacados eventos de nuestro entorno cultural.

➡ (Ver Anexos 4.3 y 4.4)

En cuanto al segundo objetivo general, relacionado con la proyección social, a pesar de mantener nuestro compromiso de promover la actividad cultural y divulgativa generada por la Universidad de Granada en nuestro entorno más o menos inmediato, se han abierto nuevos canales a la extensión universitaria, poniendo la máxima atención en la captación de nuevos públicos así como en la deslocalización y la diversificación geográfica. Con ello se pretende fidelizar nuestro público ya existente y generar nuevas demandas, ampliando las redes de difusión de la cultura, especialmente a través de la colaboración con otras instituciones del ámbito local, nacional e internacional, así como con los más destacados eventos de nuestro entorno cultural.

Los resultados del trabajo desarrollado por **Área de Proyección y Educación Social** han sido muy positivos en la tarea de adaptar nuestra propuesta cultural a nuevos segmentos de población

➡ (Ver Anexo 4.2)

En lo que respecta a la deslocalización, aunque la programación del Centro de Cultura Contemporánea se ha seguido desarrollando principalmente en el edificio de la Madraza, se ha querido extender la presencia de la actividad del vicerrectorado a otros espacios de la propia Universidad y también externos, reforzando para ello la colaboración con otras instituciones.

Como otros espacios universitarios, además de los habituales, hemos incorporado para uso cultural el *Paraninfo del PTS* y el aula magna del llamado **Espacio Universitario** (antigua Facultad de Medicina), al que se han vinculado las actividades del Cine Club Universitario y la cátedra Manuel de Falla. En relación con el área de Cine, solo se han podido hacer algunas actividades, manteniéndose para el resto de la programación su antigua localización en la Facultad de Ciencias, si bien en breve se trasladará toda al completo una vez concluya la adaptación de la sala, proyecto que ya se ha iniciado.

Finalmente, la colaboración con otras instituciones nos ha permitido cumplir también nuestro objetivo de superar los límites de nuestros propios espacios y desarrollar también actividades de extensión en otros lugares no universitarios, tarea que requiere un mayor esfuerzo económico. Gracias a estas colaboraciones se ha podido tener presencia en otros escenarios, ya sea de Granada -bien ocupando la propia ciudad o utilizando infraestructuras como el Centro Lorca, la Fundación Euroárabe, el Auditorio Manuel de Falla, la iglesia del Sagrado Corazón, la basílica de San Juan de Dios, el Palacio de Congresos...; ya sea fuera de Granada -el Auditorio Revellín (Ceuta), Claustro del Centre Cultural La Nau de la Universidad de Valencia o la plaza de toros de Úbeda-.

El *Centro Mediterráneo* ha hecho también un gran esfuerzo para incrementar las sedes en las que se imparten sus cursos, incorporando por primera vez los cursos internacionales de verano de Ceuta y Melilla y el municipio de Salobreña, y trabajando en proyectos que en breve podrían incrementar mucho más su presencia en otras ciudades.

Igualmente importante, para el cumplimiento de este segundo objetivo general, ha sido el Plan de Comunicación llevado a cabo por el **Área de Recursos Gráficos y de Edición** tanto en lo que se refiere al diseño de un nuevo plan integral de identidad corporativa, que reforzase nuestra identificación y reconocimiento institucional en nuestra comunicación con el exterior; como en la mejora de nuestra difusión a través de las redes, todo ello llevado a cabo en colaboración con la *Oficina de Gestión de la Comunicación* (OGC).

En esta línea, desde el vicerrectorado se ha trabajado este año en el diseño de tres nuevas webs al margen de la página institucional actual, pensando en un usuario externo a la Universidad al cual su organigrama le es ajeno y al que le resulta complejo encontrar en esta estructura la información que busca. En las nuevas webs se agrupa la información generada a partir de nuestras tres grandes áreas de actividad (La Madraza - Centro de Cultura Contemporánea, Patrimonio y los Programas educativos), de forma más fácil, accesible y atractiva, mejorando así nuestra relación con nuevos públicos: <http://lamadraza.ugr.es/>, <http://patrimonio.ugr.es/> y *ugreduca* (esta última todavía en construcción)

Con este plan se ha reforzado la presencia y significación de *La Madraza - Centro de Cultura Contemporánea* en el panorama cultural, dotándolo de la nueva web, produciendo recursos de difusión, incrementando su presencia en redes sociales y fortaleciendo su reconocimiento a través de una política integral de marca que, a pesar de la amplitud temática de su programación, permite reconocer todas las actividades culturales que desarrolla la Universidad bajo un mismo sello distintivo y con una misma identidad visual, de forma que todas las actividades son identificables y fácilmente reconocibles como actividades dependientes de "La Madraza", incluso aquellas que han venido realizándose en otras sedes.

Durante este año se ha venido trabajando en el planeamiento de la señalética de la Madraza, con el objetivo de obtener mayor rentabilidad al potencial de difusión que le proporciona su privilegiada localización y su atractivo patrimonial para promocionar todas las actividades del Centro de Cultura Contemporánea y para hacer de este espacio tan singular un eje de referencia de nuestra extensión universitaria.

Asimismo se han propuesto estrategias comerciales para la **tiendaUGR** y desarrollado nuevas líneas de producto en relación con nuestra institución y con nuestro entorno productivo como un medio más de difusión de la actividad universitaria que contribuye a nuestro proyecto de proyección social.

Para ello se han propuesto dos líneas de negocio y dos nuevos emplazamientos para la TiendaUGR: la Madraza y el local comercial situado junto a los comedores de Fuentenueva, buscando esa necesaria relación entre los espacios, el entorno y el tipo de productos que acogerá cada tienda, dando pues un uso cultural y deportivo a los respectivos locales.

Para la necesaria adecuación de ambos locales se ha encargado el proyecto de adaptación del espacio administrativo de La Madraza a su pretendido nuevo uso comercial, estando a la espera de la respuesta de la Comisión de Patrimonio, y se ha sacado a licitación la explotación del nuevo punto de venta Fuentenueva.

Para dar a conocer la actividad cultural y los valores patrimoniales de nuestra Universidad, entre la comunidad universitaria y el público en general, se están empleando diversas estrategias de divulgación y comunicación: programas de visitas, agenda académica, grabaciones de videos y entrevistas y diversas campañas de difusión así como estableciendo marcos de colaboración con diversos centros y facultades (este año especialmente dedicadas al patrimonio del Campus de Cartuja).

También se está trabajando en el diseño de la exposición *“El Campus de Cartuja: Una historia viva. Una Historia que se puede ver”*, que tendrá lugar el año próximo en el cruce del Hospital Real. De igual modo se han programado diversas exposiciones en las que nuestros objetos patrimoniales se contemplan desde nuevos enfoques y en las que se pone en relación nuestro patrimonio con otras disciplinas, como por ejemplo la de *“La Mirada del Águila”*, que relaciona nuestro patrimonio con el Diseño a partir del uso de la imagen institucional pasada y futura, o la de *“El peso del Alma”* una exposición que pone en diálogo piezas de las colecciones de medicina con el arte contemporáneo y que servirá para inaugurar próximamente el espacio expositivo del PTS.

Para terminar, en el mismo marco de compromiso con la difusión de la cultura y del patrimonio, pero desde un planteamiento de ámbito regional, el vicerrectorado ha seguido manteniendo la coordinación de dos proyectos que integran a todas las universidades públicas andaluzas dentro del programa Atalaya: Canal de Cultura Contemporánea y Portal Virtual de Patrimonio de las Universidades Públicas Andaluzas. Los dos proyectos, que lidera la Universidad de Granada, se ofrecen como herramienta para la transmisión del conocimiento a la vez que promueven el trabajo colaborativo en red entre las universidades participantes y refuerzan el sistema universitario andaluz dándole una proyección nacional e internacional.