

## PROCEDIMIENTOS PARA LA COMUNICACIÓN DE PROYECTOS DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

### Pasos para la comunicación de actividades del proyecto

Paso 1: El/la Director/a del proyecto redactará el pedido del producto y/o servicio utilizando la Comanda de Trabajo de Comunicación o la información de acuerdo a la planificación anual presentada a la Prosecretaría de Extensión.

Paso 2: El/la Director/a enviará la Comanda o la info por e-mail al RIPEU para que lo edite.

Paso 3: El RIPEU enviará el pedido a Nicolás Martínez (responsable del CDP) con copia a Alexandra Paolini y el/la Director/a.

Paso 4: El/la RIPEU hará el seguimiento del pedido; y el/la Director recordará al RIPEU cuando considere necesario. Para consultas puntuales (de estilo, etc.), el Área de Prensa (Denise) y Diseño se comunicará con el/la Director/a del proyecto.

Cuando se soliciten recursos técnicos, deberá enviarse un e-mail detallando lo que se necesita (Proyector y Pantalla, equipo de audio, micrófonos) dirigido a: [tecnica@iupa.edu.ar](mailto:tecnica@iupa.edu.ar), con copia a [fsanchez@iupa.edu.ar](mailto:fsanchez@iupa.edu.ar) y a Alexandra Paolini.

El envío de las solicitudes en tiempo y forma es responsabilidad del/la Director/a del proyecto.

### Herramientas

Se utilizarán 2 herramientas de trabajo para realizar los pedidos al CDP:

1. Comanda de Trabajo de Comunicación (ver Anexo I): para solicitudes de notas, publicaciones en la web del IUPA, videos, diseño de flyers, banners y logos, entre otros.
2. "Vendeme la nota" (Ver Anexo II): explicación y argumentación (escritos en un mail) sobre una nota que el/la Director/a de PEU considere de importancia para luego hacer la solicitud al CDP.

### Tiempos

Para productos y notas: solicitar con 2 semanas de anticipación.

Para eventos y actividades: solicitar con 1 mes de anticipación.

Recursos técnicos: solicitar con 1 semana de anticipación.

Para eventos, el/la RIPEU tendrá que corroborar que el mismo no se superponga con otras actividades institucionales.

### **Grupos de facebook**

Los/as Directores/as PEU también podrán contar con la herramienta de armar un grupo de facebook para compartir toda la información que consideren relevante para el grupo con el que trabajan o la comunidad específica que puede estar interesada en acciones relacionadas con el proyecto.

## ANEXO I: ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE COMANDAS DE COMUNICACIÓN PROYECTOS DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

### Introducción

Cuando organizamos un evento o actividad es importante preguntarnos ¿Cómo va a ser comunicado? El IUPA cuenta con un área específicamente encargada de lo referente a la comunicación de las producciones e ideas institucionales: Centro de Producción (o también conocido por sus siglas CDP). Por lo tanto, usualmente estas peticiones relativas a la comunicación van dirigidas a este sector.

La **comanda** es una plantilla que nos permite realizar preguntas relativas a la información que queremos transmitir del proyecto o evento que estamos organizando. Este documento nos permite organizar la información esencial para que el destinatario sepa cómo involucrarse en nuestra actividad.

Es importante contar con la información de los apartados para realizar la comunicación con antelación para poder transmitirlo al área correspondiente y porque a partir del producto terminado podremos contar con las herramientas para difundir la propuesta. El mínimo de antelación solicitado es:

- 2 semanas para productos y notas
- 1 mes de anticipación para eventos y actividades;

### De los aspectos formales

La estructura de la comanda deberá contener los siguientes apartados:

- **Nombre de la actividad:** denominación del evento, actividad o producto requerido
- **Docente/Profesional a cargo/Expositores:** ¿Quién/es realizará/n el seminario/conversatorio/evento/actividad?
- **Fechas de la actividad, charla, (de inicio y de cursado) y Cronograma:** ¿En qué días se realizarán? ¿Qué frecuencia tiene el evento? Si son varias actividades, especificar el Cronograma de actividades.
- **Horarios:** a partir de qué hora comenzará a desarrollarse la actividad.
- **Horas:** duración estimada de la actividad
- **Lugar:** espacio físico donde se realizará o plataforma virtual (en el caso de que no sea presencial)
- **Destinatarios:** ¿A quién está dirigido el evento? (estudiantes, público en general, etc.)
- **Cupo:** Límite en la cantidad de asistentes (si lo hay)



- **Costos:** Si posee, ¿Cuál es el arancel de la actividad?
- **Inscripción:** Detalle de la información necesaria para poder inscribirse al curso. Link para inscribirse, si existe.
- **Datos de contacto (tel,email,es opcional):** se consignan datos de la persona responsable de la actividad o de la comunicación de la misma.
- **Información adicional (¿Requiere conocimientos previos?¿Materiales didácticos necesarios?):** Se consigna toda información complementaria para poder incluirla en las comunicaciones institucionales
- **Fotografía:** ¿Es necesario contar con personal para documentar visualmente el evento o actividad?
- **Video:** ¿Es necesario contar con personal para documentar visualmente el evento? ¿Se requiere un vídeo como producto específico? Especificar fechas estimadas
- **Flyer:** ¿Es necesario que se diseñe un flyer para difundir la actividad?
- **Notas:** ¿Es necesario elaborar una nota?.
- **Archivos adjuntos:** fotografías, información anexa, etc.

### Ejemplo de comanda

- **Nombre de la actividad:** "Extensión más allá de la ventanilla"
- **Docente/Profesional/Expositores:**
  - 1er encuentro: "Las Prácticas Sociocomunitarias: sus metáforas e interrogantes. ¿Qué? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Con quién?"
    - **Néstor Cecchi - Docente y especialista en Prácticas Sociocomunitarias de la Universidad Nacional de Mar del Plata**
    - **Fabrizio Oyarbide - Docente y especialista en Extensión Universitaria de la UNMdP**
    - **Moderan:** Agustín Picco y Alexandra Paolini.
  - 2do Encuentro: "Prácticas de accesibilidad: *dimensiones artísticas y trabajo en equipo*"
    - **Equipo de Accesibilidad del IUPA:**
      - Claudia Baffo, Paula Manriquez, Silvina Mañueco, Javier Tura y Fabiola Queupul.
      - **Moderan:** Agustín Picco y Alexandra Paolini.



-3er Encuentro: "ESI y enseñanza en arte. Un acercamiento desde la pedagogía feminista"

-Irina Percara -Profesora de Artes Visuales egresada del IUPA.

-Moderan: Guillermina Berto y Magalí Roberts

- **Fecha (de inicio y de cursado):**

**1er encuentro: Miércoles 21 de Octubre.**

**2do encuentro: Miércoles 28 de Octubre.**

**3er encuentro: Miércoles 4 de Noviembre.**

- **Horarios:**

11 horas

- **Horas:**

1hr 30 min

- **Lugar:**

Plataforma Zoom

- **Destinatarios:**

**Estudiantes, docentes, graduados, personal universitario y comunidad interesada en la temática**

- **Cupo:**

Limitado a la capacidad de la plataforma

- **Costos:**

Actividad gratuita

- **Inscripción:**

Pre-inscripción: formulario de google link:  
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfpFJjyQPzVDqv8dg815PKIBfkDabzW-52hxTjJXMzd7Kk-UQ/viewform>

Se enviará el enlace y la contraseña de la reunión dentro de las 24hs anteriores a cada encuentro.

- **Datos de contacto (tel,email,es opcional):**

- **Información adicional (¿Requiere conocimientos previos?¿Materiales didácticos necesarios?): Se adjunta información para nota web.**

- **Fotografía:** no

- **Video:** no

- **Flyer:** si

- **Archivos adjuntos:**

## ANEXO II: VENDEME LA NOTA

- ¿Qué significa “vendeme la nota”?:
  - ¿Qué, quiénes, cuándo, dónde, por qué debería salir aquí o allí?. Una serie de argumentos que orientan a trabajadores de comunicación para organizar y distribuir recursos.
  - Es importante medir en origen la relevancia del tema para la institución y para sus audiencias. ¿Por qué es relevante el tema, para quiénes?
  - Escala: ¿a cuántas audiencias objetivas alcanza? ¿la región, la provincia, sólo los estudiantes, algunos ( carrera, orientación o grupo)? Esos criterios sirven para medir el volumen de producción que definirá el CDP.
  - Pertinencia con los lineamientos institucionales: académicos, artísticos, sociales, valores (colaboración, divulgación artístico- cultural, transformación social).
- Es importante, cuando pensamos en soporte de comunicación, disponerse para:
  - Colaborar con el contacto, teléfonos, punta de lanza (primer abordaje), disponibilidad para atención a prensa (incluye radios, grabar video, etc.);
  - Disponer recursos técnicos, logísticos, humanos;
  - Comprometerse con las historias contadas, con el/los productos y con la audiencia. (Seguir en redes sociales e interactuar con ellas compartiendo, comentando, etc.)