

# La fuerza del cuidado y la solidaridad. Sumate a sumar. Estrategias de comunicación en el marco del COVID-19.

## PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN PARA LOS CUIDADOS Y LA PREVENCIÓN ANTE EL COVID-19.

### Bases de la convocatoria

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social, en articulación con el Ministerio de Salud de la Nación, la Red de Carreras de Comunicación y Periodismo (REDCOM) y el Consejo de Decanos y Decanas de Ciencias Sociales (CODESOC), convocan a estudiantes, graduados, docentes y docentes de las distintas Carreras de esta Casa de Estudios a sumar su colaboración en la producción de piezas comunicacionales orientadas a fortalecer las prácticas de cuidado y la prevención ante el avance de la pandemia de COVID-19.

Se trata de una estrategia impulsada para motorizar la producción federal, descentralizada, territorializada que apunte a diferentes sectores de la población; en diversos formatos, soportes, géneros, estilos y lenguas. Todas las producciones deberán enmarcarse en los lineamientos sanitarios oficiales del Ministerio que se detallan en las bases de la convocatoria.

Nuestra Facultad se suma a la convocatoria que el Ministerio de Salud de la Nación realizó al conjunto de las Carreras de Comunicación y Periodismo del país para generar entre todos una sinergia creativa, representativa de cada territorio, desarrollando y produciendo mensajes en distintos soportes.

### Quiénes pueden participar

La convocatoria es abierta y apunta a la participación de estudiantes, graduados, docentes y docentes de manera individual u organizados en grupos de trabajo sin límite de número de participantes.

### Características de las producciones

Los productos comunicacionales que se produzcan deben estar basados en los lineamientos generales elaborados por el Ministerio de Salud de la Nación ([descargar](#)). Allí se encuentran también las especificaciones de soportes y formatos, así como las correspondientes características técnicas.

Como criterios complementarios a los allí expuestos, alentamos a que las producciones realizadas:

- Se construyan desde un tono propositivo, apuntando a generar prácticas de cuidado y solidaridad.
- No recurren al miedo.
- Comprendan a la salud en términos colectivos y solidarios.
- Recuperan testimonios de la vida cotidiana a partir de la pandemia.
- Apelen a la creatividad y sensibilidad ficcionalizando situaciones comunes.

Los procesos de producción de las piezas deben ajustarse a las normativas y protocolos vigentes en la jurisdicción donde se encuentren sus realizadorxs. Las imágenes y músicas utilizadas en las producciones deben ser de producción propia o no estar sujetas a derechos de autor.

## Cómo participar

Quienes quieran participar de la convocatoria deben enviar los productos comunicacionales, siempre de su propia autoría, a la siguiente dirección de correo electrónico: [comunicacioncovidunlp@gmail.com](mailto:comunicacioncovidunlp@gmail.com)

El envío deberá incluir una ficha de conformidad de los autores cediendo los derechos de la producción a la campaña ([formulario](#)).

Por cada producción debe enviarse la pieza o campaña propiamente dicha en archivo adjunto o, en caso de superar la capacidad para el envío por correo electrónico, a través de We Transfer. De acuerdo a lo especificado en los lineamientos del Ministerio de Salud, cada archivo enviado debe titularse del siguiente modo: Nro de Tema + Provincia + Tipo de producción + Apellido de autor/a responsable. Por ejemplo: si se envía un spot sobre medidas esenciales de prevención para Facebook o Instagram Feed, desde CABA, el nombre del archivo debe ser:

“01-CABA-FB/IGFEED-Perez”; siendo “01” el tema medidas esenciales, “CABA” o “AMBA” la provincia a la cual pertenece la Universidad, y “FB/IG FEED” el tipo de producción. Más abajo se detallan los diferentes temas y tipos de producción con sus nomenclaturas.

Asimismo, por cada pieza o campaña debe completarse la siguiente Ficha Técnica a través de un formulario. Esto es condición necesaria para la participación en la convocatoria.

1. Nombre del producto de comunicación
2. Nombre y apellidos de lxs autorxs
3. Nombre y correo electrónico de contacto
4. Nombre y teléfono celular de contacto
5. Objetivos del producto comunicacional
6. Grupo objetivo al que se dirige el producto comunicacional

**7. Tipo de pieza o campaña:**

- Tik Tok: TK
- Facebook / Instagram Feed: FB/IGFEED
- Facebook / Instagram Stories: FB/IGST
- Podcast: PDT
- Instagram TV: IGTV
- Twitter: TW

- Televisión: TV
- Radio: RA

**8. Tema:**

- 01 Medidas esenciales
- 02 Síntomas
- 03 Distanciamiento social
- 04 Apoyo psicosocial

**9.** ¿Las piezas se produjeron atendiendo a las normativas y protocolos sanitarios vigentes en la jurisdicción donde se encuentren sus realizadorxs?

**10.** ¿Las imágenes utilizadas en la producción son de elaboración propia? En caso de que no, ¿las imágenes utilizadas en la producción están sujetas al pago de derechos de autor?

**11.** ¿La música utilizada en la producción es de elaboración propia? En caso de que no, ¿las imágenes utilizadas en la producción están sujetas al pago de derechos de autor?

En caso de tratarse de una campaña conformada por más de una pieza, las mismas se enviarán todas juntas a través de un único correo electrónico y con una única ficha técnica.

## Selección de las producciones

Las producciones recibidas serán analizadas por un equipo interclaustrado que evaluará su pertinencia y adaptación a las bases de la convocatoria fijadas por el Ministerio. Además contará con una mirada sanitaria a cargo de integrantes de la Especialización en Comunicación y Salud de nuestra Facultad. Asimismo, en cuanto a las cuestiones técnicas de formato y realización, serán analizadas por la Secretaría de Producción y Vinculación Tecnológica.

Aquellas producciones que resulten validadas en su pertinencia serán elevadas al Ministerio de Salud para que puedan formar parte del Banco Federal de Contenidos en Salud y para que sean puestas a disposición para su circulación masiva. Asimismo, las producciones serán difundidas por las redes institucionales de la Facultad.

## Las producciones podrán ser evaluadas del siguiente modo:

- Aceptada. Se trata de producciones que cumplen con los propósitos de la convocatoria y sus lineamientos generales.
- Aceptada con modificaciones. Se trata de producciones que requieren mínimas modificaciones para poder ser aceptadas. En este caso, se le solicitará a sus productorxs la adaptación a dichas modificaciones en un plazo determinado.
- No aceptada. Se trata de producciones que no cumplen con los objetivos y lineamientos generales de la convocatoria.

En todos los casos, la decisión será informada a lxs productorxs. Aquellas producciones que resulten aceptadas serán identificadas con los correspondientes logos institucionales, de acuerdo a las indicaciones del Ministerio de Salud de la Nación. Finalmente, será decisión del Ministerio de Salud la incorporación o no de las producciones elevadas por la Carrera y la Facultad al Banco Federal de Contenidos Audiovisuales en Salud, luego del correspondiente proceso de validación por parte del organismo.

## Cronograma

Debido a la preocupante situación que afrontamos, alentamos al envío continuo y dentro de los plazos más próximos posibles.

Primer cierre: **21 de agosto.**

Segundo cierre: **26 de agosto.**

En caso de extenderse el plazo de presentación, se informará oportunamente a través de los canales institucionales de la Facultad.

## Consultas

Todas las consultas pueden ser dirigidas al siguiente correo electrónico: [comunicacioncovidunlp@gmail.com](mailto:comunicacioncovidunlp@gmail.com)

Asimismo, previamente a cada cierre se pautarán dos reuniones de trabajo o "consultorios", con el fin de orientar a lxs productorxs a partir de las dudas o consultas que pudieran tener. Se irán informando las fechas y horarios por los canales institucionales.

## Hashtags:

#UniversidadesPorLaSalud  
#CuidadoResponsable  
#CuidarteEsCuidarnos