



UNIVERSIDADES

Red Federal de Aportes en Comunicación Estratégica
COVID-19



Ministerio de Salud
Argentina

RED FEDERAL DE APORTES EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA COVID

El gobierno nacional a través del Ministerio de Salud de la Nación (MSAL), pone en marcha un **convenio de colaboración** por el cual a través de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de las Universidades de todo el país, se realizarán **campanas de difusión con contenidos relacionados al COVID-19**, a fin de amplificar los mensajes de prevención y poniendo el acento en la identidad de cada región del país.

Prestarán asistencia técnica los referentes de las Universidades Públicas y organismos participantes, convocando a los estudiantes y graduados a formar parte de la realización de piezas creativas en los diferentes formatos propuestos por el MSAL.

El proceso de validación y verificación de contenidos, enviados por las universidades públicas nacionales y provinciales, estará a cargo del Ministerio de Salud de la Nación, a través de su Dirección de Comunicación, quien realizará la tarea de curaduría de dicho contenido.

El MSAL construirá un **Banco Federal de Contenidos Audiovisuales en Salud (BAFCAS)** con el objetivo principal de multiplicar e intercambiar los contenidos entre las jurisdicciones de todo el país, para lograr una plataforma de visibilidad nacional, fortaleciendo así el espíritu federal e interactivo de la comunicación en este contexto de pandemia, que nos permite reforzar las herramientas ya disponibles para continuar el trabajo conjunto que se viene realizando en todas las áreas.

MENSAJES UNIVERSIDADES

OBJETIVO

Concientizar con respecto a la importancia de los cuidados personales y la prevención en relación al covid-19.

PÚBLICO

Contenidos dirigidos a toda la comunidad universitaria en su conjunto. Determinando contenidos específicos para diferentes grupos de pertenencia.

RECOMENDACIONES DE CONTENIDO DIGITAL

Siempre utilizar como fuentes oficiales los ministerios de salud provincial, nacional o instituciones de salud con amplia trayectoria reconocidas por la sociedad civil.

Pedagogía didáctica a partir de las recomendaciones oficiales y la importancia de cuidarse y cuidar a nuestras familias, sobre todo a los adultos mayores.

El impacto de la pandemia fue diferente en cada provincia, es importante reconocer y entender en qué etapa está cada región.

Recurrir a la utilización de lenguaje y símbolos característicos para generar una mayor empatía.

No recurrir al imperativo de forma excesiva, sino a una descripción que responda a ¿por qué es importante cuidarse y cuidar a los que te rodean?



ENTENDER LA DINÁMICA DE CADA RRSS

Facebook feed 1080 x 1080 px: 1 minuto (3 a 5 minutos para aumentar impresiones orgánicas)

Instagram feed 1080 x 1080 px: 1 minuto.

Facebook / Instagram Stories 750 x 1334 px: 15 segundos.

IGTV 750 x 1334 px: 3 a 5 minutos.

Twitter: 2 minutos y 20 segundos.

Tik Tok: 15 segundos.

Utilización de una cortina musical o efectos de sonido en los videos.

El promedio de visualización para videos en feed gira en torno a los **7 segundos**, considerar incluir algún dato o información importante antes de ese tiempo.

Siempre incluir un llamado a la acción en la parte final del video.

Agregar **subtítulos** a todos los videos.

FORMATOS

TIK TOK

Video Vertical hasta 15´

Contenido didáctico y una plataforma óptima para crear conciencia con respecto a temas de interés social. Es importante adaptar el mensaje a los formatos de video más extendidos en la plataforma.

Ejemplo: Comparaciones expectativa/realidad, plano medio ejemplificando medidas, bailes, etc.

FACEBOOK / INSTAGRAM FEED:

Video de la duración deseada, óptimo entre 3 y 5 minutos para aumentar impresiones orgánicas en Facebook e IGTV.

Hablar a la cámara, interpellando de manera directa con la ayuda de recursos gráficos. Imágenes, gráficos o datos que ilustren los mensajes de prevención y cuidado.

STORIES:

Formato Vertical hasta 15´

Pueden grabarse contando cada una de las medidas de prevención principales, los síntomas y qué hacer, y aprovechar la gráfica de la aplicación para dar el 120 o la web como fuentes para informarse.

WhatsApp/Telegram

Formato cuadrado hasta 30´

El mismo formato sirve para el feed de tw, Facebook e IG

En este caso pueden ser videos caseros o editados, dado que si son estudiantes de comunicación cuentan con las herramientas para avanzar en piezas audiovisuales más elaboradas, en donde pueden incluir imágenes, texto y animación.

PODCAST:

Generar contenido en audio para circular por chats, portales, publicaciones editoriales de las universidades (revistas) y radios.



MEDIDAS ESENCIALES

Importante que te sigas cuidando.

Cuidate y cuida a los que querés.

Lavate las manos con agua y jabón frecuentemente.

Estornudá y tosé en el pliegue del codo.

No te toques la cara.

Limpiá los objetos de uso cotidiano.

Ventilá todos los ambientes diariamente.

Mantené la distancia de dos metros con otras personas.

Usá barbijo casero.

No compartas el mate, vasos, tazas ni los cubiertos.

No circules si no es necesario. Y si tenés que salir, cumplí con las medidas de prevención en la vía pública, comercios y transporte.

+ info en Línea 120

www.argentina.gob.ar/coronavirus

#CuidarteEsCuidarnos

SÍNTOMAS

Si tenés dos o más de los siguientes síntomas:

fiebre de 37,5°C, tos, dolor de garganta, dificultad respiratoria

o pérdida brusca de gusto u olfato,

y vivís o viajaste a una zona de transmisión local,

consultá inmediatamente al sistema de salud de tu localidad.

#CuidarteEsCuidarnos.



DISTANCIAMIENTO SOCIAL

Es muy IMPORTANTE

mantener el distanciamiento social
para cuidarnos y cuidar a otras personas

Si tenés que salir de tu casa
mantener la distancia de 2 METROS
con las personas que te cruzás, interactuás, hablás o trabajás (chequear acentos)

Evitá reuniones presenciales
y esperá un tiempo más para
juntarte físicamente con tus seres queridos

Cumplí con todas las medidas de prevención diariamente:
lavate las manos con agua y jabón, usá barbijo, no te toques la cara
y limpiá todos los objetos de uso cotidiano

Seguí cuidándote

+ info en

Línea 120

www.argentina.gob.ar/coronavirus

APOYO PSICOSOCIAL

Podés compartir de muchas maneras con tus seres queridos.

Lo importante es que no te quedes solx

El distanciamiento es físico

NO emocional, social o cariñoso

Ya volveremos a abrazarnos

llamá, chateá, habla

No te quedes solx

Las redes las tejemos entre todxs.

La salida es colectiva

+ info en

Línea 120

www.argentina.gob.ar/coronavirus

Comisión de articulación para producción de contenidos COVID-19

Por **CODESOC**

(Consejo de Decanos y Decanas de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas)

Andrea Varela | Decana de la Facultad de Periodismo | Universidad Nacional de La Plata

Daniel Escribano | Decano Departamento de Ciencias Sociales | Universidad Nacional de Avellaneda

Juan Carlos Aguiló | Coordinador Ejecutivo CODESOC | Universidad Nacional de Cuyo

Por **REDCOM** (Red de Carreras de Comunicación y Periodismo)

Diego de Charras | Presidente | Universidad de Buenos Aires

Carla Avendaño | Secretaria General | Universidad Nacional de Villa María

Por **RENAU** (Red Nacional Audiovisual Universitaria – CIN)

Claudia Ducatzenzeiler | Coordinadora Ejecutiva | Universidad Nacional de Rio Cuarto

Por **ARUNA** (Asociación de Radios Universitarias - CIN)

Ana Cardoso | Directora de Comunicación Institucional y medios de la Universidad Nacional de Lanús

Por **REDIAP** (Red Interuniversitaria de Áreas de Prensa y Comunicación Institucional – CIN)

Malvina Rodríguez | Coordinadora Ejecutiva | Universidad Nacional de Villa María

Por **FADECCOS** (Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social)

Maximiliano Peret | Vicepresidente | Universidad Nacional del Centro

FICHA TÉCNICA

Objetivo	Concientizar sobre la importancia que tienen los cuidados personales en la prevención del COVID-19.
Público	Público contenidos dirigidos a toda la comunidad universitaria en su conjunto. Determinando contenidos específicos para diferentes grupos de pertenencia.
Clasificación	<p>Todos los archivos deben estar clasificados utilizando la nomenclatura Tema, provincia y tipo . Por ejemplo: Si se envía un spot sobre Prevención para Facebook o Instagram Feed, desde Misiones el nombre del archivo debe ser: “01-MISIONES-FB/IG FEED”</p> <p>Siendo “01” (Medidas Esenciales), “Misiones” (Provincia a la cual pertenece la Universidad) y “FB/IG FEED” (La categoría del archivo).</p>
Distribución	<p>El contenido deberá remitirse al correo: universidadessalud@gmail.com y esperar aprobación para su publicación y difusión. Además de acompañar las piezas con los hashtags #UniversidadesPorLaSalud #CuidadoResponsable #CuidarteEsCuidarnos</p> <p>En el caso del contenido de Tik Tok (posee edición en plataforma) se deberá remitir un primer guión para someter a curaduría antes de su producción y difusión en plataforma.</p>
Estilo	<p>Contenido + Logo Universidad en sintonía con los colores del manual de marca del ministerio + placa final con logo de Argentina Unidad / Ministerio de Salud (la misma debe ser pegada al final tal cual es enviada, sin modificar).</p> <p>Las piezas radiales, deberán empezar y terminar con el material indicado y enviado por el Ministerio.</p>
Fuentes	Utilizar información proveniente de los ministerios de salud provincial, nacional o instituciones de salud con amplia trayectoria reconocidas por la sociedad civil.
Temas	Medidas Esenciales (01) , Síntomas (02), Distanciamiento Social (03) y Apoyo Psicosocial (04)

CANALES

Tipo	Feed Facebook / Instagram
Duración	1 minuto o menos
Tamaño	1080 x 1080 px
Categoría	FB/IG FEED
Subtítulos	Si
Sugerencias	<p>Formato más amplio que permite mayor versatilidad para la producción de guiones.</p> <p>Permite la Interpelación de manera directa con la ayuda de recursos gráficos.</p> <p>Priorizar el tono pedagógico por sobre el imperativo, para esto utilizar descripciones de situaciones cotidianas, comparaciones o analogías sobre la importancia de cuidarse y cuidar a los demás.</p>

Tipo	Stories Facebook / Instagram
Duración	15 segundos
Tamaño	750 x 1334 px
Categoría	FB/IG ST
Subtítulos	No
Sugerencias	<p>Formato muy acotado que imposibilita desarrollar narrativas complejas.</p> <p>Muy enfocado en un mensaje particular y una acción concreta.</p> <p>Tomar en cuenta que la inclusión de la firma resta segundos de contenido.</p> <p>La utilización de medios planos suele funcionar bastante bien.</p>

Tipo	IGTV
Duración	2 a 3 minutos

Tamaño	750 x 1334 px
Categoría	IGTV
Subtítulos	Si
Sugerencias	<p>Tiene la capacidad de establecer narrativas complejas, pero debería contener mayores impactos hacia la audiencia.</p> <p>Es una buena herramienta para vídeos pedagógicos no narrativos filmados en plano medio.</p> <p>Formato “entrevista”: Medio plano mirando a cámara.</p>

Tipo	Twitter
Duración	2:30 minutos o menos
Tamaño	1080 x 1080 px
Categoría	TW
Subtítulos	Si
Sugerencias	<p>Formato más amplio que permite mayor versatilidad para la producción de guiones.</p> <p>Permite la Interpelación de manera directa con la ayuda de recursos gráficos.</p> <p>Priorizar el tono pedagógico por sobre el imperativo, para esto utilizar descripciones de situaciones cotidianas, comparaciones o analogías sobre la importancia de cuidarse y cuidar a los demás.</p>

Tipo	TIK TOK
Duración	15 segundos / 1 minuto
Tamaño	750 x 1334 px
Categoría	TK

Subtítulos	No
Sugerencias	<p>Contenido didáctico y una plataforma óptima para crear conciencia con respecto a temas de interés social.</p> <p>Es importante adaptar el mensaje a los formatos de vídeo más extendidos en la plataforma, para ello utilizar los “sonidos” con mayor difusión.</p>

Tipo	PODCAST
Duración	1 a 5 minutos
Tamaño	-
Categoría	PDT
Subtítulos	-
Sugerencias	Contenido pensado para circular por chats y portales

Tipo	TV
Duración	30 segundos
Tamaño	1280 x 720
Categoría	TV
Subtítulos	Si
Sugerencias	<p>Formato más amplio que permite mayor versatilidad para la producción de guiones.</p> <p>Permite la Interpelación de manera directa con la ayuda de recursos gráficos.</p> <p>Priorizar el tono pedagógico por sobre el imperativo, para esto utilizar descripciones de situaciones cotidianas, comparaciones o analogías sobre la importancia de cuidarse y cuidar a los demás.</p>

Tipo	Radio
Duración	10 segundos
Tamaño	-
Categoría	RA
Subtítulos	-
Sugerencias	Contenido pensado para circular por chats y portales

Contacto: universidadessalud@gmail.com



Argentina unida



argentina.gob.ar/salud