

Revista de
Extensión
Universitaria **+E**

+E: Revista de Extensión Universitaria

ISSN: 2346-9986

revistaextensionunl@gmail.com

Universidad Nacional del Litoral

Argentina

Urbani, Mariela

Comunicar la extensión: definiciones, políticas y estrategias de la Universidad Nacional del Litoral

+E: Revista de Extensión Universitaria, vol. 12, núm. 17, e0018, 2022, Julio-Diciembre

Universidad Nacional del Litoral

Argentina

DOI: <https://doi.org/10.14409/extension.2022.17.Jul-Dic.e0018>

- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org



Comunicar la extensión: definiciones, políticas y estrategias de la Universidad Nacional del Litoral

Comunicación en extensión universitaria /
Desafíos de gestión



Mariela Urbani

Coordinadora del Área Comunicación
Estratégica de la Secretaría de Extensión
y Cultura de la Universidad Nacional del
Litoral, Argentina.

comunicacionextension@unl.edu.ar

orcid.org/0000-0001-5840-8103

RECEPCIÓN: 25/07/22

ACEPTACIÓN FINAL: 12/10/22

Resumen

En el presente artículo se comparten algunas reflexiones sobre el recorrido del Área de Comunicación Estratégica de la Secretaría de Extensión y Cultura de la Universidad Nacional del Litoral, Argentina. Se define a la comunicación en su dimensión constitutiva de la extensión y en su modalidad estratégica cuando se plantea desde la política y la gestión. En tanto modalidad estratégica, se exponen los lineamientos fundamentales, las formas de organización y estructuración del Área, las principales estrategias y las acciones realizadas. Por último, se presentan los desafíos que afronta actualmente el área.

Palabras clave: comunicación en extensión; comunicación estratégica; comunicación comunitaria; extensión universitaria.

Communicating the extension: definitions, policies and strategies of the National University of the Litoral

Abstract

This article shares some reflections on the path of the Strategic Communication Area of the Ministry of Extension and Culture of the Universidad Nacional del Litoral, Argentina. Communication is defined both in its constitutive dimension of extension and in its strategic modality when it is raised from politics and management. As a strategic modality, the main guidelines, the forms of organization and structuring of the Area, the main strategies and the actions carried out are exposed. Finally, the challenges currently facing the area are presented.

Keywords: extension communication; strategic communication; community communication; College extension.

Comunicar a extensão: definições, políticas e estratégias da Universidade Nacional del Litoral

Resumo

Este artigo compartilha algumas reflexões sobre a trajetória da Área de Comunicação Estratégica do Ministério de Extensão e Cultura da Universidade Nacional del Litoral, Argentina. A comunicação define-se tanto na sua dimensão constitutiva de extensão como na sua modalidade estratégica quando é proposta a partir da política e da gestão. Como modalidade estratégica, são expostas as principais diretrizes, as formas de organização e estruturação da Área, as principais estratégias e as ações realizadas. Por fim, apresentam-se os desafios que a área enfrenta atualmente.

Palavras-chave: comunicação de extensão; comunicação estratégica; comunicação comunitária; Extensão universitária.

Para citación de este artículo: Urbani, M. (2022). Comunicar la extensión: definiciones, políticas y estrategias de la Universidad Nacional del Litoral. *+E: Revista de Extensión Universitaria*, 12(17), e0018. doi: 10.14409/extension.2022.17.Jul-Dic.e0018

Presentación

El Área de Comunicación Estratégica de la Secretaría de Extensión y Cultura (SEyC) de la Universidad Nacional del Litoral (UNL) se creó en el año 2007 sobre la base de un área de relaciones institucionales que contemplaba tareas de prensa y difusión. Esta reconversión formó parte de la política de la Dirección de Comunicación Institucional (DirCom), creada en el año 2002 bajo la órbita directa del rector.

Esta valorización de la comunicación permitió delinear una estrategia global que acompañe y proyecte de manera planificada la identidad y la imagen de la UNL en la región. Para ello, fue vital la conformación de áreas de comunicación tanto a nivel de las facultades como de las secretarías de Rectorado.

Desde entonces, el área ha atravesado diferentes vaivenes y etapas que consolidaron un perfil propio que fue respondiendo a las definiciones políticas de la extensión universitaria, recorrido no exento de tensiones que impactó sobre la conformación de equipos; redefinición de objetivos en función de las políticas, las prácticas y la cultura organizacional universitaria.

El objetivo de este artículo es compartir la trayectoria y los lineamientos que se vienen implementado desde el Área de Comunicación Estratégica de la SEyC. Para presentar el camino recorrido y dar cuenta de las tensiones, metas y desafíos actuales se hará referencia, en primer lugar, la conceptualización de la extensión universitaria de la UNL, en la cual la dimensión comunicacional adquiere un lugar central. En segundo lugar, se expondrán las políticas, estrategias y acciones concretas que se han llevado adelante desde el Área y, por último, los principales aciertos y desafíos a los que esta se enfrenta en la actualidad.

La comunicación como dimensión de la extensión

La UNL, creada en 1919, fue la primera universidad nacional nacida al calor de la Reforma Universitaria de 1918. A partir de ese momento, y con la impronta reformista que la caracteriza, la función de la extensión ha sido clave en sus orígenes, su desarrollo institucional y fuertemente presente en toda la vida universitaria (Conti, 2009; Scarciófolo *et al.* 2015; Piazzesi y Baccolla, 2015). Por consiguiente, las acciones de extensión estuvieron amparadas por los distintos estatutos aprobados desde 1922 y los sucesivos planes estratégicos definidos desde 2004. Actualmente, la política de extensión se enmarca en el Estatuto promulgado por la Asamblea Universitaria en 2012 (UNL, 2012) y en Plan Institucional Estratégico 2020–2029 (UNL, 2020).

Desde un posicionamiento general sobre la extensión y aproximándonos a una visión comunicacional, se puede coincidir con Andrea Valsagna en lo que expresa:

“Partimos de suponer que toda extensión *es o implica* una comunicación con la sociedad, en la que la Universidad se posiciona, habla, construye relaciones y representaciones, ubica y se ubica frente a los distintos sectores de la sociedad con los que interactúa. Entendiendo a la comunicación como el modo de producir y poner en circulación significaciones, socialmente construidas y estrechamente ligadas a la posición que los actores/ interlocutores ocupen en la relación que establecen y en el campo social en el que se da su juego”. (2009, p.7)

Por tanto, el enfoque que se tenga sobre extensión universitaria va a incidir de manera directa sobre el sentido que adquiera la comunicación: una concepción transferencista implicará una comunicación lineal, más funcionalista; una concepción más crítica de la extensión requerirá del despliegue de un corpus teórico y metodológico que asuma la construcción colectiva.

Las definiciones sobre extensión expresan el modo en que se concibe, se produce, circula, se apropia y se valida el conocimiento académico. Las líneas de trabajo y los dispositivos institucionales visibilizan el papel que cumple la Universidad en el desarrollo territorial y los diferentes sujetos (sociales, institucionales y políticos) con los que se define interactuar; las maneras de entender a la enseñanza y los aprendizajes, de definir las agendas de investigación e identificar los problemas “socialmente relevantes”, y en cómo se espera transformar determinadas situaciones.

Al igual que en todo el continente, la concepción de extensión se fue resignificando en estos 100 años de tradición reformista a partir de una serie de cambios en la concepción sobre la producción del conocimiento y el papel social que cumplen las universidades públicas con la comunidad (Menéndez, 2018; Tommasino y Cano Menoni, 2016). La discusión en el marco de las redes nacionales y regionales de extensión universitaria y las revistas periódicas de extensión marcan el pulso de esas discusiones. La historia institucional de la UNL da cuenta de esos pasajes. Desde 2007, la UNL fue redefiniendo esta función universitaria pensada desde la gestión universitaria hasta configurarla como una función atravesada por cinco dimensiones: la académico–institucional, la pedagógica, la comunicacional y la política (Menéndez, 2011, 2012 y 2015; Menéndez y Tarabella, 2016; Reyna e Iucci, 2022).

A su vez, estas dimensiones se ponen en juego en un modelo de intervención que María Elena Kessler (2013) sintetiza de la siguiente manera:

“Toda acción de extensión implica una intervención en un espacio determinado, en un territorio específico y en un entramado de relaciones particulares, donde se ponen en juego conocimientos y saberes, como el mundo de las representaciones sociales que los actores han ido construyendo en torno al mismo. En este sentido, la intervención social se entiende como una acción que se realiza de manera formal u organizada, que responde a necesidades sociales, que específicamente intenta incidir significativamente en la interacción de las personas y aspira a una legitimación pública o social. Incluye el despliegue de estrategias en un contexto histórico, social, político, intenta captar la particularidad, el detalle de las trayectorias de los actores, y tiende a producir un impacto colectivo. Por lo tanto, como esquema de acción responde a necesidades sentidas y es una oportunidad para el reconocimiento del “otro” como sujeto portador de historicidad, de cultura, de lazos”. (p. 39)

Las dimensiones de la extensión y el modelo de intervención van a marcar dos aspectos desde donde pensar la comunicación. En tanto política institucional que centra y concentra la mirada en la dinámica de la agenda de la propia universidad. En tanto parte del entramado proyectual en donde la universidad se construye en relación con los otros.

De allí que cohabiten dos perspectivas —no exentas de tensiones y conflictos—: la comunicación estratégica y la comunitaria. La comunicación comunitaria se habilita por el mismo modelo de intervención desde el momento en que las prácticas son concebidas, planificadas, desarrolladas y evaluadas ya no solo por actores universitarios sino en con-

junto con los actores sociales con los cuales se desarrollan. Perspectiva que va a nutrirse con la de educación popular.

Siguiendo a Patricia Fassano e Irene Roquel (2016):

“definimos a la comunicación comunitaria como enfoque de la comunicación social que busca fortalecer la dimensión comunitaria de la vida social, es decir, ese lugar de la vida social en el cual la identidad se define por la pertenencia a un nosotros, que quiere decir un *nos-otros*, es decir un sujeto que incluye a otros para poder ser plenamente. Este solo movimiento inclusivo y fortalecedor de la dimensión comunitaria de la vida social tiene profundas consecuencias políticas que a veces no se manifiestan en el corto plazo pero que suponen la paulatina emancipación de las personas respecto de sus condiciones de sometimiento y dominación, a través del ejercicio de prácticas de comunicación soberanas, que responden a sus propias pautas culturales y no a los mandatos de las grandes corporaciones mediáticas”.

Respecto de la educación popular, Paulo Freire (1973) orienta el horizonte de las prácticas y cruza de lleno la perspectiva de la comunicacional:

“La comunicación verdadera no es la transferencia, o la transmisión del conocimiento, de un sujeto a otro, sino su coparticipación en el acto de comprender la significación del significado. Es una comunicación que se hace críticamente”. (pp. 78–79)

Tal cual remarca Gabriel Kaplún (2004):

“Para Freire, el énfasis —más que en los contenidos y efectos— está puesto en el proceso educativo, en tanto productor de sujetos capaces de transformar el mundo y no solo de reproducirlo. Para Freire es clave partir del universo de significados del propio grupo, diferentes muchas veces de los del educador, cuyo papel será facilitar el intercambio de saberes entre los participantes, aportar los suyos propios y los múltiples saberes producidos por la humanidad, sometiéndolos siempre a crítica en vez de aceptarlos como verdades a priori”. (p. 44)

Desde esta perspectiva, los conocimientos y saberes se ponen en juego de manera crítica en el ámbito del grupo como espacio privilegiado de aprendizaje. Todos aprenden, todos enseñan. Es precisamente en esos espacios donde se construyen las relaciones, se evidencian los imaginarios en cuanto al lugar que se adjudica a la universidad, se visibilizan los sujetos “elegidos” y se ponen de manifiesto los temas/problemas que la universidad decide abordar.

La comunicación de la extensión como política y gestión

Pensar la comunicación estratégica para la extensión en la UNL supone partir de una mirada integral y coherente con las políticas definidas por la institución y de un trabajo consensuado con la Dirección de Comunicación de la UNL en lo que concierne a la comunicación estratégica global de toda la universidad. Para ello, tomamos como referencia el modelo de comunicación estratégica planteado por Sandra Massoni (2007):

“Este modelo de comunicación estratégica es integrador porque permite abarcar la comunicación interna, la interinstitucional y la externa, definiendo en cada caso cuál es la

problemática prioritaria, cuál es la transformación cognitiva que es deseable poner en marcha en el marco de los objetivos institucionales y atendiendo muy especialmente a los contextos. Tiene una particularidad y es que este modelo se concentra en facilitar las transformaciones a partir de una mirada respetuosa de la diversidad.” (p. 1)

De esta manera, se intenta evitar la dispersión de las capacidades institucionales, la falta de correlación entre las metas, objetivos y acciones institucionales y la ausencia de coordinación de la participación entre los diversos actores institucionales que intervienen. Ello significa proponer y sostener un plan de trabajo que articule el accionar de las distintas áreas de la gestión con las acciones de comunicación operativa vinculadas a la misión y visión de la organización. La política de comunicación permite entonces operacionalizar los objetivos de la gestión y traducirlos en acciones, dispositivos y líneas de trabajo específicas.

En los comienzos, se trabajó centralmente en la construcción de una agenda de trabajo; la unificación de criterios y ejes temáticos; la generación de mecanismos para canalizar la información hacia la DirCom; asesorar en producciones audiovisuales, radiales o impresas; generar espacios de discusión y debate en torno a ejes de interés definidos desde la gestión (talleres, congresos, jornadas); diseñar campañas y realizar el apoyo logístico en las diferentes actividades. Se destaca en esta primera etapa el aporte desde el Área para la generación de espacios de encuentro sobre extensión universitaria, como fueron el III Congreso Nacional de Extensión Universitaria (2009), el XI Congreso Iberoamericano de Extensión Universitaria (2011) y el surgimiento de *+E: Revista de Extensión Universitaria*. Desde entonces ha sido referencia ineludible respecto de las discusiones y aportes teórico-metodológicos que orientan las políticas y acciones de extensión universitaria implementadas en Latinoamérica.

El esquema de trabajo empezó a tensionarse por las características que fue asumiendo la extensión. Si bien la centralización de la comunicación tiene aspectos positivos, muchas veces escapa a las necesidades concretas de programas y proyectos que buscan generar procesos de sensibilización, de apropiación social de conocimientos en temas y destinatarios específicos. Así surgió la necesidad de abrir una zona de conversación entre las estrategias globales de comunicación institucional y las nuevas necesidades de comunicación específicas de extensión universitaria.

Se fueron asumiendo nuevos desafíos plasmados en nuevas líneas de actuación. Se propuso, sin dejar de realizar el trabajo que se venía haciendo, poner énfasis en promover “nuevas estrategias de comunicación en el marco del modelo de intervención de la Secretaría de Extensión”. Un lineamiento que se tradujo en participar activamente en la construcción de agendas de trabajo colectivas en los espacios territoriales definidos como estratégicos por la Universidad, visibilizar en el espacio público y en el comunitario (socioproductivos y socioculturales), no solo acciones propias de la Universidad sino aquellas que son producto del trabajo compartido con redes institucionales y con otros actores sociales, empoderar a distintos actores (sociales, culturales y productivos) para potenciar sus propios modos de expresión en ámbitos barriales y en medios de comunicación, y contribuir activamente en la apropiación social del conocimiento a través de acciones que articulen productos con procesos.

Aquí, las nociones de mediación —entendida en los términos de Jesús Martín Barbero (1991)—, de construcción de sentidos, de transformación, de procesos, adquieren relevancia, sin perder de vista a la Universidad como sujeto participante en esas construcciones.

Desde el punto de vista práctico, este enfoque implicó un cambio en la organización del propio equipo de comunicación y la incorporación de nuevos perfiles, pensar estrategias de seguimiento y acompañamiento para líneas de trabajo de extensión consideradas como estratégicas y diseñar esquemas de intervención comunicacional en las dinámicas territoriales de manera diferenciada en los que se incluya a los medios barriales y a espacios microsociales. En este sentido, se pudo avanzar en nuevos perfiles de actuación. Por un lado, hacia intervenciones sustentadas en los enfoques de comunicación comunitaria y, por otro lado, en el campo de las nuevas narrativas que plantean enfoques innovadores en cuanto a la combinación del uso de medios, redes sociales e intervenciones urbanas.

Cabe resaltar en todo este proceso la propuesta para capacitar y acompañar a los equipos de extensión vinculados al desarrollo de los proyectos y programas. Mediante talleres y encuentros se fue incorporando la dimensión comunicacional en el desarrollo de los mismos y generando materiales de apoyo a través de guías que posibiliten definir objetivos y estrategias. De este modo, la extensión como función en la vida universitaria es gestionada desde varias secretarías: Extensión, Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo, y Cultura. El cambio de gestión en la UNL, en 2018, propuso una nueva estructura organizacional donde se fusionaron las Secretarías de Extensión y Cultura, lo que implicó para el Área incorporar una nueva dimensión en sus lineamientos, la redefinición de los objetivos a nivel global y estratégico, así como a nivel de la estructura de funcionamiento.

Organización y estructura

Desde la posición más operativa, el área ha tenido diferentes estructuras en su organización a lo largo de este período y ha ido incorporando diferentes perfiles de profesionales para responder y abordar necesidades detectadas para su funcionamiento. Actualmente, cuenta con una coordinación general y dos equipos de trabajo interdisciplinarios asociados a las direcciones centrales de la estructura de funcionamiento: cultura y extensión.

Se cuenta con un equipo integrado por profesionales de diversas disciplinas (comunicación, diseño, fotografía, audiovisual) que responden a las siguientes líneas de trabajo: Prensa Institucional, Imagen y Diseño, Web y Redes Sociales, Capacitación y Asesoramiento, Producciones Multimediales.

El trabajo de prensa comprende el desarrollo de contenidos para los medios institucionales, sitio de noticias, periódico *El Paraninfo*, agenda UNL, *Punto Info* y boletines. Se gestiona la realización de entrevistas y notas en los medios institucionales (Radio LT 10, FMX, Litus TV) y locales, coberturas periodísticas, así como los registros fotográficos y audiovisuales.

El equipo de Imagen y Diseño acompaña las estrategias de comunicación institucionales, tanto internas como hacia el medio social, con producción de materiales gráficos impresos y digitales acordes a las pautas y manual de identidad de la UNL.

Se administran y generan contenidos en diferentes formatos para las redes sociales Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y WhatsApp, y se trabaja, además, en diseño y producción de contenidos para el sitio institucional, su actualización permanente y el desarrollo de micrositos.

Se brinda asesoramiento y acompañamiento a los proyectos y programas de extensión para el desarrollo de estrategias situadas desde la perspectiva de la comunicación comuni-

taria y la educación popular. Se dictan talleres de comunicación, se participa de los procesos y se proponen intervenciones en proyectos y programas considerados estratégicos. Se producen contenidos institucionales y específicos en distintos formatos sobre la base de los objetivos priorizados.

El accionar del área en los últimos años se ha centrado en generar capacidades en los equipos de extensión, llevar adelante experiencias propias mediante proyectos de extensión y generar contenidos en diversos formatos que den cuenta de estos procesos.

Comunicación y redes territoriales

A partir de la participación en los espacios y redes territoriales, se comenzaron a identificar demandas y necesidades vinculadas al fortalecimiento de las capacidades de comunicación de las instituciones sociales que las conforman. En particular, se trabajó con la Red “Convivencia” de los barrios Centenario, San Jerónimo y Varadero Sarsotti (2015) y la Red Interinstitucional y Social Alto Verde (2020–2022)

Coordinación de proyectos

Se llevaron adelante experiencias de trabajo en varios proyectos de extensión:

- “Espacios de comunicación, producción y lenguajes: construyendo ciudadanía con adolescentes y jóvenes” (2016, FHUC–UNL) apostó a trabajar, desde la práctica extensionista, en talleres de comunicación para la construcción de espacios de expresión y participación ciudadana a través del uso de diferentes lenguajes y formatos.

- “Apoyo a la comercialización de organizaciones de pequeños productores agroecológicos del departamento San Jerónimo, Santa Fe” (2016, FCE–UNL) desarrolló el trabajo de manera participativa en una propuesta de identidad y comunicación para la organización “Surcando desde la memoria campesina”.

- “Cómo comunicar mi emprendimiento” (FCE–UNL) es un proyecto que, desde 2019, se sostiene en un trabajo junto con la Escuela de Educación Técnica Particular Incorporada 2028 San Lorenzo, de la ciudad de Santa Fe. Una propuesta de formación destinada a las y los estudiantes que asisten para aprender diferentes oficios con una perspectiva emprendedora.

Capacitación a equipos de extensión

Con el objetivo de brindar pautas generales vinculadas a la comunicación en el desarrollo de los proyectos y programas de extensión, desde el Área se trabaja, por un lado, en espacios de capacitación a partir de talleres con los equipos de extensión que llevan a cabo acciones en el territorio. Por otro lado, y como complemento, se ponen a disposición una serie de guías con herramientas para orientar el trabajo de planificación y diseño de estrategias de comunicación en el marco de las intervenciones sociales vinculadas a la extensión universitaria. Este material se elabora de manera conjunta con el Programa de Publicaciones de Extensión Universitaria de la SEyC. Hasta el momento se han publicado:

- Guía para abordar la comunicación desde las acciones de extensión universitaria;
- Guía para la elaboración de materiales educativos y comunicacionales I. Materiales escritos (impresos y/o digitales)
- Guía para la elaboración de materiales educativos II. Piezas sonoras

Prácticas curriculares

Se propusieron diferentes espacios (programas y proyectos) para la realización de prácticas curriculares de estudiantes de Comunicación (Facultad de Humanidades y Ciencias de la UNL y Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos —UNER—). Una articulación necesaria para propiciar espacios de intercambio y abordajes de temáticas tanto para la formación como para el desarrollo de experiencias.

Medios comunitarios y producciones multimediales

Con el propósito de abordar problemáticas de interés social y, al mismo tiempo, visibilizar las acciones que la Universidad realiza en los territorios, se llevó adelante durante dos años (2015–2016) el programa radial *Punto de encuentro* en la FM comunitaria Radio en La Mira 87.7, que funciona en el Hospital Dr. Emilio Mira y López (Santa Fe).

Se presentó la primera serie de podcast denominada “Conocer para decidir”. Una propuesta que puso el eje en la comunicación como un derecho habilitante y donde distintas voces académicas se articulan con las voces de los territorios en los que trabaja la UNL, enmarcadas en sus programas y proyectos de extensión. Son 9 episodios que toman temáticas abordadas desde los programas de extensión y se encuentran disponibles en [Spotify](#) y [Google Podcast](#). Esta ha sido una primera experiencia y se prevé continuar trabajando en nuevas series con temas vinculados a las acciones de extensión y cultura de la Universidad.

Junto con Litus TV, el canal de la Universidad, se trabaja de forma colaborativa para la producción de contenidos que formen parte de la programación. En este marco, surge el ciclo *En Territorio*, donde se da cuenta de cómo la Universidad construye conocimientos colectivamente a través de las acciones y proyectos encarados desde la extensión universitaria. Se cuenta con 16 capítulos donde se pueden reconocer la riqueza y las diferentes miradas que se encuentran y construyen en la práctica en territorio. La agenda de los temas a abordar es acordada año a año y se pueden ver además por el canal de [YouTube](#). En cuanto a contenidos culturales, se trabaja actualmente en tres ciclos: *Torre de sonidos*, que busca construir un espacio para que grupos, bandas, dúos o solistas de la ciudad y la región puedan dar a conocer su propuesta musical; *Desborde*, un programa sobre arte contemporáneo que entrecruza artistas de distintas disciplinas y su participación en diferentes eventos, como la Bienal de Arte Joven, y *Trayectos*, una producción que muestra el proceso de formación y creación de quienes asisten a las propuestas de formación organizadas por la SEyC de la UNL. El programa propone un seguimiento del proceso formativo y artístico de alumnos y las sugerencias y experiencias de docentes en este proceso de creación.

Se destaca, además, el aporte del Área para gestionar y producir materiales tanto institucionales como específicos en el marco de eventos y producciones culturales, programas y proyectos de extensión, en articulación con la Dirección de Comunicación Institucional de la UNL.

Reflexiones finales

En estos años sostenidos de trabajo se ha logrado generar, proponer y consolidar un proyecto comunicacional institucional para la extensión en la UNL que incluye dispositivos y estrategias vinculadas a las dinámicas territoriales, al acompañamiento y desarrollo de programas

y proyectos, así como a la generación de contenidos en diferentes formatos que dan cuenta de esta función esencial en la universidad.

Resulta clave, en este marco, continuar consolidando un esquema de trabajo que inter venga en dos sentidos: las acciones de comunicación a nivel institucional y la dimensión de la comunicación en el desarrollo de los proyectos y prácticas, potenciando el desarrollo de estrategias y dispositivos que apunten a sistematizar, recuperar y visibilizar los procesos de trabajo de la Universidad en el territorio.

Referencias

- Conti, J (2009). *Lux Indeficiens. Crónica para una historia de la Universidad Nacional del Litoral*. Ediciones UNL.
- Fasano, P. y Roquel, I. (2016). Comunicación comunitaria: un proyecto en busca de definiciones. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 2(1). Universidad Nacional de La Plata. http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas_FPyCS
- Freire, P. (1973). *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. Siglo XXI Editores.
- Kaplún, G. (2004). Mapas y territorios de la participación. En Alejandro, M. y Vidal, J. R. (Comps.). *Comunicación y educación popular. Selección de lecturas*. Caminos.
- Kessler, M. E. (2013). Hacia la construcción de una intervención fundada: los entramados de la extensión. En Menéndez, G. et al. *Integración docencia y extensión. Otra forma de enseñar y de aprender*. Universidad Nacional del Litoral. <https://hdl.handle.net/11185/6610>
- Kessler, M. E., Angeloni, M., Bordón, G., Lozeco, J., Marzoni, S. y Theiler, J. (2015). La intervención social en el marco de la Extensión Universitaria. Mimeo.
- Martín Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Masoni, S. (2007). Modelo de Comunicación Estratégica (Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente). En Massoni, S. *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Homo Sapiens.
- Menéndez, G. (2011). Los desafíos presentes y futuros de la extensión universitaria. +E: *Revista de Extensión Universitaria*, 1(1), 22–31. <https://doi.org/10.14409/extension.v1i1.443>
- Menéndez, G. (2012). Extensión y políticas públicas: la universidad en el centro del debate. +E: *Revista de Extensión Universitaria*, 2(2), 40–46. <https://doi.org/10.14409/extension.v1i2.457>
- Menéndez, G. (2013). La dimensión comunicacional de la extensión universitaria. En Menéndez, G. et al. *Integración docencia y extensión. Otra forma de aprender y enseñar* (pp. 47–57). Ediciones UNL.
- Menéndez, G. (2015). El Sistema Integrado de Programas y Proyectos de Extensión de la Universidad Nacional del Litoral: 20 años de trabajo sistemático con la comunidad. +E: *Revista de Extensión Universitaria*, 5(5), 230–233. <https://doi.org/10.14409/extension.v5i5.5180>
- Menéndez, G. (2018). Resignificación de la extensión a 100 años de la Reforma Universitaria de 1918. +E: *Revista de Extensión Universitaria*, 7(7), 24–37. <https://doi.org/10.14409/extension.v0i7.7048>
- Menéndez, G. y Tarabella, L. (2017). El aprendizaje experiencial: una práctica de innovación que se afianza en la Universidad Nacional del Litoral. +E: *Revista de Extensión Universitaria*, 6(6), 96–103. <https://doi.org/10.14409/extension.v1i6.6317>
- Piazzesi, S. y Bacolla, N. (2015). *El reformismo entre dos siglos. Historias de la UNL*. Ediciones UNL.
- Reyna, M. L., Iucci, C. (Comps.) (2022). *Sistema Integrado de Programas, Proyectos y Prácticas de extensión universitaria: 25 años construyendo comunidad, 1995–2020*. <https://hdl.handle.net/11185/6353>
- Scarciófolo, S., Menéndez, G., Iucci, C., Matozo, E., Morzán, M. y García, M. (2015). *Extensión Universitaria. Desde sus orígenes en la Universidad del Litoral*. Universidad Nacional del Litoral. <https://hdl.handle.net/11185/6706>

Tommasino, H., Cano Menoni, A. (2016). Modelos de extensión universitaria en las universidades latinoamericanas en el siglo XXI: tendencias y controversias. *Universidades*, (67, enero-marzo), 7-24. Unión de Universidades de América Latina y el Caribe.

Valsagna, A. (2009). *La extensión universitaria en los '60: debates y disputas en torno a la transformación social. El caso de la Universidad Nacional del Litoral. Una experiencia de comunicación, cultura y desarrollo.* (Tesis de Licenciatura no publicada). Universidad Nacional de Entre Ríos.

Documentos

UNL (5 de noviembre de 2010). *Plan de Desarrollo Institucional. Hacia la Universidad del centenario. 2010-2019.*

UNL (4 de octubre de 2012). *Estatuto.*

Contribución de la autora (CRediT)

Administración del proyecto: Urbani, M. Conceptualización: Urbani, M. Escritura - revisión y edición: Urbani, M. Metodología: Urbani, M. Redacción - borrador original: Urbani, M. Supervisión: Urbani, M.