

Nombre de la Organización: **Secretaría de Bienestar Universitario y Modernización - Universidad Nacional de Córdoba**

Número y nombre de la categoría: **1. Comunicación Institucional / Branding**

Título de la campaña: **Muestra UNC**

Secretario: **Matías Daniel Lingua**

Departamento: **Comunicación**

Responsable: **Florencia Batistella (Coordinadora General)**

PREMIOS ACENTO

TERNA: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL / BRANDING

TÍTULO DEL CASO: Transformación de la Muestra de Carreras a Muestra UNC

**ORGANIZACIÓN: Secretaría de Bienestar Universitario y Modernización –
Universidad Nacional de Córdoba**

I. Introducción

La Muestra UNC es un evento institucional que, desde hace más de veinte años, lleva la propuesta académica de la Universidad Nacional de Córdoba a miles de jóvenes del interior provincial. Sin embargo, en el año 2023, bajo una nueva gestión, se propuso un cambio de paradigma: consolidar definitivamente este evento como la gran Muestra UNC, resignificándolo no sólo desde su nombre, sino también desde su identidad, formato y abordaje comunicacional.

El área de comunicación de la Secretaría de Bienestar Universitario y Modernización asumió el desafío de acompañar esta transformación, trabajando para estar a la altura del nuevo enfoque institucional.

El trabajo de branding y comunicación se enfocó en generar una identidad fuerte, accesible, juvenil y participativa, posicionando la Muestra UNC no sólo como una feria de carreras, sino como un evento emblemático de la vida universitaria cordobesa.

A partir del año 2023, la Universidad Nacional de Córdoba fortaleció una visión comunicacional estratégica que consolidó la Muestra de Carreras en Muestra UNC a través de tres instancias complementarias y articuladas: presencial, itinerante y virtual.

Esta transformación no fue espontánea. Venía gestándose con experiencias previas de recorridos en el interior, y se potenció con la necesidad de alcanzar más territorios, generar mayor equidad en el acceso a la información y adaptarse a nuevas formas de habitar lo digital. Así nació el concepto de Muestra Itinerante, que en 2024 se expandió territorialmente y sumó una apuesta visual y narrativa más sólida, consolidando una propuesta federal, cercana y visualmente coherente con la identidad UNC.

Al mismo tiempo, la Muestra Virtual se fortaleció como canal activo, accesible y permanente, logrando una sinergia entre las distintas plataformas. Desde la comunicación, se construyó una línea estratégica integral, que permitió unificar estética, mensajes y experiencias bajo una misma lógica institucional.

El trabajo incluyó el diseño de stands conceptuales para el interior, una estrategia visual que acercara la UNC de forma potente y coherente, y una programación articulada entre todas las versiones del evento, consolidando la muestra como una herramienta de comunicación institucional sólida, innovadora y con alto impacto territorial.

Diagnóstico

Frente a una audiencia joven, diversa y en búsqueda de información concreta, la Secretaría identificó los siguientes desafíos:

- Generar una conexión emocional con los públicos a través de experiencias reales.
- Visibilizar el carácter transformador de la vida universitaria, más allá del aspecto académico: inclusión, participación y compromiso social.
- Dar a conocer la amplitud de programas y servicios que ofrece la Secretaría.
- Integrar las múltiples dimensiones de la UNC en una propuesta atractiva, interactiva y significativa.

II. Estrategia

Objetivos de comunicación

- El objetivo principal consistió en la creación y gestión de una nueva identidad institucional para el evento, con el fin de posicionar a la UNC en su totalidad y no únicamente su oferta académica. Para ello, se propuso transformar la tradicional “Muestra de Carreras” en la Muestra UNC, trasladando su desarrollo desde el interior del Pabellón Argentina hacia el espacio público sobre el Bv. de la Reforma, generando así una experiencia abierta, visible y participativa.

Se buscó además:

- Reforzar el sentido de pertenencia hacia la UNC como universidad pública, inclusiva, transformadora y cercana a la vida cotidiana de las y los cordobeses.
- Visibilizar y comunicar los servicios, beneficios y oportunidades que ofrece la Secretaría de Bienestar Universitario y Modernización, tales como salud, deporte, becas, cultura, comedor, transporte y contención estudiantil.
- Unificar criterios de comunicación en todas las unidades académicas para lograr mayor equidad y equilibrio en las piezas de comunicación, mediante la implementación de un diseño único para los folletos de carreras de todas las facultades, promoviendo una imagen institucional coherente y fortaleciendo la identidad académica.

Uno de los objetivos clave fue también desarrollar una estrategia integral de branding, entendida como el proceso de crear, estructurar, gestionar y promover una marca institucional que represente el espíritu de la UNC. A través de una identidad visual definida, mensajes alineados a sus valores y una narrativa emocional, se buscó generar una percepción positiva, cercana y memorable en los públicos jóvenes y sus entornos.

Esta estrategia de branding apuntó no sólo a diferenciar a la Muestra UNC como evento insignia, sino también a construir un vínculo emocional sostenido con las audiencias, consolidando la reputación de la universidad pública como un espacio accesible, transformador y presente en la vida cotidiana de toda la comunidad.

Plazo de cumplimiento: 6 meses.

Públicos seleccionados

- Estudiantes secundarios
- Comunidad universitaria (docentes, no docentes, estudiantes, egresados/as)
- Gobiernos provinciales y municipales
- Instituciones educativas
- Público en general

Mensaje conceptual a posicionar: MUESTRA UNC

La estrategia buscó transformar un evento histórico de la UNC en una experiencia integral y abierta a la sociedad. Se posicionó a la Muestra como un evento dinámico, interactivo y transformador que permite conocer no sólo las carreras, sino también los múltiples beneficios, espacios y oportunidades que ofrece la Universidad. La Muestra UNC abrió sus puertas a la comunidad, visibilizando que la universidad pública está disponible, cercana y al servicio de todas las personas.

Se trabajó a partir de diferentes conceptos que cada año se renuevan acorde a la coyuntura social y el diagnóstico propio de cada año.

2023: La UNC es tu lugar

2024: La UNC nos transforma

2025: La UNC, un nuevo comienzo, que nos transforma.

Canales de comunicación utilizados

- Redes sociales institucionales (Instagram, Facebook)
- Espacios físicos en la muestra (stands, carpas, pantallas)
- Contenidos audiovisuales (videos testimoniales, spots breves)
- Material gráfico impreso (flyers, banners, credenciales, kits informativos)
- Sitio web oficial de la Muestra UNC y blog de la Secretaría

III. Ejecución

Táctica: Presentación de la campaña

La Muestra de Carreras ha representado, históricamente, el primer contacto de muchas personas con la vida universitaria. Su propuesta ha consistido en visibilizar la oferta académica a través de múltiples dispositivos: stands, actividades interactivas, charlas con egresados/as y experiencias prácticas.

Frente a los cambios de contexto vividos en los últimos años, la muestra transitó distintas modalidades —presencial, virtual e híbrida—, consolidando en 2023 una versión renovada, presencial, enriquecida con recursos digitales. Esta reformulación permitió repensar la manera de comunicar el universo universitario, incorporando una narrativa emocional, cercana e innovadora.

Luego de un proceso de evaluación conjunta con unidades académicas, escuelas secundarias y actores claves, se introdujeron cambios estratégicos:

- Traslado del evento del interior del Pabellón Argentina al Bv. de la Reforma, duplicando el espacio disponible, mejorando la señalización, la conectividad y la circulación del público.
- Reordenamiento de actividades, estructurándolas en tres ejes: stands informativos, diálogo con egresados/as y prácticas profesionales.
- Ampliación de días y horarios para facilitar la participación de colegios nocturnos.
- Fortalecimiento de la estrategia comunicacional, con mejoras en la promoción previa, organización de los stands, estructura de los espacios y del evento, la calidad de atención y la señalización durante el evento.

En 2023, la muestra aún conservaba el nombre “Muestra de Carreras”; sin embargo, ese año sentó las bases para el nuevo enfoque institucional que se consolidó plenamente en 2024 bajo el nombre “Muestra UNC”. Esta nueva denominación no sólo reforzó su carácter institucional, sino que permitió una participación más articulada y protagónica de todas las áreas y facultades de la Universidad.

Una de las principales innovaciones de 2024 fue la incorporación de las facultades al escenario interactivo, donde se presentaron a través de entrevistas, dinámicas y charlas abiertas. Además, cada unidad académica propuso actividades específicas en sus propios espacios, permitiendo que los y las estudiantes pudieran vivir experiencias reales de cada carrera, como recorridos por laboratorios, visitas a hospitales y talleres, prácticas simuladas, entre otras propuestas.

Esta evolución marcó un punto de inflexión, consolidando a la Muestra UNC como una experiencia integral, abierta y participativa, con una visión universitaria que trasciende lo académico.

IV. Evaluación

Resultados logrados (en relación con los objetivos)

- La edición 2024 de la Muestra UNC permitió mostrar con fuerza el impacto real que la universidad pública tiene en la vida de estudiantes y sus comunidades, visibilizando aspectos que la diferencian sustancialmente de otras instituciones, especialmente privadas: su carácter inclusivo, su enfoque integral de bienestar, y su compromiso activo con el entorno social.
- Uno de los logros más importantes fue el aumento significativo en la cantidad de visitantes, consolidando a la Muestra como un evento de gran convocatoria que superó las 100.000 personas. La nueva propuesta, más interactiva y masiva, convirtió la tradicional muestra de carreras en un megaevento universitario abierto a toda la comunidad.
- En estos últimos dos años, en la versión Itinerante de la muestra, más de 30.000 estudiantes visitaron el stand de la UNC, mientras que en la edición física participaron más de 170.000 personas. Con una mirada inclusiva y disruptiva, la Secretaría fortaleció su rol como actor clave en la construcción de este espacio de visibilidad, articulación y acercamiento a la comunidad.
- Cabe destacar la participación de 339 estudiantes en 2023 y 489 en 2024 como parte del programa “Estudiantes Protagonistas UNC”, una iniciativa de la Secretaría que promueve la participación activa, crítica y solidaria de la comunidad estudiantil en actividades con impacto social. Su involucramiento aportó cercanía, dinamismo y acompañamiento al público visitante, a la vez que reforzó el carácter formativo del programa, permitiendo aplicar saberes en contextos reales, fomentar el trabajo en equipo y acreditar horas de Compromiso Social Estudiantil. Su presencia resultó clave para el desarrollo del evento y para fortalecer el vínculo entre la Universidad y la sociedad.
- El escenario 360 impulsó por primera vez la participación de múltiples áreas y programas de la UNC que no solían estar representadas, como Campus Virtual, Campus Norte, el Banco de Hemoderivados, entre otros, que solicitaron espacios para visibilizar sus acciones, servicios y oferta académica. Esto marcó un antes y un después en la concepción del evento, fortaleciendo su carácter institucional y transversal.
- Además, se potenció el posicionamiento de la Secretaría de Bienestar Universitario y Modernización, con una participación activa y estratégica:

propuestas lúdicas, entrega de merchandising institucional y una fuerte visibilidad de servicios clave como salud, deporte, becas, transporte, comedor y cultura.

- Otro resultado relevante fue la consolidación de un modelo de trabajo colaborativo intersectorial, que articuló a diversas áreas de gestión, comunicación e infraestructura bajo una identidad común, sentando un precedente inédito en términos de construcción de marca institucional.
- Todos los materiales gráficos utilizados fueron donados a una ONG, que reutilizó los insumos para confeccionar bolsas, reafirmando el compromiso ambiental y sustentable de la UNC como parte central de su estrategia comunicacional.
- Finalmente, en esta edición las facultades se sumaron activamente al escenario interactivo, compartiendo con el público charlas, entrevistas y actividades específicas de sus carreras. Esta participación permitió que los y las estudiantes conocieran la identidad y oferta académica de cada facultad de una forma cercana, vivencial y atractiva.

Otros beneficios no previstos

- Se logró una mayor apropiación del evento por parte de los públicos no universitarios, reforzando el sentido de pertenencia hacia la universidad pública.
- Se potenció la figura del/la estudiante como protagonista activo/a del vínculo universidad-sociedad.

CAMPAÑAS DISEÑO

[2023 - Google Drive](#)

[2024 - Google Drive](#)

[2025 - Google Drive](#)

FOTOS

2023

[Muestra de Carreras - Ingreso 2024 - Google Drive](#)

2024

https://drive.google.com/drive/folders/10K2aQF_CLnxTw2qZNrpqjL_QGRnCSvwK?usp=sharing

REDES 2023

<https://www.instagram.com/reel/CvsiDHUpXj4/?igsh=ZTJIZWR6eWs0cnN0>

<https://www.instagram.com/reel/Cv-ZIXpMbzP/?igsh=MTE2aTRzYmFmdmRn>

<https://www.instagram.com/reel/CwQVez7haUC/?igsh=cGlyYndjZzhIYmlv>
<https://www.instagram.com/reel/CwVNpL1h-kB/?igsh=MWNzam5iN3duNnBxbw==>
<https://www.instagram.com/reel/CwiDQxrhhXz/?igsh=YjVidmExdGVjeXpp>
<https://www.instagram.com/reel/Cwiw7tjBDik/?igsh=MThkNjk3OTUwdTVuYg==>
<https://www.instagram.com/reel/CwoM6yih4WD/?igsh=MTBtcTljaWxwaDVrYg==>
https://www.instagram.com/reel/CwpuxYPB2o_/?igsh=MWI2dDkxbmpxcG14Yw==
<https://www.instagram.com/reel/CwxOhlthtMm/?igsh=MTFnZGUwMzk3bTlyZw==>
<https://www.instagram.com/reel/Cw0aFojhGtv/?igsh=bnFpN3UzMm54OXlo>
<https://www.instagram.com/p/Cw1NEFjhzyq/?igsh=MXFvczBpYWcyZTVmcA==>
<https://www.instagram.com/reel/Cw3UDT-BYqX/?igsh=MXZqbmJveWMweDVvMw==>
<https://www.instagram.com/reel/Cw3izUkhk34/?igsh=cGo0NHgwbni3d3kx>
<https://www.instagram.com/reel/Cw5BcVGOAbw/?igsh=cDVydmVmMnB6dm1y>
<https://www.instagram.com/reel/Cw6XgNQB7op/?igsh=MXdiZjB4NzNyYnhrYw==>
<https://www.instagram.com/p/Cw7-1RoO3aT/?igsh=cjNwbmU5aWhyZDJx>
<https://www.instagram.com/reel/Cw8vL-ELYvk/?igsh=cTJ5YndkMWIIMW03>

REDES 2024 (están en el caso evento 2024)