Dirección de Comunicación Institucional

PIE 100+10

Línea Institucional Estratégica 3

PIE 100+10

Subprograma 13.1 Prensa y contenidos institucionales

En 2024 el Área de Prensa Institucional de la UNL continuó con todo su trabajo y sus producciones para comunicar la actualidad universitaria a la comunidad regional y el mundo. Todos los canales informativos se mantuvieron activos y con producciones de calidad e información, y en estrecho vínculo con la extensa agenda de eventos y actividades propuestas desde la Universidad, reforzando la articulación con los medios de comunicación de la UNL.

El caudal de actividades de las distintas Unidades Académicas, Secretarías, Centros Universitarios y demás dependencias de la UNL que todos los años nutre de contenidos a las diferentes producciones comunicacionales del Área de Prensa Institucional, en 2024 estuvo presente y en actualización constante.

La vinculación con los medios de comunicación, los servicios y propuestas comunicacionales plasmados en distintos géneros se realizó en acciones pensadas para difundir las noticias universitarias a la comunidad universitaria y a la comunidad de la región en general, como se viene trabajando hace más de dos décadas en la DIRCOM.

Hacia la comunidad universitaria:

El Paraninfo editó sus 9 ejemplares en 2024, y fue distribuido mes a mes en las diez facultades, la sede y los centros universitarios, las escuelas de todos los niveles, los institutos y el Rectorado, además del Foro Cultural, Obra Social, Centro de Idiomas, el Multiespacio UNL, la FUL, APUL, ADUL y el Predio UNL–ATE. Se realizaron las 9 ediciones impresas y también su correlato digital, al que se puede acceder desde http://www.unl.edu.ar/periodicoelparaninfo, desde marzo hasta diciembre inclusive, excepto julio. La edición on line del periódico de la UNL se ha ido consolidando, sumando recursos interactivos y visitantes remotos, a la vez que convive con la ya tradicional edición en papel.

La Síntesis de Noticias Educativas (SNE), que consiste en un relevamiento diario (de lunes a viernes) de las noticias educativas publicadas en 16 diarios locales, regionales, nacionales e internacionales, enviada vía e–mail a una importante lista de contactos conformada por aproximadamente 1.000 destinatarios; se realizaron 199 envíos en el año.

Las principales noticias de la UNL, reunidas en un Newsletter, se enviaron en formato diario a una base de más de 2.100 contactos vía e–mail. En 2024, se realizaron 212 envíos del Newsletter.

La Síntesis de Noticias Científicas, que reúne las publicaciones de divulgación de la ciencia de los principales medios de la región, el país y el mundo, y se implementa desde 2015. Desde el 1 de febrero hasta el 29 de diciembre de se realizaron 215 envíos.

El sitio www.unl.edu.ar/noticias refleja la actividad académica, institucional, cultural, científica y social, además de la vida universitaria. Constituye una fuente de información para toda la comunidad universitaria y también para el público en general.

Se publicaron 880 notas, entre noticias y breves, y se generaron 319 más en un trabajo conjunto entre Prensa Institucional y la red de comunicadores de todas las facultades y secretarías.

El sitio web institucional www.unl.edu.ar se actualizó constantemente a lo largo del año, renovando contenidos y mejorando la visualización de datos. Se registraron 1.123.097 visitas y 7.487.608 páginas vistas. También se trabajó en secciones específicas en colaboración con las áreas correspondientes cuando así lo requerían.

Se registraron 766.279 páginas vistas de Noticias UNL.

A su vez, en Noticias UNL como producciones fueron cargados 118 Punto Info, en formato audiovisual, y los 9 periódicos El Paraninfo.

Según las estadísticas recogidas en 2024, las noticias más vistas en la web son:

1- Derribando mitos - ¿Se puede curar la insolación con un vaso de agua en la cabeza?: 39.418 vistas

2- UNL Noticias: 19.473

3- ¿Qué significa E=mc2?: 17.903

4- Portal de Empleo de la UNL 14.100

5- Comienza la XXX Feria del Libro de Santa Fe: 13.076

6- Alacranes: recomendaciones ante su aparición: 10.897

7- Diabetes: estrategias de prevención y control :10.664

8- De qué se trata el cero absoluto: 8.722

9- Recomendaciones para prevenir el dengue: 8.637

10- La materia no existe: 8.583

En tanto, el sitio web de Agenda UNL se mantuvo durante el año actualizado y permitió la difusión de eventos de agenda en conjunto con las todas las unidades académicas de la UNL:

Hacia la comunidad santafesina y del país:

En calidad de anuncios de los hechos, así como también sus respectivas coberturas, la información acorde a su trascendencia y nivel de incumbencia se envió a medios de comunicación de Santa Fe, la región y el país. Estos envíos multimediales, es decir que reúnen las notas periodísticas y la cobertura fotográfica y audiovisual, se realizaron durante todo 2024 con notas periodísticas y envíos de servicios de prensa audiovisuales, elaborados por Punto Info y los equipos técnicos de Litus TV. A la vez se reforzó la difusión de la información UNL a los medios de comunicación de la ciudad y la región a través de la base de contactos de correos electrónicos y whatsapp.

En cuanto a las noticias generadas desde el área, es decir aquellas informaciones originadas y construidas en el propio espacio de Prensa Institucional, el objeto de referencia remite a las circunstancias sociales, económicas, educativas o políticas; mientras que en otros casos las fuentes informativas resultaron ser estudios, trabajos y/o investigaciones elaboradas por integrantes de la comunidad académica.

Punto Info es el noticiero audiovisual de la DIRCOM que ha ido variando sus formatos desde su nacimiento al ritmo de los cambios tecnológicos de las plataformas de comunicación e información.

Durante el 2024 se realizaron 274 notas de Punto info, los cuales fueron cargados en el canal oficial de YouTube de la Universidad Nacional del Litoral en la lista de reproducción “Punto Info 2024”. Además, son cargados a la web de Noticias UNL.

Según las estadísticas que da a conocer YouTube, la duración promedio de una vista de Punto Info fue de 1 minuto 30 segundos. Además, el video más visto se titula “La Facultad de Ingeniería Química de la UNL lanza su Desafío 105” con 3,839 vistas y fue publicado el 30 julio de 2024.

En cuanto a la fuente de tráfico para ver el material, la fuente externa fue de 67.9%, videos sugeridos 9.9%, directa 4.9%, funciones de exploración 4,6 %, búsqueda de YouTube 4,4%, entre otros.

Continuando con las estadísticas que produce YouTube, el tipo de dispositivo en el que se vieron los videos son cuatro: TV, computadora, teléfono celular y tablet. La duración promedio de vistas en cada dispositivo fue la siguiente: TV con 1:38 min, teléfono celular 0:58 min, tablet con 0:49 y PC con 1:27 min.

El total de los Punto Info subidos durante 2024 fue 274. A continuación, se detalla la cantidad de videos cargados en cada mes: febrero 10, marzo 25, abril 21, mayo 33, junio 22, julio 20, agosto 29, septiembre 23, octubre 29, noviembre 39, diciembre 23.

Se realizó una nueva edición de la Expocarreras de la UNL, con eje en la presencialidad pero que se enriqueció con una propuesta digital a través de la web específica de la Expo que fue actualizada y puesta a punto desde Prensa Institucional con diferentes materiales que se han ido puliendo con las experiencias de años previos. También se realizaron la difusión y convocatoria los estudiantes de la región y el país, y se reforzó la comunicación con las diferentes plataformas de comunicación; lo que incluyó el trabajo en una transmisión en streaming.

En 2024 se continuaron actualizando las Agendas Universitaria y Cultural que se emiten por LT 10 y FM X, para dar difusión a los eventos de agenda UNL, se realizaron 42 emisiones de Agenda Universitaria y 40 de Agenda cultural. Paralelamente, desde marzo a diciembre de 2023 salieron al aire radial 6 Servicios de Prensa Universitaria (spots publicitarios).

Se continuó consolidando las bases de datos de periodistas y medios de comunicación para ampliar el espectro de comunicación de las noticias UNL.

La base de datos de correos electrónicos de medios santafesinos supera los 1.200 contactos, la de medios regionales supera los 500, la de medios nacionales registra 186. Especial atención se prestó a completar estas bases de datos en las localidades de la región que particularmente interesa a la UNL de acuerdo a su planificación institucional: el centro norte santafesino.

Subprograma 13.2: Imagen Institucional

Dentro de este subprograma se desarrolló el sistema identitario para los 105 años de la Universidad Nacional del Litoral, la ampliación del sistema tipográfico institucional a partir de la incorporación de la variable itálica para Lux Sans y de la variable display Lux Frontis (https://www.unl.edu.ar/comunicacion/luxsans_italicas/ https://www.unl.edu.ar/comunicacion/luxfrontis/) y el desarrollo del sistema identitario para el relanzamiento del programa Padrinos UNL.

Asimismo, en relación a la producción de materiales periódicos se continuó con la diagramación mensual para las 9 ediciones de El Paraninfo, diseño de apartado web para https://www.unl.edu.ar/periodicoelparaninfo/ y diseños para la difusión en redes sociales.

En materia de campañas y eventos se desarrollaron durante 2024 el concepto, idea, diseño y gestión de materialización de piezas para: Expocarreras, Ingreso 2024, Maratón aniversario, 15 Bienal de Arte Joven (en conjunto con la Secretaría de Extensión y Cultura), En qué anda la UNL.

En cuanto al diseño e implementación de sistema señalético en los ámbitos universitarios, en el 2024 se realizaron para: Planta de Alimentos, Datacenter, Planteo de Plan señalético para la Facultad de Ingeniería y Ciencias Hídricas (en conjunto con el equipo de comunicación de esa Unidad Académica).
Otra acción fue el trabajo en el soporte gráfico para implementación de proyectos en el marco del área web de la Dirección de Comunicación, como el diseño web para unl.edu.ar/tienda, la web de la Escuela Industria Superior y la actualización en los diseños de productos del catálogo de Obsequios UNL.
Por último, como todos los años se llevó a cabo el diseño y gestión de materiales de demanda diaria para la difusión de pequeños eventos y acciones de las diferentes dependencias de UNL (direcciones, secretarías, facultades) y efemérides transversales a toda la institución, particularmente orientados a la difusión por medios digitales (redes sociales, whatsapp, mails, etc.).

Subprograma 13.3: Web y Redes Sociales

Teniendo como objetivo administrar, modernizar y actualizar los procesos y espacios web de la Universidad Nacional del Litoral, la Dirección de Comunicación Institucional continúa en la mejora de circuitos y escenarios digitales, así como la implementación de sitios y capacitaciones para la actualización continua de la comunidad UNL.
El sitio web institucional (www.unl.edu.ar) se actualizó constantemente a lo largo del año, renovando contenidos y mejorando la visualización de datos. Se registraron 1.123.097 visitas y 7.487.608 páginas vistas. También se trabajó en secciones específicas en colaboración con las áreas correspondientes cuando así lo requerían.
En 2024, la Universidad Nacional del Litoral lanzó su tienda online "UNL Tienda", una plataforma destinada a la venta de productos desarrollados por la institución. Este proyecto es el resultado de un trabajo conjunto entre las Direcciones de Comunicación Institucional, la Dirección de Gestión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (DiGeTIC), y la Secretaría de Gestión y Administración Presupuestaria de la UNL.
Se reanudó el proyecto de renovación del sitio web catálogo de Ediciones UNL, con el objetivo de mejorar el acceso digital a las publicaciones editoriales de la Universidad. Como paso intermedio, se desarrolló una landing page que facilita el acceso directo a la compra y a los servicios ofrecidos por el área.
En colaboración con la Dirección de Gestión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (DiGeTIC), se trabajó en el ámbito de la ciberseguridad, abordando diferentes aspectos. El principal enfoque fue realizar un relevamiento de los sitios y usuarios

existentes, con el fin de organizar la información y poder ejecutar acciones relacionadas con la seguridad y autenticación, garantizando la protección del ecosistema web de la UNL. Además, se desarrollaron materiales de comunicación, como la página https://www.unl.edu.ar/ciberseguridad/, que difunde consejos, recomendaciones y requisitos sobre ciberseguridad. En este contexto, se destacó la importancia de la protección de los sistemas de información como responsabilidad compartida por toda la comunidad universitaria. Se pretende trabajar en el uso de la autenticación multifactor (MFA) como herramienta clave para evitar accesos no autorizados y reducir el riesgo de ciberataques.

Se lograron importantes avances en el desarrollo del sitio web de la Escuela Secundaria UNL, un proyecto que requirió una estrecha colaboración con el equipo académico y administrativo de la institución, así como una exhaustiva investigación de materiales para definir adecuadamente su identidad digital. Este sitio web, fundamental para la visibilidad y comunicación de un espacio tan relevante dentro de la Universidad Nacional del Litoral, desempeñará un papel clave en la consolidación de su presencia en línea, y se espera que en el transcurso de este año se complete y se ponga en funcionamiento de manera definitiva.

Durante el período evaluado, se llevaron a cabo diversas tareas técnicas relacionadas con el asesoramiento y la mejora de espacios virtuales clave de la Universidad Nacional del Litoral. Entre estas actividades, se brindaron asesoramientos específicos en el portal de firma UNL, el Geoportal de la Facultad de Humanidades y Ciencias (FHUC), y en el ámbito de Gobierno Abierto, con el objetivo de optimizar la gestión y el acceso a la información en estos sistemas. Además, se continuó con la mejora de diversos sitios web institucionales, como el portal de la Expo Carreras UNL, con sus 15 stands virtuales, el portal de Propuesta Académica, el portal de Ingreso UNL, así como diversos servicios en línea relacionados con eventos y formularios. La importancia de estas tareas radica no solo en la optimización de los espacios digitales, sino también en la capacitación y administración constante de estos sistemas, lo cual es esencial para garantizar un acceso adecuado, ágil y seguro a la información en una universidad pública. Estos esfuerzos son clave para mejorar la experiencia de los estudiantes, personal académico y comunidad en general, fortaleciendo la presencia digital de la institución y fomentando la accesibilidad a los servicios universitarios.

Desde la Gestión web de la Dirección de Comunicación (DirCom), se continuó impulsando proyectos conjuntos con la Dirección de Informatización y Planificación Tecnológica enfocados en la implementación de nuevas etapas relacionadas con los objetivos en la modernización y optimización de los procesos digitales de la universidad.

La Dirección de Comunicación reafirmó su compromiso de brindar apoyo continuo a los equipos de comunicación y administrativos de las distintas áreas y direcciones, con el fin de

que puedan desempeñar un papel activo y efectivo en la gestión de las plataformas digitales. Esta labor es clave para garantizar que los espacios web institucionales sean eficientes, accesibles y seguros, y para promover una comunicación fluida y actualizada entre la universidad y su comunidad. La gestión adecuada de los recursos web en una universidad pública es esencial para facilitar la interacción de estudiantes, personal académico y administrativo, contribuyendo a la mejora de la experiencia institucional en el ámbito digital.

Redes sociales

El contexto universitario de 2024 fue desafiante y a la vez protagonista de la agenda pública. El foco estuvo puesto en defender y visibilizar los valores, el funcionamiento y el impacto de la Universidad y la Educación Pública en la sociedad a través de todos los canales de comunicación y plataformas digitales.

Se continuó fortaleciendo el trabajo en red con los equipos de comunicación de las Unidades Académicas y Secretarías para coordinar estrategias transversales a todas las áreas. Esto se vio reflejado en los post colaborativos en Instagram, impulsando así el alcance a más audiencias. También se mantuvo una colaboración estrecha con el área de Prensa e Imagen para la elaboración de estrategias y contenidos digitales.

La estrategia digital mantuvo su eje en Instagram, consolidándose como la red con mayor alcance dentro de la comunidad UNL. Durante 2024, la producción de contenido dinámico (reels) se intensificó aún más, reflejando una tendencia en el algoritmo de la plataforma. En este sentido, se registraron picos de hasta 400 mil reproducciones en reels, destacándose aquellos vinculados a recorridos institucionales (Escuela Secundaria ubicada en la costanera este y Residencias Universitarias) y a las Marchas Universitarias. Por otro lado, aunque el contenido gráfico pasó a un segundo plano, el formato carrusel y de fotonoticia continuó utilizándose para la divulgación de noticias y agenda universitaria.

Como novedad en la estrategia digital, se trabajó en colaboración con Litus TV y LT10 en la difusión del Resumen Semanal De Noticias, adaptado al formato Punto Info vertical. Este formato favoreció la experiencia del usuario para consumir este contenido, mejorando el alcance y la difusión de noticias universitarias semanales, clave para la comunidad UNL. Se realizaron 29 productos durante 2024. En este mismo sentido se comenzaron a hacer reels para redes sociales con las promociones de los estrenos de Litus y se subieron compartidos a las redes sociales

de UNL, lt10 y Litus. También se subieron como short al canal de youtube de Litus.
Otra innovación 2024 fue la creación de un canal de WhatsApp para comunicaciones específicas, más directas e instantáneas.
Por último, se inició la publicación de contenido periódico en TikTok, plataforma en la que la comunidad UNL, especialmente la Generación Z, tiene una fuerte presencia. Las métricas muestran un notable éxito de esta estrategia, con videos que alcanzaron hasta 65 mil visualizaciones y una tasa de interacción y nuevos seguidores significativa. Este crecimiento posiciona a TikTok como un canal estratégico para la comunicación institucional en los próximos años.
En la red X (ex-Twitter), la comunidad siguió en crecimiento, alcanzando 20.293 seguidores. Este espacio digital sigue siendo clave para la difusión de noticias y la agenda diaria.
Para la ExpoCarreras 2024 se reactivó la cuenta de Instagram @expounl con el objetivo de compartir la agenda diaria mediante stories y reels, destacando la diversidad de la oferta académica de UNL. En la producción de contenidos participaron docentes, estudiantes avanzados y estudiantes secundarios, generando un espacio de interacción con los distintos públicos interesados.
Números
Alcance: es un indicador clave, ya que mide la cantidad de cuentas únicas que visualizaron nuestro contenido.
Instagram: Alcanzamos un total de 745.5 mil cuentas. (+503.1% que en el 2023)
Facebook: Alcanzamos un total de 340.7 mil cuentas (+31.6% que en el 2023)
Visualizaciones: mide el número de veces que se reprodujo o se mostró el contenido. En la actualidad, para el algoritmo de Meta, esta métrica es mucho más relevante que el alcance.
Instagram: Obtuvimos 3.6 millones de visualizaciones.
Facebook: Obtuvimos 252.1 mil visualizaciones.
Tik Tok: Obtuvimos 111 mil visualizaciones.
Actividad en el perfil: muestra la interacción con el perfil.
Instagram - Visitas: 177.5 mil (+61.7% que en el 2023)
Facebook - Visitas: 153.1 mil (+17.3% que en el 2023)
Tik Tok - Visitas: 2.237
Interacción: mide el número total de interacciones de otros usuarios con el contenido publicado.

Instagram: 62.9 mil (+100% que en el 2023)

- Facebook: 13.8 mil (+25,3% que en el 2023)

Tik Tok: 4.855

Seguidores

Instagram

- Total actual: 58.623 (+27,4% que en el 2023)

Crecimiento neto: 12.623

Facebook

Total actual: 75.129 (+1,25% que en el 2023)

Crecimiento neto: 1.129

Twitter

Total actual: 20.293 (+1,4% que en el 2023)

Crecimiento: 193

TikTok

Total actual: 638 (+425% que en el 2023)

-Crecimiento: 536

Canal de WhatsApp

Total actual: 192

Videos destacados

Entre los videos más reproducidos en Facebook se destacan:

Marchamos Universidad Pública Siempre

https://www.facebook.com/reel/513188068015430

Cuentas alcanzadas: 11.523

Reproducciones: 11.561

Interacciones: 1.546

Presentación del rector del informe sobre auditorías a la UNL

https://www.facebook.com/reel/1106525854377794

Cuentas alcanzadas: 8.922

Reproducciones: 10.734

Interacciones: 593

Planta de alimentos - Así avanza la obra en la nueva sede de Ciudad Universitaria

https://www.facebook.com/reel/1557137261842960

Cuentas alcanzadas: 11.735

Reproducciones: 12.079

Interacciones: 17

En Instagram los videos con mejor rendimiento fueron:

Recorrido por Escuela Secundaria:

https://www.instagram.com/reel/C5WDTxqumxL/?next=%2Funlitoral_%2F

Cuentas alcanzadas: 271.214

Reproducciones: 404.962

Interacciones: 13.130

Nuevos seguidores: 1.268

Resumen marcha en defensa de la Universidad Pública (23 de abril):

https://www.instagram.com/reel/C6H7JwAxEqz/?next=%2Funlitoral_%2F

Cuentas alcanzadas: 43.278

Reproducciones: 243.278

Interacciones: 10.861

Nuevos seguidores: 291

Recorrido por Residencias UNL:

https://www.instagram.com/reel/C5lWVPNuOtn/?next=%2Funlitoral_%2F

Cuentas alcanzadas: 120.706

Reproducciones: 191.840

Interacciones: 5.752

Nuevos seguidores: 119

En TikTok los videos con mayores visualizaciones fueron:

Recorrido por Residencias UNL: https://vm.tiktok.com/ZMkpNHPde/

Cuentas alcanzadas: 51.9 mil

Reproducciones: 63.51

Nuevos seguidores: 324

Recorrido por Escuela Secundaria UNL: https://vm.tiktok.com/ZMkpNu2rL/

Cuentas alcanzadas: 22.7 mil

Reproducciones: 25.292

Nuevos seguidores: 79

Centro de Salud UNL: https://vm.tiktok.com/ZMkpNXg2j/

Cuentas alcanzadas: 22.7 mil

Reproducciones: 3.331

Nuevos seguidores: 22

Subprograma 13.5: Medios UNL

Línea Institucional Estratégica prioritaria: LIE III - Objetivo Institucional: OI 15.

En 2024 se comenzó con una nueva línea de trabajo, la articulación entre la comunicación institucional y los medios de comunicación de la UNL. Esta área tiene doble dependencia de la Dirección de Comunicación Institucional y la Dirección de Medios de Comunicación.

Su objetivo es potenciar la comunicación universitaria en los medios de comunicación propios; articular el trabajo conjunto entre las diferentes áreas de comunicación y medios y desarrollar contenidos multiplataformas.

En este marco la DIRCOM se sumó a la mesa de coordinación del Multimedio UNL y durante el año se llevaron a cabo tareas de:

- Política comercial: participación en el proceso de auditoría y redefinición publicitaria de la empresa.

- Pautas de contenido:

Se trabajó en la definición de la nueva programación de LT10 y nueva artística.

Se creó el micro “¿En qué anda la UNL?” en el programa “De Diez” que se emite por el multimedios universitario. Se trata de una entrevista en piso semanal a personas de la comunidad UNL relacionada a una investigación u acción que se haya realizado en la Universidad con un tema de coyuntura. Se realizó de marzo a diciembre, completando 38 micros.

Asimismo, se creó el micro “Martes de científicas y científicos” en el programa “Primera Tarde” que se emite por el multimedios universitario. Se trata de una entrevista en piso semanal a investigadores y/o becarios que cuentan en qué están trabajando. Se realizó de marzo a diciembre, completando 35 micros.

También se desarrolló el micro “Deportes UNL” en el programa “10 en deportes” edición tarde. Se trata de una entrevista o resumen grabado sobre los deportes universitarios, se realiza en coordinación con el área de comunicación de Deportes UNL, todos los miércoles. Se completaron 18 micros, de marzo a diciembre.

Por último, durante 2024 se pautaron diferentes móviles de Lt10/Litus para cubrir actividades universitarias y se trabajó en articulación con los productores de los programas de LT10 para incorporar docentes e investigadores que opinen sobre temas que se estén tratando en la agenda periodística del día.

- Redacción multimedia: se trabajó de manera conjunta con los equipos de Noticias LT10, Redes Sociales y Web para avanzar en la transición hacia una redacción

única y multimedia. En este marco se realizaron dos talleres de capacitación en octubre y diciembre.

UNL Podcasts

Se creó la línea “La UNL en pódcast”, con el objetivo de centralizar las experiencias de podcasts que se realizan en la UNL. Reúne tanto podcast realizados por diferentes dependencias universitarias, como programas de Litus trasladados al formato sonoro.

Se destinó un espacio en la FM La X para los podcasts universitarios, de lunes a viernes a las 19, de mayo a diciembre. Los programas que se escucharon fueron: “Perfiles”, “Diálogos”, “Desborde” y “Torre de Sonidos” de Litus; “Conocer para decidir” de la Secretaría de Extensión y Cultura y “Prisma” del Museo de Arte Contemporáneo. Todos los programas están disponibles también en el canal de Spotify UNL Pódcasts. Para ello se creó el canal de Spotify UNL Pódcast donde se alojan todos los programas.

También se articuló la grabación de podcast del Centro de Educación y Tecnologías (CEDyT) en los estudios de Litus. Serán emitidos en 2025.

UNL Stream

Al igual que con los podcasts, se creó la línea“UNL Stream”, con el objetivo de centralizar las experiencias de streaming que se realizan en la UNL. Se recuperaron experiencias previas de streaming como los realizados para la Expocarreras y la Jornada Internacional de Jóvenes Emprendedores, y se tomó la decisión de que comiencen a transmitirse por el canal de youtube de UNL.

Durante 2024 se realizaron capacitaciones al personal de Litus para que puedan comenzar a encargarse de la parte técnica de las transmisiones.

Se realizó “UNL Stream: edición JIJE” en dos oportunidades: el 27 de junio (370 visualizaciones) y el 5 de septiembre (314 visualizaciones), con coproducción de la Secretaría de Vinculación, Dircom y Litus. Se transmitió por el canal de youtube de UNL.

Se realizó “UNL Stream: edición Bienal” el 21 de septiembre (316 visualizaciones) con coproducción de la Secretaría de Extensión y Cultura y Litus. Se transmitió por el canal de youtube de UNL y Litus.

Se transmitió “UNL Stream: edición Expo” en dos oportunidades: el 25 de septiembre (1127 visualizaciones) y el 27 de septiembre (521 visualizaciones). Se trató de una coproducción que incluyó a todas las áreas de comunicación de las facultades y

dependencias de Rectorado, Litus y Lt10/LaX. Pasaron 64 personas en las seis horas de programa. Se trató de una transmisión multiplataforma que se pudo ver en directo a través del canal de youtube de UNL, el canal de televisión Litus y escuchar por FM La X 103.5 y el canal de Spotify UNL Pódcast.

Multiplataforma:

Se realizaron piezas multiplataforma que se publicaron en redes sociales, la pantalla de Litus y las radios universitarias, como la campaña “Alerta, dengue”, la conmemoración de la inundación de Santa Fe o el aniversario de UNL.