

– DGCS –

Dirección General de Comunicación Social

Lic. Renato Dávalos López
Director General ~ desde mayo de 2013

La UNAM confirmó su liderazgo como institución de vanguardia y compromiso al concretar metas y objetivos contenidos en el Plan de Desarrollo 2011-2015. A partir de una estrategia integral, la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) informó de estos logros al tiempo que dio a conocer los detalles del proceso mediante el cual la Junta de Gobierno designó al doctor Enrique Graue Wiechers como nuevo rector.

Las acciones emprendidas permitieron que las actividades institucionales en materia de gobierno, administración, docencia, investigación, deportes y cultura fueran difundidas con oportunidad y suficiencia, no obstante que prácticamente durante todo el año los medios de comunicación concentraron su interés en las elecciones federales, las implicaciones por el caso Ayotzinapa y, a partir del segundo semestre, el proceso sucesorio dentro de la Universidad.

El trabajo desplegado permitió posicionar asuntos de gran interés para los universitarios y la sociedad en general, como el desarrollo de proyectos de investigación en beneficio de la población, la obtención de múltiples reconocimientos por parte de integrantes de la comunidad o la aprobación de cuatro nuevas licenciaturas: Ecología, Antropología, Desarrollo Territorial y Matemáticas Aplicadas (esta última, la primera en la gestión del rector Enrique Graue), con lo cual la UNAM contabiliza ya 116 opciones.

Para concretar esta tarea, la DGCS difundió 773 boletines, programó 24 conferencias de medios, gestionó 2,722 entrevistas con académicos, alumnos y autoridades, además de generar 132,224 registros fotográficos, 123 cortes para envío a televisión y 33,116 para radio.

Como parte de un acuerdo de colaboración con Televisa, difundió otros 502 materiales informativos en los programas *Creadores Universitarios* y *Reactor*, ambos de Foro TV. En el primer espacio canalizó 465 entrevistas sobre el acontecer institucional en materia de innovación, tecnología, ciencia, humanidades y cultura. En el segundo, que llegó a su fin este año, coordinó 37 reportajes para destacar diversos logros de la comunidad universitaria.

Gracias a sus recursos multimedia, la versión digital de *Gaceta UNAM* (www.gacetadigital.unam.mx) se consolidó como alternativa informativa. En su formato impreso, la publicación sumó 3'600,000 ejemplares, en 89 ediciones.

El uso estratégico de la tecnología coadyuvó a fortalecer la posición de la Universidad en el ámbito internacional y a consolidar su rol nacional como catalizador de la llamada “sociedad del conocimiento”. Las acciones desplegadas en redes sociales permitieron que, por ejemplo, la UNAM se mantuviera como la institución de educación superior con el mayor número de suscriptores de Twitter en el mundo, al sumar un 1’095,245 seguidores.

Las cuentas de la DGCS (@ComunicaUNAM_MX) y *Gaceta UNAM* (@UNAMGacetaDigital) ampliaron su influencia entre periodistas, medios de comunicación y universitarios. Con la visión de optimizar los recursos digitales, se difundieron 5,895 actividades universitarias a través del portal oficial. Como responsable del correo institucional, también atendió las dudas y sugerencias vertidas por 15,575 usuarios.

Debido a relevancia informativa de las redes sociales, este año ejecutó 13,542 acciones de difusión, además de redoblar el monitoreo digital, con lo cual fue posible identificar y dar seguimiento en tiempo real a diversos temas relacionados con la UNAM, tanto en México como en el extranjero.

En materia radiofónica, la Dirección General realizó 55 transmisiones en vivo desde diferentes sedes y eventos universitarios, además de producir y transmitir 48 cápsulas de *Quehacer Universitario* en las principales estaciones, con 144 contenidos y 46 cápsulas en su formato de cine, con un total de 130,200 impactos.

En el ámbito deportivo destacó la difusión de la participación universitaria en los XVII Juegos Panamericanos en Toronto, Canadá, donde Brenda Flores obtuvo oro y plata en los diez mil y cinco metros planos, respectivamente; Andrea Poo, consiguió el bronce en judo y Gustavo Sánchez logró cuatro medallas de oro y una de plata en la natación parapanameñicana. Igualmente destacada fue la cobertura del Maratón Internacional de la Ciudad de México, que por tercer año consecutivo tuvo como meta el Estadio Olímpico Universitario.

La difusión de la cultura fue otro de los ejes noticiosos. Sobresalieron el Festival Internacional de Teatro Universitario, que este año tuvo como países invitados a España, Estados Unidos, Chile, Alemania, Argentina y Perú, así como la obtención del segundo premio Oscar consecutivo por parte de Emmanuel Lubezky, quien fuera alumno del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos.

En apoyo a 35 entidades y dependencias universitarias, gestionó la colocación 16,267 carteles y 25,150 dovelas en los distintos sistemas de transporte público capitalino. De igual manera atendió las solicitudes para publicar en medios impresos 1,188 inserciones, entre desplegados, condolencias, felicitaciones, eventos deportivos, publrreportajes, licitaciones públicas e informes de la Cuenta Pública Anual.

También concluyó las tareas que le fueron encomendadas en el Plan de Desarrollo 2011-2015. Es el caso de la campaña *Valor UNAM*, que involucró a 110 dependencias y permitió fortalecer la pertenencia y convivencia entre la comunidad universitaria, y el sitio web *Voces en la UNAM*, que alcanzó sus objetivos al integrar las ponencias de 36 personajes que, en diferentes momentos, visitaron la UNAM. Los materiales de este último proyecto quedaron

integrados en 17 áreas del conocimiento: agricultura, cultura, derecho, diseño gráfico, ecología, economía, educación, filosofía, historia, ingeniería, literatura, política, química, salud, sociedad, tecnología y Unión Europea.

La estrategia integral de comunicación fue presentada y consensuada con los más de cien integrantes del Comité de Comunicación Universitaria, con quienes se celebraron tres reuniones durante el año.

DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN

La Dirección de Información (DI) difundió los logros y tareas institucionales. Al respecto, elaboró y distribuyó 773 boletines, 123 cortes de televisión (con de 717 copias en diversos formatos), 33,116 audios para radiodifusoras, así como 2,287 notas informativas y cuatro suplementos especiales para *Gaceta UNAM*.

Enfaticó los premios y reconocimientos obtenidos por integrantes de la comunidad, tanto en México como el extranjero. En este renglón sobresalió el primer lugar que lograron estudiantes de la Facultad de Ingeniería en la competencia Egg Protection Device, realizada en Washington, en el marco de la Convención Internacional de Otoño del American Concrete Institute; el Premio Latinoamericano de la Popularización de la Ciencia y la Tecnología en América Latina y el Caribe 2015, que obtuvo el Centro de Nanociencias y Nanotecnología o el otorgamiento del doctorado *Honoris Causa* a Antonio Lazcano, de la Facultad de Ciencias, por la Universidad de Valencia, España.

La atención y acercamiento con los medios de comunicación incluyó el envío de 430,144 correos electrónicos y 199 materiales informativos para periodos vacacionales y fines de semana en forma física, además de 2,273 por vía electrónica. Como parte de esta tarea, gestionó 781 entrevistas para medios nacionales e internacionales.

En atención a la agenda universitaria, realizó 2,287 coberturas informativas ordinarias y 190 especiales; giró 36 invitaciones a medios de comunicación para cubrir eventos académicos y compendió 2,287 audios grabados por reporteros internos para apoyar la labor de los medios de comunicación.

Del mismo modo, informó respecto a las visitas de celebridades a la UNAM, como Felipe VI y Letizia, reyes de España; Ángel Gabilondo Pujol, exministro de Educación en ese mismo país, o Alicia Bárcena, secretaria ejecutiva de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Con relación a las actividades del Rector, la DI cubrió 26 giras nacionales, 90 actividades con presencia de medios y 273 sin asistencia de periodistas, además de transcribir 240 discursos y entrevistas. Respecto a las seis giras internacionales del Rector, elaboró y difundió diversos materiales informativos.

Para hacer que estos y otros logros fueran conocidos por los estudiantes de las escuelas incorporadas e integrantes de la comunidad, coordinó 10 ediciones de *El Mural*, periódico de

gran formato que se distribuyó en los 300 planteles del subsistema y en los principales recintos universitarios. El tiraje anual de este producto informativo fue de 3,200 ejemplares.

En el renglón radiofónico, coordinó 55 transmisiones en vivo desde diferentes sedes universitarias, además de producir 86 cápsulas de *Quehacer Universitario*, mismas que se transmitieron por las principales estaciones, que en conjunto reportaron 144 logros de la institución. En su formato de cine, este producto informativo contabilizó 46 materiales.

Como cada año, desde hace 13, elaboró *Proyecto UNAM*, reportaje gráfico que semanalmente difundió en el diario *El Universal*. Los 51 números desarrollaron diversos temas de investigación y fueron compendiados en un libro de gran formato.

A través del portal web de la Universidad, dio a conocer cinco 1,895 actividades y eventos organizados por entidades y dependencias universitarias. La operación de redes sociales permitió que por cuarto año consecutivo, la UNAM se mantuviera como la universidad con el mayor número de seguidores de Twitter en el orbe. Por esta plataforma, además de Facebook y Youtube, se realizaron 13,542 tareas de difusión. En total, el número de seguidores en redes sociales llegó a un 1'121,242. Como responsable del correo institucional, adicionalmente atendió las dudas o sugerencias de 15,575 usuarios.

DIRECCIÓN DE ENLACE Y RELACIONES PÚBLICAS

La Dirección de Enlace y Relaciones Públicas (DERP) coordinó 2,443 entrevistas con integrantes de la comunidad universitaria. De ellas, 1,941 se concedieron a reporteros no acreditados a la fuente universitaria y a producciones de diversos programas de radio y televisión, incluidos medios internacionales, que en total sumaron 120 enlaces.

Esta labor enfatizó los logros y avances de la Universidad en distintas disciplinas; por ejemplo, la nueva infraestructura universitaria. En este sentido, destacaron la inauguración de los laboratorios Internacional de Investigación en Genoma Humano y Universitario de Microtomografía de Rayos X, así como la Red Universitaria de Observatorios Astronómicos y las nuevas instalaciones de la Unidad de Desarrollo del Instituto de Neurobiología, en el campus Juriquilla.

Del mismo modo, ponderó la puesta en marcha del Laboratorio Nacional de Microscopía Avanzada, en el Instituto de Biotecnología; el Centro de Estudios Municipales y Metropolitanos, en la FES Acatlán; el edificio *Mario Molina*, en la Facultad de Química; el Centro de Ciencias de la Complejidad; el edificio de la División de Universidad Abierta, Continua y a Distancia, de la FES Aragón y el nuevo Centro de Monitoreo del Servicio Sismológico Nacional, por citar algunas obras.

A la par, enlazó y promovió entrevistas sobre temas coyunturales. Académicos e investigadores analizaron diversos asuntos de impacto internacional, como la caída de los petroprecios, la crisis económica en Grecia, el conflicto migratorio en Ucrania, el restablecimiento de las relaciones Cuba-Estados Unidos; en tanto que en el ámbito nacional los universitarios abordaron temáticas relacionadas con la inseguridad, pobreza, deterioro ambiental, impacto por la reducción del presupuesto federal, el huracán Patricia y el proceso electoral

que este año permitió renovar un tercio de los gobiernos estatales, la Cámara de Diputados, la Asamblea Legislativa y las delegaciones políticas del Distrito Federal.

Adicionalmente, gestionó 502 entrevistas para *Creadores Universitarios* y *Reactor*, de Foro TV. En la primera emisión –donde la DGCS participa en la integración de contenidos– esta Dirección gestionó un total de 465 entrevistas, mientras que para la segunda, coordinó 37 participaciones institucionales, toda vez que el programa concluyó transmisiones este año.

La estrategia implementada en ambos espacios permitió poner al alcance del público masivo algunas de las aportaciones científicas y humanísticas que la UNAM hace en beneficio de la sociedad.

El trabajo desplegado en estos y otros programas de televisión coadyuvó a consolidar la presencia de la UNAM en este medio, que concentró 1,403 enlaces. En los espacios radiofónicos se difundieron 261, en los diarios 325 y en las revistas en 184. A los reporteros de agencias noticiosas y sitios de Internet se les concedieron un total de 270 entrevistas.

Esta tarea fue posible gracias a la coordinación permanente con los representantes del Comité de Comunicación Universitaria, con quienes se realizaron cerca de 500 gestiones.

También canalizó entrevistas sobre los avances académicos de la institución, como la creación de cuatro nuevas licenciaturas, así como la transformación del Centro de Investigaciones en Ecosistemas en Instituto de Investigaciones en Ecosistemas y Sustentabilidad, y del Centro de Radioastronomía y Astrofísica en Instituto de Radioastronomía y Astrofísica.

Con el propósito de incrementar la difusión de los logros institucionales, también elaboró más de 150 cápsulas informativas que se difundieron a través de las plataformas digitales de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). Esta tarea contribuyó a fortalecer el vínculo con las entidades educativas del país.

Como parte de las tareas de atención a los medios de comunicación, dio respuesta a sus solicitudes para realizar grabaciones televisivas y/o de levantamiento de imágenes fotográficas en instalaciones universitarias, lo cual se tradujo en 259 coberturas.

Las gestiones realizadas ante las direcciones generales del Patrimonio Universitario y de Servicios Generales aseguraron que los reporteros tuvieran las mejores condiciones para la realización de su trabajo.

En materia de logística y relaciones públicas, encabezó 100 actividades y reuniones para la organización de 45 eventos; auxilió a la DI para la realización de conferencias de medios; realizó 77 coberturas especiales para brindar apoyo a periodistas en la realización de su trabajo dentro de la UNAM; orientó a integrantes del Comité de Comunicación Universitaria en la atención a los medios de comunicación; apoyó a reporteros en la realización de trámites escolares y participó en diversos trabajos especiales de la Dirección General.

En virtud que la UNAM es integrante del Consejo Ciudadano del Premio Nacional de Periodismo, la DERP participó en los trabajos de coordinación para la entrega del galardón 2014.

DIRECCIÓN DE ANÁLISIS Y PUBLICIDAD

Como parte de sus tareas en materia de difusión institucional, la Dirección de Análisis y Publicidad (DAP) estableció una pauta publicitaria en 11 diarios de circulación nacional, 2 estatales, 48 revistas y 2 suplementos.

Para incrementar la oferta institucional, también programó la publicación de materiales informativos en 23 portales: *El Universal*, *La Jornada*, *Milenio*, *Excélsior*, *La Crónica de Hoy*, *Publimetro*, *La Razón*, *Proceso*, *Emeequis*, *Cuartoscuro*, *Algarabía*, *Dónde Ir*, *Letras Libres*, *Eje Central*, *Teléfono Rojo*, *El Arsenal*, *Animal Político*, *La Silla Rota*, *Campus México*, *Educación Futura*, *Lee Más*, *Liberación MX* y *ADN Político*, además de sitios de alto tráfico, como Prodigy, Yahoo, Cinépolis y SDP Noticias.

Tramitó 1,188 inserciones relacionadas con la oferta académica, desplegados institucionales, carteleras culturales, actividades deportivas, licitaciones públicas, convocatorias, publicreportajes y esquelas en medios impresos. Con este material, se dio respuesta a las necesidades informativas de la mayoría de dependencias y entidades universitarias.

Por cuarto año consecutivo pautó la difusión de la serie *Quehacer Universitario* en ocho cadenas radiofónicas: ABC Radio, Grupo Radio Centro, Grupo Imagen, MVS Radio, Grupo Acir, Radio Fórmula, Núcleo Radio Mil y Radio UNAM. En su formato *La Radio en el Cine*, de Cinépolis, el material se transmitió en los complejos Sur, Centro, Norte y Oriente del DF de la cadena de exhibición, lográndose un total de 130,200 impactos.

Con base en la legislación que permite a la Universidad Nacional acceder a los tiempos oficiales en medios de comunicación, tramitó ante Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación la difusión de 17 contenidos institucionales solicitados por la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería, la Dirección General de Divulgación de la Ciencia, la Dirección General de Orientación y Servicios Educativos y la Unidad de Difusión y Extensión del campus Morelos.

La estrategia de difusión se evaluó a través de trabajos permanentes de monitoreo. Esta actividad, ininterrumpida durante los 365 días del año, permitió establecer que la emisión de boletines generó 2,326 registros informativos: 1,181 en medios impresos y 1,145 en radio y televisión. Cifras a las que habría que agregar 7,184 notas de corte académico en medios impresos y electrónicos, 625 fotografías publicadas en la prensa nacional y 3,876 notas generadas a raíz de las actividades del Rector: 1,896 en medios escritos y 1,980 en electrónicos. La DAP también elaboró 12 análisis cuantitativos a partir de la información difundida en los medios.

En el renglón de publicidad coadyuvó en la planeación, diseño y/o ejecución de 20 estrategias publicitarias con diversas temáticas: Conferencias Magistrales *Honoris Causa*; TV UNAM Programa Especial. Logros UNAM 2007-2015; Conecta unam.mx 2015; Prospectiva del Mundo México 2015; Programa Especial. México en las Ideas doctora Beatriz de la Fuente; Mensajes de los Aspirantes. Proceso de Designación Rectoral 2015-2019; Juicios Orales. Experiencias españolas; Drogas y Criminalidad; Documental *Maximiliano de México*. Sueños de

Poder; El Fútbol es un juego ;Disfrútalo! Un clásico entre hermanos; ;Obtén tu credencial de ex alumno UNAM!; V Congreso de Alumnos de Posgrado UNAM; 55 Aniversario de la Filmoteca de la UNAM; Ciencia Nueva. Contribuye en la difusión de Nuevo Conocimiento; Concierto Clásico Mexicano dedicado a exalumnos de la UNAM; Concierto de Verano para ex alumnos de la UNAM; Congreso de Seguridad en Cómputo 2015; Exposición de Orientación Vocacional al Encuentro del Mañana; VIII Premio Iberoamericano de Ciencias Sociales y Fiesta del Libro y la Rosa 2015.

A través de la Coordinación de Sistemas, colocó en el portal institucional las 89 ediciones de *Gaceta UNAM* y 773 boletines con apoyos multimedia (audio, video o fotografía y vinculación a redes sociales). También diseñó 48 publibreportajes y 49 banners que promovieron semanalmente los logros científicos y académicos de la Universidad en las principales revistas de circulación nacional y páginas electrónicas de medios de comunicación y de la UNAM.

En apoyo a la nueva identidad gráfica de la DGCS, creó nuevas páginas de difusión para algunos de los productos informativos a cargo de la dependencia, como *El Mural*, *Quehacer Universitario* y *Presencia Gráfica*.

Por décimo quinto año consecutivo, diseñó e imprimió la versión compendiada de *Presencia Gráfica*, la cual integró los materiales difundidos durante el año en revistas, así como las 10 ediciones de *El Mural*. Además, coordinó la exposición itinerante por el sexagésimo aniversario de *Gaceta UNAM*, que recorrió diversos planteles universitarios.

En atención a lo dispuesto en el Plan de Desarrollo 2011-2015, concluyó la campaña *Valor UNAM*, vigente hasta noviembre de 2015. Este proyecto contó con la participación activa de 110 entidades universitarias, incluidas las foráneas.

Las tareas desplegadas hicieron alusión a 22 valores. Incluyeron 23 activaciones; 3 certámenes en las modalidades de Ensayo, Iniciativas y Texto Libre; 42 retos; la colocación de stands en eventos como el Veranocio 2015, el 5° Festival Internacional de las Culturas del Mundo, el 9° Rally Ciclista por Ciudad Universitaria y la Megaofrenda 2015, así como la instalación de Faros del Valor y Sky dancer en 36 recintos de la institución, actividades en las que se distribuyeron, entre otros artículos promocionales, botones, tazas, playeras, pulseras de tela, memorias USB, pines, ternos, paraguas y rompevientos.

También administró el sitio web www.valor.unam.mx y un perfil en Facebook, habilitados ex profeso. La estrategia de promoción contempló la incorporación de la rúbrica de la campaña en 509 inserciones publicitarias en periódicos y revistas; 205 inserciones más en *Gaceta UNAM* y otro tanto en *Gaceta Digital*; 22,693 impactos en las tres pantallas panorámicas ubicadas en el campus central, así como la distribución de carteles, dovelas, calcomanías para auto y autobús, placas para bicicleta, mantas espectaculares y banderas para plumas de estacionamiento.

Asimismo, concluyó las tareas que el mismo Plan le confirió para el desarrollo de la página digital *Voces en la UNAM*, que incorporó las ponencias de algunas de las personalidades nacionales e internacionales que concurrieron en la UNAM.

Cabe destacar que la puesta marcha del sistema de pantallas panorámicas se realizó en colaboración con la Dirección General de Servicios Generales, y que al 31 de diciembre, se recibieron y tramitaron 122 solicitudes para difundir actividades institucionales.

Gaceta UNAM

Publicó 89 números, con 44 agendas de actividades semanales, 5 suplementos especiales y 2 anuales, además de 39 encartes de los subsistemas de educación media superior: 19 de la Escuela Nacional Preparatoria y 20 del Colegio de Ciencias y Humanidades, lo que permitió mantener informada a la comunidad universitaria sobre las actividades cotidianas de administración y gobierno, investigación, docencia, deporte y extensión de la cultura.

Las temáticas abordadas en los suplementos especiales fueron: Anuario 2014; Normatividad de adquisiciones, arrendamientos y servicios de la UNAM; *Honoris Causa* 2015; Logros UNAM 2007-2015, así como las Políticas y lineamientos de adquisiciones, arrendamientos y servicios de la UNAM; en tanto que los anuales estuvieron dedicados a la Cuenta Anual 2015, y al Premio Universidad Nacional y Reconocimiento Distinción Universidad Nacional para Jóvenes Académicos 2015.

En su carácter de órgano de difusión institucional, dio legalidad a las disposiciones de los órganos universitarios mediante la publicación de convocatorias, acuerdos y desplegados, además de poner al alcance de la comunidad información de interés, como las efemérides universitarias; por ejemplo, los 10 años del Programa de Movilidad Nacional del Espacio Común de Educación Superior; el 50 aniversario de la Facultad de Contaduría y Administración y del posgrado de la Facultad de Química; el 40 de la FES Cuautitlán; el 85 del Instituto de Investigaciones Sociales o del 75 del Instituto de Ingeniería, entre otros.

En sus páginas se dieron a conocer importantes acciones, como la creación de nuevas licenciaturas; la aprobación del Código de Ética, que marca principios y valores que deben guiar la conducta de los universitarios; la transformación del Centro de Radioastronomía y Astrofísica en Instituto de Radioastronomía y Astrofísica o la presentación del Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española, en coordinación con la Universidad de Salamanca y el Instituto Cervantes.

Como instancia vinculante, cumplió con su misión de poner al alcance de los universitarios información puntual sobre los múltiples convenios de colaboración que la Universidad firmó con diversas instancias públicas y privadas de México y el extranjero. En este rubro, destacaron los suscritos con la Universidad de Texas, para la realización de actividades conjuntas para la movilidad y estancia de profesores e investigadores; con el King's College London, de Inglaterra, para la cooperación académica; con la Comisión Federal de Electricidad –a través de Fundación UNAM–, para la formación, desarrollo y especialización de alumnos; con el Hospital General de México, para la creación del Centro de Medicina Tropical, o con El Colegio de México, para la creación del Seminario Grandes Problemas de México, que analizará y diagnosticará dificultades económicas, políticas y sociales del país.

También fue el principal foro para dar a conocer los múltiples premios y reconocimientos otorgados a integrantes de la comunidad o dependencias y entidades universitarias. Al

respecto, sobresalieron los obtenidos por José Luis Mateos Trigos, del Instituto de Física, quien fue designado miembro de la Comisión de Física Estadística de la Unión Internacional de Física Pura y Aplicada; Luis Fernando Magaña Solís, del Instituto de Física, que recibió un reconocimiento del Congreso de Yucatán por su trabajo de promoción a las matemáticas mayas; Ken Oyama, director de la ENES Morelia (hoy secretario de Desarrollo Institucional), quien fue galardonado con el Premio al Mérito Ecológico 2015, que otorga el gobierno de la República, o Ana Flisser, de la Facultad de Medicina, quien recibió el Premio Slim en Salud 2015.

UNIDAD ADMINISTRATIVA

La Unidad Administrativa (UA) distribuyó 5'410,000 publicaciones institucionales en las diferentes entidades y dependencias universitarias. Esta cifra integra los ejemplares de *Gaceta UNAM* (3'610,000), periódico *Humanidades* (60,000), las gacetas *CCH* (750,000) y *ENP* (700,000), así como seis suplementos especiales (290,000).

Dio atención a 35 dependencias que solicitaron apoyo a la DGCS para difundir eventos culturales, ofertas académicas y convocatorias en los sistemas de transporte público del gobierno del Distrito Federal mediante la colocación de 16,267 carteles y 25,150 dovelas. En el Sistema de Transporte Colectivo Metro, a través del sistema Audiometro, se canalizó la difusión de nueve spots, con 239 días de transmisión y 4,262 impactos.

El área de Servicios Generales atendió 685 solicitudes de envío de correspondencia a medios de comunicación y dependencias en Ciudad Universitaria, zona metropolitana e interior y exterior de la República, para un total de 5,006 destinos de mensajería con propio y especializado.

La oficina de Transporte proporcionó 452 servicios; 359 para trasladar al personal y a los reporteros que cubrieron eventos en el campus central y zona metropolitana, además de 35 servicios foráneos a Morelos, Querétaro, Michoacán, Puebla, Guanajuato, Tlaxcala, Hidalgo y San Luis Potosí.

Con el propósito de mejorar la seguridad y confort en las instalaciones de las distintas áreas que conforman la DGCS, la UA realizó diversos trabajos. En el edificio de *Gaceta UNAM* colocó dos puertas de protección; al interior Subdirección de Medios Televisivos empotró bastidores; adquirió dos techos plegables que se utilizan en el estacionamiento del MUCA para proteger la *Gaceta UNAM* durante las tareas carga y descarga en temporada de lluvias; sustituyó persianas en 12 oficinas; habilitó dos cubículos: uno para el departamento de Fotografía y otro en Monitoreo, y realizó trabajos de limpieza en cancelería y ventanales de las fachadas del inmueble, así como de pintura y pulido de loseta.

Por lo que hace a las oficinas ubicadas en la Torre de Rectoría, se dio mantenimiento a la cancelería de los ventanales de la Dirección General y la Unidad Administrativa.

En materia patrimonial, se adquirieron 16 equipos de cómputo, 1 computadora portátil, 31 discos duros externos, 15 no breaks, 2 monitores, 2 routers, 1 escáner, 5 videograbadoras,

1 equipo de aire acondicionado, 1 enmicadora, 1 ponchadora, 3 cafeteras, 1 horno de microondas, 13 sillas, una carpa plegable, 2 stands, 2 torres Sky dancer, 12 Sky dancer y 4 porta banners, así como múltiples accesorios para los equipos de radio, televisión, fotografía y sistemas de cómputo. Es importante destacar que, derivado de su uso intensivo durante 10 años, se sustituyó un vehículo que resultaba obsoleto y de mantenimiento oneroso.

La UA elaboró 1,224 formas múltiples por concepto de pago a proveedores, para igual número de cheques. Para el pago a medios impresos y electrónicos, realizó 965 formas múltiples, con sus respectivos cheques.

Paralelamente, gestionó 267 Vistos Buenos que posibilitaron publicaciones de diversas dependencias universitarias y emitió 63 facturas electrónicas por captación de recursos extraordinarios por venta de publicidad en *Gaceta UNAM*.

Asimismo, realizó 12 conciliaciones presupuestales y bancarias, así como reportes del ejercicio presupuestal de la partida 221 “Anuncios Varios”, que lleva a cabo con todas las dependencias universitarias. Realizó 84 movimientos de personal: 42 altas, 39 licencias, 3 bajas y 8 movimientos diversos.

A través de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento, tramitó la impartición de trece cursos al personal de confianza y funcionarios: dos pláticas de bienvenida a la UNAM, uno de Gramática, dos de Word Básico Nivel I y dos de Nivel II, cuatro de computadora personal y Windows 7, uno del Programa de Capacitación del Sistema Integral de Personal, uno de Imagen Personal en la Organización, uno de Desarrollo Organizacional y uno más de Excel 2010 Básico Nivel II.

