



MEMORIA UNAM 2000
©2000 Universidad Nacional Autónoma de México

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

INTRODUCCIÓN

A fin de responder con eficiencia a la difícil situación que vivió la Universidad durante todo el año, la todavía Dirección General de Información tuvo que redoblar sus esfuerzos y llevar a cabo una ágil y eficaz reestructuración interna.

Punto nodal de la reestructuración fue el implementar nuevas formas de atención a los medios electrónicos, particularmente radio y televisión, que permitiera a la Universidad colocar sus informaciones con toda oportunidad en el mayor número de espacios.

El objetivo central de la comunicación a lo largo del año consistió en lograr que la Universidad recuperara en los medios de comunicación los espacios académicos que siempre le han correspondido, dejando atrás lo relativo al ominoso paro de labores que había sufrido durante diez meses.

La Dirección General revolucionó su funcionamiento a niveles nunca antes vistos en la Institución. A lo largo del año se generaron 877 comunicados de prensa, se organizó cerca de un centenar de conferencias de prensa, y fue concertado casi un cuarto de millar de entrevistas con funcionarios y académicos.

Se mejoró la página web de la Dirección y, como punto a destacar, se incorporó audio a los comunicados de prensa, lo que multiplicó por siete la incidencia de la UNAM en las estaciones radiofónicas.

Se llevaron a cabo tres campañas de imagen a lo largo del año. La primera correspondió a la celebración del Plebiscito; la segunda fue denominada *Grande por su Gente, Fuerte por su Espíritu*; y la tercera, de alcance meramente interno durante el 2000, se llamó *Orgullosamente UNAM*.

Al interior de la Universidad, la Dirección General se abocó a reactivar el funcionamiento del llamado Comité de Comunicación Universitaria, integrado por los encargados de las oficinas de comunicación que existen en los diversos planteles y dependencias universitarias, lo cual ha permitido lograr la sinergia necesaria para que los mensajes y las campañas penetren con eficacia.

Por acuerdo del Rector, la Dirección General de Información cambió su denominación a la de Dirección General de Comunicación Social, la cual pasó nuevamente a depender de la oficina del Rector.

ESTRUCTURA

Dirección de Información

Durante el período de referencia, la Dirección de Información generó 877 boletines; de agosto a diciembre emitió 39 mil 330 correos electrónicos con los mensajes del Rector, transcripciones de discursos, conferencias de prensa e invitaciones.

De mayo a diciembre se realizaron 35 mil envíos de fax a periódicos, revistas, televisión, radio, agencias y columnistas. En este período se implementó el envío terrestre a los medios antes señalados, llegando a 22 mil 212.

Se generaron 237 entrevistas con autoridades, funcionarios y académicos, que permitieron difundir la vida humanística, científica y cultural de la Institución.

Se cubrieron 72 conferencias de prensa, 34 de las cuales fueron organizadas por la Dirección General de Comunicación Social, se generaron 700 invitaciones, 10 giras de trabajo, 6 reuniones especiales de enero a mayo.

Se compilaron en un disco compacto los boletines de prensa, así como los discursos del Rector y las entrevistas de prensa del período mayo-diciembre, el cual fue entregado a los reporteros. Además, los reporteros de la DGCS cubrieron 1,550 actividades organizadas por las diversas dependencias de la UNAM, como mesas redondas, conferencias, simposios, cursos, exposiciones y seminarios, entre otros.

Se redactaron las notas para la Gaceta UNAM de los 92 números del año, además se proporcionaron 2 mil 500 fotografías para su publicación en este medio.

El Departamento de Fotografía cubrió de mayo a diciembre un total de 1,104 eventos, como son entrevistas, conferencias, giras de trabajo, simposios, encuentros, aniversarios, tomas de posesión, firma de convenios, visitas, entrega de medallas, coloquios, informes y entrevistas, entre otras.

A partir de mayo se inició la identificación y selección del material fotográfico que se encontraba almacenado en cajas, el cual data de 1976, y se inició el proceso de entrega al CESU para su resguardo. De esta manera se cuenta con 10 mil 244 sobres que contienen 192 mil 288 negativos. Asimismo se logró clasificar las fotografías de 6 mil 500 personajes universitarios .

DIRECCIÓN DE ANÁLISIS Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Se puso en marcha la elaboración de la síntesis informativa redactada, la cual se encuentra a disposición de todos los universitarios y del público en general en la página de Internet de la UNAM.

El área de monitoreo de radio y televisión trabajó los 365 días del año. Fueron escuchados

alrededor de 50 noticiarios de radio y televisión desde las 5:45 a.m. hasta las 12:30 a.m., y transcritas de manera textual todas aquellas informaciones de interés para la Dirección General.

A partir de marzo se realizaron análisis diarios, semanales y mensuales acerca del contenido y tratamiento de las informaciones en los diversos medios impresos.

En este período se gestionaron un total de 68 campañas de televisión y 15 en radio; con relación a tiempos oficiales en la radio, se tramitaron 35 en diferentes estados de la República Mexicana.

A través del Departamento de Publicidad se dio trámite a la totalidad de las inserciones que las dependencias universitarias realizaron en los diversos medios impresos.

A fin de atender las necesidades de la Dirección General, el Departamento de Diseño creó y dio mantenimiento a la página electrónica, a la vez que realizó el diseño de anuncios y carteles de campañas publicitarias de la DGCS y de las dependencias de la UNAM.

También se elaboró el site: www.dgi.unam.mx, el cual apareció en abril y se actualiza con frecuencia para permitir la fácil navegación de los usuarios. Esta página fue visitada 18,900 veces entre abril y noviembre, lo que da un promedio de dos mil 361 hits de visitantes por mes.

DIRECCIÓN DE ENLACE Y RELACIONES PÚBLICAS

A partir de abril esta Dirección se encargó de realizar los contactos con las áreas de comunicación de las diferentes dependencias de la Universidad, con las cuales se tuvo dos reuniones, en las cuales se informó de las campañas de difusión que se harían para que la imagen de la UNAM se restableciera tanto interna como externamente.

De una veintena de representantes de comunicación que llegaban a las reuniones de Comité, a finales de año se logró la participación de más de setenta de ellos, de los 101 que son en total.

Ante esto, se realizaron las campañas publicitarias que se denominaron *Grande por su Gente*, *Fuerte por su Espíritu* y *la de Orgullosamente UNAM*. Las dependencias de la Universidad colaboraron con la DGCS otorgando el permiso y su tiempo en temporada vacacional para que se pudieran realizar los spots correspondientes.

En lo referente a relaciones públicas se logró el contacto con diferentes representantes de los medios de comunicación, a quienes se les informó respecto a las publicaciones que realiza la UNAM, así como sensibilizarlos para que acudieran a los diferentes espectáculos culturales de teatro, cine y conciertos, así como a las actividades deportivas de fútbol americano y soccer.

GACETA UNAM

Durante el año se publicaron 92 números de Gaceta UNAM, 46 números de Agenda, 23 suplementos de la ENP, 23 suplementos del CCH, 4 suplementos especiales y se pasó de un

tiraje de 50 mil ejemplares semanales a casi 70 mil. ésto significó que se repartieran alrededor de dos millones y medio de Gacetas UNAM a 174 dependencias.

UNIDAD ADMINISTRATIVA

La Dirección General de Comunicación Social cuenta con 26 funcionarios, 49 personas de confianza, 42 empleados de base y 22 de honorarios.

En esta área se coordinaron los trabajos referentes al traslado y concentración física de las Direcciones de Gaceta, de Análisis y Publicidad, de Asesoría y las Coordinaciones de Monitoreo, de Sistemas, de Fotografía, así como la Unidad de Información y a los Departamentos de Publicidad, de Presupuesto y de Comercialización, las cuales se encontraban dispersas en diferentes edificios universitarios y se les ubicó en el edificio de la ex zona comercial.

Para el Departamento de Monitoreo y la Dirección de Información se dotó del material necesario para un mejor funcionamiento, como fue de 6 videograbadoras, 7 televisores, 5 monitores, 4 transcritores, 14 radiograbadoras, 1 deck de grabación, 1 sistema de edición.

Para darle mayor operatividad a la sala de prensa, se renovaron las 17 computadoras que se encuentran en la sala de prensa, fueron colocadas 2 impresoras de alta velocidad, 1 computadora cheyenne para el envío automático de fax, 2 libreros y se creó un pequeño centro de fotocopiado. También se adquirió un equipo de sonido para las conferencias de prensa, así como dos motocicletas para el reparto terrestre de la información.

En las diversas áreas de la Dirección General se sustituyó el equipo de cómputo (que ya era obsoleto) y se dotó de 46 computadoras, así como de cinco vehículos para el reparto de la Gaceta UNAM.

Se dio apoyo a la Coordinación de Humanidades, distribuyendo 21 números del Periódico Humanidades, por una cantidad aproximada de 315 mil ejemplares.

También se distribuyeron 9 convocatorias de la Dirección de Relaciones Laborales por aproximadamente 135 mil ejemplares. Se distribuyeron a medios impresos 4 mil 276 solicitudes de publicación de todas las dependencias de la UNAM.

En el Departamento de Presupuesto se solicitaron, operaron, controlaron y comprobaron los recursos financieros necesarios para llevar a cabo los trabajos del plebiscito universitario, así como de dos campañas publicitarias: *Orgullosamente UNAM* y *Grande por su gente...*

Se elaboraron para pago a proveedores varios, mil formas múltiples, así como se gestionaron igual número de cheques.

Se prepararon para pago a medios impresos y electrónicos 2 mil 670 formas múltiples, producto de 4 mil 276 publicaciones y se gestionaron igual número de cheques.

Se diseñó y desarrolló, conjuntamente con la Coordinación de Sistemas, el paquete de cómputo SIAP (Sistema Integral de Administración Presupuestal), el cual tiene como finalidad coordinar la información sobre lo que se ordena publicar en los medios y lo que se paga por el mismo concepto.

Se disminuyó el porcentaje de rechazos de formas múltiples (solicitudes de pago), de un 35% en 1999, al 5.32% en el 2000. La cartera de adeudos atrasados con proveedores se redujo del 32 por ciento al 15% al finalizar el año.

Se estableció el SIAU (Sistema Integral de Administración Universitaria), un nuevo sistema administrativo de trabajo, a fin de detectar con anticipación las solicitudes para pago con problemas, y se creó el archivo contable-presupuestal, a fin de tener clasificada la información por mes de todos los trámites para pago.

Se creó un archivo especial para la partida 221 anuncios varios, por ser la de mayor monto de la Dirección General; se elaboraron 144 recibos por captación de recursos extraordinarios por venta de publicidad; se realizaron 12 conciliaciones presupuestales y 12 conciliaciones bancarias, además de que se dieron todas las facilidades para la realización de una auditoría interna.

En el Departamento de Personal se llevó a cabo un trabajo de investigación administrativa para determinar la estructura idónea para la Dirección General, de conformidad con el objetivo de comunicación social encomendado por las máximas autoridades de la UNAM.

Se elaboró el manual de organización de la Dirección General, poniéndolo a disposición de la Dirección General de Presupuesto Universitario; se promocionó a plazas de mayor nivel a 10 trabajadores de base; se crearon 9 plazas de base, y se promocionó un curso de capacitación entre el personal de base.

COORDINACIÓN DE SISTEMAS

Se actualizó el total de los equipos de cómputo de la Dirección de MSDOS 6.2, Windows 3.1 y 3.11 a Windows 95 y 98 con acceso a la red local; se implementó un solo paquete de software como estándar para toda la Dirección: Office 97; además de que se actualizó y publicó a partir de febrero el portal de la UNAM, con información de los boletines emitidos por la Dirección.

Igualmente se diseñó el cartel para revistas que semanalmente promueve los logros de la Universidad, el cual se inserta en las principales revistas de circulación nacional.

Se creó la página de Internet de la Dirección General, la cual se puede consultar en: www.dgi.unam.mx.

Se publicaron 877 boletines electrónicos entre el 1º de enero al 31 de diciembre de 2000, y se implementó el anexo de recursos multimedia a boletines (fotos y sonido).

Del mismo modo, se implementó un motor de búsqueda para la localización de boletines en el banco de información de Internet, fue modificado el sistema de captura digital de la Gaceta UNAM (formato digital escaneado) a partir de julio de 2000.

Desde julio se llevó adelante el formato PDF de Gaceta UNAM, lo que permite obtener un documento de mayor calidad visual y de impresión. Con éste, ya son tres los formatos de que dispone el usuario para tener acceso a ésta.

