

– DGCS –

Dirección General de Comunicación Social

Mtro. Néstor Martínez Cristo
Director General ~ desde enero de 2016

Durante el periodo enero-diciembre de 2017, la Dirección General de Comunicación Social ha encaminado sus esfuerzos en consolidar la estrategia iniciada en 2016 y que consiste en lograr una exitosa combinación entre las formas tradicionales de comunicar y el desarrollo de nuevas plataformas, formatos y mensajes relevantes, con el fin de mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad en general, sobre las actividades sustantivas y los resultados más destacados del quehacer universitario.

Esta estrategia nos ha permitido incrementar la visibilidad de la Universidad, alcanzando e interactuando con cada vez más usuarios de redes sociales y otras plataformas, mediante información fluida y de fácil acceso.

De este modo, en 2017 se publicaron 9 mil 144 mensajes en Twitter, 7 mil 934 en Facebook y 522 en Instagram, con un promedio de 45 publicaciones diarias que incluyeron imagen, animación o video. La publicación de estos mensajes permitió incrementar a más de 5 millones de seguidores en todas las redes sociales de la Dirección, que diariamente tienen acceso a contenidos que posicionan a la Universidad como una institución moderna y fundamental para el país.

La difusión de la imagen de la Universidad y las actividades que se realizan dentro de ella fueron complementadas con la realización de un video institucional que muestra los aspectos fundamentales y las contribuciones que la UNAM representa para México a nivel científico, tecnológico, humanístico y social. Sólo en noviembre y diciembre del año en cuestión el video fue reproducido más de 2 millones de veces en redes sociales.

Aunado a la creación del video institucional, se creó la campaña “#UnGOYApara”, con el fin de fortalecer los valores universitarios y fomentar el respeto hacia las personas y la institución. Además de distribuir materiales gráficos en 84 dependencias y publicar más de 86 mensajes en Facebook, se organizaron 68 conferencias, principalmente dirigidas a alumnos de nuevo ingreso, con una asistencia de casi 30 mil personas incluyendo alumnos y padres de familia.

La estrategia digital de la DGCS, como mecanismo integral, estuvo acompañada también de talleres impartidos al subsistema de comunicación en temas de formación especializada en comunicación digital, con la intención de profesionalizar a las personas vinculadas a la comunicación social, promover el intercambio creativo y el trabajo colaborativo.

Los medios digitales de la DGCS permitieron difundir los principales contenidos de la página de la UNAM en francés, completando la estrategia de internacionalización iniciada durante el 2016 con la traducción al inglés.

Por otra parte, y con el fin de promover el uso de recursos digitales para acceder a medios tradicionales, se publicaron los 90 números de *Gaceta UNAM* en versión digital, mismos que alcanzaron una audiencia de cerca de 750 mil usuarios que visitaron un millón 265 mil páginas.

El 2017 también fue un año de consolidación para la plataforma digital UNAMglobal y para su completa integración en la estrategia digital de la DGCS. Así, además de complementar los boletines electrónicos con recursos multimedia y vincularse con las principales redes sociales, UNAMGlobal ha probado ser un medio atractivo para difundir los éxitos universitarios y los beneficios que representan para la Nación.

En cuanto a las funciones tradicionales de la DGCS, que no dejan de ser esenciales para el posicionamiento de la imagen de la Universidad, se elaboraron 883 boletines, se concertaron 3 mil 141 entrevistas y se realizaron 82 conferencias de medios. Cabe mencionar que la información que más fue publicada por los medios, estuvo relacionada con los sismos de septiembre, el Servicio Sismológico Nacional y la postura institucional de la Universidad frente a las políticas migratorias del gobierno de Estados Unidos, lo que permitió continuar la tradición de una universidad comprometida con su sociedad.

Gracias a la combinación de plataformas digitales, medios tradicionales de comunicación y formatos novedosos, atractivos y accesibles, la Dirección General de Comunicación Social logró comunicarse con más personas, estrategia que permite a la sociedad conocer la función y el compromiso que tiene la Universidad con la Nación.

