

– DGCS –

# Dirección General de Comunicación Social

---

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

Área prioritaria para consolidar la imagen de la UNAM y para difundir sus actividades sustantivas, la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) potencia los recursos tecnológicos y digitales, logrando sustanciales avances en cuanto a producción y alcance de sus contenidos y avanza al ritmo de los cambios impuestos por la sociedad del conocimiento y la información.

Siguiendo los objetivos planteados por el Plan de Desarrollo Institucional 2015-2019, la DGCS ha dado un fuerte impulso a la difusión de las actividades de la Universidad y, a la vez, se ha consolidado como plataforma de comunicación para los universitarios, en contenidos que van desde resultados de investigación, cultura, deporte y proyectos, hasta opiniones y análisis sobre temas de coyuntura relevantes, con una política de aprovechamiento y optimización de recursos.

## INCREMENTO SUSTANCIAL DE SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

Para mantener a la Universidad como una institución de vanguardia, la DGCS ha continuado con la estrategia de conversión de los productos a lo digital, transformando las formas tradicionales de producir información y transmitirla, así como para incrementar el alcance de la comunicación y del público que la recibe.

Esta estrategia ha permitido tener una mayor vinculación con sectores dentro y fuera de la Universidad, particularmente con los jóvenes, principales usuarios de las redes sociales, con información oportuna, dinámica y en su propio lenguaje.

Durante 2018 y acorde a los objetivos planteados por la UNAM, la DGCS incrementó la difusión de actividades desarrolladas por la comunidad universitaria, valiéndose tanto de medios tradicionales como de las plataformas y recursos digitales.

Así, en 2018, *The uniRank University Ranking 2018* reconoció a la UNAM como la institución de educación superior número uno en el planeta, con más seguidores en Twitter al totalizar más de tres millones y más de 58 mil tuits publicados.

En Facebook, la UNAM sobresale por ser no sólo la tercera comunidad más grande del mundo, sino además la de mayor interacción dentro del ámbito de la educación superior, sólo detrás de las prestigiadas universidades de Harvard y Oxford.

Mientras que en Instagram ubicó a la UNAM en el sexto lugar mundial, manteniéndose la institución a la altura de las mejores instituciones de Europa y Estados Unidos.

Al cierre de 2018, el total de seguidores en redes UNAM alcanzó los 6 millones 459 mil seguidores:

Twitter @UNAM_MX:	3,214,849
Facebook @UNAM.MX.Oficial:	2,945,639
Instagram @UNAM_MX:	298,615

Diariamente se publican en Facebook, Twitter e Instagram, entre 50 y 60 publicaciones que incluyen una imagen, una animación o un video. Así, por estos medios, se dio a conocer a la sociedad resultados de la investigación científica y humanística, las actividades culturales, deportivas y posicionamientos académicos sobre temas de coyuntura nacional e internacional.

El número de publicaciones en redes UNAM durante 2018 fue de 16 mil 928. Además de los seguidores en México, nuestros principales visitantes extranjeros son de Estados Unidos, España, Chile, Ecuador, Turquía, Alemania, Perú, Francia, Argentina, Polonia y Japón, entre otros.

Los videos institucionales, tanto en Twitter@UNAM\_MX y en Facebook@UNAM.MX.Oficial tuvieron 3 millones 427 mil visitas y poco más de 160 mil personas fueron las que interactuaron.

La *Gaceta UNAM*, publicó —tanto en línea como en papel— 88 números de nuestro órgano oficial, con un tiraje de 3 millones 860 mil ejemplares, con un estimado de poco más de dos mil noticias publicadas.

Además, en el ámbito editorial, se publicó en la *Gaceta UNAM*, de julio a diciembre, un suplemento especial: 50 Años del 68, que constó de 30 números, los cuales se difundieron en la *Gaceta Digital*.

Paralelamente, la versión digital de la *Gaceta UNAM* publicó en línea los 88 números de *Gaceta UNAM* impresa, generando un millón 200 mil sesiones, con 825 mil usuarios, 10.1 por ciento más que el año pasado.

Los contenidos en redes van acompañados por dos blogs donde se divulgan notas sobre temas de interés relacionados con la UNAM.

Ya bien por la vía digital, electrónica o impresa, la UNAM dialoga de manera permanente con la humanidad entera.

## UNAM GLOBAL, CRECIMIENTO SOSTENIDO

La estrategia de comunicación social con énfasis en medios digitales se ha visto fortalecida por la consolidación de UNAM Global —portal creado en 2017—, que durante el año tuvo casi seis millones de visitas desde más de un centenar de países, donde destacan México, Estados Unidos, España, Argentina, India, Reino Unido, Canadá, Francia, Japón, Alemania, Brasil y Perú y que fortalecen a la UNAM como un referente dentro y fuera del país.

UNAM Global ha probado ser un medio atractivo para difundir los éxitos universitarios y los beneficios que representan para la nación: sus videos producidos tuvieron

2.2 millones de reproducciones en YouTube y nuestros suscriptores en esta plataforma llegaron a 12 mil 754, mientras que en las redes sociales ya se rebasan las 74 mil.

UNAM Global también realizó 100 videoconferencias y la noticia que mayor impacto tuvo fue “Nace primer guacamaya en libertad en los Tuxtlas”, con poco más de 900 mil reproducciones. La información generada por esta plataforma tuvo cerca de un centenar de reproducciones en medios nacionales, locales y agencias internacionales.

## ATENCIÓN A LOS MEDIOS TRADICIONALES

En cuanto a la atención con representantes de medios de comunicación, función esencial de la DGCS, se elaboraron 886 boletines para difundir el quehacer académico de la Universidad, así como para atender las necesidades informativas de todos los medios del país (prensa escrita, radio, televisión y medios digitales).

Se concertaron poco más de 2 mil entrevistas con representantes de medios nacionales e internacionales y se organizaron 104 conferencias de medios, además de atender mil 237 peticiones de entrevistas o reportajes a medios nacionales.

Dentro de todo este contexto, gracias a sus redes sociales, a la *Gaceta Digital* y al portal UNAM Global, así como la radio, la televisión y los medios escritos, la DGCS divulga el conocimiento generado por investigadores, maestros y alumnos, así como la trascendente vocación de servicio de nuestra Universidad.

