

Dirección General de Comunicación Social

Mtro. Néstor Martínez Cristo

Director General ~ desde enero de 2016

Durante el periodo enero-diciembre de 2019, la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) consolidó la estrategia iniciada en 2016, obteniendo una exitosa combinación entre la forma habitual de comunicar y el desarrollo de nuevas plataformas, formatos y mensajes, para así conservar informado al gran universo que conforma la comunidad universitaria, así como a la sociedad en general, sobre las actividades sustantivas y los resultados más notables nuestra casa de estudios.

Esta estrategia incrementó la visibilidad de la Universidad, interactuando con un número cada vez mayor de usuarios de redes sociales y otras plataformas, mediante información clara y de acceso amigable.

En 2019, Facebook@UNAM.MX.Oficial alcanzó un total de 3'173,818 usuarios, lo que representa un 8.2% más que el año anterior, realizando 5,304 publicaciones que generaron un total de 62'134,000 vistas, con las que interactuaron 1'512,993 personas, 2.4% más que en 2018.

En Twitter@UNAM_MX hubo un incremento de 2.3% de seguidores respecto al año anterior. 2019 cerró con 3'124,491 seguidores; 8,136 publicaciones y 13'660,694 vistas de las publicaciones, siendo 332,106 personas las que interactuaron, un 2.4% más respecto al año anterior.

En lo tocante a Instagram@UNAM_MX, el aumento de seguidores respecto del año anterior fue de 78%, cerrando 2019 con 538,021 seguidores y 7'073,015 vistas de las 496 publicaciones, en donde interactuaron 517,692 personas, 7.3% más que en 2018.

MÁS DE 7.5 MILLONES DE SEGUIDORES

Con las tres redes sociales referidas, junto con los usuarios de Twitter Gaceta UNAM (674,864), Facebook Gaceta UNAM (39,914) y Twitter Sala de Prensa (33,571), en el 2019 la UNAM alcanzó un total de 7'584,679 seguidores.

Por segundo año consecutivo, The uniRank Twitter University *Ranking* reconoció este año a la UNAM como la institución de educación superior número uno en el mundo con más seguidores en Twitter al totalizar 3'173,818, situándose arriba de universidades como Oxford, Yale, Cambridge, Harvard, Stanford, Princeton y Columbia.

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, generando un 1'200,000 sesiones, con 825,000 usuarios —10.1% más que el año pasado— que visitaron un 1'500,000 páginas.

Gaceta UNAM publicó 90 números impresos, con un tiraje de 2'685,000 ejemplares y un estimado de poco más de 2,000 noticias.

En el ámbito editorial, del 20 de mayo al 15 de agosto se publicó en la *Gaceta UNAM* el suplemento especial *90 Años de Autonomía*, que constó de 20 números, con la intención de que las nuevas generaciones entendieran la lucha de ideas que se dio a lo largo de todos esos años, así como la ruta inicial para lograr la autonomía que nos define como la Universidad de la Nación.

Gaceta UNAM renovó su sitio *web* con tecnología que permite su consulta desde cualquier dispositivo móvil o navegador, e incorporó nuevos recursos multimedia: video, infografías, animaciones y elementos interactivos. La planeación y el diseño, que se ajustan a los más altos estándares del diseño internacional, requirieron de un estudio comparativo de las mejores prácticas y tendencias en otros sitios *web* de universidades y de medios informativos de alto tráfico para lograr un diseño adecuado a las necesidades de la comunidad universitaria. Además, todos los contenidos pueden compartirse fácilmente, no sólo por Facebook y Twitter, sino también por Whatsapp. Su contenido no es sólo una versión de la *Gaceta* impresa, todos los días se sube información del acontecer universitario y de los sucesos nacionales.

En 2019, se publicaron 2,650 notas que corresponden tanto a la información de la versión impresa como a notas de coyuntura e información exclusiva que, por el formato, la extensión o la temporalidad, no se incluyen en la versión en papel. La producción de videos y contenidos multimedia es una constante en el sitio de la *Gaceta*: se realizaron más de 300 videos, galerías e infografías publicados en el canal de Youtube de la *Gaceta* de la UNAM.

Lo anterior ha dado como resultado un incremento importante de usuarios que visitan el sitio: el total de visitas durante 2019 fue de 6'400,000 sesiones, con promedio mensual de 530,000. El número de usuarios que accedió a la página por plataformas móviles creció en un 85%.

CONTINÚA EL CRECIMIENTO DE *UNAM GLOBAL*

El 2019 también fue un año de consolidación para la plataforma digital *UNAM Global* 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, *UNAM Global* ha probado ser un medio atractivo de difusión de los logros de la Universidad.

UNAM Global —portal creado en 2017— tuvo durante 2019 casi seis millones de visitas desde más de un centenar de países, entre los que destacan Estados Unidos, España, Argentina, India, Reino Unido, Canadá, Francia, Japón, Alemania, Brasil y Perú, robusteciendo a la UNAM como un referente dentro y fuera del país.

Los videos producidos por *UNAM Global* tuvieron 2.2 millones de reproducciones en Youtube y nuestros suscriptores en esta plataforma llegaron a 12,754, mientras que en las redes sociales rebasaron las 74,000.

ATENCIÓN A LOS MEDIOS TRADICIONALES

En cuanto a la atención con representantes de medios de comunicación, función esencial de la DGCS, se elaboraron 732 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).

En cuanto a las entrevistas en medios nacionales y extranjeros, se atendieron cerca de 1,650 —95% del total solicitado— y se realizaron 26 conferencias de prensa, la mayoría transmitidas vía *streaming*. Se concertaron poco más de 2,000 entrevistas con representantes de medios nacionales e internacionales y se organizaron 104 conferencias de medios, además de atender 1,237 peticiones de entrevistas o reportajes a medios nacionales.

Además, se llevaron a cabo dos campañas institucionales: Comunicación en la UNAM y 90 Años de Autonomía UNAM.

Gracias a sus redes sociales, a la *Gaceta Digital* y al portal *UNAM Global*, así como a la radio, la televisión y los medios escritos, la DGCS divulga el conocimiento forjado por investigadores, maestros y alumnos y responde a su indudable vocación de servicio.

