

–DGCS–

# Dirección General de Comunicación Social

---

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

De conformidad con el Plan de Desarrollo Institucional 2019-2023, la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) centró sus objetivos en incrementar la presencia de la UNAM en medios de comunicación escritos, electrónicos y digitales externos; así como en los medios de difusión, plataformas digitales y redes sociales propios, lo que permitió consolidarse como el área estratégica de comunicación para la comunidad universitaria y la sociedad en general.

Lo anterior, mediante la difusión de contenidos que incluyeron avances y resultados de investigaciones en los rubros científico y de humanidades y ciencias sociales; cultura y deporte; así como opiniones y análisis sobre temas de coyuntura relevantes para la sociedad y el país.

De enero a diciembre de 2020, el trabajo y resultados de la DGCS estuvieron marcados por el cambio de paradigma que impuso la emergencia mundial de salud causada por el virus SARS-CoV-2, misma que obligó a transformar y acelerar los mecanismos de difusión de las más de 300 acciones estratégicas que nuestra Universidad desplegó en el marco de la contingencia, permitiendo así que la sociedad conociera las actividades, función y compromiso de la Universidad de la Nación.

## ALCANCE SIN PRECEDENTE DE LAS PLATAFORMAS

La DGCS impulsó el fortalecimiento de las plataformas digitales a su cargo: *UNAM Global* [www.unamglobal.unam.mx](http://www.unamglobal.unam.mx), *Gaceta UNAM Digital* [www.gaceta.unam.mx](http://www.gaceta.unam.mx), Portal de la UNAM [www.unam.mx](http://www.unam.mx), Agenda digital [eventos.unam.mx](http://eventos.unam.mx) y las redes sociales.

El sitio [unamglobal.unam.mx](http://unamglobal.unam.mx) consolidó un alcance de 4'305,568 visitas durante 2020 y publicó 2,099 notas. Aunque durante 2020 el tema predominante fue la pandemia por Covid-19, *UNAM Global* continuó publicando materiales sobre diferentes temas, especialmente acerca de los integrantes de la comunidad universitaria.

Además, se mantuvo la colaboración con Milenio TV a través de 192 cápsulas producidas por *UNAM Global* y enviadas a la televisora para su transmisión.

## RESPUESTA OPORTUNA ANTE LA PANDEMIA: COMISIÓN UNIVERSITARIA PARA LA ATENCIÓN DE LA EMERGENCIA CORONAVIRUS

La Universidad Nacional Autónoma de México fue la primera institución de educación superior del país que creó una comisión de especialistas y expertos dedicada al seguimiento y difusión de la pandemia del coronavirus.

El portal de la Comisión [www.covid19comisionunam.unamglobal.com](http://www.covid19comisionunam.unamglobal.com) fue lanzado en la tercera semana de marzo de 2020, una vez decretada por la ONU la pandemia de Covid-19. Los materiales generados fueron tomados por los medios nacionales e internacionales. La voz sobre el tema se centró en los integrantes de la Comisión, coordinados por el doctor Samuel Ponce de León Rosales.

El sitio se administra desde la DGCS y se alimenta con los materiales producidos por el equipo de *UNAM Global*. Desde su lanzamiento hasta diciembre de 2020 registró 6'428,640 visitas totales, a través de 716 notas publicadas.

Mediante la difusión de los materiales periodísticos enviados por los integrantes de la Comisión se dejó claro a la sociedad que la UNAM es la Universidad de la Nación y cumple con su deber de informar.

Los espacios noticiosos más importantes de televisión (Televisa, TV Azteca y Milenio TV) fueron ocupados por investigadores de la UNAM y por los voceros de la Comisión, lo que demostró que la Universidad cuenta con una plantilla de científicos de primer nivel, y se proyectó confianza y credibilidad hacia la sociedad. En muchos de los espacios mediáticos se dio respuesta a las dudas de la población (Foro TV, Radio Fórmula, Milenio, entre otros).

Las aportaciones científicas y académicas de la Universidad, en el marco de la pandemia mundial registraron más de cuatro mil impactos en los medios de comunicación.

## GACETA UNAM DIGITAL

En 2020, *Gaceta UNAM* Digital cobró fuerza como el órgano informativo de la Universidad, pues debido a la pandemia la versión impresa de *Gaceta UNAM* tuvo únicamente 22 números en soporte físico.

De esa forma, *Gaceta UNAM* Digital logró casi 6.5 millones de sesiones en su sitio electrónico [www.gaceta.unam.mx](http://www.gaceta.unam.mx), lo que se traduce en un promedio de 540 mil visitas por mes. Los usuarios únicos crecieron a 4.5 millones, un aumento de 300 mil con respecto a 2019. Fueron publicadas más de 1,900 notas, y como resultado del avance tecnológico, incrementó la consulta a través de los dispositivos móviles, de 70% en 2019 a casi 80% en 2020.

La herramienta Whatsapp de *Gaceta* cerró el año con más de 22 mil suscriptores, a los cuales fueron enviados más de 500 mensajes con las principales noticias del quehacer universitario.

De manera especial, a lo largo del año fueron publicadas 35 notas sobre la vida del músico alemán Ludwig van Beethoven, para cerrar con un especial conmemorativo de los 250 años de su nacimiento.

## ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19

La UNAM no se detuvo durante la pandemia por Covid-19, por el contrario, la cantidad de acciones realizadas para beneficio de la nación requirió que la *Gaceta UNAM Digital* hiciera un seguimiento puntual de éstas para mantener a la comunidad universitaria y a la sociedad en general informadas puntualmente en tiempo y forma.

Se dieron a conocer fechas y recursos para la continuación de las tareas sustantivas de la Universidad: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura, como las convocatorias para que las y los estudiantes accedieran a programas de apoyo, destacando PC Puma, que presta equipos con acceso a internet para que los universitarios continúen sus estudios, o la beca Tu Tablet, con la que se han asignado tabletas con internet para alumnas y alumnos de escasos recursos.

La Universidad no sólo sirvió a los universitarios, también al público en general, y como tal, se informó con detalle de las acciones en beneficio de la sociedad: actividades académicas, culturales, recreativas y deportivas, por medio de videos, enlaces en vivo y otras herramientas digitales.

La puntual difusión de las acciones puestas en marcha por la Universidad durante la pandemia ayudó a la comunidad estudiantil a conocer las medidas sanitarias necesarias para evitar contagios y la propagación de la enfermedad, y a acceder a las herramientas para continuar con sus estudios.

La UNAM no se ha detenido y permanece trabajando durante la contingencia. Los aportes de la Universidad han sido cuantiosos, y la *Gaceta UNAM Digital* fue la fuente de información sobre las actividades de la Universidad.

## INCREMENTO EN REDES SOCIALES

La DGCS tiene a su cargo el manejo y administración de 17 cuentas institucionales en diversas redes sociales. A través de ellas, la UNAM se ha posicionado también en el área digital como una de las más importantes del mundo.

- 1) Facebook [www.facebook.com/UNAM.MX.Oficial](http://www.facebook.com/UNAM.MX.Oficial)
- 2) Twitter [twitter.com/UNAM\\_MX](https://twitter.com/UNAM_MX)
- 3) Instagram [www.instagram.com/unam\\_mx](https://www.instagram.com/unam_mx)
- 4) Youtube [www.youtube.com/user/unam](https://www.youtube.com/user/unam)
- 5) Spotify [open.spotify.com/user/unam\\_mx?si=wiA-XD5mTtOC0mFr5ai0Zg](https://open.spotify.com/user/unam_mx?si=wiA-XD5mTtOC0mFr5ai0Zg)
- 6) UNAM Global [www.facebook.com/unamglobal](https://www.facebook.com/unamglobal)
- 7) UNAM Global [twitter.com/unamglobal](https://twitter.com/unamglobal)
- 8) UNAM Global [www.youtube.com/c/UNAMGlobalMX](https://www.youtube.com/c/UNAMGlobalMX)

- 9) UNAM Global TV [www.youtube.com/c/UNAMGlobalTV](http://www.youtube.com/c/UNAMGlobalTV)
- 10) SoundCloud UNAM Global [soundcloud.com/unam-global/](http://soundcloud.com/unam-global/)
- 11) Gaceta Digital [www.facebook.com/unamgaceta](http://www.facebook.com/unamgaceta)
- 12) Gaceta Digital [twitter.com/Gaceta\\_UNAM](https://twitter.com/Gaceta_UNAM)
- 13) Gaceta Digital [www.youtube.com/channel/UC3FXo9IU8ORFWtcPZ2a96Yg](http://www.youtube.com/channel/UC3FXo9IU8ORFWtcPZ2a96Yg)
- 14) Sala de Prensa [twitter.com/SalaPrensaUNAM](https://twitter.com/SalaPrensaUNAM)
- 15) Prensa Digital UNAM [www.facebook.com/PrensaDigitalUNAM](http://www.facebook.com/PrensaDigitalUNAM)
- 16) Prensa Digital UNAM [twitter.com/PrensaUnam](https://twitter.com/PrensaUnam)
- 17) Prensa Digital UNAM [www.instagram.com/prensadigitalunam](http://www.instagram.com/prensadigitalunam)

Las redes sociales de la UNAM en Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y Spotify publicaron, durante 2020, más de 19 mil contenidos, todos acompañados de productos multimedia y sumaron más de 267 mil nuevos seguidores.

En tanto, las redes sociales orientadas primordialmente a los medios de comunicación difundieron los 1,184 boletines emitidos por la DGCS.

*Gaceta UNAM* Digital, a través de sus redes registró más de 5,200 publicaciones que dieron cuenta del quehacer universitario, muchas de esas actividades realizadas en línea debido al aislamiento por la pandemia, pero siempre atendiendo las inquietudes sociales.

Por su parte, *UNAM Global* continuó con su objetivo de difusión: De la comunidad para la comunidad. Los videos publicados en su canal de Youtube alcanzaron 4'787,772 visualizaciones, mientras que el canal UNAM Global TV tuvo 68 transmisiones en vivo, entre conferencias, charlas, conversatorios y otras actividades, logrando más de 257 mil reproducciones.

## DIVERSIFICACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES

Al iniciar 2020, las redes sociales de la UNAM publicaron videos generados por las DGCS con información sobre el virus SARS-CoV-2 y medidas para prevenir contagios. Al declararse la pandemia, estos medios digitales se convirtieron en el principal vehículo de comunicación hacia la comunidad universitaria.

En cuanto se creó la página de la Comisión Universitaria para la Atención de la Emergencia Coronavirus, las redes se concentraron en la difusión de notas y avisos de sus voceros. Las más de 460 publicaciones tuvieron miles de reacciones y comentarios, en su mayoría de agradecimiento a la Universidad por aclarar las dudas de la sociedad en torno a la pandemia.

## CONSOLIDACIÓN DEL LIDERAZGO EN TWITTER

En 2020 la Universidad se consolidó como la institución de educación superior número uno en Twitter en cantidad de seguidores, cerrando el año con 3'230,917 cuentas que siguen a la de la UNAM. En Facebook mantuvo su tercer sitio con 3'262,522 fans, y también en tercera posición de mayor interacción con los usuarios, lo que refleja que es un canal que escucha.

## ATENCIÓN A MEDIOS TRADICIONALES

En atención a la solicitud de distintos medios de comunicación escritos y electrónicos (radio, televisión y portales informativos) nacionales y extranjeros, durante 2020 se canalizaron 3,089 entrevistas, lo que representó un incremento de casi 50% más en relación con las atendidas durante 2019 (2,115 entrevistas).

De ellas, 2,855 fueron a medios nacionales, 211 a medios internacionales y 23 para el programa *Creadores Universitarios*, que fue cancelado en junio de 2020. La televisión fue el medio que más entrevistas solicitó: 996; seguido por medios escritos (periódicos y revistas) 823; radio 698; agencias y portales 361; medios internacionales 211.

Igualmente, se realizó la gestión de 29 permisos de filmación en diversas áreas y espacios de la Universidad.

## DE LA UNAM PARA LA SOCIEDAD: INFORMACIÓN OPORTUNA Y VERAZ

Durante 2020, la DGCS emitió 1,184 boletines –la cifra más alta registrada desde 2001– para informar con oportunidad de todas las acciones emprendidas por la comunidad universitaria, así como sus aportaciones en todos los campos del conocimiento para enfrentar la emergencia sanitaria. Esos boletines se enviaron mediante 848,524 correos electrónicos a los representantes de los medios de comunicación de prensa, radio, televisión y digitales. Proporcionar este material facilitó el trabajo de los reporteros y las redacciones, asegurando que la información institucional fuera considerada por jefes de información y realizadores de noticiarios.

En total, el número de visitas para consultar los boletines en línea casi se cuadruplicó en comparación con el año anterior, al pasar de 3'214,000 en 2019 a 11'565,000 consultas en el periodo referido.

El distanciamiento social permitió potenciar la utilización de herramientas tecnológicas como Zoom y consolidar la realización de conferencias de prensa mediante *streaming*, mismas que se transmitieron en directo a través del canal de Youtube UNAM Global TV, convirtiéndose en una plataforma de consulta para los medios de comunicación. Durante el año se organizaron 32 conferencias de prensa, con un total de 167,104 visualizaciones.

Esta iniciativa permitió aprovechar las alternativas que ofrece la comunicación digital, logrando importantes avances en materia de producción y difusión de los contenidos que genera la DGCS.

Con el objetivo de potenciar la difusión y el alcance de los boletines generados por la DGCS, a partir de agosto de 2020 los materiales informativos se envían a los medios con una liga a un *insert* de video en la plataforma UNAM Global TV. Los materiales han sido retomados por televisoras, portales electrónicos de medios impresos y medios digitales.

## TRANSFORMACIÓN DE LA GACETA UNAM

Para dar cumplimiento a los objetivos de *Gaceta UNAM* de difundir entre la comunidad el quehacer cotidiano de la Universidad, así como informar las decisiones, reglamentos, políticas y lineamientos que establezcan las autoridades universitarias; y dar a conocer las actividades académicas, culturales y deportivas programadas por las distintas entidades y dependencias universitarias, se llevó a cabo una transformación para consolidar la digitalización de la edición del medio en su versión impresa.

Esto no significó que en el proceso se hayan eliminado u omitido los pasos de su edición como redacción, corrección, cabeceo, fotografía, diseño y formato, pero sí fue necesario ajustar la ruta crítica del trabajo en equipo para adecuarse a las exigencias de las nuevas circunstancias y agilizar el proceso.

Ante las condiciones sanitarias, *Gaceta UNAM* suspendió su impresión en papel a finales de marzo de 2020 y a partir del 18 de mayo y hasta el 29 de junio, reinició su publicación cada lunes en una versión digital similar a la impresa.

Del 27 de julio y hasta el 10 de diciembre reanudó sus ediciones habituales de lunes y jueves, publicadas en formatos PDF (similar a la versión impresa) y *slider* en la *Gaceta UNAM Digital*.

## GACETA UNAM EN NÚMEROS

Durante 2020 se formaron y editaron 67 números: 22 impresos en papel y 45 que sólo aparecieron en versión digital. Además, se realizaron 31 Agendas con las actividades académicas, culturales y deportivas a desarrollarse en las diferentes entidades y dependencias de la Universidad.

Asimismo, se editaron cuatro suplementos especiales: El Programa Anual de Cursos para el Personal Administrativo de Base, La mujer en el tiempo y el espacio, La Cuenta Anual 2019, y el Premio Universidad Nacional y Reconocimiento Distinción Universidad Nacional para Jóvenes Académicos.

Entre los meses de abril y mayo, personal de diseño de *Gaceta UNAM* realizó 10 carteles en dos formatos; nueve de ellos con video también en dos formatos en apoyo a la Comisión Universitaria para la Atención de la Emergencia del Coronavirus, así como *banners* promocionales.

En los 67 números de *Gaceta UNAM* se publicaron 1,114 notas que se desglosan de la siguiente manera:

- **Sección Comunidad.** 316 notas sobre premios y reconocimientos a miembros de la comunidad universitaria, participación de estudiantes en eventos académicos nacionales e internacionales, certificación de laboratorios y licenciaturas y titulaciones, entre otros.
- **Sección Academia.** 408 notas informativas de investigaciones, coloquios, seminarios, cátedras y reuniones internacionales.

- **Sección Cultura.** 249 de las diversas actividades que efectúan las áreas que conforman la Coordinación de Difusión Cultural y las entidades de la UNAM, que en este año se realizaron de manera virtual.
- **Sección Deportes.** 141 notas de los logros de la comunidad universitaria en diferentes torneos, actividad física virtual y entrevistas con deportistas pumas destacados.
- **Sección Gobierno.** Se publicaron 480 acuerdos, informes de directivos, ternas, nombramientos, convenios y convocatorias.

En las 31 Agendas se publicaron 8,281 anuncios de actividades: 2,340 de academia, 1,043 culturales, 675 deportivas, 17 recreativas, y 4,206 de educación continua, así como 95 mensajes relacionados con la prevención de la salud.

## ANÁLISIS Y PUBLICIDAD

Como parte de sus tareas en materia de difusión institucional, durante 2020 la DGCS dio trámite a 774 solicitudes de inserción en apoyo a eventos de diversas dependencias universitarias y de la propia DGCS. Asimismo, se dio trámite a 155 solicitudes de Visto Bueno de otras dependencias universitarias.

Los temas motivo de inserciones publicitarias fueron: oferta académica, desplegados institucionales, carteleras culturales, esquelas, eventos deportivos, licitaciones públicas, convocatorias, cuenta pública anual y publlirreportajes. En temas particulares con motivo de la pandemia se publicitaron: webinar coronavirus, novedades editoriales, reconocimiento UNAM a especialistas en salud, recomendaciones sanitarias por Covid-19, pronunciamientos y felicitaciones.

Se tuvo presencia en los diarios y revistas de mayor circulación a nivel nacional, entre los que destacan: *El Universal, Reforma, Milenio, La Jornada, El Heraldo y Proceso*.

En medios impresos se trabajó con 16 diarios de circulación nacional, dos suplementos especializados y 10 revistas.

Respecto a los medios electrónicos, se transmitieron 58 *spots* a través de dos televisoras comerciales (Foro TV y Milenio) con los temas: La UNAM no se detiene, 100 días contra la pandemia Covid-19, y a través de Canal 22 se dio difusión al evento virtual El Aleph con 20 *spots*.

Los medios digitales nacionales e internacionales con los que se trabajó sumaron 56, entre los que se cuentan: *El Universal, La Jornada, Milenio, Excélsior, La Crónica de Hoy, Publimetro, El Financiero, El Economista, El Informador y El Diario de Yucatán*; en portales de revistas como: *Proceso y Algarabía*; y en sitios denominados Premium, como *CNN, New York Times, El Mundo, Washington Post, UNOTV y El País*.

En cuanto a portales de opinión y especializados, se publicitó a través de *banners* y formatos de video; algunos de los más importantes fueron: *Aristegui Noticias, Animal Político, SDP Noticias, Eje Central, Plumas Atómicas, La Silla Rota y Forbes*.

Se dio continuidad al trabajo publicitario de la Dirección de Innovación y Nuevas Tecnologías en la red social Facebook.

Durante el año y a partir de los registros que realiza el área de Publicidad sobre las solicitudes de inserción, se llevó a cabo un seguimiento detallado del ejercicio presupuestal, a fin de asegurar su adecuada administración.

Atención a dependencias: Se apoyó en la planificación, diseño y/o ejecución de las actividades publicitarias que a continuación se detallan.

Coordinación de Difusión Cultural

- Festival de arte y ciencia el Aleph
- CulturaUNAMenCasa

Facultad de Odontología

- Convocatoria de ingreso al Programa Único de Especializaciones Odontológicas, periodo 2021-1

Dirección General de Administración Escolar

- Convocatoria concurso de selección a licenciatura febrero 2020. Sistema escolarizado y SUAyED. Ciclo escolar 2020-2021/1
- Resultados del concurso de ingreso a licenciatura febrero 2020
- Convocatoria concurso de selección junio 2020. Sistema escolarizado y SUAyED (modalidades abierta y a distancia). Ciclo escolar 2020-2021/1
- Resultados del concurso de ingreso a licenciatura junio 2020

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos

- Al encuentro del mañana. Webinar 2020

Dirección General de Personal

- Diplomado en Programación Neurolingüística

Dirección General de Obras y Conservación

- Licitaciones Públicas Nacionales

Instituto de Investigaciones Jurídicas

- Novedades editoriales sobre Covid-19

*Revista de la Universidad de México*

- Promoción y difusión de la revista

Instituto de Investigaciones Sociales

- 90 aniversario

## TIEMPOS OFICIALES – RTC/2020

Durante el periodo comprendido de enero a diciembre de 2020 se tramitaron cinco campañas en radio y una en televisión, las cuales fueron solicitadas por la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería y la Dirección General de Divulgación de la Ciencia; conforme al documento “Lineamientos para tramita-



ción de tiempos oficiales ante RTC” como lo establece la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (DGRTYC) de la Secretaría de Gobernación:

CAMPAÑA	DEPENDENCIA	FECHA
Programa: <i>Radiósfera</i> (Radio)	Dirección General de Divulgación de la Ciencia	Mes de febrero
Programa: 41 Edición Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería (Radio y TV)	Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería	Del 4 de febrero al 2 de marzo
Programa: <i>Radiósfera</i> (Radio)	Dirección General de Divulgación de la Ciencia	Mes de marzo
Programa: <i>Radiósfera</i> (Radio)	Dirección General de Divulgación de la Ciencia	Mes de abril
Programa: <i>Radiósfera</i> (Radio)	Dirección General de Divulgación de la Ciencia	Mes de mayo

## SÍNTESIS Y MONITOREO

- Coordinación del trabajo de Síntesis Informativa los 365 días del año.
- Elaboración de 12 análisis cuantitativos de información en prensa.
- Durante 2020, el número de menciones en prensa escrita fue de 5,584
- Notas de radio 3,816
- Notas de TV: 3,924
- Notas digitales: 21,579
- Notas del Rector: 4,311

## DISEÑO

Se diseñaron 36 publirreportajes semanales que promueven los logros de la Universidad, los cuales se insertan en las principales revistas de circulación nacional. Al mismo tiempo, se crearon las versiones para publicidad digital en formato de *banners* sobre estos y otros temas, para su difusión por internet en los portales electrónicos de medios de comunicación y sitios UNAM.

## SISTEMAS

Se realizó la publicación online de los 67 números de la *Gaceta UNAM* en formato *slider*. Se actualizó el acervo de la *Gaceta UNAM* con la información correspondiente a las 67 gacetas publicadas en el sitio [www.acervo.gaceta.unam.mx](http://www.acervo.gaceta.unam.mx).

Se publicaron 1,184 boletines electrónicos entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2020. Se ha dado continuidad al anexo de recursos multimedia —audios, videos y fotografías— para los boletines electrónicos emitidos por la DGCS, así como su vinculación con los recursos de UNAM Global TV, *Gaceta*

UNAM Digital y las redes sociales oficiales de la Universidad en Facebook y Twitter.

El sitio [www.dgcs.unam.mx](http://www.dgcs.unam.mx) reportó más de 11'565,000 visitas para consulta de los boletines de la UNAM, con una permanencia promedio de dos minutos.

Se realizó la actualización del sitio de Proyecto UNAM, con las 45 publicaciones del periódico *El Universal*.

