

Dirección General de Comunicación Social

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

Frente al reto que impuso por segundo año la pandemia de COVID-19, la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) continuó con las actividades para dar cumplimiento a su objetivo de informar con oportunidad a la sociedad sobre el quehacer universitario en materia de investigación, desarrollo tecnológico, docencia, cultura, deporte y gobierno, a través de medios de comunicación internos y externos, plataformas digitales y redes sociales.

A partir de diversas estrategias y acciones, el quehacer de la UNAM y el trabajo de sus investigadores en todas las ramas del conocimiento, consolidaron su presencia, reconocimiento y prestigio en la comunidad universitaria y en la sociedad en general.

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

En particular, se impulsó la plataforma *UNAM Global TV* de la DGCS a través de la conformación de su unidad de reportajes.

PLATAFORMAS DIGITALES

La DGCS, a través de su Dirección de Innovación y Nuevas Tecnologías, administra los contenidos de las siguientes plataformas:

- 1) Portal UNAM: www.unam.mx
- 2) Gaceta Digital UNAM: www.gaceta.unam.mx
- 3) UNAM Global: www.unamglobal.unam.mx
- 4) Agenda digital: eventos.unam.mx

Estas plataformas registraron de enero a diciembre de 2021: Portal UNAM, 6'855,287 visitas; portal *Gaceta digital* UNAM, 8'906,133 visitas, de las cuales 5'308,476 fueron usuarios únicos.

Asimismo, fueron publicadas 2,174 notas sobre el quehacer universitario que fortalece las funciones sustantivas de la institución: investigación, academia y difusión de la cultura.

En el portal *UNAM Global* se registraron 4'847,537 visitas, de las que 3'866,18 fueron usuarios únicos. En éste, fueron publicadas 1,305 notas sobre la comunidad y orgullo universitarios, y de interés general hacia los jóvenes.

REDES SOCIALES

De acuerdo con el sitio UniRank, durante 2021 la Universidad se consolidó como la institución de educación superior número uno en Twitter con más de 3'300,000 seguidores. En Facebook, mantuvo su tercer sitio también con más de tres millones de fans.

La DGCS tiene a su cargo el manejo y administración de 19 cuentas institucionales en diversas redes sociales, mismas que han servido para posicionar a la UNAM en el área digital, como una de las más importantes del mundo.

- Facebook: www.facebook.com/UNAM.MX.Oficial
- Twitter: twitter.com/UNAM_MX
- Instagram: www.instagram.com/unam_mx
- YouTube: www.youtube.com/user/unam
- Spotify: open.spotify.com/user/unam_mx?si=wiA-XD5mTtOC0mFr5ai0Zg
- Gaceta Digital: www.facebook.com/unamgaceta
- Gaceta Digital: twitter.com/Gaceta_UNAM
- Gaceta Digital: www.youtube.com/channel/UC3FXo9IU8ORFWtcPZ2a96Yg
- WhatsApp Gaceta
- UNAM Global: www.facebook.com/unamglobal
- UNAM Global: twitter.com/unamglobal
- UNAM Global: www.youtube.com/c/UNAMGlobalMX
- UNAM Global TV: www.youtube.com/c/UNAMGlobalTV
- SoundCloud UNAM *Global*: soundcloud.com/unam-global/
- WhatsApp Global
- Sala de Prensa: twitter.com/SalaPrensaUNAM
- Prensa Digital UNAM: www.facebook.com/PrensaDigitalUNAM
- Prensa Digital UNAM: twitter.com/PrensaUnam
- Prensa Digital UNAM: www.instagram.com/prensadigitalunam

La herramienta *WhatsApp de Gaceta* cerró el año con 25,857 suscriptores y se enviaron 344 mensajes entre notas y videos. En tanto que la herramienta *WhatsApp de Global* cerró el año con 12,840 suscriptores y se enviaron 112 mensajes entre notas y videos.

En las redes sociales de la UNAM en Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y Spotify se realizaron 14,341 publicaciones, todas acompañadas de material gráfico o multimedia, y sumaron más de 133,781 nuevos seguidores.

Las redes sociales de prensa, orientadas principalmente a los medios de comunicación, difundieron 1,223 boletines y comunicados emitidos por la DGCS.

Las redes sociales de *Gaceta Digital UNAM* registraron 3,101 publicaciones y 38,288 nuevos seguidores.

Las redes sociales de *UNAM Global* registraron 635 publicaciones y 10,666 nuevos seguidores. Los 392 videos publicados en su canal de YouTube alcanzaron 4'281,634 visualizaciones, mientras que el canal *UNAM Global TV* tuvo 94 transmisiones en vivo, logrando más de 83 mil reproducciones.

ATENCIÓN A MEDIOS TRADICIONALES

En atención a las demandas de los medios comunicación escritos y electrónicos (radio, televisión y portales informativos) nacionales y extranjeros, durante 2021 se atendieron un total de 2,572 entrevistas en medios de difusión nacional e internacional, predominando las solicitudes sobre el tema de la pandemia de COVID-19.

También se llevaron a cabo 55 filmaciones de medios de comunicación en diversas áreas de la Universidad, destacando el regreso paulatino a clases.

Televisión fue el medio que más peticiones de entrevistas realizó alcanzando un total de 873, seguido de medios escritos como periódicos y revistas, 770; radio 497; agencias y portales 227; y medios internacionales 205. El total de entrevistas sumó 2,572, de las cuales 2,367 fueron para medio nacionales y 205 para medios internacionales.

ACTUALIZACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE SISTEMAS

Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2021 se publicaron 1,121 boletines electrónicos, se realizó la publicación *on-line* de los 90 números de la *Gaceta UNAM* en formato *slider* y se actualizó el acervo de la *Gaceta UNAM* con la información correspondiente a las 90 gacetas publicadas. www.acervo.gaceta.unam.mx.

Asimismo, se dio 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 Digital UNAM* y las redes sociales oficiales de la Universidad en Facebook y Twitter.

El sitio www.dgcs.unam.mx reportó más de 10'668 mil visitas a los boletines de la UNAM, con una permanencia promedio de 30 segundos.

Se realizaron 126 transmisiones en vivo vía *streaming* por el canal de YouTube *UNAM Global TV*; mismo que cuenta con más de 18 mil suscriptores y más de 2'400 mil visualizaciones. Estos datos no reportan las visualizaciones que se obtienen vía Facebook y Twitter.

Se solicitó a la entidad encargada de la UNAM, la evaluación de la infraestructura de telecomunicaciones existente en las instalaciones de la DGCS. Con esta evaluación, se dio inicio al desarrollo del "Plan de actualización de la Infraestructura de Voz y Datos de la DGCS", lo que permitirá responder de forma más eficiente a las necesidades actuales y futuras de las áreas de la DGCS. Se dio inicio a la primera parte del proyecto, en el área del basamento de la Torre de Rectoría.

UNAM GLOBAL TV

Dentro de esta plataforma se creó la Unidad de Reportajes, misma que atendiendo las necesidades de difusión del quehacer universitario y realizó: 258 coberturas, 873 videos para boletines y 34 reportajes especiales.

COBERTURAS INFORMATIVAS

A través de la Dirección de Información se realizaron 2,664 coberturas de diferentes actividades de la Universidad en los ámbitos científico, de humanidades y ciencias sociales, y cultural.

De esas coberturas se generaron un total de 5,821 notas y 56,338 materiales informativos para medios de comunicación entre boletines, cortes de video, audios y fotografías. Asimismo se organizaron 157 conferencias de prensa transmitidas vía *streaming* las cuales alcanzaron más de dos millones de visualizaciones mediante el canal de *YouTube Unam GlobalTV*.

Los materiales y contenidos informativos se hicieron llegar a diferentes representantes de los medios de comunicación mediante 848,524 correos electrónicos, y se atendieron 479 solicitudes de entrevistas para reporteros que cubren la fuente, nacionales e internacionales.

GACETA UNAM

En cumplimiento de los objetivos de *Gaceta UNAM* de difundir entre la comunidad el quehacer cotidiano de la Universidad, así como de 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, y abordar temas de la agenda nacional, 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, cabecero, fotografía, diseño y formato, pero sí fue necesario ajustar la ruta del trabajo en equipo para adecuarse a las exigencias de las nuevas circunstancias y agilizar el proceso.

Ante las condiciones sanitarias, *Gaceta UNAM* continuó con la publicación en su formato digital hasta el 5 de agosto de 2021.

Del 9 de agosto y hasta el 17 de diciembre (inicio del periodo vacacional) reanudó sus ediciones habituales de lunes y jueves en versión impresa.

GACETA UNAM EN NÚMEROS

Durante 2021 se formaron y editaron 90 números: 35 impresos en papel y 55 que solo 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 ocho suplementos especiales:

- » El suplemento de la cuenta anual se publicó de forma digital el 22 de abril.
- » Programa anual de cursos (PAC 2021) para el Personal Administrativo de Base de la UNAM.
- » Lineamientos generales para las actividades universitarias en el marco de la pandemia de COVID-19 (dos veces).
- » Convocatorias para la elección de Consejeros Académicos de Área representantes de los alumnos, investigadores, profesores y técnicos académicos de cada una de las áreas de los Consejos Académicos.
- » Lineamientos para la aplicación de los principios de "Taxatividad y proporcionalidad en la determinación de las sanciones en casos de violencia de género en la Universidad Nacional Autónoma de México".
- » Premio Universidad Nacional y Reconocimiento Distinción Universidad Nacional para Jóvenes Académicos.

En los 90 números de *Gaceta UNAM* se publicaron 1,943 notas y reportajes que se desglosan de la siguiente manera:

- **Sección Comunidad.** 358 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.** 660 notas informativas de investigaciones, coloquios, seminarios, cátedras y reuniones internacionales.
- **Sección Cultura.** 326 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.** 189 notas de los logros de la comunidad universitaria en diferentes torneos, actividad física virtual y entrevistas con deportistas pumas destacados.
- **Sección Gobierno.** Se publicaron 180 acuerdos, informes de directivos, ternas, nombramientos, convenios y convocatorias.
- **Convocatorias.** Se publicaron 230 convocatorias, concursos de oposición abierto, premios, reconocimientos, cátedras extraordinarias y programas de beca.

En las 42 ediciones de *Agenda* se publicaron 10,808 anuncios de actividades universitarias: 2,756 de academia; 1,510 culturales; 1,519 deportivas; nueve re-creativas, y 5,014 de educación continua, así como 154 mensajes relacionados con la prevención de la salud.

ANÁLISIS Y PUBLICIDAD

Durante 2021 se dio trámite a 823 solicitudes de inserción en apoyo a la difusión de eventos de varias dependencias universitarias y de la propia DGCS y se atendieron 56 solicitudes de Visto Bueno de otras dependencias universitarias.

Los temas que motivaron inserciones publicitarias fueron: oferta académica, desplegados institucionales, carteleras culturales, esquelas, eventos deportivos, licitaciones públicas, convocatorias, cuenta pública anual, y publirreportajes.

Se publicitaron temas varios como: 100 años de nuestra identidad universitaria; CEPE, cien años de ser internacional; Llega universitario a Marte; Becad@1 de cada 2 estudiantes de la UNAM; La UNAM da vida digital a mural inédito de Diego Rivera, La UNAM estrena carrera 131, La UNAM se reafirma en el selecto grupo de las 100 mejores universidades del mundo; MOOC UNAM; Cuenta anual 2020; Sismológico Nacional desde la UNAM para todo México; Pabellón Nacional de la biodiversidad; Alertan sobre diabetes en niños, entre otros.

En temas particulares con motivo de la pandemia se publicitaron: La UNAM cobija a huérfanos de la pandemia; Acciones UNAM 20-21; Avanza la vacunación de estudiantes; La salud es de quien se vacuna; Regresamos con toda la garra; Respira México. Taller de respiración pulmonar. Tv UNAM, Nada detiene al espíritu puma, 8 mil becas más de conectividad para estudiantes de la UNAM.

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 la revista *Proceso*.

- **Medios impresos.** Se trabajó con (11) diarios de circulación nacional, (8) diarios en el interior de la República, (1) suplemento especializado y (6) revistas impresas.
- **Medios electrónicos.** Se transmitieron 167 spots a través de dos televisoras comerciales, Foro TV y Milenio; y 237 productos publicitarios de radio a través de siete cadenas, entre las que destacan Televisa Radio, Grupo Fórmula y Grupo Radio Centro. En ambos casos el tema fue Acciones UNAM 20-21.
- **Medios digitales.** Se trabajó con 68 medios digitales nacionales e internacionales, entre ellos se cuentan: *El Universal*, *La Jornada*, *Milenio*, *El Heraldo de México*, *Publímometro*, *El Financiero*, *El Economista*, *El Debate* y *El Diario de Yucatán*; en portales de revistas como: *Forbes*, *Este País*, *Siempre*, *Vértigo* y *Algarabía*; y en sitios denominados Premium, como *El País*, *UNTV*, *CNN*, *New York Times*, *El Mundo*, *Washington Post* y *Los Angeles Times*.

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

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 una administración adecuada del mismo.

Atención a dependencias

La Coordinación de Publicidad apoyó en la planificación, diseño y/o ejecución de las siguientes actividades publicitarias:

- **Coordinación de Difusión Cultural.** El Aleph. Festival de arte y ciencia; México 500; Yaopan. Un juego de la conquista; Podcast Cultura UNAM; Encuesta nacional sobre hábitos y consumo cultural 2020; FICUNAM 11; Fiesta del libro y la rosa 2021; Acción, aislamiento, coreografías vacilantes; Colección Vindictas.
- **Dirección General de Administración Escolar.** Preventivo concurso ingreso a licenciatura UNAM 2021. Sistemas escolarizado y SUAyED modalidades abierta y a distancia. Ciclo escolar 2021-2022/1; Preventivo ingreso a licenciatura concurso noviembre 2021, SUAyED modalidades abierta y a distancia; Preventivo resultados concurso de selección noviembre 2021. Licenciatura UNAM-SUAyED (modalidades abierta y a distancia); Preventivo resultados licenciatura UNAM 2021. Sistemas escolarizado y SUAyED (modalidades abierta y a distancia).
- **Coordinación de Humanidades.** Libros humanidades.
- **Dirección General de Obras y Coordinación.** Licitaciones públicas nacionales.
- **Dirección General de Orientación y Atención Educativa.** Al encuentro del mañana 2021 virtual.
- **Dirección General de Personal/Unidad de Coordinación.** Diplomados de extensión y cursos de capacitación, 2022.

Es importante resaltar el apoyo que se prestó a la Oficina del Rector en las giras nacionales e internacionales que se llevaron a cabo durante el tercer trimestre del año.

TIEMPOS OFICIALES-RTC/2021

Durante el periodo comprendido entre los meses de junio a diciembre de 2021, se tramitó un total de ocho campañas en radio, las cuales fueron solicitadas por la Dirección General de Divulgación de la Ciencia; conforme al documento "Lineamientos para tramitación de Tiempos Oficiales ante RTC" como lo establece la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (DGRTyC) de la Secretaría de Gobernación. Las campañas correspondieron una cada mes —incluyendo enero de 2022—, para ser transmitidas en el programa *Radiósfera* de Radio UNAM.

SÍNTESIS Y MONITOREO

- Coordinación del trabajo de Síntesis Informativa los 365 días del año.
- Elaboración de 48 análisis cuantitativos de información en prensa.
- Durante 2021, el número de menciones en prensa escrita fue de 6,943

- Notas de radio 5,879
- Notas de TV: 3,471
- Notas digitales: 24,340
- Notas del Rector: 1,735

