

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

– DGCS –

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

En cumplimiento de su objetivo de mantener permanentemente informada 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, bajo los principios de veracidad, oportunidad y suficiencia, la Dirección General de Comunicación Social presenta en esta Memoria 2023, una compilación de sus actividades sustantivas y principales resultados de enero a diciembre de 2023.

DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN

De enero a diciembre de 2023 la Dirección de Información realizó 1,608 coberturas informativas del quehacer universitario las cuales generaron 2,831 notas informativas.

Asimismo, realizó la convocatoria y transmisión por *streaming* de 88 conferencias de medios y gestionó 352 entrevistas solicitadas por los reporteros de la fuente —nacionales e internacionales— ya sea en formato presencial, telefónica o vía zoom.

Los materiales informativos generados se distribuyeron a los representantes de los medios de comunicación mediante un millón 30 mil correos electrónicos enviados.

En el periodo que se reporta, los medios de comunicación recibieron un total de 85 mil 876 materiales informativos. Mismos que se desglosan de la siguiente forma: 998 boletines de prensa; 300 cortes de video; 82 mil 841 fotografías en formato digital, y mil 735 audios.

Gaceta UNAM

Durante 2023 se formaron y editaron 90 números: 90 impresos en papel, mismos que se publicaron en su versión digital. Además, se realizaron 45 Agendas con las actividades académicas, culturales y deportivas a desarrollarse en las diferentes entidades y dependencias de la Universidad.

Asimismo, se editaron nueve suplementos especiales:

- Programa de Racionalidad Presupuestal 2023
- Programa Anual de Cursos (PAC 2023) para el Personal Administrativo de Base de la UNAM
- Cuenta anual
- Convocatoria de Selección e Ingreso a Programas de Posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México
- 94 Años de Autonomía Universitaria
- Guía de Propiedad Intelectual
- Galardonados del Premio Pablo González Casanova
- Sus Proyectos, Sus Propuestas. Presentación de los planes de trabajo de las y los aspirantes a la Rectoría de la UNAM (3 publicaciones)
- PUN y RDUNJA

Además, se apoyó a otras dependencias universitarias con el encarte de sus suplementos.

- Libros UNAM (se publica el primer jueves de cada mes)
- Festival Cultura UNAM

En los 90 números de Gaceta UNAM se publicaron 2 mil 867 notas y reportajes que se desglosan de la siguiente manera:

- » Sección Comunidad: 516 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: 995 notas informativas de investigaciones, coloquios, seminarios, cátedras y reuniones internacionales.
- » Sección Cultura: 336 de las diversas actividades que efectúan las áreas que conforman la Coordinación de Difusión Cultural y las entidades de la UNAM.
- » Sección Deportes: 212 notas de los logros de la comunidad universitaria en diferentes torneos, actividades físicas y entrevistas con deportistas pumas destacados.
- » Sección Gobierno: 149 acuerdos, informes de directivos, ternas, nombramientos, convenios y convocatorias.
- » Convocatorias: 659 convocatorias, concursos de oposición abierto, premios, reconocimientos, cátedras extraordinarias y programas de becas.

En las 45 ediciones de Agenda se publicaron 12 mil 455 anuncios de actividades universitarias: 3 mil 391 de academia, mil 219 culturales, mil 462 deportivas, 20 recreativas, y 6 mil 363 de educación continua, así como 143 mensajes relacionados con la prevención de la salud.

UNAM Global TV #HistoriasUNAM

UNAM Global TV se consolidó como una agencia de generación de contenidos audiovisuales que son distribuidos periódicamente a los medios de comunicación.

Este año la plataforma alcanzó 200 especiales y por ello relanzó sus contenidos bajo un nuevo concepto y marca: #HistoriasUNAM.

Se trata de una novedosa forma de difundir el trabajo realizado por la comunidad universitaria al documentar, mediante historias, su labor académica, cultural, científica, deportiva y humanística; reforzando así la identidad y los valores de la Universidad.

Nuestras #HistoriasUNAM son de actualidad, forman parte de la agenda periodística, pero mantienen vigencia por su valor informativo y su concepción humanista.

Este lanzamiento estuvo acompañado por una estrategia de la Dirección General de Comunicación Social, que presentó a UNAM Global TV como un proyecto académico de divulgación del quehacer y las opiniones del personal académico sobre diversos tópicos de interés nacional e internacional.

La labor de divulgación se realiza principalmente a través de videos cortos —no mayores a tres minutos— donde se documentan situaciones de la vida cotidiana dentro y fuera de la Universidad.

En 2023 se estrenó el formato de miniseries, con temas de interés general abordados desde distintas aristas y con las voces de especialistas universitarios. Como parte de ese trabajo, se publicaron: *La Década Covid en México*, *Las buscadoras* y *Los eclipses de México*.

Por otra parte, los contenidos audiovisuales del sitio UNAM Global adquirieron un papel protagónico para facilitar que los medios accedan a nuestras historias como en una plataforma de video bajo demanda. Todos los contenidos están disponibles en la página <https://unamglobal.unam.mx/>, donde se cuenta con la opción de descarga para medios que pone a disposición los distintos materiales libres de derechos de autor.

Las piezas periodísticas están organizadas en las secciones: comunidad, ciencia y tecnología, género y sexualidad, salud, medioambiente, cultura y arte, deportes, política y sociedad, así como humanidades. La página cuenta con una herramienta para realizar búsqueda por palabra, tema o categoría.

Durante el año, se realizaron 141 #HistoriasUNAM y en coordinación con la Dirección de Información, se produjeron 211 videos de notas del día a partir de boletines.

A partir de marzo de 2023, inició la realización de videos para todas las portadas, la mayoría de las contraportadas y algunos interiores de Gaceta UNAM. Así, en estos 10 meses se produjeron 111 videos: 64 fueron portadas y 47 contraportadas. Con ello, el órgano informativo de la Universidad avanzó en su propósito de generar contenidos multimedia atractivos para la comunidad universitaria.

En el año se cubrieron 20 conferencias de medios con su respectivo corte de video, mismos que complementaron los boletines que la Dirección de Información envió a los medios de comunicación.

En materia de difusión, este año todos los videos cortos de #HistoriasUNAM llegaron por correo a 110 periodistas y jefaturas de información de medios internacionales, nacionales y locales. Además, se impulsó la atención personalizada por WhatsApp y llevamos nuestros contenidos a representantes, conductores y reporteros de 74 medios.

En febrero de 2012, nació el canal de YouTube de UNAM Global TV, mismo que actualmente cuenta con 30 mil 668 suscriptores. De estos, en los últimos dos años tuvimos un crecimiento del 66% con 12 mil 254 suscriptores nuevos. Cabe destacar que este logro coincide con la consolidación del equipo humano de UGTV que se integró en octubre de 2021.

Las impresiones de los contenidos del canal de UNAM Global TV se elevaron de 7 millones 19 mil 746 en el año 2022 a 8 millones 480 mil 633 en 2023, lo que representó un aumento del 20.82%. Las visualizaciones también se incrementaron un 73.4% al pasar de 1 millón 332 mil 498 a 2 millones 308 mil 294, en el mismo periodo de tiempo.

Entre las #HistoriasUNAM más vistas en 2023 se encuentran:

- *¡Huitlacoche todo el año!, gracias a universitarios* con 290 mil 181 visualizaciones.
- *Hay dinosaurios entre nosotros* con 248 mil 175 visualizaciones
- *México tendrá dos eclipses de sol en menos de seis meses* con 64 mil 505 visualizaciones.

Las #HistoriasUNAM son retomadas por la Dirección de Innovación y Nuevas Tecnologías para su difusión en las redes oficiales de la UNAM. En este rubro no contamos con datos generados durante el 2022 para poder analizar los comportamientos en las diferentes redes. Este es uno de los retos para el 2024.

	Alcance	Interacción	ER
X UNAM	3,173,190	122,347	873.42
Facebook UNAM	34,493	9,241	87.57
X UNAM Global	7,377	816	202.51
Facebook UNAM Global	61,227	1,580	107.88

Las #HistoriasUNAM generaron un mayor *engagement* (ER) en X UNAM, es decir, una mayor conexión en interacción con los usuarios. Los videos sirvieron para generar conversación y crear comunidad.

Sobre la penetración de nuestros contenidos en los medios tenemos que las #Historias-UNAM fueron retomadas semanalmente por el periódico Crónica en la videocolumna Encuadre UNAM. En total publicaron 155 videos en 2023.

También Milenio televisión, ADN noticias, Capital 21, Canal 22 y TV UNAM replicaron sistemáticamente los contenidos.

Además, tuvieron amplia aceptación en los espacios de N+, Foro TV, el portal de noticias de Joaquín López-Dóriga, Aristegui Noticias, El Heraldo de México, Generación Universitaria del periódico El Universal, Excelsior, Emequis, entre otros.

El *primetime* de Televisa, En Punto, también ha hecho uso de la diversidad de posibilidades que ofrece la generación de contenidos de UNAM Global TV. Los encargados de los intercortes de redes sociales utilizan los envíos de las piezas de televisión sin paquetería para crear sus propias versiones de nuestras #HistoriasUNAM.

Se anexan algunos testigos.

<https://youtu.be/SNttSraGIV4?si=Y6A7Sw12JA6LSsXV>

https://youtu.be/-tyZE7__zvl?si=XN9ldEL5gnBELc9F

<https://youtu.be/gA-EsTywV98?si=bwHJDxalSj8JCSZh>

LinkedIn Noticias México utiliza las #HistoriasUNAM para generar contenidos propios que son publicados en su perfil de esa plataforma, misma que cuenta con casi 1 millón 500 mil seguidores. Además, en algunas ocasiones y dependiendo del contenido, esos materiales tienen una distribución adicional mediante notificaciones que son enviadas a los usuarios de la aplicación de LinkedIn mediante listas segmentadas, cuyo alcance es variable con audiencias que van desde 500 mil hasta 5 millones de usuarios.

Se anexan algunos ejemplos:

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7143739212310167552/>

https://www.linkedin.com/posts/linkedin-noticias-mexico_hoy-es-el-d%C3%A9-Da-internacional-de-la-mujer-y-activity-7162460279899975680-jBrf/?utm_source=share&utm_medium=member_ios

https://www.linkedin.com/posts/objetivo-empleo-por-linkedin-noticias-am%C3%A9rica-latina_vivir-con-burnout-activity-7095860948283887620-E0u-P/?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

Cultura UNAM proyectó en las pantallas del Centro Cultural Universitario 33 de nuestras #HistoriasUNAM a fin de aumentar el impacto entre la comunidad universitaria. Quincenalmente se envían los contenidos para que puedan ser vistos por los asistentes a esta zona de la Universidad.

Comprometidos con el proceso de capacitación constante se llevaron a cabo tres cursos en materia de: Derechos de los audiovisuales, WordPress y Principios de narrativa audiovisual para televisión.

DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

La Dirección de Innovación y Nuevas Tecnologías (DINT) de la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) buscó fortalecer las estrategias digitales para reforzar el posicionamiento del sitio UNAM Global, dentro y fuera de Universidad, así como de las 14 redes socio digitales que se mantienen activas. La DINT también mantuvo la difusión del quehacer universitario a través del envío de mensajes por WhatsApp y la actualización de información en el portal de la UNAM.

UNAM Global Revista

A lo largo del año, UNAM Global Revista mantuvo la divulgación académica, deportiva y cultural de la Universidad y de temas de interés general, logrando más de mil 600 notas publicadas; consiguió casi 7 millones 500 mil visitas y sostuvo una media de 400 mil usuarios únicos mensuales en su sitio unamglobal.unam.mx/global-revista

Redes socio digitales

La DINT, desde 2016, se ha abocado a posicionar a la Universidad a través de varias redes socio digitales, cuyos contenidos pasan por una curaduría y son trabajados para conseguir un mayor impacto en los internautas. Las redes activas son:

Facebook:	www.facebook.com/UNAM.MX.Oficial
	www.facebook.com/unamglobal
	www.facebook.com/PrensaDigitalUNAM
X:	twitter.com/UNAM_MX
	twitter.com/unamglobal
	twitter.com/SalaPrensaUNAM
	twitter.com/PrensaUnam
Instagram:	www.instagram.com/unam_mx
	www.instagram.com/prensadigitalunam
YouTube:	www.youtube.com/@unam
	www.youtube.com/@UNAMGlobalMX
Spotify:	open.spotify.com/user/unam_mx?si=wiA-XD5mTtOC0mFr5ai0Zg
WhatsApp:	Gaceta UNAM
	UNAM Global

Cabe mencionar que en los canales en YouTube de UNAM y UNAM Global se publicaron alrededor de 750 nuevos videos que obtuvieron más de dos millones de visualizaciones.

Las redes socio digitales mencionadas obtuvieron más de 301 mil nuevos seguidores, lo que significó un aumento del 14% en comparación al incremento del año anterior. En ellas se publicaron cerca de 32 mil 700 contenidos, principalmente con información de entidades académicas y dependencias universitarias, eventos y boletines informativos.

Portal UNAM

La DINT también actualiza la información de varias secciones del portal de la UNAM (www.unam.mx), mismo que alcanzó más de 6 millones 700 mil visitas durante 2023. Las secciones a cargo de la DINT son:

- » Menú principal: Inicio / Comunidad / Oferta educativa / Investigación / Cultura / Deportes / Numeralia.
- » Carrusel (cinco espacios)
- » Menú secundario: Acerca de la UNAM / Toda la UNAM en línea / Vinculación / Correo UNAM / Calendario académico / Transporte.
- » Eventos (tres espacios)

- » Noticias: Gaceta UNAM (portada) y cinco de sus recientes notas.
- » Campañas: Página del rector / LabUNAM / Portal de Transparencia Universitaria.
- » Menú de pie de página: Protección de datos personales / Transparencia universitaria / Defensoría de los Derechos Universitarios, Igualdad y Atención de la Violencia de Género / Teléfonos y medidas de emergencia / Preguntas frecuentes / Mapa de sitio.
- » Créditos: Rectoría / Secretaría General / Secretaría Administrativa / Secretaría de Desarrollo Institucional / Secretaría de Prevención, Atención y Seguridad Universitaria / Abogacía General / Dirección General de Comunicación Social.

WhatsApp

La herramienta de mensajería instantánea WhatsApp de Gaceta UNAM y UNAM Global continuó siendo un vehículo para la difusión de diversas notas de ambos sitios digitales informativos. Los suscriptores de ambas cuentas sumaron alrededor de 48 mil 265 personas que recibieron 600 mensajes.

Hacia finales de 2023, UNAM Global abrió su canal por WhatsApp; posteriormente, fue creado el canal de Gaceta UNAM. Se construyó una estrategia de creación y difusión de contenidos para iniciar en 2024.

La posición de la UNAM en las redes socio digitales

En 2023, de acuerdo con el sitio UniRank, la UNAM mantuvo sus posiciones: número uno en X, con más de 3 millones 400 mil seguidores; tercer sitio en Facebook, con más 3 millones 500 mil fans; y el séptimo lugar en Instagram, con casi 800 mil seguidores.

DIRECCIÓN DE ENLACE INSTITUCIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS

Esta Dirección recibió y gestionó la solicitud de 2 mil 585 entrevistas para representantes de medios de comunicación nacionales e internacionales que no cubren la fuente universitaria en forma habitual.

Igualmente, se realizó la gestión de 86 permisos de filmación en diversas áreas de la Universidad.

La televisión fue el medio que más entrevistas solicitó (897); seguido por medios escritos (periódicos y revistas) 677; radio 487; medios internacionales 342 y agencias y portales digitales 182.

DIRECCIÓN DE ANÁLISIS Y PUBLICIDAD

Publicidad

Durante 2023 se dio trámite a 927 solicitudes de inserción en apoyo a la difusión de eventos de varias dependencias universitarias y de la DGCS (862 propias y 65 de otras dependencias).

Los asuntos que fueron motivo de inserciones publicitarias fueron: oferta académica, desplegados institucionales, carteleras culturales, esquelas, eventos deportivos, licitaciones públicas, convocatorias, cuenta pública anual y publinreportajes sobre el quehacer científico y social que se lleva a cabo en la Universidad.

Algunos de los temas destacados que se publicitaron fueron: Los incunables de la UNAM; 44 FIL del Palacio de Minería; UNAM, 60 años de enseñar cine; UNAM, la universidad más internacional de Latinoamérica; Nace la Facultad de Enfermería y Obstetricia; Más de un millón y medio de alumnos de la UNAM becados de 2015 a 2022; Colección la década COVID en México, entre otros.

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

Medios impresos. Mantuvimos relación comercial con 14 diarios de circulación nacional, 1 diario en el interior de la República (El Pulso de SLP) y 5 revistas impresas.

Medios electrónicos. Se difundieron las actividades universitarias más destacadas publicadas en Gaceta UNAM en estaciones como W Radio, MVS Radio, Imagen Radio, Grupo Radio Centro y Astron Publicidad.

Medios digitales. Se trabajó con 53 medios digitales nacionales e internacionales, entre ellos se cuentan: El Universal, La Jornada, Milenio, El Heraldo de México, Publímetro, El Financiero, El Economista, Excélsior y La Crónica; en portales de revistas como: Este País, Siempre, Vértigo, Chilango, Dónde Ir y Algarabía; y en sitios denominados Premium, como El País y UNOTV.

En cuanto a portales de opinión y especializados se publicitaron *banners* y formatos de video. Algunos de los sitios más importantes fueron: Aristegui Noticias, Animal Político, SDP Noticias, Eje Central, La Silla Rota y Reporte Índigo.

Por lo que respecta al trabajo publicitario en redes sociales, durante 2023 la UNAM estuvo presente en las plataformas: Tiktok, Meta (Facebook e Instagram) y Google Ads, promocionando el Centro de Acopio para los damnificados del huracán Otis en Gue-

rrero; el Premio Nobel de Medicina a los creadores de vacunas de ARNm eficaces contra la Covid-19; el 70 aniversario del voto femenino en México, y destacando los logros universitarios.

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 responsable y adecuada del mismo.

Atención a dependencias. Como entidad centralizadora de la partida 221 Anuncios varios, la Coordinación de Publicidad apoyó en la planificación, diseño y/o ejecución de las siguientes actividades publicitarias y en el seguimiento administrativo a través del Sistema Integral de Compras (SIC):

- Coordinación de Difusión Cultural: FICUNAM 2023; Fiesta del libro y la rosa 2023; El Aleph. Festival de arte y ciencia de la UNAM 2023; FILUNI 2023; Festival Cultura UNAM 2023
- Coordinación de Humanidades: 10 en Humanidades
- Dirección General de Divulgación de la Ciencia: ¿Cómo Ves?, 25 Aniversario
- Dirección de Publicaciones y Fomento Editorial: FILUNI 2023
- Dirección de Teatro: Cartelera de Teatro UNAM; 30 FITU 2023
- Dirección de Música: Convocatoria audiciones OFUNAM
- Dirección General de Administración Escolar: Preventivo concurso ingreso a licenciatura UNAM 2022. Sistemas escolarizado y SUAYED modalidades abierta y a distancia. Ciclo escolar 2023-2024/1; Preventivo ingreso a licenciatura concurso noviembre 2023, SUAYED modalidades abierta y a distancia; Preventivo resultados concurso de selección noviembre 2023. Licenciatura UNAM-SUAYED (en sus modalidades abierta y a distancia); Preventivo resultados licenciatura UNAM 2023. Sistemas escolarizado y SUAYED (en sus modalidades abierta y a distancia)
- Dirección General de Obras y Conservación: Licitaciones públicas nacionales
- Revista de la Universidad de México: Revista de la Universidad de México en la FIL Guadalajara 2023
- Facultad de Odontología Dirección de Estudios de Posgrado: Convocatoria ingreso al Programa Único de Especializaciones Odontológicas 2024-I y 2024-II

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 todo el año.

Tiempos oficiales – RTC / 2023. Durante el periodo comprendido entre los meses de enero a diciembre de 2023, esta Dirección tramitó un total de 9 campañas en Radio, las cuales fueron solicitadas por la Dirección General de Divulgación de la Ciencia para su programa Radiósfera; conforme al documento “Lineamientos para tramitación de Tiempos Oficiales ante RTC” como lo establece la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación:

Síntesis y monitoreo

- Coordinación del trabajo de Síntesis Informativa los 365 días del año
- Elaboración de 85 análisis cuantitativos de información de prensa
- Durante 2023, el número de menciones en prensa fue de 18,623
- Notas de Radio: 11,139
- Notas de TV: 9,537
- Notas digitales: 38,597
- Notas del rector (prensa, radio y tv): 5,251

Sistemas

Se realizó la publicación *on-line* de los 90 números de la Gaceta UNAM en formato slide.

Se actualizó el acervo de la Gaceta UNAM con la información correspondiente a las 90 gacetas publicadas. www.acervo.gaceta.unam.mx

Se publicaron 998 boletines electrónicos entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2023.

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 X (antes Twitter).

El sitio www.dgcs.unam.mx reporta más de 5 millones 981 mil 45 visitas a los boletines de la UNAM, con una permanencia promedio de 1 minuto y veinte segundos.

Se realizaron 124 transmisiones en vivo vía *streaming* por el canal de YouTube UNAM Global TV, con un registro de 151 mil 979 visualizaciones sólo para el particular.

Este canal cuenta con más de 30 mil 500 suscriptores y más de 1 millón 300 mil visualizaciones. Estos datos no reportan las visualizaciones que se obtienen vía Facebook y la red social X (antes Twitter).

Dirección General de Comunicación Social

Se avanzó en el Plan de modernización de los equipos de cómputo. Se dio continuidad al remplazo de equipo obsoleto de la red alámbrica de internet tanto en el edificio de Gaceta como del segundo piso.

Se actualizaron dos servidores para hacer frente a los requerimientos del personal.

Se adquirió un nuevo servidor exclusivo para unificar todo el material de Gaceta.

