



MEMORIA UNAM 2001
©2001 Universidad Nacional Autónoma de México

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

INTRODUCCIÓN

El objetivo central de la Dirección General de Comunicación Social en el 2001 fue consolidar y ampliar la relación con todos los medios de comunicación, a través de entrevistas, conferencias, visitas a los diferentes campus de la Universidad, con la finalidad de difundir el quehacer académico, de investigación y científico.

La Dirección General incrementó su número de comunicados de prensa, así como el de las conferencias, al tiempo que se organizaron más de un millar de entrevistas con funcionarios y académicos.

Se llevaron a cabo tres campañas de imagen a lo largo del año: "*Espíritu en Movimiento*", "*450 Años, Preparando a México para el Futuro*", y "*Rumbo al Congreso*".

El Departamento de Fotografía entregó tres discos compactos, los cuales almacenan siete mil nueve imágenes de personajes universitarios, así como todos los recintos de esta Casa de Estudios.

Durante este año se recibieron 3 millones 823 mil 823 hits en el sitio de la dirección, lo que representa un incremento de 329.76 por ciento con relación al año pasado.

ESTRUCTURA

DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN

Durante el período de referencia, la Dirección de Información generó 1,274 boletines; de enero a diciembre emitió 222 mil 848 correos electrónicos con los mensajes del Rector, transcripciones de discursos, conferencias de prensa e invitaciones.

De enero a diciembre se realizaron 206 mil 720 envíos de fax a periódicos, revistas, televisión, radio, agencias y columnistas. Al tiempo que se enviaron, vía terrestre, 63 mil 343 sobres con información.

Se generaron 914 entrevistas con autoridades, funcionarios y académicos, que permitieron difundir la vida humanística, científica y cultural de la Institución.

Se cubrieron 87 conferencias de prensa; se generaron 488 invitaciones, 32 giras de trabajo. Los reporteros de la DGCS cubrieron 2 mil 150 actividades organizadas por las diversas dependencias de la UNAM, como mesas redondas, conferencias, simposios, cursos, exposiciones y seminarios, entre otros.

Se redactaron 2 mil 40 notas para la *Gaceta UNAM* de los 89 números del año. Se insertaron 9 suplementos especiales: 44 Agenda, 9 El Faro, 4 Enter@te, 20 CCH, 21 ENP, uno de premios PUN y DUNJA, 5 Congreso Universitario, 16 de 450 Años de Universidad y, 4 de becas.

El Departamento de Fotografía cuenta con un acervo de 155 mil 580 fotografías y 78 mil 480 negativos. Se cubrieron un total de 2,093 eventos, como son entrevistas, conferencias, giras de trabajo, simposios, encuentros, aniversarios, tomas de posesión, firma de convenios, visitas, entrega de medallas, coloquios, informes y entrevistas, entre otras.

En agosto se empezó a escanear todo el material fotográfico de personajes que se encuentran en el archivo y se guardó en CD's, logrando conformar la primera etapa en ese nuevo sistema. Se concluyeron a fin de año tres CD's, con un total de 7 mil 009 personajes identificados, más la conclusión de un CD representando todos los edificios que conforman la Universidad.

DIRECCIÓN DE ANÁLISIS Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Se continúa con la elaboración de la síntesis informativa redactada, la cual se encuentra a disposición de todos los universitarios y del público en general en la página de Internet de la UNAM.

El área de monitoreo de radio y televisión trabajó los 365 días del año. Fueron escuchados alrededor de 50 noticiarios de radio y televisión desde las 5:45 a.m. hasta las 12:30 a.m., y transcritas de manera textual todas aquellas informaciones de interés para la Dirección General.

Asimismo se realizan análisis diarios, semanales y mensuales acerca del contenido y tratamiento de las informaciones en los diversos medios impresos.

En este período se gestionó la campaña de los 450 años de la UNAM, que tuvo una duración de tres meses y se transmitió tanto en radio como en televisión y en las repetidoras de provincia de casi todo el país. Al mismo tiempo, se atendieron en tiempos oficiales 5 campañas de diferentes dependencias de la Universidad y 50 de T.V. UNAM.

Con motivo de los 450 años de la UNAM, se colocaron espectaculares en diversas zonas del Distrito Federal.

A través del Departamento de Publicidad se dio trámite a 3 mil 458 solicitudes de inserción que las dependencias universitarias realizaron en los diversos medios impresos, publicándose esquelas, avisos, convocatorias, cursos y diplomados, seminarios, fotografías, desplegados institucionales, campaña UNAM 450 años, presentaciones de libros o revistas, carteleras culturales, conferencias, congresos, publirreportajes, exposiciones, maestrías y doctorados.

A fin de dar la imagen de identidad que es necesaria, la Dirección General, junto con el Comité

de Comunicación Universitaria acordaron que la publicación de la oferta académica de la Universidad tendría un formato único y así se ha venido haciendo a partir de septiembre.

De enero a diciembre se recibieron 3 millones 823 mil 823 hits en el sitio de la dirección www.dgi.unam.mx (incluye: boletines, mensajes, discursos, entrevistas, fotos y audios) comparados con los obtenidos el año pasado (un millón 159 mil 576) representa un incremento del 329.76 por ciento.

DIRECCIÓN DE ENLACE Y RELACIONES PÚBLICAS

El año pasado se llevaron a cabo tres reuniones con el Comité de Comunicación Universitaria, en donde se informó de la implementación de distribuidores de *Gaceta*, así como de la puesta en marcha del periódico *El Mural*, el cual se publica catorcenalmente en cada una de las dependencias universitarias, con la finalidad de proporcionar información científica y de investigación.

En otra de las reuniones se dio a conocer la campaña de los 450 años de Universidad. Así como la necesidad de contar con un formato único para presentar la oferta académica, de cada una de las dependencias, para las inserciones de publicidad.

Por lo que toca a Relaciones Públicas, se llevó a cabo una visita guiada con los reporteros que cubren la "fuente" universitaria por la exposición que se presentó en el Antiguo Colegio de San Ildefonso, de Fernando Botero, lo que contribuyó a una gran difusión de la misma.

Asimismo se mantuvo el contacto con diferentes representantes de los medios de comunicación, a quienes se les informó respecto a las publicaciones que realiza la UNAM; sensibilizarlos para que acudieran a los diferentes espectáculos culturales de teatro, cine y conciertos, así como a las actividades deportivas de fútbol americano y soccer.

Se acudió en representación de la Dirección General, al Seminario de ANUIES-ANARPIES, que tuvo lugar en mayo en la ciudad de Querétaro y en septiembre en la ciudad de Morelia, Michoacán.

Al mismo, acuden los representantes de las Direcciones Generales de Universidades Públicas y Tecnológicas del país, cuyo objetivo es valorar las políticas de comunicación que se llevan a cabo en cada una de estas instituciones y las posibles soluciones que se darían a diferentes conflictos que éstas enfrentan.

A partir de marzo, la Dirección de Enlace y Relaciones Públicas sumó a sus tareas, la de entablar comunicación con todos los reporteros radiofónicos y de televisión que no cubren cotidianamente la UNAM, pero que solicitan entrevistas con funcionarios, académicos e investigadores.

De tal manera que se concedieron mil 272 entrevistas tanto para televisión y radio nacionales y extranjeros, periódicos, agencias nacionales e internacionales, así como revistas.

GACETA UNAM

Durante el año se publicaron 89 números de *Gaceta UNAM*, 44 números de *Agenda*, 21 suplementos de la ENP, 20 suplementos del CCH, 9 suplementos *El Faro*, 4 de *Enter@te*, 1 de Premios PUN y DUNJA, 5 del Congreso Universitario, 16 de 450 Años de Universidad y 4 de Becas. Se repartieron 3 millones 190 mil Gacetas a 174 dependencias.

UNIDAD ADMINISTRATIVA

La Dirección General de Comunicación Social cuenta con 25 funcionarios, 52 personas de confianza, 51 empleados de base y 18 de honorarios.

En colaboración con la Dirección General de Obras, se adquirieron 100 distribuidores para apoyo en la difusión de *Gaceta UNAM*, los cuales se colocaron en las Facultades, Centros, Institutos, Escuelas, Preparatorias, CCH y dependencias del campus universitario.

Esta Unidad sustituyó el equipo de cómputo de la Coordinación de Sistemas ya que era obsoleto. Se adquirieron 11 computadoras y se actualizaron 14 más. Se compraron 8 impresoras, 3 scanner y se adquirió una impresora tipo ploter para imprimir posters de gran tamaño, con la finalidad de abatir costos en las impresiones.

Por otro lado, se apoyó a la Coordinación de Humanidades, distribuyendo 19 números del *Periódico Humanidades*, por una cantidad aproximada de 285 mil ejemplares.

También se distribuyeron 6 convocatorias de la Dirección de Relaciones Laborales por aproximadamente 90 mil ejemplares. Se distribuyeron a medios impresos 3 mil 458 solicitudes de publicación de todas las dependencias de la UNAM.

En el Departamento de Presupuesto se solicitaron, operaron, controlaron y comprobaron los recursos financieros necesarios para llevar a cabo los trabajos de 3 campañas publicitarias: "*Espíritu en Movimiento*", "*450 años, Preparando a México para el Futuro*", y "*Rumbo al Congreso*".

Se elaboraron para pago a proveedores varios, 937 formas múltiples, y se gestionaron igual número de cheques.

Se elaboraron para pago a medios impresos y electrónicos 2 mil 180 formas múltiples, producto de 3 mil 458 publicaciones y se gestionaron igual número de cheques.

Se disminuyó el porcentaje de rechazos de formas múltiples (solicitudes de pago), de un 5.4% en el 2000, al 3.8% en el 2001.

La cartera de adeudos atrasados con proveedores se redujo de un 15 por ciento en el 2000 a un 8 por ciento al finalizar el año.

Se continuó con la depuración del archivo especial para la partida 221 anuncios varios, por ser la de mayor monto de la Dirección General; se elaboraron 127 recibos por captación de recursos extraordinarios por venta de publicidad en la *Gaceta UNAM*; se realizaron 12 conciliaciones presupuestales y bancarias. Se conciliaron al 100 por ciento los registros de la dependencia con el Sistema Integral de Administración Universitaria (SIAU), el cual concentra los registros de

todas las dependencias que solicitan publicidad (partida presupuestal 221).

En el Departamento de Personal se inició la actualización del Manual de Procedimientos de la Dirección General, concluyéndose el levantamiento de la información en la Dirección de Información.

Se concluyó la elaboración de la actualización del Manual de Organización, el cual se envió a la Secretaría Administrativa y a la Dirección General de Presupuesto Universitario para su autorización.

Se promovió a plazas de mayor nivel a 17 trabajadores de base; se iniciaron las gestiones para la creación de dos medias plazas de base y la reubicación para jefe de servicios generales.

Se incentivó la asistencia a cursos de capacitación entre el personal de base y de confianza.

Dos funcionarios asistieron al Diplomado en "Relaciones Laborales en las Universidades e Instituciones de Educación Superior Autónomas por Ley".

Se participó en las negociaciones para promover las nuevas políticas editoriales y condiciones para la venta de publicidad en *Gaceta UNAM*.

Se aplicaron seis exámenes para candidatos a plazas de base (oficiales administrativos y secretarías).

En coordinación con la Dirección General de Personal se instaló el nuevo Sistema Integral Electrónico de Movimientos de Personal.

COORDINACIÓN DE SISTEMAS

Se actualizaron 17 equipos de cómputo. De 486 y Pentium I a Celeron de 600 a 800 Mhz, memoria de 32 a 64 MB con acceso a la red local.

Se continuó con el cartel para revistas que semanalmente promueve los logros de la Universidad, el cual se inserta en las principales revistas de circulación nacional, publicándose 63 desplegados semanales y mensuales.

Se diseñaron 10 carteles alusivos al proceso *Rumbo al Congreso*.

Al tiempo que se crearon 4 dovelas y 5 carteles, que promueven el quehacer de la Universidad en los andenes y vagones del Sistema de Transporte Colectivo (Metro).

En coordinación con DGSCA, se implementó la transmisión por Internet de audio y video en vivo de los eventos relevantes de la UNAM.

Se publicaron mil 273 boletines electrónicos (texto, fotos y audio).