

Dirección General de Comunicación Social

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Lic. Néstor Enrique Martínez Cristo
Director General
(marzo de 2000)

En un año eminentemente político como lo fue el 2006, para la Dirección General de Comunicación Social, fue una prioridad continuar proyectando la imagen de una Universidad académica, moderna, plural, en movimiento, a la vanguardia tecnológica y promotora de las libertades.

Las estrategias de comunicación se encaminaron a hacer que estos valores sobresalieran sobre la agenda política y electoral que predominó en todos los medios de comunicación. El objetivo se cumplió. En el 2006, la información académica generada por la Universidad logró imponerse.

En ese tenor, la campaña de medios electrónicos (televisión y radio) *UNAM, Ideas en Libertad*, desarrollada ese año, mostró a una Universidad en constante evolución y actualización, que incluso pudo ubicarse entre las 100 mejores universidades del mundo, según las clasificaciones mundiales en la materia.

Entre los ejes informativos utilizados para hacer predominar la imagen académica de la UNAM destacaron las propuestas novedosas desarrolladas por esta Institución: el uso de tecnología de punta para apoyar a la enseñanza y a la investigación; nuevas carreras y modelo de formación 3-2-3; nuevas opciones de titulación para licenciatura; Red Inalámbrica Universitaria; Biblioteca Digital; Proyectos Multidisciplinarios; Becas; Espacio Común de Educación Superior y Programa de Movilidad Universitaria en América Latina.

La DGCS promovió todos estos temas entre reporteros, columnistas, conductores y directivos de los medios de comunicación, con lo que se logró mantener a la Universidad casi totalmente ajena a los temas políticos y de coyuntura, y ubicarla ante la opinión pública como una institución educativa de excelencia.

A finales de año, la DGCS diseñó la campaña interna de difusión para el Sistema Integral de Transporte y Vialidad en



Ciudad Universitaria *Puma Bus*, que operativamente arrancó en febrero de 2007. Para esta campaña, la DGCS elaboró el logotipo del *Puma Bus*, trípticos, volantes, carteles y anuncios informativos para promover la puesta en marcha de este importante sistema dirigido a solucionar el problema vial en el *campus*.

DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN

La Dirección de Información, como encargada de atender los 365 días del año las necesidades de información de los reporteros que cubren la “fuente” universitaria, generó 949 comunicados de prensa, de los cuales 296 fueron acompañados de cortes para televisión; concertó 355 entrevistas con académicos, alumnos y funcionarios sobre temas de interés para la sociedad en general, y organizó 20 conferencias de prensa para la difusión de temas académicos.

Asimismo, invitó a los medios de comunicación –periódicos, radiodifusoras, televisoras, revistas y agencias– a 73 eventos organizados por distintas dependencias de la UNAM y atendió las necesidades informativas de los periodistas de la “fuente” en las tres giras de trabajo a dependencias foráneas que se realizaron durante el año.

Para asegurar que la información generada por la Universidad llegara a todos los medios acreditados, la Dirección de Información realizó 74 484 llamadas telefónicas, tanto a reporteros como a jefes de información, para confirmar el envío de boletines, fotografías, audios, cortes de televisión y aviso de envío de señal a las televisoras, esto último en el caso de las ocho giras de trabajo que el Rector Juan Ramón de la Fuente hizo a otros países.

Aunado a ello, se realizaron 49 422 envíos de información por fax; 133 920, por correo electrónico y 1 697 por vía terrestre.

Por otra parte, la Dirección de Información gestionó 355 entrevistas que académicos, estudiantes y funcionarios de la UNAM concedieron a los reporteros que cubren la “fuente” de la Universidad, sobre los más diversos temas académicos y de coyuntura nacional. De ese total, 165 correspondieron a periódicos, revistas, agencias y televisoras, y 190 a radiodifusoras.

En materia interna, cubrió 1 982 eventos realizados en la Universidad; elaboró 1 402 notas informativas para la *Gaceta UNAM*, y generó un acervo de 167 704 imágenes fotográficas –la mayor parte en sistema digital– y 1 982 grabaciones en audio, todo ello derivado de dichos eventos.

DIRECCIÓN DE ENLACE Y RELACIONES PÚBLICAS

La Dirección de Enlace y Relaciones Públicas (DERP) promovió la participación de los universitarios en los medios, a través de la gestión de 1 692 entrevistas sobre los más variados temas que concedieron 692 académicos, estudiantes y funcionarios de la UNAM, a periodistas que no cubren la “fuente”, así como a conductores de programas radiofónicos y televisivos.

Si bien la cifra total fue menor en un 3.3% respecto del año anterior, destaca el rubro de televisión, donde la diferencia a favor fue de 91 entrevistas, lo cual representó un avance de 28.26% con relación al 2005.

En este rubro, participaron integrantes de 87 dependencias de la UNAM, destacando la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales con 241 entrevistas, la Facultad de Psicología, con 149, y la Facultad de Medicina, con 137. En cuanto a los institutos, encabeza el Instituto de Investigaciones Sociales, con 48 entrevistas; el Instituto de Geofísica, con 38; el Instituto de Astronomía, con 37, y el Instituto de Ciencias

Nucleares, con 32. Derivado del creciente interés de los medios por el tema del cambio climático, el Centro de Ciencias de la Atmósfera también tuvo una gran participación con 48 entrevistas

Del total de entrevistas, 413 fueron para televisión, 631 para radio y 585 para periódicos, revistas y agencias de noticias. Por tercer año consecutivo, de las doce televisoras nacionales a las que atendió la DERP, TV Azteca fue la que realizó el mayor número de entrevistas (151), seguida por Canal 11 (96) y Televisa (44). De las cuatro internacionales atendidas, CNN realizó el mayor número de entrevistas con universitarios (doce).

Por lo que toca a las 18 radiodifusoras nacionales que fueron atendidas por esta área, Radio Monitor encabeza la lista con 132 participaciones de universitarios en sus programas y noticieros, seguido por Grupo ACIR, con 104, y el IMER con 94. De las tres internacionales que solicitaron este servicio, la BBC de Londres fue la que realizó el mayor número de entrevistas (ocho).

Asimismo, esta área gestionó ante la Dirección General del Patrimonio Universitario y ante la Dirección General de Servicios Generales, 72 permisos para filmaciones y levantamiento de imágenes fotográficas que diversos medios realizaron tanto en instalaciones de Ciudad Universitaria como de los *campi* foráneos, supervisando en todo momento que dichas imágenes sirvieran exclusivamente para fines de difusión.

Por otra parte, la DERP, apoyada en el Subcomité de Comunicación integrado por los encargados de comunicación de seis dependencias, continuó desarrollando la cartelera *La Semana Académica*, que durante 2006 publicó 33 ejemplares todos los lunes en los periódicos *La Jornada*, *Reforma*, *El Universal* y *Milenio* (éste último sólo hasta el mes de junio), donde fueron anunciadas 567 actividades académicas, tales como conferencias, coloquios, congresos, cursos, diplomados, mesas redondas, presentaciones, seminarios, simposia y videoconferencias, entre otras, que distintas dependencias universitarias llevaron a cabo durante el año.

De igual forma, personal de la DERP participó en 77 reuniones de coordinación en distintas dependencias de la UNAM y externas, con el fin de proporcionar apoyo logístico en los diferentes eventos a los que se invitó a los medios de comunicación: actividades del Rector, conferencias de prensa, giras de trabajo a otros estados de la República y eventos académicos en entidades universitarias.

En cuanto a la cápsula *Quehacer Universitario. El Acontecer en la UNAM*, esta área realizó, por tercer año consecutivo, los guiones y supervisó la producción de 45 cápsulas tipo noticiero que retoman las noticias más importantes generadas por la UNAM cada semana. Este producto se transmitió los lunes por estaciones de los Grupos Radio Fórmula, Radio Centro y Radio Monitor, así como por Radio UNAM, los lunes, miércoles y viernes.

DIRECCIÓN DE ANÁLISIS Y PUBLICIDAD

En materia de publicaciones, la Dirección de Análisis y Publicidad (DAP) dio trámite a 2051 órdenes de inserción para la difusión de la oferta académica universitaria, desplegados institucionales, carteleras culturales, esquelas, felicitaciones, homenajes, eventos deportivos, licitaciones públicas convocatorias, la Cuenta Pública Anual, publireportajes y premiaciones.

Esta área se encargó de la difusión de spots y avisos de la *XXVII Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería*, la *Feria de Cómputo UNAM 2006*, la *Feria del Empleo UNAM 2006*, la *Feria de Orientación Vocacional. Al Encuentro del Mañana*, así como la campaña institucional *UNAM. Ideas en Libertad*, en prensa, radio y televisión.

Para la difusión de dicho material, la Dirección de Análisis y Publicidad trabajó con 22 diarios de circulación nacional, 41 revistas, siete radiodifusoras y las dos principales televisoras del país, vigilando en todo momento el adecuado ejercicio del gasto presupuestal asignado a la dependencia para este rubro, lo que conllevó al máximo aprovechamiento de sus recursos financieros.

En otra de sus funciones, que es la gestión de tiempos oficiales ante RTC, la DAP tramitó 29 campañas en televisión y trece en radio, solicitadas por TV UNAM y otras dependencias universitarias, conforme a los lineamientos establecidos por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (DGRTYC), de la Secretaría de Gobernación.

La transmisión de estas campañas se realizó en 61 radiodifusoras en el Distrito Federal y sus repetidoras en el interior de la República, así como en Televisa, TV Azteca, Canal 22, Canal 11, Canal 40, Canal 34 y Televisión por Cable.

Por otra parte, esta área grabó, revisó, editó y transcribió las notas informativas publicadas o transmitidas por los medios de comunicación en referencia a la UNAM.

Así, en radio realizó el monitoreo diario –los 365 días del año– de 40 noticiarios y programas de contenido, así como la transcripción de aproximadamente 4 160 notas. En televisión, efectuó el seguimiento diario de 25 noticiarios y programas de contenido, y la transcripción de alrededor de 1 560 notas informativas y de opinión.

Asimismo, elaboró 18 análisis periodísticos quincenales, dando especial atención a las notas informativas y de opinión relacionadas con la Universidad.

También a cargo de la Dirección de Análisis y Publicidad estuvo la publicación y actualización de la *Gaceta UNAM En Línea*, se avanzó en la conversión a formato electrónico de los años anteriores al 2000 y se agregó el formato JPG al PDF ya existente para acelerar el acceso a la *Gaceta en Línea*.

En apoyo a la Dirección de Información, la DAP publicó 949 comunicados de prensa en el portal de Internet de la UNAM y complementó el acceso en línea con recursos multimedia para apoyar dichos comunicados.

Coordinada con la Dirección de Enlace y Relaciones Públicas, esta área publicó los 33 ejemplares de *La Semana Académica* en su versión para Internet, incluyendo ofertas que por razones de espacio no pudieron ser publicadas en la versión para periódicos.

En materia de diseño, elaboró 41 carteles (uno por semana), para promover los logros de la Universidad en revistas de circulación nacional; diseñó e imprimió diez números de *El Mural UNAM. Una Ventana al Sistema Incorporado*, y diseñó y publicó 31 números de *La Semana Académica*. En tanto que para el Sistema Integral de Transporte y Vialidad en Ciudad Universitaria *Puma Bus*, diseñó el logotipo de los nuevos autobuses, así como dos carteles, dos dípticos, dos mantas y dos volantes.

GACETA UNAM

Se imprimieron 86 ediciones de *Gaceta UNAM*, con un tiraje global de 3 890 000 ejemplares. La edición de los lunes incluyó 47 suplementos de *Agenda*, mientras que la de los jueves incluyó en encartes los órganos informativos de la Escuela Nacional Preparatoria, del Colegio de Ciencias y Humanidades, de la Coordinación de Humanidades y del *campus* Morelos, así como los suplementos *Entérate* y *El Faro*.

Es importante señalar que la Dirección de *Gaceta UNAM* proporcionó soporte técnico, estratégico y logístico a la *Gaceta de Morelos*, que fue lanzada en 2006.

En ese año, *Gaceta UNAM* publicó dos suplementos especiales: Internet sin Cables en CU, en mayo, para apoyar la difusión de la Red Inalámbrica Universitaria (RIU) puesta en marcha en ese mes; y la Convocatoria para la Elección de Consejeros Universitarios.

PROYECTO UNAM

A lo largo del año, la página *Proyecto UNAM*, un atractivo proyecto académico-periodístico que desde 2002 comparten la Universidad y el periódico *El Universal*, consolidó su presencia entre la comunidad universitaria y los lectores del diario.

Como en años anteriores, cada jueves fue publicada una nueva edición de la página *Proyecto UNAM* en la sección Cultura del periódico *El Universal*. En las 52 ediciones del año, fueron abordados muchos de los temas relevantes que tienen que ver con el quehacer y la esencia misma de la Universidad Nacional, y representan una prueba más de la incansable labor que día a día llevan a cabo estudiantes, profesores e investigadores de esta Casa de Estudios.

Como un testimonio de este esfuerzo común, se publicó el cuarto libro *Proyecto UNAM*, que recopila todas las páginas aparecidas en *El Universal* desde el 3 de noviembre de 2005, hasta el 26 de octubre de 2006.

Por otro lado, se presentó la exposición *Proyecto UNAM*, integrada por 36 páginas montadas en nueve exhibidores, en la Escuela Nacional de Trabajo Social, en el Centro de Enseñanza para Extranjeros y en las facultades de Estudios Superiores Acatlán, Iztacala y Zaragoza.

También se montaron exposiciones, de 50 páginas cada una, en las escuelas de extensión en Chicago y Canadá así como en la Escuela Permanente de Extensión en San Antonio.

UNIDAD ADMINISTRATIVA

La Unidad Administrativa (UA) solicitó, operó, controló y comprobó los recursos necesarios para difundir la campaña publicitaria *UNAM, Ideas en libertad*, a través de los medios de comunicación electrónicos –radio y televisión–, espectaculares y carteles. Además, coordinó los trámites para la impresión de los documentos *Presencia Gráfica 2006* y *Proyecto UNAM 2006*.

Esta área elaboró 679 Formas Múltiples para el pago a varios proveedores, y gestionó igual número de cheques. Mientras que en el caso de pagos a medios impresos y electrónicos, realizó 1 321 Formas Múltiples y tramitó igual número de cheques, producto de 2 085 Publicaciones.

Asimismo, gestionó 519 Vistos Buenos de publicaciones de diversas dependencias universitarias y elaboró 227 recibos oficiales por captación de recursos extraordinarios por venta de publicidad en *Gaceta UNAM* y en la *Gaceta de Resultados*.

Uno de los logros alcanzados por esta área fue la disminución a 0.8% de rechazos de Formas Múltiples (solicitudes de pago), mientras que la cartera de adeudos atrasados con proveedores disminuyó a 1.5%.

La UA prosiguió con la operación de los paquetes de cómputo Sistema Integral de Administración Presupuestal (SIAP), Sistema Contable (ATENEA) y Sistema Integral de Ingresos Extraordinarios (SIE), así

como con la implantación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO-9001, y con el control de actividades por medio de indicadores, de septiembre a diciembre.

Igualmente, continuó participando en el Programa de Gestión de la Calidad de las Secretarías y Unidades Administrativas de la Institución.

Con el objetivo de llevar a cabo un manejo eficiente y transparente de sus recursos, la UA realizó doce conciliaciones presupuestales y bancarias, además del 100% de 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).

Durante el período de abril a octubre, la Unidad Administrativa de la DGCS atendió las diversas solicitudes de la Auditoría Integral que le fue practicada a la Dependencia, cubriendo al 100% las observaciones realizadas por la auditoría interna.

De igual forma, esta área distribuyó 3 890 000 ejemplares de la *Gaceta UNAM*; 390 000 de la Revista *El Faro* (doce números); 350 000 de la Revista *Entérate* (diez números), y 200 000 del periódico *Humanidades* (diez números).

En apoyo a otras dependencias, colocó 4 000 carteles en las principales estaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro (STC); 840 en Metrobus; 420 en el IMSS y 900 en la UAM, además de 7 000 dovelas en la Red de Transporte Público y 6 000 en el Sistema de Transporte Eléctrico. Gestionó también la transmisión de tres spots en el Audiómetro del STC.

La Unidad Administrativa, en apoyo a las distintas áreas que conforman la DGCS, recibió y desahogó 1 055 solicitudes de correspondencia y efectuó 182 servicios de transporte para el personal a diversos eventos académicos, dentro y fuera del *campus* universitario.

En materia de recursos humanos, la UA atendió 3 228 solicitudes para movimientos de personal, modificaciones de estructura administrativa, pago de tiempo extraordinario, cursos de capacitación, pagos de honorarios profesionales y trámites varios, con menos del 1% de rechazos por parte de las dependencias centrales que intervinieron en las 3 035 autorizaciones respectivas.

También tramitó y gestionó doce cursos de cómputo para personal administrativo de base y de confianza; cuatro cursos de desarrollo humano para personal administrativo de base, y un curso de capacitación y adiestramiento para el personal administrativo de base, todos ellos impartidos por la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, el STUNAM y la Dirección General de Relaciones Laborales.

Finalmente, la Unidad Administrativa obtuvo el Registro del Programa de Servicio Social para la DGCS 2006-12/257-389 ante la Dirección General de Orientación y Servicios Educativos, y logró la participación de 19 estudiantes de las facultades de Ciencias Políticas y Sociales, Filosofía y Letras, Contaduría y Administración, FES Aragón, la Escuela Nacional de Artes Plásticas y la Universidad Intercontinental.

* * *