

I.5. Comunicación y medios

I.5.1. Comunicación y enlace universitario

La Dirección de Comunicación y Enlace (DCE) tiene como objetivo fundamental difundir el quehacer de la Universidad de Guanajuato y, con ello, contribuir al impulso del prestigio progresivo de nuestra Casa de Estudios, por lo que en el periodo que se informa se lograron resultados de acuerdo a los siguientes grandes proyectos.

I.5.1.1. Programa de Comunicación Estratégica

Atendiendo al Plan de Desarrollo Institucional 2010-2020, se estableció el Programa de Comunicación Estratégica, con el propósito de desarrollar la más amplia socialización de las características, acciones y resultados de las funciones esenciales de la Universidad, así como de la vida institucional, la que se plasma en su noble y centenaria trayectoria histórica, la vitalidad de su presente y su proyección al futuro. Los logros de sus estudiantes y profesores, los acuerdos y disposiciones de sus órganos colegiados, el quehacer de las autoridades colegiadas y unipersonales y de las instancias de apoyo a las funciones esenciales, entre otros, conforman la materia de la misión comunicativa de este programa.

A través de esta iniciativa, se impulsó la coordinación entre la DCE y el Sistema de Radio, Televisión e Hipermedia (SIRTH) para el logro de acciones conjuntas. Asimismo, se han potenciado acciones específicas mediante una plataforma unificada al servicio de las labores sustantivas de la Universidad. Del mismo modo, se ha consolidado la Red de Enlaces de comunicación a través de la definición de políticas de comunicación con aplicación en el contexto universitario; se han generado buenas prácticas en la difusión del quehacer de la universidad y se ha determinado un modelo de comunicación en la UG.

I.5.1.2. Red de Comunicación y Enlace

La Red actúa como vínculo entre la DCE y los responsables de comunicación y enlace de los Campus Universitarios, el Colegio del Nivel Medio Superior, las Secretarías y las Direcciones administrativas para la difusión de las actividades de la UG.

Mediante esta estructura se han logrado consolidar de manera homogénea y congruente la imagen institucional y las políticas de comunicación de la Universidad.

I.5.1.3. Socialización del quehacer universitario

Se impulsó la construcción de un Sistema Integral de Comunicación que atiende de manera integral a públicos internos y externos para posicionar a la UG como una institución de vanguardia con pertinencia social, a través de las siguientes estrategias.

1.5.1.3.1. Comunicación Social

Agenda de medios

Con el objetivo de difundir las actividades universitarias, destacar la calidad y pertinencia educativa y profesional de estudiantes, y dar a conocer la labor social e investigación de la comunidad académica y logros alcanzados en conjunto en esta casa de estudios, se realizó la cobertura de 632 eventos, se elaboraron 689 boletines de los cuales el 88% se publicaron en medios externos, con lo que se superó la meta propuesta de 506 boletines, siendo materia de los comunicados aspectos diversos de docencia, investigación y extensión, así como logros de la comunidad universitaria. Un muestrario representativo de los comunicados generados se hace visible por medio de sus encabezados:

- Profesor de la UG realiza proyectos en agricultura hidropónica de fresas
- Dra. Mónica Guzmán usa su laboratorio como trinchera para combatir a la leucemia
- Egresada primer estudiante de la UG del doctorado con doble titulación en Japón
- Bachillerato con Perfil Internacional de la UG se extenderá a las dos ENMS ubicadas en León
- BAFUG festeja 30 años en el Auditorio del Estado
- La satisfacción más grande es disfrutar tu trabajo: Dr. Octavio Obregón
- Recibe el Dr. Koichi Niihara la más alta distinción que otorga la UG
- Abandera UG defensa de los derechos humanos en alianza con la CNDH y otras universidades del país
- Presentan UGénero, Programa Institucional de Equidad de Género
- Inicia Programa Institucional Actuar UG
- OSUG se presenta con éxito en Doctor Mora
- Tiene la UG participación histórica en el FIC con 452 artistas
- Obtiene página de la UG Premio Internacional Editorial OX
- La UG, reconocida por investigaciones de alto impacto en América Latina
- Profesora de la UG investiga los agentes dañinos en la salud de los trabajadores del sector cuero calzado.

Con lo anterior, se consolidó el apoyo a las entidades universitarias para la difusión oportuna de sus actividades y avances en sus proyectos.

Plana institucional en el periódico El Heraldo

De manera semanal se publica una plana con temas relevantes de la UG en El Heraldo, periódico de circulación estatal. Se publicaron 45 planas, cuyo contenido responde a tres aspectos: trascendencia e impacto en el entorno social, investigación y extensión.

Columnas “eUGreka, tu conecta con la ciencia”

Con la finalidad de tener una constante y sistemática presencia en los medios impresos de mayor circulación del estado a fin de posicionar a la Universidad de Guanajuato como un referente de investigación, se realizó el acompañamiento, diseño de agenda mediática, gestión de espacios en medios de comunicación, revisión de estilo y envío de 9 colaboraciones de la Dirección de Apoyo a Investigación y Posgrado a los periódicos Correo, El Sol del Bajío, El Sol de Salamanca, El Sol de Irapuato y El Sol de León. A continuación, los títulos más relevantes de estas contribuciones:

- UG: tu conecte con la ciencia
- Una ensalada sin...crotones por favor
- La energía oscura y el mapa 3D más grande del Universo
- Comparar es investigar
- ¡Esos hongos asesinos!
- Termodinámica Molecular de Sistemas de Interés Energético
- Factores de riesgo en obesidad y diabetes tipo 2
- Tratamiento de agua aplicando procesos electroquímicos de oxidación avanzada.

Reportajes y entrevistas

Se destacaron temas relevantes de la UG mediante entrevistas, con especial enfoque a la investigación y otros asuntos de interés para la comunidad universitaria y la sociedad en general, logrando con ello, posicionar contenidos de gran relevancia para la institución, privilegiando el impacto social de los mismos.

Ruedas de prensa

Con el objetivo de informar de manera oportuna sobre actividades relevantes de la UG privilegiando la presencia universitaria en los medios de comunicación, se realizaron 10 ruedas de prensa, teniendo como productos boletines, memoria en audio y fotográfica.

- Presentación del programa Espiral
- Presentación de la Feria del Libro de San Luis Potosí
- Presentación de la Feria del Libro de la UG
- Presentación del concierto y conferencia del *Día D*
- Presentación del programa Cine de Horror Internacional AURORA
- Presentación del programa de la primera temporada del 2016 de la OSUG
- Anuncio de la colaboración con IEC y para conmemorar el 400 aniversario luctuoso de Miguel de Cervantes.
- Sobre la presentación de la película de Peter Greenaway
- Presentación del Programa de Equidad Regional

Difusión en medios de comunicación externos

Con el propósito de fortalecer la presencia institucional con proyección en la sociedad, se formalizó la contratación de espacios con 58 medios de comunicación externos.

Por medio de esta función administrativa se logró la apertura y el fortalecimiento de canales de publicación y difusión de la promoción de la labor universitaria; se optimizaron los recursos asignados en materia de comunicación y se brindó certeza jurídica y administrativa respecto de la contratación de medios de comunicación.

Redes sociales

Las redes sociales constituyen un medio dinámico y eficaz para la proyección de las actividades institucionales, por lo que se administran perfiles en medios como Facebook, Twitter, Instagram, Periscope y LinkedIn.

En este sentido, se brindó respuesta al 100% de los mensajes de manera oportuna; se realizó un calendario de publicaciones mensuales con las efemérides nacionales, estatales y locales, así como sobre eventos relevantes de la Universidad.

En cuanto a redes institucionales cabe destacar que en Facebook el promedio del alcance de las publicaciones es de 10 mil seguidores; se tuvo un incremento de seguidores mayor al 19% lo que representa un promedio de 30 nuevos “me gusta” diarios. Se responden, en promedio, 10 mensajes privados en los cuales se resuelven dudas referentes, sobre todo, a oferta académica y admisiones. Por otra parte, en Twitter, se logró un crecimiento del 34.5% de seguidores; en Instagram, el incremento fue del 42.24%; en LinkedIn del 13.7% y en Periscope del 46.2%.

Se crearon cuentas de red social del Rector General en Facebook y Twitter, las cuales actualmente cuentan con 4,879 y 533 respectivamente. En ellas se han publicado 174 eventos, 31 actualizaciones relacionadas al quehacer universitario y 5 videos.

1.5.1.3.2. Comunicación Institucional

Con la finalidad de lograr un mayor posicionamiento y reconocimiento social de la Universidad, se han establecido y ejecutado estrategias de difusión de las funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión a través de medios de comunicación institucionales.

Una de las actividades fundamentales de la Dirección de Comunicación y Enlace es diseñar, producir y distribuir tres publicaciones para proyectar actividades y logros de la comunidad universitaria, en sus subsistemas educativos:

a) *Revista Enjambre*

Es un espacio de comunicación y encuentro, que cuenta con la participación de la comunidad estudiantil y profesores del nivel medio superior de la UG quienes colaboran en su elaboración. Su objetivo es convertirse en un vehículo de información útil, oportuna, atractiva y pertinente para la comunidad de las escuelas del nivel medio superior de la Universidad.

Se publicaron un total de 6 números, con un tiraje de 6,500 ejemplares cada uno, mismos que se distribuyeron entre estudiantes, profesores y directivos de las todas las escuelas de nivel medio superior.

A destacar es la puesta en marcha de la versión digital de esta publicación en el portal electrónico de la UG a partir del mes de julio de este año, con el fin de propiciar la participación de la comunidad estudiantil del nivel medio superior. Esta nueva versión permite llegar a un número mayor de públicos y diversos segmentos, además de que la información se actualiza continuamente.

Como soporte para esta publicación, se reactivaron los 11 comités de colaboración Enjambre en cada escuela de nivel medio superior.

b) Gaceta

Publicación semestral, de tradición en nuestra Universidad, se editó un número, con un total de 3,000 ejemplares, que se distribuyeron entre la comunidad universitaria, organismos gubernamentales e instituciones de educación superior y centros de investigación del estado y del país. A través de ella se difunde el quehacer universitario, proyectos, investigaciones y temas de interés para la comunidad universitaria y la sociedad en general.

Asimismo, en octubre del 2015, se aplicó una encuesta a más de 1,500 estudiantes del nivel medio superior para determinar la pertinencia de esta publicación, siendo positivo el resultado con una aceptación de 84% entre los encuestados.

c) Cartel interno

Su objetivo es promover la integración del personal de la Dirección de Comunicación y Enlace, así como fortalecer el espíritu y sentido de pertenencia institucional. De este medio se publicaron un total de 6 carteles durante este periodo.

d) Campañas institucionales

Con la finalidad de establecer vínculos de calidad entre la Universidad, su comunidad y la sociedad, la Dirección de Comunicación y Enlace diseñó diversas campañas para proyectar una imagen adecuada a sus fines y actividades institucionales.

En el periodo que se informa se han diseñado e implementado las siguientes campañas:

- Campaña “Siempre Seguro”, para fomentar la cultura de autoprotección y prevención de los estudiantes.
- Campaña “Actuar UG”, que abarca la difusión y consulta de la Reforma Normativa Universitaria, el PLADI 2010-2020, y el Modelo Educativo de la UG.
- Campaña “Programa Institucional de Igualdad de Género”, UGénero, que promueve una cultura de igualdad con perspectiva de género entre la comunidad universitaria.
- Campaña “Valores UG”, que busca impactar en la identidad y pertenencia institucional a través de la promoción de los valores representativos de la UG: respeto, verdad, libertad, justicia, responsabilidad y compromiso social.
- Campaña “Trayectorias que Inspiran”, promueve el reconocimiento social de universitarios destacados como fuente de inspiración.
- Conceptualización y definición de estrategias para la difusión del “Modelo de Profesionalización”

Algunas de las campañas mencionadas se desarrollaron en apoyo a otras entidades, tal es el caso de “Siempre Seguro”, en conjunto con la Dirección de Desarrollo Estudiantil, a través de acciones como el diseño del Manual de Autoprotección para alumnos que se integró a la Agenda Universitaria y la generación de infografías informativas. Por otro lado, se diseñaron otras como soporte a proyectos insignia de la Universidad, como Actuar UG y UGénero. Además de aquellas que impulsan la identidad y pertenencia universitaria como “Valores UG” y “Trayectorias que inspiran”.

1.5.1.3.3. *Desarrollo y administración web*

a. *Plataforma web UG*

La plataforma es una herramienta de difusión de las funciones sustantivas de la Universidad con alcance mundial. En este ejercicio, se llevó a cabo un rediseño con utilización de una nueva arquitectura para el desarrollo óptimo y de vanguardia del sitio web institucional.

Mediante esta reestructuración se integró y estandarizó la información y se fortaleció la socialización de la imagen e identidad institucional en las dependencias administrativas de la Universidad.

A la par, se llevaron a cabo capacitaciones y asesorías permanentes a las dependencias académicas y administrativas para la correcta implementación de la nueva plantilla web

Cabe señalar que la plataforma cuenta con su versión en idioma inglés, actualizada permanentemente.

A destacar es la obtención por tercera ocasión consecutiva del premio internacional Editorial OX, en la categoría de “educación y aprendizaje”, que reconoce a las mejores páginas web de habla hispana por su contenido y funcionalidad.

b. *Desarrollo y administración*

Mediante este servicio se proporcionó soporte necesario de desarrollo y administración de páginas y/o herramientas web a las dependencias académicas y administrativas que lo solicitaron. 28 plataformas.

A continuación, se enlistan las diversas interfaces web que se han desarrollado y se administran en esta Dirección:

1. Plataforma de noticias de la UG
2. Plataforma de consulta Reforma Normativa y consulta PLADI
3. Revista electrónica Enjambre
4. Gaceta electrónica
5. Diario electrónico difundido a las cuentas de correo electrónico institucionales
6. Página de UGénero
7. Página del 7º Encuentro Nacional de Tutorías
8. Página de eUGreka, tu conecte con la ciencia
9. Página de Línea del Tiempo
10. Catálogo electrónico Zona UG
11. Página para la Guía Institucional de Imagen
12. Registro en línea para el Programa Institucional de Fortalecimiento de Inglés en línea
13. Página de la Asociación de Jubilados de la UG
14. Catálogo de educación continua sistematizado
15. Desarrollo del sistema de registro para participantes en el taller virtual de cooperación bilateral organizado para la DAIP y el CONACYT
16. Desarrollo y soporte del sistema de inserciones en medios de comunicación externos
17. Página de televisión del SIRTH
18. Página de Hipermedia del SIRTH
19. Página de Radio Universidad
20. Página del Consejo Mexicano de Estudios de Posgrado (COMEPO)
21. Página de la Comisión Estatal para la Planeación de la Educación Superior A.C. (COEPES)

22. Revista electrónica de la COEPES
23. Desarrollo de la plataforma de noticias de la COEPES
24. Desarrollo de plataforma para el registro y administración de acuerdos e integrantes del Consejo General Universitario
25. Página del grupo estudiantil organizado Espiral
26. Página del grupo estudiantil organizado de Cátedras de Excelencia
27. Página del grupo estudiantil organizado CODECIT
28. Página de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, Región Centro Occidente (ANUIES RCO)

1.5.1.4. Diseño institucional

1.5.1.4.1. Guía Institucional para el uso de la identidad e imagen de la UG

La Guía Institucional para el uso de la identidad e imagen de la UG busca el respeto, la preservación y la regulación de los símbolos representativos de la Institución que conforman nuestra identidad.

Para tal efecto, el Comité de Imagen de la UG aprobó el día 2 de junio de 2016 el documento de aplicación general en la Institución, en el cual se incluye como elemento central de identidad el Escudo universitario, acompañado de aspectos relacionados con la organización académico–administrativa de la Casa de Estudios, que se reflejan en las aplicaciones para papelería, folletería, publicidad, señalética, entre otras.

Como parte de las acciones de socialización de la Guía, se creó una sección en la plataforma web UG, donde se pueden consultar los criterios y descargar los elementos o aplicaciones relativos. Asimismo, se ha brindado acompañamiento y asesoría a cada entidad para su correcta implementación.

1.5.1.4.2. Producción y asesoría de imagen

Para fortalecer el uso de la imagen institucional y ampliar el prestigio social e identidad de la Institución, se formularon propuestas gráficas y campañas de acuerdo a las peticiones de los campus, el Colegio del Nivel Medio Superior, secretarías y direcciones administrativas.

Se atendió el 100% de las solicitudes, destacando los logros de la comunidad y los resultados del quehacer universitario en las funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión.

1.5.1.5. Sistema de Gestión de Calidad

Se dio seguimiento al Sistema de Gestión de Calidad de la UG en tiempo y forma, actualizando los procedimientos e instructivos certificados, se estandarizaron las cédulas de servicios con que cuenta la Dirección de Comunicación y Enlace, generando así una metodología de trabajo eficiente que permite atender a las diferentes instancias.

Actualmente la DCE cuenta con un procedimiento certificado: Procedimiento para realizar publicaciones en medios de comunicación externos a la Universidad de Guanajuato; así como los siguientes instructivos: Redacción de boletines de prensa publicados en medios internos de la UG, Elaboración de campañas institucionales, Administración y desarrollo del diario electrónico, Elaboración de productos de diseño gráfico. Se encuentra en proceso de actualización del manual del procedimiento para la elaboración de la Gaceta Universitaria y el registro del instructivo de elaboración de la revista Enjambre.

1.5.1.6. Apoyo a Metas Institucionales

En cuanto a metas PLADI y Metas de Programas Prioritarios se dio puntal seguimiento a las 23 metas establecidas para el año 2015, teniendo un porcentaje de cumplimiento de 110% al final del periodo, 9 metas con una calificación sobresaliente y 14 metas con una calificación de cumplimiento satisfactorio.

Para las cuatro metas PLADI encomendadas a la Secretaría de Gestión y Desarrollo, se dio cumplimiento a la Meta 9.2 correspondiente a procesos administrativos de la Universidad de Guanajuato certificados con una norma de estándar internacional (meta responsabilidad de la Secretaría de Gestión y Desarrollo) y a las metas 9.5, calificada como cumplida; 9.6, calificada como sobresaliente; y 9.7, calificada como cumplida, que corresponden al índice de prestigio de los Campus, Colegio del Nivel Medio y de la Universidad de Guanajuato, respectivamente.

Respecto a las 19 metas de Programas Prioritarios, se encuentran las siguientes: número de proyectos de ICyT de interés social, empresarial o gubernamental difundidos, de corresponsabilidad con la Dirección de Apoyo a la Investigación y al Posgrado; número de proyectos de vinculación de interés social, empresarial o gubernamental difundidos de corresponsabilidad con la Dirección de Vinculación. Así como el número de proyectos/programas de comunicación estratégicos desarrollados, ubicación del portal de internet de la UG a nivel mundial y redes de comunicación donde participa la UG a nivel estatal, nacional e internacional; realización de cursos de capacitación anuales en materia de comunicación estratégica. Finalmente, la meta de Acciones de mejora en favor del Clima Organizacional implementadas por cada dependencia; participación en el Programa Conjunto de Autocuidado y Prevención en salud y ahorro en el consumo de telefonía móvil con respecto al gasto ejercido en el 2015.

Para el año 2016, se realizó el registro de las Metas PLADI 9.5, 9.6 y 9.7 correspondientes al índice de prestigio de los campus, Colegio de Nivel Medio y Universidad de Guanajuato; así como el resultado de la encuesta de satisfacción al cliente.

Para las metas de Programas Prioritarios se pactó el porcentaje de proyectos de ICyT de interés social, empresarial o gubernamental identificados y atendidos por la DCE; el porcentaje de proyectos de vinculación de interés social, empresarial o gubernamental identificados y atendidos por la DCE; el número de proyectos/programas de comunicación estratégicos; realización de cursos de capacitación anuales en materia de comunicación estratégica, catálogo de servicios e innovación y contar con el 100% de los procedimientos actualizados (documentados y/o certificados) del Sistema de Gestión de Calidad Administrativa.

1.5.1.7. Representación institucional en la Comisión Estatal para la Planeación de la Educación Superior (COEPES)

La UG a través de la Dirección de Comunicación y Enlace actúa como líder del Equipo de Trabajo de Comunicación de la COEPES, cuyo objetivo es comunicar y divulgar las acciones de la Comisión y sus instituciones afiliadas, por medio de los diferentes medios de comunicación disponibles tanto internos como externos a la COEPES.

Un ámbito de suma relevancia para el posicionamiento institucional es la administración del portal electrónico de la COEPES. La plataforma que lo soporta fue rediseñada durante este periodo y se actualiza constantemente atendiendo a las necesidades propias de un espacio web. En este sitio se encuentran publicados diferentes documentos emitidos por la COEPES, tales como entrevistas, convocatorias, directorios, publicaciones entre otros, así como las actividades sustantivas desarrolladas por los equipos de la Comisión.

A lo largo de este periodo, se dio continuidad al portal de noticias, publicando de manera periódica la información referente a las actividades sustantivas de las Instituciones de Educación Superior que la conforman. Se atendió el 100% de las solicitudes de publicación, que comprende un total de 186 boletines informativos y 9 convocatorias publicadas en el portal de noticias. Con ello, se logró comunicar las acciones que la COEPES realiza en beneficio de la educación superior en el estado, contribuyendo a consolidarla como un referente nacional.

Además, se realizó la coordinación técnica de la Revista Temática de la COEPES, la cual se publica de manera cuatrimestral. En ella participan profesores, investigadores y alumnos de las instituciones integrantes de la COEPES, abordando temas específicos relacionados con la educación superior. En este periodo se publicaron cuatro números y uno más está en curso de elaboración al momento en que se presenta el presente informe. La revista además de su carácter de divulgación, tiene la finalidad de promover la cooperación interinstitucional en todos los ámbitos de las funciones sustantivas de las IES, así como celebrar los casos exitosos en el ámbito de la educación superior estatal.

1.5.2. Sistema de Radio, Televisión e Hipermedia de la Universidad de Guanajuato

1.5.2.1. Radio Universidad de Guanajuato

En el mes de febrero de este año, Radio UG celebró 55 años al servicio de la Universidad y de la sociedad, en un acto protocolario, en el que el Rector General entregó reconocimientos a los quienes fueron coordinadores de la emisora.

De enero a junio de 2016, Radio UG brindó cobertura de 657 actividades universitarias, grabó y transmitió 42 conciertos además de 8 conciertos de la Orquesta Sinfónica de la Universidad de Guanajuato (OSUG), cumpliendo un total de 5,112 horas de transmisión al aire.

Entre los aspectos destacables de este periodo, en el mes de febrero, está la conexión a internet que, con el apoyo de la Dirección de Servicios y Tecnologías de la Información, se llevó a cabo vía fibra óptica; y se realizó el diagnóstico de las necesidades técnicas de las plantas transmisoras de Calderones y Cerro de Aldana.

También en el mes de febrero concluyó grabación en estudio del primer disco del Coro de la Universidad de Guanajuato.

En abril se recibió nuevo equipo de cómputo tipo laptop para la cabina de transmisión, para la grabación de programas en vivo, otorgada en comodato por la División de Derecho, Política y Gobierno del Campus Guanajuato.

Un listado completo de los programas y actividades realizadas durante el periodo que corresponde a este informe se puede consultar en el anexo I.6.2.1.

I.5.2.2. Televisión UG

Televisión UG tiene la encomienda institucional de producir nuevos contenidos educativos y culturales de televisión, para fortalecer las actividades de docencia, investigación y extensión, extendiendo además la misión de la Universidad a más personas en todo el mundo.

De enero 2016 a la fecha se ha trabajado la definición de la imagen institucional de Televisión UG, en la adopción de estrategias que favorezcan el aprovechamiento de las nuevas tendencias en imagen y de las tecnologías que las hacen posible; también se han realizado acciones que, al hacer más ágiles los procesos de producción, permitan atender oportunamente las necesidades del quehacer universitario, cumpliendo así las metas del SIRTH.

Actualmente, Televisión UG transmite de ininterrumpidamente vía *streaming* (LIVE TV), las 24 horas, durante los 7 días de la semana, por primera vez con producciones propias de la Universidad, además de producciones nacionales e internacionales por medio de la *RED MÉXICO*; además, ofrece vinculación por medio de las redes sociales más consultadas. La dirección de su portal es <http://www.ugto.mx/sirth/television/>.

En el periodo comprendido por este informe, Televisión UG produjo 8 nuevas series de televisión, teniendo un incremento del 120% en producciones, de 3 a 8 en seis meses; se han realizado 3 video homenajes; se ha efectuado la cobertura y reportajes respectivos de más de 600 eventos universitarios para el informativo semanal Ciudad UG; se realizaron más de 20 entrevistas exclusivas para Ciudad UG; se brindó apoyo para más de 20 campañas y promocionales universitarios y se colaboró en más de 25 servicios institucionales. En total, cumplió con más de 5,100 horas de transmisión.

Televisión UG se estructura en cuatro áreas, las cuales están a cargo de siete profesionales de la televisión:

I.5.2.2.1. Sistema de noticias Ciudad UG

Es el área a cargo de la cobertura de la vida institucional, por medio de entrevistas, cápsulas y reportajes sobre el quehacer universitario de toda la comunidad. Además, realiza la transmisión semanal del Informativo Ciudad UG, donde se presentan las noticias universitarias más importantes de la semana, entre sus secciones están: Breves Universitarias, Efemérides, Tecnología y la entrevista de la semana.

I.5.2.2.2. Producciones Independientes

Por primera vez se cuenta con series de televisión innovadoras, con contenidos de calidad en donde la comunicación, el arte y las emociones convergen en nuevos contenidos educativos y culturales de televisión para fortalecer las actividades académicas de investigación y extensión que genera la comunidad universitaria. Actualmente producen y transmiten las siguientes series que se desarrollan por ciclos de temporadas:

- Hallazgos
- Símbolos UG
- Gloria y Honor
- UG a la mochila
- Eufonía
- Bitácora de sitio
- Desde el Teatro Principal
- Retro UG

Una descripción detallada de los contenidos de estas series puede consultarse en el anexo I.5.2.2.2.

I.5.2.2.3. Campañas UG

Esta área se hace cargo de la producción de cápsulas, promocionales y *spots* de las diferentes campañas institucionales dirigidas a públicos específicos y con mensajes claros y efectivos, actualmente se desarrollan las siguientes campañas:

- *eUGreka, tu conecte con la ciencia*: Cápsulas de divulgación de los proyectos de investigación científica más destacados de la Universidad de Guanajuato; se produce quincenalmente para televisión y redes sociales en coordinación con la Dirección de Apoyo a la Investigación y al Posgrado.
- *UGénero*: Entrevistas, charlas y reportajes en un formato ameno para dar a conocer los puntos de vista, opiniones y trabajos que realiza la Universidad de Guanajuato en el ámbito de la construcción y fortalecimiento de la cultura de género. Se desarrolla en colaboración con el Comité Institucional de Equidad y Género.
- *Red Universitaria de Servicios y Tecnologías de la Información*: Consiste en entrevistas y reportajes a los académicos responsables de llevar a cabo los trabajos en materia de supercómputo en beneficio de la comunidad universitaria.

Campañas UG también colabora por medio de la realización de Promocionales Especiales, en un formato flexible que se adapta a las necesidades de la creatividad de la comunidad universitaria, especialmente los estudiantes; entre los proyectos destacados a los cuales se ha sumado están: Karma, Espiral, Festival de Cine es Ficción, GUCE, 58 Feria del Libro, Muestra de Cine Internacional y 55 aniversario de Radio.

I.5.2.2.4. Apoyo a Proyectos Institucionales

Televisión UG tiene una vocación de servicio, por ello trabaja continuamente en estrecha colaboración con la administración universitaria, los campus y las escuelas del Colegio del nivel Medio Superior en proyectos televisivos específicos, como es el caso de los 22 videos conmemorativos que a la fecha se han realizado con el fin de construir memoria institucional que tenga una amplia capacidad de divulgación. La temática de estas colaboraciones es tan amplia como la diversidad de la comunidad universitaria; hasta el momento destacan temas como la divulgación de la ciencia, la extensión del arte y la cultura, campañas universitarias especiales, presentación de divisiones académicas, mensajes de autoridades, entre otros. Una relación detallada se presenta en el anexo I.6.2.2.4.

Hasta el momento se han realizado tres producciones de streaming, con ocasión del 55 aniversario de Radio UG, la ceremonia de otorgamiento del Doctorado Honoris Causa al Dr. Koichi Niihara y los informes de actividades de los cuatro campus universitarios.

1.5.2.3. Hipermedia UG

Creada en enero de 2016, Hipermedia UG se consolida como instancia generadora de productos educativos para potenciar e innovar el aprendizaje en beneficio de la oferta educativa institucional, en todos los subsistemas, niveles y modalidades.

Con el fin de encontrar maneras de ayudar a la difusión del conocimiento y de buscar plataformas que puedan comunicar, albergar e informar el quehacer universitario de manera efectiva, innovadora y creativa, se creó una plataforma digital de hipermedia de comunicación abierta, con herramientas y recursos dinámicos e interactivos de video, audio, animación y web para transmitir conocimiento y fomentar la divulgación y comunicación del quehacer universitario, generando aprendizaje de manera incidental.

Como parte de la estrategia de comunicación hipermedia, se busca brindar un continuo apoyo a las áreas académicas, a los campus, Colegio del Nivel Medio Superior y a las unidades administrativas, por medio de la generación y producción de contenidos accesibles a través de interfaces dinámicas e interactivas.

Hipermedia UG está integrada por cuatro principales plataformas, que son la Página web, Redes Sociales, Nodo OA (Laurea UGTO) y iTunes U.

Esta área, por ahora conformada por cuatro personas, será objeto de fortalecimiento gradual, de acuerdo con las nuevas necesidades de los programas educativos en el proceso de implementación del Modelo Educativo revisado recientemente. Su dirección de internet es: www.ugto.mx/sirth/hipermedia.

1.5.2.3.1. Itunes U

Desde el mes de marzo de 2016, la Universidad de Guanajuato tiene presencia en la plataforma de ItunesU, creada por la empresa Apple, en el marco de su plataforma iTunes, con la misión de difundir contenido educativo gratuito en formato digital para todas las universidades del mundo, simplificando la distribución de información a los estudiantes, profesores y al público en general con un impacto global.

La colaboración de la Universidad implica asegurar una actualización constante del material que refleje de manera coherente la calidad educativa de la Universidad de Guanajuato. Hasta el momento se han incorporado 29 colecciones de contenidos para el aprendizaje, 100 artículos y un curso en línea. Los países desde los cuales se han descargado contenidos UG, además de México, son: Estados Unidos, Canadá, Brasil, Ecuador, Reino Unido, Senegal, Italia, Argentina, China, Angola, Colombia, Albania, entre otros.

1.5.2.3.2. Redes Sociales

El área de Hipermedia UG ha trabajado en la búsqueda de herramientas novedosas que permitan una comunicación mucho más directa y efectiva con los diferentes públicos. En esta

búsqueda se han utilizado las redes sociales por lo que se instauró la cuenta Facebook con la marca Ciudad UG, que es una red social líder. La presencia de la Universidad en Facebook se encuentra en la siguiente dirección: <https://www.facebook.com/ciudadUG>.

Las publicaciones con más impacto viral han logrado un alcance individual de hasta 45 mil personas. En 7 meses se han alcanzado 5 mil nuevos “me gusta”. En esta red social se han reproducido 279,551 veces nuestros videos institucionales.

También se ha instaurado y actualizado con contenido institucional en otras redes sociales como Twitter, Snapchat, Instagram, Periscope, FLIPboard (revista de contenidos noticiosos de la UG).

Las redes sociales UG son pautadas de acuerdo a una estrategia de comunicación que incluye la difusión de noticias, campañas de pertenencia institucional (UGen), campañas institucionales (ActuarUG, UGénero, eUGreka, entre otras), difusión de eventos institucionales, información de investigación y actualización tecnológica. También se realiza en ellas la transmisión en vivo de las actividades más significativas.

1.5.2.3.3. Página web

El área realiza el mantenimiento y administración de la página web del Sistema, en donde se actualiza permanentemente el contenido presentado en publicaciones hipermedia de eventos, productos y proyectos de investigación institucionales, entrevistas, actualización tecnológicas y conferencias, entre otros.

1.5.2.3.4. Nodo OA UGTO

El Sistema se encuentra integrado al proyecto del Nodo Universitario, por lo que se requiere un enlace activo para la inclusión de las publicaciones y material interactivo y demás productos generados por el área.

1.5.2.3.5. Publicaciones hipermedia

El contenido del área de hipermedia es producido bajo los criterios de innovación y creatividad, a través de medios interactivos y dinámicos. Hasta el momento se han realizado 20 productos, entre los que destacan los siguientes temas:

- Conferencia de Roald Hoffman
- Conferencia de Andrés Hernández
- Conferencia del Dr. Octavio Obregón
- Investigación sobre producción de etanol a partir del agave tequilero y mezcalero del Dr. Salvador Hernández
- Presentación del libro del Dr. Benjamín Valdivia, Conversaciones con la perrada
- Línea del tiempo conmemorativa del 55 aniversario de Radio UG
- Ballet Folklórico UG
- Compilación del trabajo musical del Dr. Javier González Compeán
- Compilación de las investigaciones del Dr. Gabriel Medrano
- Informe Campus Guanajuato

También se han producido dos volúmenes de hipertexto que se integran al proyecto eUGreka:

- Termodinámica Molecular del Dr. Alejandro Gil Villegas
- Tratamiento de agua aplicando de oxidación avanzada del Dr. Juan Manuel Peralta

Finalmente, se realiza la producción de hipertexto de la Revista Magazine MIEL, en cuyo marco se han realizado a la fecha 6 publicaciones más y 2 publicaciones para el Sistema de Radio, Televisión e Hipermedia (Media Kit y Dossier del SIRTH).

1.5.2.3.6. Hipergrounds

Son clips de video en un formato definido con una duración corta, que puede ir desde los 15 hasta los 60 segundos, diseñados especialmente para ser reproducidos en redes sociales, y que explican de manera breve algún tópico determinado. De la creación a la fecha se han producido más de 100 *hipergounds*. La lista de estos productos, por categoría, puede consultarse en el anexo *1.6.2.3.6*.

1.5.2.4. Realidad aumentada

Se realizaron de 2 posters para campañas institucionales en realidad aumentada, dirigidos a impactar en actividades del Día del Estudiante.

1.5.2.5. Apoyo de diseño

Se ha generado la imagen y diseño de productos, marca e identidad de diversas producciones institucionales, entre las que destacan los siguientes proyectos: Ciudad UG, UG a la mochila, Hallazgos, Bitácora de Sitio, Sinergia, Aficionados, Eufonía, UGEN, SIRTH.