

Unidad de Medios de Comunicación – Unimedios

Balance social vigencia 2017

El presente informe se estructura a partir de los ejes y programas estratégicos establecidos en el actual Plan Global de Desarrollo 2016-2018, en el que se enmarcan los principales logros y desarrollos consolidados durante 2017. Además, proporciona las bases para ejecutar los proyectos estratégicos propuestos, basados en la política de comunicación de la Universidad – definida mediante Resolución 101 de 2016 de Rectoría– y orientados tanto a fortalecer las funciones misionales como a potenciar las acciones en comunicación y difundir y divulgar el conocimiento generado en nuestra Institución como elementos de cohesión de la comunidad universitaria y de articulación tanto con las comunidades académicas nacionales e internacionales como con la sociedad.

Unimedios continúa fortaleciendo su liderazgo en los procesos de comunicación y visibilidad de la producción científica, cultural, académica, investigativa, artística y tecnológica de la Universidad, a través de prensa, radio, televisión, medios digitales y redes sociales.

LOGROS E IMPACTO DE LA VIGENCIA 2017

E1. Integración de las funciones misionales: un camino hacia la excelencia

P1. Fortalecimiento de la calidad de los programas curriculares

Unimedios difundió la interacción académica de las sedes nacionales y andinas en la comunidad académica. Se hicieron 21 boletines para la Agencia de Noticias relacionados con PEAMA y se enviaron a medios de comunicación externos.

En el nivel nacional Unimedios realizó los siguientes productos:

Grabación y transmisión de 35 sesiones de la Cátedra Sesquicentenario. 16504 visualizaciones.

Se ejecutaron más de 50 solicitudes internas para servicios audiovisuales

Se realizó trabajo conjunto con distintos programas, centros de pensamiento, institutos y facultades:

Centro de Pensamiento y Seguimiento a los diálogos de paz

- Se publicaron 6 artículos en UN Periódico escritos por expertos del Centro de Pensamiento.
- Se publicaron 11 artículos en UN Periódico sobre temas de Acuerdo de Paz

- Junto al Programa de Naciones Unidas en Colombia y el Ejército Nacional se realizó una rueda de prensa para presentar el censo de las FARC.

Doctorado en Salud Pública

-Se publicaron 4 artículos de expertos del Doctorado en UN Periódico.

Instituto de Estudios Urbanos

- Se publicaron 7 artículos de expertos del instituto en UN Periódico.
- Se realizó el apoyo a eventos, generación de campañas y contenido divulgación y logística

Vicerrectoría de Investigación

- Se vinculó un periodista para producir textos y videos para Agencia de Noticias y artículos para UN Periódico.

Trabajo conjunto con expertos de las diferentes facultades para *UN Periódico*

- Se publicaron 55 artículos de profesores de la UN sobre temas de coyuntura nacional e internacional.

Trabajo conjunto con la Dirección de Relaciones Exteriores

- Cubrimiento y producción de 28 boletines sobre actividades de internacionalización.

Trabajo con la Editorial UN

- Se destacaron 87 novedades editoriales (De 8 a 10 en una página por edición) de *UN Periódico*.
- Se realizó la participación en la FILBO 2017 en la cual se desarrolló la imagen gráfica del stand de la Universidad Nacional de Colombia. Se contó con la presencia de UN Radio con transmisión en directo desde Corferias, espacio para Tienda Universitaria y la presentación de la Colección del Sesquicentenario y la transmisión vía streaming, día a día de la feria por medio de la página institucional

Integración con las Sedes

Publicación de artículos de periodistas en las sedes en UN Periódico

- Bogotá: 48
- Medellín: 8
- Manizales: 6
- Palmira: 6

Integración de las sedes a la estrategia de crecimiento de redes sociales, a través de concursos y del hashtag *#modosesqui*, en el cual se incentivó a la comunidad a la apropiación del Sesquicentenario y a compartir por las redes sociales oficiales. Se entregaron kits de regalo de Tienda Universitaria a todas las sedes de la Universidad.

P2. Articulación Universidad - Nación: la inclusión social y la equidad

Teniendo en cuenta que la apropiación social del conocimiento es una preocupación fundamental para los organismos que promueven el desarrollo científico, tecnológico y de innovación del país, Unimedios propuso el proyecto de red radiofónica de la Universidad como mecanismo para promover y fortalecer la cultura; la identidad nacional y regional; la participación ciudadana y la interacción de la Institución con la sociedad.

Unimedios realizó la construcción y puesta en funcionamiento de los centros de producción radiofónica de Manizales, Orinoquia y Amazonia. Así mismo realizó la capacitación en comunicación radiofónica de colectivos de comunicación en las sedes Amazonia y Orinoquia de la Universidad Nacional de Colombia.

UN Radio se posicionó, según el IX Panel de opinión de cifras y conceptos como uno de los medios líderes a través de los cuales se informan los líderes de opinión del Bogotá, Manizales y el país.

Un Radio continúa liderando como la primera emisora universitaria en sintonía en Colombia, según el estudio continuo de Audiencia Radial ECAR-3 2017

P3. Articulación Universidad-medio internacional: reconocimiento y confianza recíproca

El 27 de noviembre se lanzó el UN periódico digital, con el propósito de abordar temas de carácter académico y de proyección internacional, se contactaron los rectores de las Universidades: Autónoma de México, Chile, Sao Paulo, para que escribieran artículos para la primera edición del UN Periódico Digital.

P4. Difusión y divulgación del conocimiento generado en la UN

Mediante la aplicación de la política de comunicaciones, Unimedios adelantó las siguientes acciones:

- Fortaleció la difusión de la información científica, artística, cultural y tecnológica producida por la Universidad Nacional de Colombia y dirigida a la comunidad universitaria y a la sociedad en general, mediante la promoción en prensa, radio, televisión, redes sociales y medios digitales.
- Promovió el debate público a partir de la difusión de las actividades académicas para contribuir a la construcción de ciudadanía y al mejoramiento del tejido social, y a velar por la imagen institucional de la Universidad.
- Desarrolló proyectos de comunicación organizacional y de integración de piezas de comunicación existentes.
- Fortaleció las campañas institucionales: Sesquicentenario y Universidad Nacional de Colombia, patrimonio de todos los colombianos.
- Incrementó la visibilidad institucional a través de los canales de radio, prensa, televisión y medios digitales.
- Fortaleció el contacto y la divulgación en medios de comunicación *–free press–* y el trabajo con redes sociales.
- Dio continuidad al fomento y la apropiación de las guías de identidad visual, Sesquicentenario, diseño web, carteleras y repositorios digitales, además del lanzamiento de Sala de profesores, como espacio de discusión académica de los docentes de la Universidad.

Conscientes del tránsito hacia la comunicación digital y en concordancia con la Política de Comunicaciones Unimedios se adaptó a los nuevos desarrollos de las TIC, con el lanzamiento y puesta en funcionamiento del proyecto *UN Periódico Digital* a través de una plataforma web, acorde a los requerimientos de las nuevas tecnologías de la información y comunicación

- Se articuló la producción de conocimiento académico, investigativo y de extensión, con la producción informativa en formatos de texto, audio, imagen y video, entre otros.
- Se hizo visible ante la sociedad el conocimiento generado por diferentes instancias y grupos académicos de la UN con la publicación de 14 artículos periodísticos, 16 análisis de académicos de la UN y otras universidades de América Latina, 8 piezas de audio, 9 videos, 1 columna de opinión y 1 sondeo de opinión.
- Para integrar las instancias y grupos generadores de conocimiento de la Universidad a la producción de contenidos de UN periódico digital, se realizaron tres reuniones en las que se les presentó el proyecto: una con los directores de institutos interfacultades, la segunda con profesores de las diferentes facultades, y la tercera con las oficinas de enlace de Unimedios

(Medellín, Manizales, Palmira, Amazonas, Arauca, San Andrés) y comunicadores de diferentes dependencias de la UN. También se presentó ante directivas de todas las sedes de la UN en Consejo Académico.

Indicadores UN Periódico Digital:

- Desde su lanzamiento el 27 y hasta el 30 de noviembre el portal ha obtenido 6.007 vistas y 12.542 páginas visitadas.
- Para el lanzamiento del UN Periódico Digital se diseñó una campaña de comunicación y difusión para la comunidad universitaria, a través de piezas en redes sociales y post master masivos.
- Se realizó el lanzamiento con un especial donde se reunieron puntos de vista nacionales e internacionales e alrededor del tema de la financiación de las universidades públicas en América latina.

Articulación con otras funciones

Unimedios divulgó la actividad académica, investigativa, de extensión y cultural; se integró al proceso de rendición de cuentas, principalmente en la estructuración y visibilización del proceso para el desarrollo de las audiencias públicas y la divulgación de resultados.

Sesquicentenario

La Universidad Nacional de Colombia celebró su sesquicentenario en septiembre de 2017. Por espacio de un año, la Universidad llevo a cabo diversos eventos conmemorativos que presentaron tanto sus legados como los aportes de hoy y su visión de futuro. Unimedios, en conjunto con la Rectoría y la coordinación del Sesquicentenario, realizaron una serie de actividades que presentan su incidencia en la construcción de nación, su vigencia y proyección. Resaltamos actividades como:

- Se implementó y fortaleció la campaña Sesquicentenario a través de la realización de publicaciones alusivas en las redes sociales Facebook, Twitter y YouTube de la Universidad por medio de la utilización del HT #SesquicentenarioUN.
- Se inició la publicación diaria de imágenes institucionales e históricas en el *home* de la página web principal.
- Se realizó la publicación y circulación de UN periódico edición especial Sesquicentenario
- En el Sesquicentenario se logró 255 notas replicadas en los medios de comunicación (radio, televisión e internet) resaltando la labor de la Universidad Nacional en su aniversario.

- Se realizó el 22 de septiembre en el Museo Nacional el lanzamiento de los 12 tomos de la Colección del Sesquicentenario, con 12.000 ejemplares, iniciativa conjunta con la rectoría de la Universidad.
- Se lanzaron y circularon 3 números especiales de la Revista Semana, un ejemplar de 18 páginas de la Revista semana con un informe especial de la Universidad Nacional de Colombia, en los número del año 2017 de la Revista circularon 32 recuadros informativos de la Universidad, fueron publicadas 45 notas de página web y se publicó en la página de Semana.con un especial multimedia en conmemoración del Sesquicentenario.
- Se lanzó la serie Seres Modernos, seriado de 13 capítulos que recoge el tránsito a la modernidad en el País, este se está emitiendo por Canal Institucional, Señal Colombia, Canal Capital.
- Se realizó la producción y difusión del mensaje institucional (spot comercial) del Sesquicentenario, en apoyo con la ANTV, resaltando la inclusión de la mujer. Fue emitido desde mes de septiembre de 2017 al mes de diciembre, en horario *prime time* por todos los canales de televisión abierta del país. En redes sociales tuvo un alcance de 63.411 personas, 24.378 reproducciones y más de 3200 reacciones.
- Se realizaron transmisiones vía streaming de los 5 días de la semana Universitaria.
- Se realizó el diseño para la transmisión de la imagen conmemorativa del sesquicentenario en la Torre Colpatria, los días de la Semana Universitaria.
- Se realizaron 76 programas radiales acerca de la conmemoración Sesquicentenario.
- Se realizaron los eventos:
 - Lanzamiento emisión postal Sesquicentenario
 - Lanzamiento Galería de Rectores
 - Lanzamiento colección editorial Sesquicentenario

UN Periódico

Desde 1999 *UN Periódico* se consolida como medio de comunicación impreso institucional de la Universidad, ofreciendo a sus lectores análisis y profundidad en áreas económicas, políticas, sociales, científicas y culturales. Por eso es el medio líder de la difusión de la ciencia, la tecnología y la innovación en Colombia. En 2017 circularon 9 ediciones con la siguiente distribución: 173.478 ejemplares el segundo domingo de cada mes con El Tiempo teniendo un alcance nacional entre los suscriptores y 21.522 en sus puntos de venta; 10 mil con ADN en Cali y Medellín, y otros 10

mil en Bogotá. 28.000 en colegios del Distrito de Teusaquillo y Barrios Unidos, y uno a uno dentro del campus de la UN.

Durante el 2017 y con el apoyo de la vicerrectoría de investigación se publicó el documento Claves para el debate público: Regalías para fortalecer ciencia, tecnología e innovación como motor de desarrollo regional, *Una estrategia que requiere reestructurarse*. Circularon 3000 ejemplares entre la Universidad Nacional de Colombia e instituciones del sector público y privado relacionadas con el debate propuesto.

Agencia de Noticias

Creada en 2007, la Agencia de Noticias agrupa las oficinas de radio, prensa, televisión y medios digitales de Unimedios, y se ha posicionado como referente de noticias científicas y culturales tanto en la comunidad universitaria como en los medios externos. El seguimiento y cubrimiento de las actividades académicas, científicas y culturales de la Universidad Nacional de Colombia permitió que en 2017 se publicarán 2003 boletines de prensa los se enviaron a 1.900 periodistas de los medios de comunicación de todo el país. Para evidenciar el impacto de esta información, Unimedios adelantó un monitoreo diario que reportó 10.396 réplicas de boletines en medios de comunicación .29.670 menciones del nombre de la Universidad Nacional de Colombia en prensa, televisión, radio y páginas web en medios de comunicación regionales y nacionales.

La Agencia de Noticias hace una importante contribución a la imagen positiva de la Institución en la sociedad. Durante 2017 contó con 1.489.278 visitas web.

Ruedas de prensa

Durante el 2017 Unimedios realizó 9 ruedas de prensa:

- El 6 de julio presentación censo a las Farc.
- El 23 de mayo visita del Nobel de física Willian D. Phillips.
- El sobre estado de infraestructura sede Bogotá.
- El 9 de agosto donación de empresarios al Hospital Universitario.
- El 22 de septiembre conferencia Rafael Correa en Sesquicentenario.
- El 24 de octubre presentación de U.N. sede Valledupar.

UN Radio

- En 2017 La oficina de producción y realización radiofónica realizó esfuerzos para descentralizar sus contenidos, realizando 2 series radiofónicas desde la Sede Orinoquia y 2 series desde la Sede Amazonia.

- Igualmente realizó transmisiones desde la sede Orinoquia, la Sede Palmira, el museo Paleontológico de Villa De Leyva y la Estación Tropical Roberto Franco en Villavicencio
- Produjo más de 10 horas de contenido desde el centro de producción y realización radiofónica de la Sede Manizales para ser transmitidos por Caldas FM.

Canal web UN Televisión

Con la Oficina de Producción y Realización Audiovisual se fortaleció la parrilla de programación del canal web *UN Televisión*, se realizaron 11 series originales sobre arte, opinión, investigación científica y social, para un total de 240 capítulos.

Entre enero y noviembre de 2017 las visitas al canal web *UN Televisión* (untelevision.unal.edu.co) fueron 91.574.

Se realizaron 23 capítulos nuevos de Metacampus generando 8388 visitas y 18732 interacciones.

El canal de YouTube Universidad Nacional de Colombia – UN Televisión reportó 2.767.561 minutos de reproducción (aumento de más del 1000% en relación con el 2016), 342.945 visualizaciones y 6.136 nuevos suscriptores (aumento de 257% respecto a 2016).

Se lograron más de 90.000 visualizaciones de los programas de UN televisión: La UN transforma vidas, A un click, La Nota UN, De Mentas, Mentas innovadoras, En pocas palabras y exhibiciones de Medellín.

E2: Infraestructura física y patrimonio: apoyo indispensable para la academia

P6. Utilización de nuevas tecnologías para el fortalecimiento de las funciones misionales

Se desarrolló la nueva versión de Circular UN tanto en su versión en sitio web como en su versión App para Android y iOS

Se desarrollaron plataformas coyunturales para el desarrollo de proyectos dentro de la Universidad: UN Periódico Digital, Sesquicentenario.com, Línea de Tiempo.

Se llevó a cabo la actualización de equipos de producción radiofónica y audiovisual, para la difusión y producción digital. Entre estos cabe destacar la compra de un transmisor FM para la ciudad de Medellín.

P7. Consolidación del patrimonio científico, cultural, histórico y documental de la Universidad Nacional de Colombia

En cumplimiento de la política de comunicaciones, uno de los propósitos de Unimedios es ampliar audiencias y usuarios, y fortalecer la producción de contenidos con el fin de divulgar el patrimonio científico y cultural de la Universidad Nacional de Colombia y su contribución histórica al desarrollo del país. Para ello, propuso un proyecto de producción y realización audiovisual de comunicación convergente, como estrategia de comunicación en la construcción de un diálogo directo y enriquecedor con la sociedad colombiana.

Por ello en el año 2017 se filmaron , produjeron y lanzaron 2 documentales de 52 minutos cada uno, los cuales abordaron temas de investigación transversales y de presencia nacional: Camino de agua y expedición marimba.

Igualmente se adelanta la preproducción de un tercer documental, que será lanzado a inicios del año 2018, así mismo de una segunda serie de televisión, en 2017 se realizó el lanzamiento de Seres Modernos, cuyos capítulos se transmiten por Canal capital y Señal Colombia. Todos estos productos se encuentran en gestión para realizar una alianza de difusión a nivel internacional con el canal 22 de México y a nivel Nacional con Telecafé, aumentando los canales de difusión con los que ya contábamos: Canal Institucional, Canal 13, Señal Colombia y Canal Capital

Se lanzaron cuatro títulos de las colecciones: Apuntes Maestros y Obras Escogidas, con más de 2000 ejemplares impresos.

Se imprimieron 12000 ejemplares de la colección Sesquicentenario, compuesta por 12 tomos.

Se realizaron 8 clips históricos con las sedes Medellín, Manizales y Palmira

Se realizaron 200 piezas radiofónicas y se emitieron 116 a través de UN Radio.

E3: Gestión al servicio de la academia: un hábito

P8. Consolidación de estrategias de gestión para apoyar las funciones misionales de la Universidad

Con el fin de mejorar la gestión y los tiempos de respuesta, Unimedios ha implementado metodologías de desarrollo ágil de *software*, un modelado de procesos de negocio y un *software* de control de versiones.

Se implementó desde la oficina de Medios Digitales las *tertulias de conocimiento*, que consisten en reuniones periódicas en las cuales los integrantes de la oficina investigan y comparten sus conocimientos. Como resultado, se implementó un sistema de control de versiones (Git), un

sistema para la gestión de proyectos (Trello) y metodologías para desarrollo y análisis (PMP, Scrum), entre otros.

P9. Gestión financiera responsable, eficiente y transparente

Durante 2017 las actividades de la Unidad Financiera y Administrativa de Unimedios estuvieron encaminadas a desarrollar objetivos y metas como planear y garantizar la ejecución de los recursos en el marco de la normatividad, basado en la ejecución del ingreso y el gasto, propendiendo por el fortalecimiento de las oficinas de Producción y Realización Radiofónica; Prensa; Producción y Realización Audiovisual; Proyectos Estratégicos y Medios Digitales, con el fin de fortalecer los espacios comunicativos de enlace entre la Universidad y la comunidad universitaria y la sociedad.

Los resultados de la gestión financiera y administrativa se muestran en dos fases, los recursos por el Nivel Central, con una ejecución presupuestal del 82 % y el Fondo Especial de Unimedios, con ejecución presupuestal del 100 %. Unimedios ha tenido que realizar un gran esfuerzo financiero para sostener los productos *UN Periódico*, *UN Radio*, *UN Televisión*, Medios digitales y el área de proyectos estratégicos, estos dos últimos transversales al interior de la Dependencia como de la Universidad, así como el personal que desarrolla estas actividades misionales y los impuestos propios por operación en el país. Para soportar la sostenibilidad financiera, Unimedios presta el servicio de alquiler del Centro de Convenciones Alfonso López, recauda por devolución del IVA y contrata bienes y servicios al interior de la Universidad.

Unimedios con la Oficina de Proyectos Estratégicos asesoró, diseñó y produjo diferentes piezas de comunicación para las distintas dependencias y entidades externas, así como estrategias comunicativas, logística de eventos y campañas institucionales. Con la firma de contratos para este tipo de servicios, se apalancó en cierta medida la parte financiera y administrativa de la dependencia.

P10. Promoción de los valores institucionales que propicien en la comunidad el sentido de pertenencia

Unimedios como parte de las estrategias para el incremento de la visibilidad institucional y con el fin de propiciar la identidad y el sentido de pertenencia de los miembros de la comunidad universitaria, continuó trabajando en la campaña denominada “Sesquicentenario UN”

acompañada de “La UN Patrimonio de todos los colombianos”, reforzando y posicionando entre la comunidad la celebración de los 150 años de la Universidad que se cumplieron en el pasado mes de septiembre; al tiempo que se manejaron campañas complementarias con el fin de fortalecer el sentido de pertenencia de la comunidad académica y administrativa.

La Universidad Nacional de Colombia celebró su Sesquicentenario para conmemorar su incidencia en la construcción de Nación, su vigencia y proyección en todos los campos del saber, razones para hacerle saber a todos los colombianos la importancia de este acontecimiento por medio de acciones puntuales de divulgación, por lo cual se desarrollaron diferentes actividades y eventos en todas las sedes, junto con el diseño de piezas de comunicación, eventos y mercadeo que buscaban conmemorar con la comunidad los 150 años. También se trabajó en la producción y distribución de colecciones nuevas de productos que fueron enviadas a las sedes y se adecuó el espacio para la apertura del nuevo punto de venta en la Sede Bogotá, el cual se abrió al público el 21 de septiembre, enmarcado en las actividades de la semana Sesquicentenario.

Durante el año se trabajó en el ABC de lineamientos de identificación de edificios BIC de la UN, se lanzó y está a la disposición de la comunidad universitaria. En el caso del sistema de identificación para los edificios BIC, con el acompañamiento y la asesoría de la Dirección de Ordenamiento y Desarrollo Físico de la sede Bogotá, se decidió desarrollarlo a través de placas, las cuales deben tener aval del Ministerio de Cultura y para obtenerlo se avanzó en todo el tema de diseño gráfico e industrial y actualmente estamos a la espera de dicho aval para poder continuar con el trabajo.

Después de consolidar la información para la elaboración y construcción del documento final que incluía toda la información y lineamientos para el manejo y puesta en marcha de las redes sociales institucionales de la Universidad, se hizo la diagramación, subida de información e imágenes a la página web <http://identidad.unal.edu.co> y en la cual se puede encontrar toda la Guía (ABC) de redes sociales. Se enviaron un total de 25 tips pedagógicos a través del postmaster de la Universidad para incentivar el uso responsable e institucional de la redes.

En la página construida para la publicación del documento se pueden encontrar los lineamientos de manejo de las cuentas que actualmente tienen las diferentes dependencias de la U.N. / Guía de Redes Sociales <http://identidad.unal.edu.co/quia-de-redes-sociales/>

También se continuó con el trabajo para la creación y puesta en marcha del gestor de redes sociales, junto con el desarrollo de la imagen que este tendrá y el cual se denominó OCTUN. Teniendo en cuenta esto y luego de que se desarrollara el documento de benchmarking que consigna todo el estudio de gestores de redes sociales en el mercado actual, se realizaron las

primeras demostraciones de uso y funcionamiento. Actualmente este cuenta con cinco módulos para trabajar y hacer uso de las diferentes funciones de la herramienta, los módulos son: Definir perfil, Generar contenidos (posts), Programación de contenidos (fecha y hora), Estadísticas, Búsquedas en Twitter (contenidos y usuarios). Se empezaran pruebas.

Se realizó el apoyo en la campaña de divulgación del documental Un día en la UN (In a Day)

P12. Proyección institucional y gestión de la información estadística de la Universidad

Unimedios dio continuidad al desarrollo de diferentes acciones de comunicación con la articulación de la política de comunicación con las otras funciones de la Universidad Nacional. Unimedios junto con la Dirección Nacional de Planeación y Estadística, han venido estructurando y visibilizando el Proceso Permanente de Rendición de Cuentas y apoyó el desarrollo de las audiencias públicas y la divulgación de resultados. Con la comunicación de la investigación y la extensión y con la oferta de formación académica, apoyó estrategias de comunicación con el propósito de presentar información unificada a la sociedad. La información allí consignada se presentó en los diferentes sitios web de la Universidad y en piezas impresas y digitales.

Con la divulgación cultural, del patrimonio y de los eventos académicos, a través de Circular UN se garantizó una mayor participación de la comunidad en las actividades culturales y académicas de la Universidad. Con los sistemas de información digital Unimedios apoyó la implementación de repositorios digitales y trazó los lineamientos para el manejo y la divulgación de dicha información.

Con los medios de comunicación externos, las oficinas de enlace de Unimedios en las sedes son quienes fomentan la interacción con medios locales, manteniendo actualizados mapas de medios. Con los públicos, audiencias y usuarios, Unimedios mantiene actualizados los mapas de públicos, como insumo fundamental para la revisión de las líneas editoriales de los productos institucionales de comunicación.

Desde el año 2006 se hizo seguimiento al crecimiento, desarrollo y comportamiento de los sitios web de la Universidad generando estadísticas que ayudan a generar políticas de implementación e infraestructura tecnológica.

Desde Unimedios se realizó el estudio de factibilidad para el Centro de Consultoría y opinión de la Universidad Nacional de Colombia, con el objetivo de indagar las posibilidades de crear un centro para el análisis de datos e información estadística que genere opinión pública informada y calificada estadísticamente, acerca de temas de interés nacional.

Se desarrolló la plataforma y sistema de información para la *Línea de Tiempo*: en el cual se puede almacenar y desplegar los hitos históricos y otros datos de la Universidad Nacional de Colombia, relacionados con los 150 años y como una invitación a conocer los eventos más significativos de su trayectoria. A través de él se pueden realizar búsquedas por dependencia y categorías (<http://lineadetiempoun.unal.edu.co>).

Se desarrolló un sistema de información robusto para unificar herramientas desarrolladas en tecnologías distintas para las Plantillas de papelería institucional:

- Generación automática de papelería institucional.
- Registro y actualización del directorio de dependencias de la Universidad, de acuerdo con la Resolución 621 de 2016 de Rectoría.
- Atención a las solicitudes de imagen institucional de forma centralizada o distribuida (por Sedes) a través de flujos de trabajo por grupos de usuarios (workflows).

Estas herramientas fueron unificadas en una nueva versión de *Solicitudes Unimedios* (<http://168.176.236.11/solicitudesunimedios>).

E4: La Universidad Nacional de Colombia de cara al pos acuerdo: un reto social

P14. La UN y el pos-acuerdo

Unimedios frente al aporte académico y social de la Universidad Nacional en la construcción de la paz en Colombia, vinculó sus diferentes medios de comunicación para informar y comunicar las acciones y acontecimientos relacionados con este proceso a comunidad universitaria y a la opinión pública.

Durante el 2017, OPA realizó y emitió a través de Canal Capital trece (13) capítulos de la tercera temporada de la serie *La Paz en Foco*, en alianza con el Centro de Pensamiento y Seguimiento a los Diálogos de Paz. Asimismo se realizaron las grabaciones de cuatro (4) capítulos correspondientes a la cuarta temporada. Esta tercera temporada cuenta a la fecha con más de 14586 visualizaciones

Se produjeron desde la Oficina de producción y realización radiofónica la serie: *Historia del conflicto armado y proceso de paz en Colombia*, Transmisión de los foros organizados en Bogotá por las Naciones Unidas y la Universidad Nacional de Colombia, transmisión desde Medellín del

foro *La Radio en el post acuerdo*. Se transmitieron más de 33 programas distintos enfocados en el tema de desarrollo e implementación de los acuerdos, posconflicto y paz.

Se publicaron más de 60 artículos y Boletines de Agencia de Noticias UN, enfocados en el tema del papel de la Universidad y sus acciones en el post acuerdo.

Se impulsó a través de redes sociales la campaña PAZ UN.

DIFICULTADES Y MEJORAS

- Definir políticas y proyectos que permitan la sostenibilidad de los productos de Unimedios: UN Periódico (digital e impreso), UN Radio, UN Televisión, Medios Digitales y Redes Sociales para asegurar la continuidad y sostenibilidad a largo plazo, como elementos estructuradores de la política de comunicación de la Universidad y como generadores de estrategias para el incremento de la visibilidad institucional a través de los distintos canales y medios.
- Generar el tránsito hacia la comunicación digital con el desarrollo de nuevos productos que aprovechen los recursos y las posibilidades de las TIC hacia los entornos digitales.
- Promover el carácter de institucionalidad para el manejo de las redes sociales de la Universidad.