



Universidad Veracruzana

Legislación Universitaria  
**Reglamento para la  
Comunicación Universitaria**



## Índice

<b>Presentación</b> .....	5
<b>Título I Disposiciones generales</b> .....	7
<b>Capítulo I Disposiciones generales</b> .....	7
<b>Capítulo II De los objetivos</b> .....	7
<b>Capítulo III De las políticas</b> .....	7
<b>Título II De la comunicación universitaria</b> .....	7
<b>Capítulo I De la responsabilidad de los integrantes de la comunidad universitaria en la comunicación institucional</b> .....	8
<b>Capítulo II De la Gaceta de la Universidad Veracruzana. Órgano Oficial de Comunicación</b> .....	8
<b>Capítulo III De las redes sociales oficiales de la Universidad Veracruzana</b> .....	8
<b>Capítulo IV De las mascotas oficiales de la Universidad Veracruzana</b> .....	9
<b>Capítulo V De la cobertura, registro y publicación de actos, ceremonias y eventos de relevancia institucional</b> .....	11
<b>Título III De las concesiones de telecomunicación y radiodifusión</b> .....	11
<b>Capítulo I Del Comité de Telecomunicaciones y Radiodifusión</b> .....	11
<b>Capítulo II Del Consejo Ciudadano</b> .....	11
<b>Capítulo III De los principios para preservar y garantizar el carácter público de los títulos de concesión</b> .....	12
<b>Sección primera De los lineamientos para garantizar la independencia editorial</b> .....	12
<b>Sección segunda De los lineamientos para garantizar la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales</b> .....	13
<b>Sección tercera De los lineamientos para la participación ciudadana</b> .....	13
<b>Capítulo IV De los derechos de la audiencia</b> .....	14
<b>Capítulo V Del Defensor de la Audiencia</b> .....	14
<b>Sección única Del procedimiento</b> .....	15
<b>Título IV De la organización para la comunicación universitaria</b> .....	16
<b>Capítulo I De la Dirección General de Comunicación Universitaria</b> .....	16
<b>Capítulo II De la Dirección de Medios de Comunicación</b> .....	16
<b>Sección primera De los medios oficiales de comunicación de la Universidad Veracruzana</b> .....	16
<b>Sección segunda Del Departamento de Prensa</b> .....	17
<b>Sección tercera Del Departamento de Radio</b> .....	17
<b>Sección cuarta Del Departamento de Medios Audiovisuales</b> .....	18
<b>Sección quinta Del Departamento de Cinematografía</b> .....	18
<b>Sección sexta Del Área de Diseño e Imagen Institucional</b> .....	18
<b>Capítulo III Del Enlace Regional de Comunicación Universitaria</b> .....	19
<b>Capítulo IV De las sanciones</b> .....	19
<b>Transitorios</b> .....	19



## Presentación

La Comunicación universitaria tiene como propósito fundamental fortalecer la posición y el prestigio públicos de la Universidad Veracruzana en los medios de comunicación masiva y en el diálogo colectivo que en éstos se desarrolla.

Para ello, requiere de estrategias y acciones de producción, distribución y administración de contenidos y objetos de comunicación oficiales, mediante los cuales cumple con su objeto, mientras fortalece su identidad e imagen, tanto al interior de su comunidad universitaria como hacia la sociedad en general.

Sin embargo, el contexto social e institucional en el que la Comunicación se desarrolla está determinada por la transformación de la interacción entre los sujetos del proceso comunicacional, la aparición de nuevos actores, el incremento exponencial de la velocidad del proceso, las dinámicas de fiscalización colectiva de los actores públicos, la multiplicación de los escenarios en los que el proceso se sucede, así como las nuevas formas de participación de la comunidad universitaria derivadas de lo anterior.

Así, para la Universidad Veracruzana, mientras que la comunicación representa el área estratégica por antonomasia para fortalecer su papel como actor principal del diálogo público y, así, fortalecer su credibilidad y prestigio, el contexto antes referido coloca a la institución en la coyuntura de consolidar y afianzar sus políticas de comunicación, sus medios oficiales, sus principios y sus acciones a través de un Reglamento Interno que regule las conductas de los actores universitarios implicados el proceso comunicacional en beneficio de la posición y el prestigio públicos de la Universidad Veracruzana.

Inicialmente, el Título I se concentra en las disposiciones generales que implican a la Comunicación Universitaria, definiendo sus premisas, objetivos y políticas.

Enseguida, el Título II señala las condiciones de las que se vale dicho tipo de comunicación al interior de esta Casa de Estudios, además de indicar la publicación de sus contenidos legales mediante el órgano oficial “Gaceta de la Universidad Veracruzana. Órgano oficial de Comunicación”, los protocolos de cobertura y publicación de eventos, ceremonias y actos de relevancia institucional, así como el uso y gestión de las redes sociales digitales al interior de la institución.

Después, el Título III indica todo lo concerniente a las concesiones de telecomunicación y radiodifusión que el Estado otorga a esta Institución para su correcta operación a través de los servicios de radio y televisión pública. De igual forma, se precisan las atribuciones del Comité de Telecomunicaciones y Radiodifusión, del Consejo Ciudadano y de la Defensoría de la Audiencia, así como los derechos de ésta última y los lineamientos para preservar y garantizar el carácter público de los títulos de concesión específicos para la Universidad Veracruzana, los cuales fueron dados por el Consejo Ciudadano en sesión del 21 de mayo de 2018; revisados y dictaminados favorablemente por la Comisión de Reglamentos del Consejo Universitario General con fecha del 28 de mayo de 2018; y puestos en vigor mediante Acuerdo de la Rectora de fecha 28 de mayo de 2018, ratificado por el Consejo Universitario en sesión ordinaria del 03 de diciembre de 2018, mismos que quedan abrogados con la aprobación de este Reglamento, en virtud de que en su contenido estaban limitados a Radio UV y la concesión otorgada por el Instituto Federal de Telecomunicación incluye servicios públicos de telecomunicación y radiodifusión que también comprende eventuales servicios de televisión, telefonía celular entre otros.

Finalmente el Título IV dispone sobre cómo operan los medios oficiales de comunicación universitaria, además de señalar el proceder de los Enlaces Regionales de Comunicación Universitaria.

Por lo anterior, el presente Reglamento representa un esfuerzo por concertar los procesos de comunicación mediante los cuales esta Casa de Estudios produce, distribuye y administra los objetos de comunicación oficiales mediante los cuales participa en los medios de comunicación masiva y, en consecuencia, en el diálogo público que en éstos se desarrolla, de forma provechosa y conveniente para su propia reputación.

De esta manera, la comunidad universitaria se integrará a los procesos de la Comunicación Universitaria con fundamento, claridad de los procesos y sus fines y, sobre todo, en una dinámica de comunicación homologada al interior de la institución, lo que devendrá en el fortalecimiento de la marca institucional y su prestigio.



## Título I Disposiciones Generales

### Capítulo I Disposiciones Generales

**Artículo 1.** El presente Reglamento es de observancia general y obligatoria, aplicable a los integrantes de la comunidad universitaria, regula atribuciones, principios, procedimientos y alcances de la Comunicación Universitaria al interior de la Universidad Veracruzana.

**Artículo 2.** La Comunicación Universitaria constituye el conjunto organizado de estrategias y acciones mediante el cual la Universidad Veracruzana produce, distribuye y administra sus objetos de comunicación a través de los cuales participa del diálogo público de forma provechosa y conveniente para su propia reputación. La Comunicación Universitaria para efectos de este Reglamento se refiere a la comunicación oficial pública y específica de la Universidad Veracruzana y se equipara a la comunicación institucional.

**Artículo 3.** El propósito de la Comunicación Universitaria es fortalecer la posición y el prestigio de la Universidad Veracruzana en el diálogo público de los medios de comunicación masiva, a través de estrategias y acciones de producción, distribución y administración de contenidos y objetos de comunicación oficiales.

**Artículo 4.** Para los fines de este Reglamento, se entiende por objetos de comunicación oficiales a los productos informativos, de marca, gráficos, análogos o digitales, estrategias y acciones mediante los cuales la Universidad Veracruzana establece y fortalece su presencia en el diálogo público de los medios de comunicación masiva en beneficio de su reputación.

**Artículo 5.** Los objetos de comunicación oficiales incluyen pero no se limitan a noticias, posicionamientos, desplegados, avisos oficiales, notas informativas, crónicas, reportajes, entrevistas, fotografías, entradas en la web institucional, videos, programas de televisión, cápsulas de televisión, radio, audio o video, transmisiones en vivo, aplicaciones de diseño gráfico tales como carteles, volantes o espectaculares, spots, programas de radio, entradas en redes sociales oficiales y demás producidos y publicados en cumplimiento de la comunicación institucional.

**Artículo 6.** La Comunicación Universitaria de la Universidad Veracruzana atenderá las disposiciones contenidas en la legislación universitaria, en los principios y valores del Código de Ética institucional y las leyes en la materia.

## Capítulo II De los objetivos

**Artículo 7.** Los objetivos de la Comunicación Universitaria son:

- I. Establecer y fortalecer la posición y el prestigio de la Universidad Veracruzana en el diálogo público de los medios de comunicación masiva;
- II. Fortalecer e incrementar la influencia de la marca institucional, así como las tareas sustantivas, valores y principios y la posición que la Universidad Veracruzana ocupa en la sociedad;
- III. Ampliar el impacto público del quehacer de la Universidad Veracruzana;
- IV. Coadyuvar en la consolidación del sentido de identidad y pertenencia entre los integrantes de la comunidad universitaria; y
- V. Establecer en los medios universitarios y aquellos a su alcance una agenda institucional común.

## Capítulo III De las políticas

**Artículo 8.** Las políticas de la Comunicación Universitaria tendrán como premisa fundamental la consolidación y fortalecimiento de la reputación y prestigio de la institución, su legitimidad y credibilidad, así como la defensa de su Autonomía, el fortalecimiento de la identidad y la imagen institucional, el establecimiento de la postura oficial de la Universidad Veracruzana en las coyunturas que se presenten, y, en general, ser la voz y escucha activa de los integrantes de la comunidad universitaria.

**Artículo 9.** Las políticas de la comunicación universitaria, deberán observar lo siguiente:

- I. Hacer eficiente el flujo de la comunicación oficial, sea interna o externa;
- II. Procurar una presencia plural e incluyente de las regiones universitarias y comunidades que conforman a la Universidad;
- III. Gestionar espacios y oportunidades en medios de comunicación externos;
- IV. Desarrollar estrategias adicionales en materia de publicidad, mercadotecnia y relaciones públicas, para favorecer los fines descritos; y
- V. Promover relaciones favorables con sectores y organismos relacionados con la comunicación para favorecer los fines descritos.

## Título II De la comunicación universitaria

**Artículo 10.** La Dirección General de Comunicación Universitaria es la responsable de garantizar que los

fines y efectos de la Comunicación Universitaria se cumplan dentro de la comunidad universitaria y en la sociedad en general.

### Capítulo I

De la responsabilidad de los integrantes de la comunidad universitaria en la comunicación institucional

**Artículo 11.** Los integrantes de la comunidad universitaria, en el marco de sus atribuciones y de las actividades relacionadas a la Comunicación Universitaria, deberán observar lo siguiente:

- I. Cumplir y hacer cumplir este Reglamento;
- II. Promover la consulta de los medios oficiales de comunicación;
  - a) Cumplir lo establecido en el Reglamento de los Elementos de Identidad Institucional y promover el respeto y uso oficial del Sistema de Comunicación Gráfica Institucional y sus elementos de identidad e imagen institucional, con el objeto de que los integrantes de la Universidad Veracruzana se identifiquen mediante una marca institucional unificada, lo que constituye una herramienta de organización eficiente para fortalecer la Comunicación Universitaria, así como la propia marca y el prestigio público de esta casa de estudios;
  - b) Promover una Comunicación Universitaria con apego a criterios profesionales, cuidando el manejo de datos personales, información verídica y confirmada, entre otros, en el marco de lo establecido en el presente Reglamento y las leyes de la materia; y
  - c) En los sitios web o páginas de las entidades académicas y dependencias se debe observar lo siguiente:
    - i. Los contenidos son responsabilidad de las entidades académicas y dependencias que los administran;
    - ii. Ser creadas y administradas con la autorización de los titulares de la entidad académica o dependencia que representan y con el conocimiento de éstos sobre las responsabilidades y obligaciones establecidas en este presente Reglamento;
    - iii. Emplear el nombre oficial de la entidad académica o dependencia que representan;
    - iv. Hacer uso correcto de los elementos de identidad institucional, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento de los Elementos de Identidad Institucional; y
    - v. Quien desempeñe la función de administrador del sitio web deberán solicitar la

capacitación ante la Dirección General de Tecnología de Información.

### Capítulo II

De la Gaceta de la Universidad Veracruzana.  
Órgano Oficial de Comunicación

**Artículo 12.** La “Gaceta de la Universidad Veracruzana. Órgano Oficial de Comunicación” es el medio de comunicación oficial que publica la legislación universitaria.

**Artículo 13.** La “Gaceta de la Universidad Veracruzana. Órgano Oficial de Comunicación” se edita y publica en coordinación entre la Oficina del Abogado General, a través de la Dirección de Normatividad y la Dirección General de Comunicación Universitaria.

**Artículo 14.** La Dirección General de Comunicación Universitaria es responsable de la edición, formación e impresión de las ediciones y ejemplares necesarios de la “Gaceta de la Universidad Veracruzana. Órgano Oficial de Comunicación”, así como de las necesidades relacionadas con los procesos referidos, por lo que deberá presupuestarlo en cada ejercicio.

### Capítulo III

De las redes sociales oficiales de la Universidad Veracruzana

**Artículo 15.** Para efectos de este Reglamento, se entiende como redes sociales digitales a aquellos medios abiertos de comunicación, información, interacción y participación colectiva disponibles en plataformas web externas tales como *Facebook, YouTube, WhatsApp, Google+, LinkedIn, Twitter, Instagram, Tik Tok*, similares y las que se encuentren disponibles y vigentes en plataformas *web*.

**Artículo 16.** Para la Universidad Veracruzana las cuentas de redes sociales oficiales de la administración en turno, son las administradas por la Dirección General de Comunicación Universitaria.

**Artículo 17.** Las cuentas de redes sociales creadas y administradas por entidades académicas y dependencias forman parte de la expresión pública de la entidad o dependencia, y forman parte de la imagen institucional, por lo que deben observar lo siguiente:

- I. Ser creadas y administradas con la autorización de los titulares de la entidad académica o dependencia que representan y con el conocimiento de éstos sobre las responsabilidades y obligaciones establecidas en el presente Reglamento;



- II. Emplear el nombre oficial de la entidad académica o dependencia que representan;
- III. Hacer uso correcto de los elementos de identidad institucional, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento de los Elementos de Identidad Institucional;
- IV. Quien desempeñe la función de administrador de cuentas deberán capacitarse al respecto o contar con el perfil correspondiente. Quienes así lo soliciten, podrán ser capacitados a través de la Dirección General de Comunicación Universitaria y de la Dirección de Medios de Comunicación; y
- V. Responder y participar en las convocatorias de sinergias sociodigitales de la Dirección General de Comunicación Universitaria y la Dirección de Medios de Comunicación.

**Artículo 18.** Quien desempeñe la función de administrador de cuentas de redes sociales oficiales de entidades o dependencias de la Universidad Veracruzana, debe:

- I. Realizar la administración de dichas cuentas con responsabilidad y en apego al presente Reglamento;
- II. Procurar el apoyo y asesoría de la Dirección General de Comunicación Universitaria y de la Dirección de Medios de Comunicación para su uso;
- III. Participar en las convocatorias de sinergias sociodigitales de la Dirección General de Comunicación Universitaria y la Dirección de Medios de Comunicación, para lo cual deberán:
  - a) Compartir publicaciones de otras cuentas oficiales;
  - b) Solicitar apoyo mutuo entre cuentas oficiales para incrementar el impacto de sus publicaciones; y
  - c) Usar las etiquetas o “*hashtags*” oficiales que corresponde a cada tema institucional promovido desde las cuentas de la Dirección General de Comunicación Universitaria.
- IV. Conocer y cumplir las leyes en la materia y demás aplicables a las funciones de administración de cuentas de redes sociales digitales; y
- V. Bajo ninguna circunstancia utilizar las cuentas a su cargo para efectos distintos que la promoción de los temas institucionales de sus entidades académicas o dependencias.

#### **Capítulo IV**

##### De las mascotas oficiales de la Universidad Veracruzana

**Artículo 19.** Las mascotas oficiales de la Universidad Veracruzana son “Luzio” y “Lis”; están comprendidas

en el Reglamento de los Elementos de Identidad Institucional y registradas ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. La administración y gestión de su imagen, animación, presencia y uso en general es responsabilidad de la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Dirección de Medios de Comunicación.

**Artículo 20.** Las mascotas oficiales de la Universidad Veracruzana “Luzio” y “Lis” se representan de la siguiente manera:

- I. Tienen representación gráfica como imágenes tanto en soportes digitales como impresos; y
- II. Tienen representación física como botargas de animación

**Artículo 21.** Las entidades académicas, dependencias y los integrantes de la comunidad universitaria que requieran hacer uso de la imagen, animación, presencia o cualquier aplicación gráfica, impresa, digital o en todo tipo de soporte, de las mascotas oficiales de la Universidad Veracruzana deberán solicitarlo por escrito ante la Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación, respetando las indicaciones que para los efectos éstas establezcan.

**Artículo 22.** Para efectos del presente Reglamento, se entiende por animación de la marca institucional “Universidad Veracruzana”, las acciones realizadas a efecto de mantener presentes la apariencia, nombre e imagen de las mascotas oficiales entre audiencias presenciales o digitales y a través de soportes impresos o digitales. Por interacción con la comunidad universitaria en eventos académicos, artísticos y culturales, se entienden las acciones realizadas para incorporar de forma presencial la apariencia, nombre e imagen de las mascotas oficiales en los eventos referidos.

**Artículo 23.** La imagen, animación, presencia o cualquier aplicación gráfica, impresa, digital o en todo tipo de soporte, de las mascotas oficiales de la Universidad Veracruzana no podrán utilizarse para efectos distintos a la Comunicación Universitaria establecidos en el presente Reglamento.

**Artículo 24.** Las mascotas “Luzio” y “Lis” tienen representación gráfica tanto en soportes digitales como impresos y su uso gráfico está determinado por el Manual de los Elementos de Identidad Institucional.

**Artículo 25.** El uso de las representaciones gráficas de “Luzio” y “Lis” es el siguiente:

- I. Se utilizarán exclusivamente en estrategias de comunicación institucionales y eventos académicos

micos, artísticos y culturales de la Universidad Veracruzana en los términos establecidos en el presente Reglamento y bajo supervisión de la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Dirección de Medios de Comunicación, en conjunto con la entidad académica o dependencia responsable que las solicite. Queda prohibido el uso de éstas para fines distintos a los descritos;

- II. Las entidades académicas y dependencias universitarias pueden solicitar por escrito la representación gráfica de las mascotas “Luzio” y “Lis”, con al menos dos meses de antelación, a la Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación, detallando las características y objetivos de su proyecto. La Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación evaluarán la solicitud y decidirán sobre la misma, acordando lo necesario con los solicitantes y conforme a disponibilidad y agenda; y
- III. Las entidades académicas y dependencias universitarias que reciban las representaciones gráficas de las mascotas “Luzio” y “Lis” las usarán exclusivamente para la estrategia de comunicación institucional o evento para las que fueron solicitadas y con estricto apego a los procedimientos de uso detallados en el “Manual de Identidad Institucional”, disponible en la Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación.

**Artículo 26.** Las mascotas “Luzio” y “Lis” tienen representación física mediante botargas de animación, cuyo diseño, gestión, producción y uso es responsabilidad de la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Dirección de Medios de Comunicación.

**Artículo 27.** El uso de las botargas de las mascotas “Luzio” y “Lis” es el siguiente:

- I. Se utilizarán exclusivamente como elementos de animación de la marca institucional “Universidad Veracruzana” y de interacción con la comunidad universitaria en eventos académicos, artísticos y culturales de la Universidad Veracruzana en los términos establecidos en el presente Reglamento y bajo supervisión de la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Dirección de Medios de Comunicación, en conjunto con la entidad académica o dependencia responsable que solicite la presencia de las botargas de las mascotas “Luzio” y “Lis”. Queda prohibido el uso de éstas para fines distintos a los descritos;

- II. Las entidades académicas y dependencias universitarias que organicen eventos pueden solicitar por escrito la presencia de las botargas de las mascotas “Luzio” y “Lis” por escrito, con al menos 15 días naturales de antelación, a la Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación, detallando lugar, fecha y hora del evento, así como los detalles relacionados: tipo de evento, finalidad del mismo, responsable de la organización, entre otros. La Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación evaluarán la solicitud y decidirán sobre la misma, acordando lo necesario con los solicitantes y conforme a disponibilidad y agenda;
- III. Para realizar funciones de animación de la marca institucional “Universidad Veracruzana” y de interacción con la comunidad universitaria, la Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación pueden trasladar las botargas de las mascotas “Luzio” y “Lis” a cualquiera de las entidades académicas o dependencias en las regiones universitarias, debiendo acordar con los organizadores los insumos, gastos y demás necesidades relacionadas;
- IV. Las entidades académicas y dependencias universitarias que organicen eventos pueden utilizar las botargas de las mascotas “Luzio” y “Lis” en préstamo autorizado por la Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación. Las entidades académicas y dependencias universitarias que reciban en préstamo autorizado las botargas de las mascotas “Luzio” y “Lis” las usarán exclusivamente para el evento que fueron solicitadas y con estricto apego a los procedimientos de uso detallados en el “Manual de comportamiento de Lis y Luzio”, disponible en la Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación;
- V. Las botargas de las mascotas “Luzio” y “Lis” tienen entre sus objetivos adicionales fomentar la participación de la comunidad universitaria de forma positiva, y fungen como representantes de la Universidad Veracruzana y de los valores contenidos en el Código de Ética de la Universidad Veracruzana;
- VI. Las botargas de las mascotas “Luzio” y “Lis” deben portar de manera correcta el vestuario designado por la Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación de acuerdo al tipo de evento para el que se soliciten; y

- VII. Todo lo no previsto relacionado con las botargas de las mascotas “Luzio” y “Lis” serán atendidos y resueltos por la Dirección General de Comunicación Universitaria o la Dirección de Medios de Comunicación.

### Capítulo V

De la cobertura, registro y publicación de actos, ceremonias y eventos de relevancia institucional

**Artículo 28.** La cobertura, registro y publicación de actos, ceremonias y eventos cuya realización implique la participación del Rector es responsabilidad de la Dirección General de Comunicación Universitaria. En cumplimiento a lo anterior, la Dirección General de Comunicación Universitaria deberá trasladarse a los lugares necesarios para este fin, así como realizar las acciones de logística, organización y comunicación que resulten.

La administración de la imagen pública de las autoridades universitarias es parte fundamental en las estrategias para el establecimiento y fortalecimiento de la posición y el prestigio de la Universidad Veracruzana en los medios de comunicación masiva.

En consecuencia, los organizadores de dichos actos, ceremonias y eventos, deberán acordar, por los medios a su alcance, con la Dirección General de Comunicación Universitaria los detalles relacionados con la cobertura, registro y publicación de los mismos.

### Título III De las concesiones de telecomunicaciones y radiodifusión

**Artículo 29.** Las concesiones para prestar servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión constituyen el derecho y la capacidad que el Estado reconoce a la Universidad Veracruzana para prestar tales servicios para el cumplimiento de sus fines y atribuciones, sin fines de lucro, a través de la infraestructura asociada a una red de telecomunicaciones o estaciones de radiodifusión.

**Artículo 30.** Dichas concesiones se otorgan a la Universidad Veracruzana y es el Rector, en su carácter de representante legal de la institución, quien es el concesionario.

Por tanto, es obligación institucional observar el contenido del presente título para conservar las concesiones otorgadas a esta Casa de Estudios.

**Artículo 31.** La Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de las dependencias a su cargo, es responsable de operar los derechos que confieren los títulos de concesión.

**Artículo 32.** La operación de los títulos de concesión se realizará exclusivamente para el cumplimiento de los fines y atribuciones de la Universidad Veracruzana, sin fines de lucro, en beneficio de la institución, sus tareas sustantivas y de una agenda institucional de comunicación, así como en cumplimiento de las obligaciones inherentes a los mismos.

### Capítulo I

Del Comité de Telecomunicaciones y Radiodifusión

**Artículo 33.** El Comité de Telecomunicaciones y Radiodifusión es un órgano colegiado designado por el Consejo Universitario General para fortalecer el carácter público de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad Veracruzana.

**Artículo 34.** El Comité de Telecomunicaciones y Radiodifusión se integra por:

- I. El Director General del Área Académica de Humanidades;
- II. El Coordinador del Centro de Estudios de la Cultura y la Comunicación;
- III. El Coordinador del Centro de Estudios de Opinión y Análisis UV;
- IV. El Director General de Comunicación Universitaria;
- V. El Director de Medios de Comunicación;
- VI. El Director de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación–Veracruz;
- VII. El Titular de Radio UV; y
- VIII. Los demás que designe el Consejo Universitario General en función de los servicios públicos de Telecomunicaciones y Radiodifusión que la Universidad ofrezca.

La función que desempeñen los integrantes del Comité de Telecomunicaciones y Radiodifusión es de carácter honorífico.

**Artículo 35.** Las atribuciones del Comité de Telecomunicaciones y Radiodifusión son:

- I. Designar a los integrantes del Consejo Ciudadano, a través de convocatoria pública; y
- II. Formular las Reglas de operación del Consejo Ciudadano.

### Capítulo II

Del Consejo Ciudadano

**Artículo 36.** El Consejo Ciudadano es el órgano colegiado responsable de vigilar y coadyuvar con el concesionario en el cumplimiento de los principios de independencia editorial, participación ciudadana y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales, establecidos en el artículo 86 de la

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, durante el ejercicio y operación de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad Veracruzana.

**Artículo 37.** El Consejo Ciudadano es designado por el Comité de Telecomunicaciones y Radiodifusión mediante convocatoria pública emitida por éste y en la cual establecerá los mecanismos de postulación, evaluación y designación de los consejeros, así como las publicaciones relativas al proceso que fueran necesarias.

**Artículo 38.** La función de los consejeros ciudadanos es de carácter honorífico e intransferible y no constituye relación laboral o vinculante con la Universidad Veracruzana.

**Artículo 39.** El Consejo Ciudadano estará conformado por un mínimo de tres consejeros y un máximo de siete, los cuales permanecerán en sus encomiendas durante un periodo de dos años.

**Artículo 40.** Las atribuciones del Consejo Ciudadano se encuentran establecidas en el “Procedimiento para el otorgamiento de concesiones para uso público” del Instituto Federal de Telecomunicaciones y son las siguientes:

- I. Proponer criterios que deberá seguir el concesionario para asegurar la independencia y una política editorial imparcial y objetiva;
- II. Proponer proyectos que contribuyan a fortalecer los fines del concesionario;
- III. Evaluar que los proyectos de programas y propuestas cubran los objetivos que persiga el concesionario conforme a su título de concesión;
- IV. Presentar ante el concesionario un informe anual de sus actividades;
- V. Proponer al concesionario las reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales;
- VI. Proponer mecanismos de participación ciudadana a fin de atender las inquietudes y propuestas de las audiencias;
- VII. Emitir informes públicos sobre el cumplimiento de los criterios establecidos para asegurar la independencia y una política editorial imparcial y objetiva por parte del concesionario; y
- VIII. Las demás establecidas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

**Artículo 41.** El Consejo Ciudadano sesionará de forma ordinaria al menos dos veces por año y podrá hacerlo con carácter extraordinario cuando así se requiera.

### Capítulo III

#### De los principios para preservar y garantizar el carácter público de los títulos de concesión

**Artículo 42.** Los principios que la Universidad Veracruzana debe observar para preservar y garantizar el carácter público de los títulos de concesión otorgados con fundamento en lo establecido en el artículo 86 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, son: independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales.

**Artículo 43.** Para garantizar el cumplimiento de los principios de independencia editorial, participación ciudadana y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales, la Universidad se deben observar los lineamientos para garantizar la independencia editorial.

#### Sección primera

##### De los lineamientos para garantizar la independencia editorial

**Artículo 44.** La independencia editorial es la condición que permite a los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad gozar de autonomía en sus decisiones editoriales, de modo que éstos no sean influidos o coartados por el poder político, religioso, empresarial o de factores de poder al interior de la institución. Los criterios establecidos para tales efectos serán los siguientes:

- I. Que los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad no sean usados como plataforma o herramienta de propaganda política, pública o velada, más allá de lo que establece la ley;
- II. Que no transmitan contenidos musicales ni informativos que hagan apología de la violencia, con especial énfasis en la apología al narcotráfico, la violencia hacia las mujeres y a la diversidad sexual y étnica;
- III. Los conductores o productores evitarán ocupar los espacios de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad para promover intereses partidistas, personales, empresariales o religiosos;
- IV. Fortalecer, respaldar y vigilar los contenidos transmitidos en sus emisiones con el fin de garantizar la veracidad y pluralidad de la información;

- V. Implementar los mecanismos para la aceptación formal por escrito y el compromiso entre el personal que labora en los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad, así como difundir estos lineamientos entre los integrantes de la comunidad universitaria y el público general;
- VI. Garantizar, dentro del marco de la libertad de expresión, la pluralidad de ideas, de acuerdo a los lineamientos del Código de Ética vigente de la Universidad Veracruzana, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la normatividad aplicable en la materia;
- VII. Deberá existir una diferenciación clara entre contenidos periodísticos de opinión y contenidos estrictamente informativos;
- VIII. Defenderá su postura editorial, anteponiendo el respeto a los derechos humanos, la promoción de la ciencia, el arte y el humanismo y apeguándose siempre al Código de Ética vigente de la Universidad Veracruzana; y
- IX. Deberá garantizar el derecho de réplica de las audiencias.

### Sección segunda

#### De los lineamientos para garantizar la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales

**Artículo 45.** Los lineamientos para garantizar la expresión de *diversidades ideológicas, éticas y culturales*, expresiones plurales de creencias, ideas, costumbres, posturas, tradiciones y valores, son los siguientes:

- I. Los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad Veracruzana siempre tratarán las diversidades ideológicas, éticas y culturales con respeto;
- II. Deberán ser un espacio abierto que dé voz a la expresión de las diversidades étnicas, lingüísticas, ideológicas, sexogenéricas y socioculturales que representan la pluralidad de la sociedad mexicana;
- III. Deberán incorporarse en la programación de los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad Veracruzana, programas que visibilicen y sensibilicen sobre la diversidad lingüística de Veracruz;
- IV. Tendrán acceso a espacios en los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad las diversas etnias que habitan en Veracruz dentro de la programación en los cuales se difunda y promueva sus tradiciones, costumbres, creencias, entre otros aspectos;
- V. Visibilizar las voces y participación de las mujeres en diversos espacios con la finalidad de contribuir a la igualdad de género;

- VI. Tratar con respecto y dignidad los temas que aludan a la diversidad sexogenérica;
- VII. Promover en la programación de los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad la inclusión social y el trato digno a personas con discapacidad;
- VIII. Abrir espacios para exponer las necesidades de diversos sectores: niñas y niños, jóvenes y personas de la tercera edad, de modo que se promueva su inclusión social;
- IX. Contribuir para propiciar la conciencia entre la sociedad sobre el cuidado y trato respetuoso al ambiente y el desarrollo sustentable; y
- X. Promover el respeto y trato digno a los migrantes, absteniéndose de promover discursos de odio y de maltrato o discriminación.

### Sección tercera

#### De los lineamientos para la participación ciudadana

**Artículo 46.** La participación ciudadana se entiende como el derecho con el que cuentan las audiencias de los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad Veracruzana para expresarse y participar libremente en éstos. Los mecanismos que los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad tendrán para promover la participación ciudadana son:

- I. Socializar a través de la programación de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad los criterios para tener acceso a espacios radiofónicos en este medio;
- II. Promover la participación ciudadana tanto durante las producciones como mediante iniciativas producidas en exteriores, tales como sondeos, coberturas, entrevistas, transmisiones especiales, entre otros;
- III. Promover la figura del Defensor de la Audiencia;
- IV. Buscar mecanismos para atraer y acercarse a las audiencias y voces de distintos sectores;
- V. Analizar alternativas para atraer nuevas audiencias;
- VI. Potenciar el uso de las cuentas de redes sociales de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad tanto para posicionar el medio como para establecer un espacio de interacción con las audiencias;
- VII. Propiciar la vinculación con actores estratégicos de la sociedad civil, instituciones, grupos culturales y otros medios, para mejorar y diversificar la programación de los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad; y
- VIII. Los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad deberán ser

una plataforma para la difusión de la riqueza y la oferta cultural de la Universidad Veracruzana en sus diferentes regiones, de manera que sea un vínculo para toda la comunidad universitaria en su conjunto.

#### Capítulo IV

##### De los derechos de la audiencia

**Artículo 47.** Se entiende por audiencia de los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad Veracruzana al conjunto de personas que interactúan, de forma voluntaria y deliberada, con los contenidos producidos y transmitidos a través de dichos servicios.

**Artículo 48.** Los derechos de la audiencia de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad Veracruzana, con fundamento en el artículo 256 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión son:

- I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;
- II. Recibir programación oportuna que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;
- III. Abstenerse de transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa. Se entenderá que se transmite publicidad o propaganda como información periodística o noticiosa, cuando un concesionario inserta dentro de su programación informativa un análisis o comentario editorial cuyo tiempo de transmisión ha sido contratado por un anunciante, sin que tal circunstancia se haga del conocimiento de la audiencia en los términos establecidos en el Código de Ética vigente de la Universidad Veracruzana;
- IV. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales;
- V. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria;
- VI. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios;
- VII. En la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cual-

quier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas;

- VIII. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación; y
- IX. Los demás que se establezcan en otras leyes, exclusivamente.

#### Capítulo V

##### Del Defensor de la Audiencia

**Artículo 49.** El Defensor de la Audiencia es el responsable de recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de la audiencia.

La Universidad Veracruzana en los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión debe contar con un Defensor de la Audiencia, de acuerdo con lo establecido en el artículo 259 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

**Artículo 50.** La función del Defensor de la Audiencia es de carácter honorífico y se ajusta a los criterios de imparcialidad e independencia; su prioridad será la de hacer valer los derechos de la audiencia, atendiendo lo establecido en el Código de Ética de la Universidad Veracruzana vigente, aprobado por el Consejo Universitario General e inscrito ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

**Artículo 51.** El Defensor de la Audiencia será designado por el Rector y durará en su cargo cuatro años, periodo que podrá ser prorrogable por un periodo más.

**Artículo 52.** El Defensor de la Audiencia determinará los mecanismos para la promoción de su actuación, usando preferentemente los medios de comunicación oficiales de la Universidad Veracruzana y acordando con éstos la estrategia de promoción de la Defensoría de la Audiencia que corresponda.

**Artículo 53.** Para ser Defensor de la Audiencia de la Universidad Veracruzana se deberá cumplir los requisitos establecidos en el artículo 260 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, que son:

- I. Tener cuando menos treinta años cumplidos al día de su designación;
- II. Contar con reconocido prestigio en las materias de comunicaciones, radiodifusión y telecomunicaciones;
- III. No haber sido condenado por delito doloso que amerite pena de prisión por más de un año; y

- IV. Que no haya laborado con el o los concesionarios respectivos, según sea el caso, durante un periodo previo de dos años.

**Artículo 54.** Con fundamento en el artículo 261 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, las atribuciones del Defensor de la Audiencia son:

- I. Atender las reclamaciones, sugerencias y quejas de las audiencias sobre contenidos y programación, implementando mecanismos para que las audiencias con discapacidad tengan accesibilidad;
- II. Los radioescuchas o televidentes deberán formular sus reclamaciones por escrito e identificarse con nombre, apellidos, domicilio, teléfono y correo electrónico, a fin de que reciban una respuesta individualizada. Asimismo, deberán presentar sus reclamaciones o sugerencias en un plazo no superior a siete días hábiles posteriores a la emisión del programa objeto de la misma;
- III. Recibidas las reclamaciones, quejas o sugerencias, el defensor las tramitará en las áreas o departamentos responsables de la Universidad, requiriendo las explicaciones que considere pertinentes, cuyas respuestas deberán entregarse en un plazo no mayor de diez días hábiles;
- IV. El Defensor responderá al radioescucha o televidente en un plazo máximo de veinte días hábiles aportando las respuestas recibidas y, en su caso, con la explicación que a su juicio merezca; y
- V. La rectificación, recomendación o propuesta de acción correctiva que proponga el defensor de la audiencia al concesionario, deberá ser clara y precisa. Se difundirá dentro de un plazo de veinticuatro horas, en la página electrónica que el concesionario de radiodifusión publique para dichos efectos, sin perjuicio de que también pueda difundirse en medios de comunicación, incluyendo el del propio concesionario.

**Artículo 55.** Quedan exceptuadas de su competencia:

- I. Las afectaciones de los derechos de carácter colectivo; y
- II. Las afectaciones de los derechos de carácter laboral.

### **Sección única** **Del procedimiento**

**Artículo 56.** Las audiencias podrán presentar ante el Defensor de la Audiencia de la Universidad Veracruzana quejas contra los contenidos y programación que puedan violentar sus derechos de acuerdo con el procedimiento siguiente y con fundamento en el artículo 261 de Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión:

- I. Se recibirán preferentemente a través de la cuenta de correo electrónico institucional *defensoriaradiouv@uv.mx* o por escrito en las oficinas de Radio Universidad Veracruzana;
- II. Deberá presentarse por escrito, ya sea física o electrónicamente y deberá contener nombre completo del quejoso; identificación mediante documento que acredite la personalidad con que se ostenta; domicilio, teléfono, correo electrónico o cualquier otro medio a través del que se le pueda informar del trámite de la queja o tema concreto; narración de los hechos o conductas, mensajes o comentarios que motiven la queja; derecho que se considere afectado; en su caso, el nombre de las personas que a quienes se imputa la violación a los derechos de las audiencias; en su caso, las evidencias pertinentes; firma de la queja excepto que sea enviada por medio electrónico o equivalente; lugar y fecha;
- III. Las quejas deberán presentarse en un plazo no superior a siete días hábiles posteriores a la emisión del programa objeto de las mismas;
- IV. Si se entrega por escrito en las oficinas de Radio Universidad Veracruzana, se turnará al Defensor de la Audiencia, dentro del plazo de dos días hábiles contados a partir del siguiente de su recepción;
- V. El Defensor de la Audiencia analizará el escrito presentado y determinará si cumple con todos los requisitos necesarios para darle trámite. En caso de que la solicitud respectiva sea presentada fuera de los siete días hábiles posteriores a la emisión del programa objeto de la misma, será desechada inmediatamente, lo cual en caso de contar con datos de identificación y ubicación suficientes, se hará del conocimiento del solicitante por escrito o vía electrónica. No será impedimento para el desechamiento de la solicitud el que ésta carezca de requisitos de identificación o ubicación de la persona;
- VI. En caso de resultar necesario, el Defensor podrá requerir al solicitante la especificación o complementación de los datos e información que juzgue necesario, otorgándole el plazo de cinco días hábiles para desahogar lo solicitado. Dicho requerimiento suspenderá el plazo de 20 días hábiles para resolver, el cual se reiniciará al siguiente día en que se efectúe el desahogo. Si el solicitante no atiende el requerimiento oportunamente, el Defensor desechará la solicitud, lo cual le será notificado por escrito. El Defensor podrá requerir información al solicitante más de una vez bajo las reglas especificadas, siempre y cuando en dicha tramitación no se rebase el plazo máximo para atender las solicitudes;

- VII. En caso de no requerir especificación o complementación de dato alguno o desahogado adecuadamente el requerimiento, el Defensor solicitará por escrito a las áreas responsables las explicaciones que considere pertinentes según sea el caso;
  - VIII. Las áreas responsables deberán atender el requerimiento del Defensor de la Audiencia en un plazo máximo de cinco días hábiles contados a partir del siguiente en que se realice el requerimiento. Al atender el requerimiento deberán exponer de manera clara las explicaciones que en el caso correspondan, siempre teniendo en cuenta la obligación de la Universidad de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos de las audiencias;
  - IX. En caso de que las áreas responsables no atiendan el requerimiento del Defensor, deberán formular las razones por escrito o vía electrónica de manera fundada y motivada a más tardar al día hábil siguiente del vencimiento del plazo otorgado para ello;
  - X. Una vez que las áreas responsables hayan realizado las explicaciones fundadas y motivadas, el Defensor responderá al solicitante el proceder de dicha solicitud;
  - XI. La rectificación, recomendación o propuesta de acción correctiva que en su caso corresponda, deberá ser clara y precisa. Se difundirá dentro de un plazo de veinticuatro horas, en el sitio *web* del medio de comunicación oficial que corresponda;
  - XII. El titular que aloje al medio de comunicación deberá, dentro del plazo de diez días hábiles siguientes a aquél en que el Defensor le notifique la existencia de violaciones a derechos de las audiencias, restituir al solicitante en el goce del derecho respectivo que haya sido violado, a través de la rectificación o materialización de la recomendación o propuesta de acción correctiva que corresponda, lo cual deberá ser hecho del conocimiento del solicitante por el Defensor; y
  - XIII. El defensor responderá al solicitante en un plazo máximo de 20 días hábiles a partir de recibida la queja.
- III. Los Departamentos de Prensa, Radio, Televisión y Cinematografía y el área de Diseño de Imagen Institucional; y
  - IV. Los Enlaces Regionales de Comunicación Universitaria.

## **Capítulo I**

### **De la Dirección General de Comunicación Universitaria**

**Artículo 58.** La Dirección General de Comunicación Universitaria es la responsable de la comunicación oficial en la Universidad Veracruzana. Además de las atribuciones establecidas en el Estatuto General, debe cumplir y hacer cumplir este Reglamento.

## **Capítulo II**

### **De la Dirección de Medios de Comunicación**

**Artículo 59.** La Dirección de Medios de Comunicación es la responsable de generar y articular las estrategias y acciones necesarias para el desarrollo de la comunicación institucional de la Universidad Veracruzana. Además de las atribuciones establecidas en el Estatuto General, debe cumplir y hacer cumplir este Reglamento.

## **Sección primera**

### **De los medios oficiales de Comunicación de la Universidad Veracruzana**

**Artículo 60.** Los medios de comunicación oficiales de la Universidad Veracruzana son los siguientes:

- I. Semanario impreso “Universo” y su acervo histórico. Semanario impreso y distribuido en las regiones universitarias;
- II. Sistema digital de noticias “Universo”. Portal de noticias <https://www.uv.mx/prensa> y sus contenidos;
- III. El banner de noticias del portal institucional [www.uv.mx](http://www.uv.mx). Sección superior del portal web de la Universidad Veracruzana en la que se publican, principalmente, las noticias de mayor relevancia para la institución;
- IV. Las señales de todo tipo producidas por el Departamento de Radio (RADIO UV). Los contenidos producidos y transmitidos por el Departamento de Radio, en sus canales aéreos o digitales en línea;
- V. Las señales de todo tipo producidas por el Departamento de Medios Audiovisuales (TELE UV). Los contenidos producidos y transmitidos por el Departamento de Medios Audiovisuales, en sus canales digitales en línea o aéreos; y

### **Título IV De la organización para la comunicación universitaria**

**Artículo 57.** La organización para la Comunicación Universitaria es la siguiente:

- I. La Dirección General de Comunicación Universitaria;
- II. La Dirección de Medios de Comunicación;



VI. Las cuentas de redes sociales oficiales de la Dirección General de Comunicación Universitaria: <https://www.facebook.com/ComunicacionUV> y <https://twitter.com/ComunicacionUV>, más las que se creen en esta entidad a efecto de cumplir con sus encomiendas y con el presente Reglamento.

**Artículo 61.** Los medios de comunicación oficiales de la Universidad Veracruzana se encuentran bajo la responsabilidad del Director General de Comunicación Universitaria, son coordinados por el Director de Medios de Comunicación y operan a través de los Departamentos referidos, de acuerdo con lo establecido en el Estatuto General de la Universidad Veracruzana.

**Artículo 62.** Las decisiones editoriales, contenidos y agendas de los medios de comunicación oficiales de la Universidad Veracruzana son establecidos por la Dirección General de Comunicación Universitaria y, en su caso, por la Dirección de Medios de Comunicación, en ejercicio de sus atribuciones, mientras que los Departamentos son los responsables de operarlas y publicarlas.

**Artículo 63.** Para su cumplimiento, las tareas de los medios de comunicación oficiales de la Universidad Veracruzana pueden ser concentradas en un sólo Departamento o desarrolladas por varios al mismo tiempo, según lo requieran las estrategias de comunicación.

**Artículo 64.** Queda prohibido el uso de los medios de comunicación oficiales de la Universidad Veracruzana para usos distintos a los fines, atribuciones y programas de trabajo de la institución.

### **Sección segunda**

#### **Del Departamento de Prensa**

**Artículo 65.** El Departamento de Prensa es responsable de realizar servicios en materia de producción y gestión de información y noticias, fotografía documental y resguardo del acervo informativo institucional, se encuentra a cargo del Jefe del Departamento de Prensa.

**Artículo 66.** Las atribuciones del Jefe del Departamento de Prensa son las siguientes:

- I. Acordar con el Director General de Comunicación Universitaria y el Director de Medios de Comunicación, en el ámbito de su competencia;
- II. Proveer servicios y productos en materia de producción y gestión de información y noticias institucionales, de acuerdo con las decisiones editoriales, los contenidos y agendas determinados por la Dirección General de Comunicación

Universitaria y, en su caso, por la Dirección de Medios de Comunicación;

- III. Proveer servicios y productos en materia de fotografía informativa, documental y publicitaria;
- IV. Proveer servicios y productos en materia de diseño gráfico informativo institucional;
- V. Resguardar el acervo informativo institucional de su producción y competencia;
- VI. Publicar el medio oficial Sistema digital de noticias “Universo”;
- VII. Coadyuvar con la Dirección General de Comunicación Universitaria y, en su caso, con la Dirección de Medios de Comunicación, en la atención y solución de necesidades institucionales en la materia; y
- VIII. Realizar las funciones de cobertura, producción y publicación de información y noticias institucionales del Departamento de Prensa en las regiones universitarias o donde se realice el hecho informativo de interés para la Comunicación Universitaria y de acuerdo con lo establecido en el presente Reglamento.

### **Sección tercera**

#### **Del Departamento de Radio**

**Artículo 67.** El Departamento de Radio es responsable de ofrecer servicios en materia de radiodifusión y producción de audio, a su cargo se encuentra Radio Universidad Veracruzana (RADIO UV), en sus señales de todo tipo, coadyuva las necesidades institucionales en la materia y en el cumplimiento de las obligaciones federales inherentes a los títulos de concesión a que refiere el presente Reglamento, se encuentra a cargo del Jefe del Departamento de Radio.

**Artículo 68.** Las atribuciones del Jefe del Departamento de Radio son:

- I. Acordar con el Director General de Comunicación Universitaria y el Director de Medios de Comunicación, en el ámbito de su competencia;
- II. Proveer servicios en materia de radiodifusión: series, noticieros, programas, cápsulas y todo tipo de producción radiofónica en los términos establecidos en este Reglamento;
- III. Proveer servicios en materia de producción de audio: series, programas, cápsulas, grabaciones musicales, conciertos y todo tipo de producción en audio;
- IV. Producir y transmitir las señales de Radio Universidad Veracruzana;
- V. Coadyuvar con la Dirección General de Comunicación Universitaria y la Dirección de Medios de Comunicación en el cumplimiento de las

- obligaciones federales inherentes a los títulos de concesión a que refiere el presente Reglamento;
- VI. Resguardar el acervo radiofónico institucional de su producción y competencia;
  - VII. Coadyuvar con la Dirección General de Comunicación Universitaria y, en su caso, con la Dirección de Medios de Comunicación, en la atención y solución de necesidades institucionales en la materia; y
  - VIII. Realizar las funciones del Departamento de Radio en las regiones universitarias o donde se realice el hecho radiofónico de interés para la Comunicación Universitaria y de acuerdo con establecido en este Reglamento.

### **Sección cuarta**

#### **Del Departamento de Medios Audiovisuales**

**Artículo 69.** El Departamento de Medios Audiovisuales es responsable de realizar servicios en materia de producción y gestión de televisión y video, resguardo del acervo videográfico institucional, coordinar las señales de todo tipo producidas por el Departamento de Medios Audiovisuales (TELE UV) y coadyuva en la atención y solución de necesidades institucionales en la materia, se encuentra a cargo del Jefe del Departamento de Medios Audiovisuales.

**Artículo 70.** Las atribuciones del Jefe del Departamento Medios Audiovisuales son:

- I. Acordar con el Director General de Comunicación Universitaria y el Director de Medios de Comunicación, en el ámbito de su competencia;
- II. Proveer servicios y productos en materia de producción y transmisión de televisión de acuerdo con las decisiones editoriales, los contenidos y agendas determinados por la Dirección General de Comunicación Universitaria y, en su caso, por la Dirección de Medios de Comunicación;
- III. Proveer servicios y productos tales como programas, series, cápsulas, documentales, transmisiones en vivo, entre otros;
- IV. Proveer servicios y productos en materia de video: programas, series, cápsulas, documentales, entre otros;
- V. Resguardar el acervo videográfico institucional de su producción y competencia;
- VI. Producir y transmitir señales de todo tipo a través de los medios a su alcance;
- VII. Coadyuvar con la Dirección General de Comunicación Universitaria y, en su caso, con la Dirección de Medios de Comunicación en la atención y solución de necesidades institucionales en la materia; y

- VIII. Realizar las funciones del Departamento de Medios Audiovisuales en las regiones universitarias o donde se realice el hecho audiovisual de interés para la Comunicación Universitaria de acuerdo con lo establecido en el presente Reglamento.

### **Sección quinta**

#### **Del Departamento de Cinematografía**

**Artículo 71.** El Departamento de Cinematografía es responsable de realizar servicios en materia de promoción de la cultura cinematográfica y resguardo del acervo institucional en la materia, se encuentra a cargo del Jefe del Departamento de Cinematografía.

**Artículo 72.** Las atribuciones del Jefe del Departamento de Cinematografía son:

- I. Acordar con el Director General de Comunicación Universitaria y el Director de Medios de Comunicación, en el ámbito de su competencia;
- II. Proveer servicios y productos en materia de promoción de la cultura cinematográfica: proyección de ciclos de cine, organización de conferencias y eventos de todo tipo, entre otros;
- III. Resguardar el acervo institucional cinematográfico de su producción y competencia;
- IV. Coadyuvar con la Dirección General de Comunicación Universitaria en la atención y solución de necesidades institucionales en la materia; y
- V. Realizar las funciones del Departamento de Cinematografía en las regiones universitarias o donde se requiera para la Comunicación Universitaria y de acuerdo con lo establecido en este Reglamento.

### **Sección sexta**

#### **Del Área de Diseño e Imagen Institucional**

**Artículo 73.** El Área de Diseño e Imagen Institucional es responsable de brindar servicios en materia de diseño gráfico institucional, y coadyuvar con los titulares de entidades académicas y dependencias en el uso correcto de los elementos gráficos de identidad institucional, así como en la atención y solución de las necesidades institucionales en la materia.

**Artículo 74.** El Área de Diseño e Imagen Institucional tiene las funciones siguientes:

- I. Acordar con el Director General de Comunicación Universitaria y el Director de Medios de Comunicación, en el ámbito de su competencia;
- II. Proveer servicios y productos en materia de diseño gráfico institucional;
- III. Coadyuvar con la Dirección General de Comunicación Universitaria y, en su caso, con la

- Dirección de Medios de Comunicación en la administración de la marca institucional;
- IV. Coadyuvar con la Dirección General de Comunicación Universitaria y, en su caso, con la Dirección de Medios de Comunicación, en el uso de los elementos de identidad institucional en los términos establecidos en el Reglamento de los Elementos de Identidad Institucional;
  - V. Proveer apoyo a entidades académicas y dependencias en materia de diseño gráfico institucional y coadyuvar con éstas para el correcto uso de los elementos de identidad institucional;
  - VI. Coadyuvar con la Dirección de Medios de Comunicación en la gestión y administración de las mascotas oficiales, “Luzio” y “Lis”;
  - VII. Coadyuvar con la Dirección General de Comunicación Universitaria y, en su caso, con la Dirección de Medios de Comunicación, en la atención y solución de necesidades institucionales en la materia; y
  - VIII. Realizar las funciones del área de Diseño e Imagen Institucional en las regiones universitarias o donde se requiera para la Comunicación Universitaria y de acuerdo con lo establecido en este Reglamento.

### Capítulo III

#### Del Enlace Regional de Comunicación Universitaria

**Artículo 75.** El Enlace Regional de Comunicación Universitaria es el representante de la Dirección General de Comunicación Universitaria en cada una de las regiones universitarias. Coadyuva con el cumplimiento del presente Reglamento en la región correspondiente y se encuentra adscrito a la Vicerrectoría que corresponda.

**Artículo 76.** Las atribuciones del Enlace Regional de Comunicación Universitaria son:

- I. Acordar con el Vicerrector de la región correspondiente y el Director General de Comunicación Universitaria, en el ámbito de su competencia;
- II. Coordinar sus actividades con el Director de Medios de Comunicación, en el ámbito de su competencia;
- III. Cumplir y hacer cumplir el presente Reglamento en la región correspondiente;
- IV. Diagnosticar las necesidades regionales en materia de Comunicación Universitaria e informar al Vicerrector de la región correspondiente y al Director General de Comunicación Universitaria;
- V. Detectar oportunidades de fortalecimiento de la Comunicación Universitaria en su respectiva región y proponer los planes, estrategias y ac-

- ciones necesarios para atender las necesidades y oportunidades detectadas;
- VI. Agendar la Comunicación Universitaria que a cada región conviene, con la autorización del Vicerrector correspondiente y la Dirección General de Comunicación Universitaria, procurando contenidos de comunicación regionales relevantes y publicarlos en los medios de comunicación oficiales de la Universidad Veracruzana, así como realizar las tareas, productos y servicios de producción, gestión, publicación, administración y, en general, los que sean necesarios para su cumplimiento;
  - VII. Establecer relaciones con medios de comunicación externos en beneficio de la Comunicación Universitaria y en apego del presente Reglamento, con conocimiento del Vicerrector correspondiente y la Dirección General de Comunicación Universitaria;
  - VIII. Apoyar a la Dirección General de Comunicación Universitaria en las estrategias, planes, programas, iniciativas y acciones que en materia de Comunicación Universitaria sea necesario realizar a nivel regional; y
  - IX. Procurar una relación eficiente con las entidades académicas y dependencias de la región que corresponda a efecto de cumplir con lo establecido en este Reglamento.

### Capítulo IV

#### De las sanciones

**Artículo 77.** El incumplimiento o infracción de las disposiciones del presente Reglamento podría constituir una falta y dar lugar a la imposición de sanciones en los términos previstos en la legislación universitaria.

### Transitorios

**Primero.** El presente Reglamento entrará en vigor al día hábil siguiente de su aprobación por el Consejo Universitario General.

**Segundo.** Se derogan los Lineamientos para garantizar los principios de “Independencia Editorial”, “Expresión de Diversidades” y “Participación Ciudadana”, aprobados en sesión del H. Consejo Universitario General celebrada en 3 de diciembre de 2018.

**Tercero.** Se derogan los “Lineamientos para la Atención de las Audiencias por parte del Defensor de las Audiencias de Radio Universidad Veracruzana”, aprobados en sesión del H. Consejo Universitario General celebrada en 3 de diciembre de 2018.

**Cuarto.** La Dirección General de Comunicación Universitaria, una vez aprobado este Reglamento por el Consejo Universitario General, debe realizar los trámites necesarios ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

**Quinto.** Publíquese, difúndase y cúmplase.

**APROBADO EN SESIÓN DEL H. CONSEJO UNIVERSITARIO GENERAL CELEBRADA EL 28 DE MAYO DE 2021.**

**Dirección de Normatividad.**