



Programa de Trabajo  
Estratégico 2017-2021



Universidad Veracruzana

Plan de Desarrollo de las  
Dependencias

**PLADE**  
**2017-2021**

Departamento de Medios Audiovisuales (TeleUV)  
**Región: Xalapa**

**Titular:** Lic. Arleth Barradas Padilla

18/08/2020









# Contenido

Introducción .....	2
I. Diagnóstico .....	3
Semblanza Histórica del Departamento de Medios Audiovisuales .....	3
Generalidades de la Dependencia .....	5
Estructura Organizacional.....	5
TeleUV A Través de su Cadena de Valor.....	7
Marco Jurídico General .....	8
Normativa Interna Para la Operación de sus Funciones .....	9
Situación y Necesidades Actuales en TeleUV.....	10
Ámbitos en Donde Se Ve Impactada TeleUV .....	11
II. Planeación .....	15
Misión, Visión y Valores Para el 2021 .....	15
Estrategias Por Desarrollar En la Dependencia .....	16
Objetivos, Metas y Líneas de Acción .....	20
III. Datos Numéricos.....	23
Conclusión de la información cuantitativa .....	35
Referencias .....	36

## Introducción

Concentrada y supeditada actualmente por el área de comunicación, Televisión Universitaria (TeleUV) ha sido la memoria histórica audiovisual de esta Casa de Estudios durante más de cuatro décadas, la cual invariablemente ha registrado toda clase de eventos relevantes para la institución: por un lado, siendo testigo de los inicios de su propia difusión cultural y artística a finales de la década de los setenta, y, por otro, realizando producciones originales que atienden necesidades actuales, las cuales tienen como origen una comunidad universitaria cada vez más exigente e interesada, desde su apreciación del lenguaje comunicacional, hasta la interpretación de la información universitaria.

Es en lo anterior donde surge un desafío, pues comparada de otros medios de comunicación institucional (tales como prensa, radio o cinematografía), e inherentemente a su naturaleza, la profesión televisiva y audiovisual -con sus múltiples plataformas de exhibición digital- dentro de la Universidad Veracruzana (UV) es un complejo sistema que requiere escalar aún más su capacidad operativa a través de la formalización de atributos normativos y de un marco organizacional sustentado, además de la obtención de recursos presupuestales los cuales se respalden por medio de argumentos técnicos que le permitan brindar respuesta –en sus ámbitos de competencia– al establecimiento del diálogo público y el cuidado de la imagen institucional, objetivos prioritarios por la Dirección General de Comunicación Universitaria (DGCU) y la Dirección de Medios de Comunicación (DMC), dependencias que coordinan y vigilan la aplicación de las políticas en materia de comunicación institucional.

Asimismo, esta Dependencia –al igual que todas las áreas que conforman a la institución– atraviesa por un momento coyuntural, pues si viene siendo cierto que existe un potencial tácito previamente explorado en gestiones pasadas, el mismo no ha sido aprovechado al 100% para la mejora de sus condiciones y de su quehacer diario. Asimismo, la presente crisis sanitaria (derivada de la COVID-19) invita a replantear, renovar, fortalecer y brindar continuidad al camino de la comunicación audiovisual institucional en diversos temas vigentes y prioritarios, tales como: la responsabilidad social universitaria y su desarrollo sustentable, la innovación académica, la vinculación con su entorno, su cultura humana, la gestión flexible y transparente de su funcionamiento, entre otras, mismas que se encuentran vislumbradas tanto en la Ley Orgánica y sus reglamentos de operación, así como en el Plan General de Desarrollo 2030 y el Programa Estratégico de Trabajo 2017-2021.

En razón de ello, a continuación, el presente documento propone llevar a cabo un Plan de Desarrollo de la Dependencia (PlaDe) para TeleUV, el cual contenga –como punto de partida– un diagnóstico integral relativo a este Departamento, con el propósito de esbozar su filosofía y objetivos propios

que puedan ser alcanzables mediante la delineación de acciones específicas, tangibles y sometidas a una retroalimentación orientada a la evaluación, en favor del cumplimiento de este Departamento dentro del ramo de la comunicación universitaria y en su contribución para el desarrollo de las funciones sustantivas de esta Casa de Estudios, las cuales al día de hoy siguen siendo: docencia, investigación, difusión y creación de la cultura y extensión de los servicios universitarios.

## **I. Diagnóstico**

Para fundamentar la propuesta del presente PlaDe, primeramente, es preciso optar por un enfoque crítico que derive de un análisis pormenorizado de la situación actual que guarda TeleUV con respecto a los diversos factores, tanto internos como contextuales, mismos que le repercuten a favor o en contra.

### **Semblanza Histórica del Departamento de Medios Audiovisuales**

Para definir el marco histórico en el cual se ha desarrollado TeleUV, es menester comenzar por enlistar las fechas y/o eventos más significativos y coyunturales de su organización, mismos que son:

- El Departamento de Medios Audiovisuales (DMA) data sus inicios en el año de 1979, al ser creado el primer Departamento Audiovisual (DA), el cual se avocó en realizar las proyecciones audiovisuales para vestir tanto los informes rectorales como los eventos de máxime institucional.
- Siete años más tarde, la UV decide ingresar al área de televisión convirtiendo, el DA en el Departamento de Televisión Universitaria, mismo que dependía directamente de la Dirección de Difusión Cultural (Universidad Veracruzana, 2014).
- Al mismo tiempo, a partir de una restructuración que tuvo el canal público de televisión ‘Cuatro-Más’, el Gobierno del Estado de Veracruz y la UV suscribieron –en el año de 1987– un convenio para coproducir y transmitir programas de televisión (Burillo, 2002); paralelamente, esta unidad quedó adscrita a la Dirección de Comunicación Social (DCS), antecesora de la DGCU.
- En 1991, dicho departamento adhiere sus funciones junto con las actividades fílmicas dentro de la Coordinación General de Cinematografía y Televisión Universitaria (Burillo, 2002).
- De manera consecutiva, en 1992, el programa ‘Sábados en la Ciencia’ pasa a formar parte de la Dirección de Extensión Universitaria (Universidad Veracruzana, 1993). Un año después, la coordinación mencionada se desagrupa y tanto televisión como cinematografía se vuelven entidades espaciadas dentro de la DCS, agrupadas con otros medios de comunicación.

- Enseguida, en 1994, se crea provisionalmente la Coordinación de Medios Audiovisuales, concen-trando las actividades de televisión con las de radio. A los dos años siguientes, está coordinación se disuelve quedando nuevamente radio y televisión como departamentos operativos, separados y adscritos nuevamente dentro de la DCS (Burillo, 2002).
- En mayo de 2006, tanto radio como televisión regresan a la Dirección General de Difusión Cultural, pasando de ser Departamentos a la categoría de Coordinaciones con el objeto de producir programas de divulgación del conocimiento como actividad principal. Dado lo anterior, la ahora denominada Coordinación de Medios Audiovisuales (CMA) se orientó a promover la producción de materiales afines para las tareas de extensión, investigación y divulgación del quehacer cientí-fico, formación, capacitación y asesoría técnica (Universidad Veracruzana, 2014).
- Así, beneficiándose de la coyuntura que representaban en aquellos años las TIC, desde el 11 de septiembre de 2006, la CMA comenzó a transmitir vía internet el canal ‘Televisión Universitaria’, con programación continua de televisión y video durante doce horas diarias.
- Asimismo, en noviembre de 2008, inició transmisiones un canal alterno denominado ‘TeleUV Académico’, en el cual se mostraban congresos, conferencias y/o simposios, en vivo o diferidos.
- Además, en septiembre de 2009, la CMA logró transmitir cinco horas diarias de programación diversa a través del canal 5 de la compañía MegaCable; de esta manera, la UV llegó a contar con tres señales distintas los siete días de la semana (Universidad Veracruzana, 2009). Actualmente, sólo existe la transmisión por internet designada como TeleUV.

Por lo anteriormente expuesto, se puede observar que los medios audiovisuales internos operaron casi cuarenta años sin un esquema claramente definido, acotando su labor únicamente en dar a conocer algunas de sus principales actividades sustantivas, mismas que fuesen requeridas de manera directa por parte de las autoridades universitarias y, ocasionalmente, la cobertura de algunos eventos de carácter artístico o científico solicitados por las audiencias interesadas (Universidad Veracruzana, 2009).

Sin embargo, desde el 14 de marzo de 2011, la CMA migró una vez más a la reestructurada DGCU, regresando a la categoría que tenía antes de 2006, pero ahora bajo un esquema más integrador, mismo que estuviese alineado a las directrices y líneas estratégicas dictadas por la institución a través de su Plan General de Desarrollo y Programa Estratégico de Trabajo en turno. Por lo cual, al día de hoy se le reconoce como el DMA de la UV, adscrito a la DGCU, bajo las órdenes directas de la DMC, con facultad presupuestal y operativa para la realización de servicios en su ámbito de competencia.

## Generalidades de la Dependencia

El DMA representa, desde su creación, un soporte a las actividades sustantivas de la UV, así como a la comunidad que emana de la misma. Dichas actividades y servicios comprenden el registro de las actividades rectorales, de los eventos institucionales más importantes: consejos universitarios, congresos, coloquios, conferencias magistrales, etcétera, además de apoyar a la comunidad universitaria con producciones audiovisuales, así como con asesoría sobre la realización de los mismos.

Al mismo tiempo, la estrategia de comunicación audiovisual se ha visto reforzada por medio de la vinculación, promoción e intercambio bi-direccional de materiales televisivos, elementos que se han visto traducidos a través de la formalización de convenios suscritos y vigentes con diversas productoras y entidades televisivas públicas, tales como: RadioTelevisión de Veracruz, TVUNAM (Universidad Nacional Autónoma de México), OnceTV (Instituto Politécnico Nacional), Canal 22 (Televisión Metropolitana), Canal 44 (Universidad de Guadalajara), TVUAQ (Universidad Autónoma de Querétaro), el área audiovisual de la CONABIO (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad), entre otros convenios a punto de suscribirse y/o renovarse.

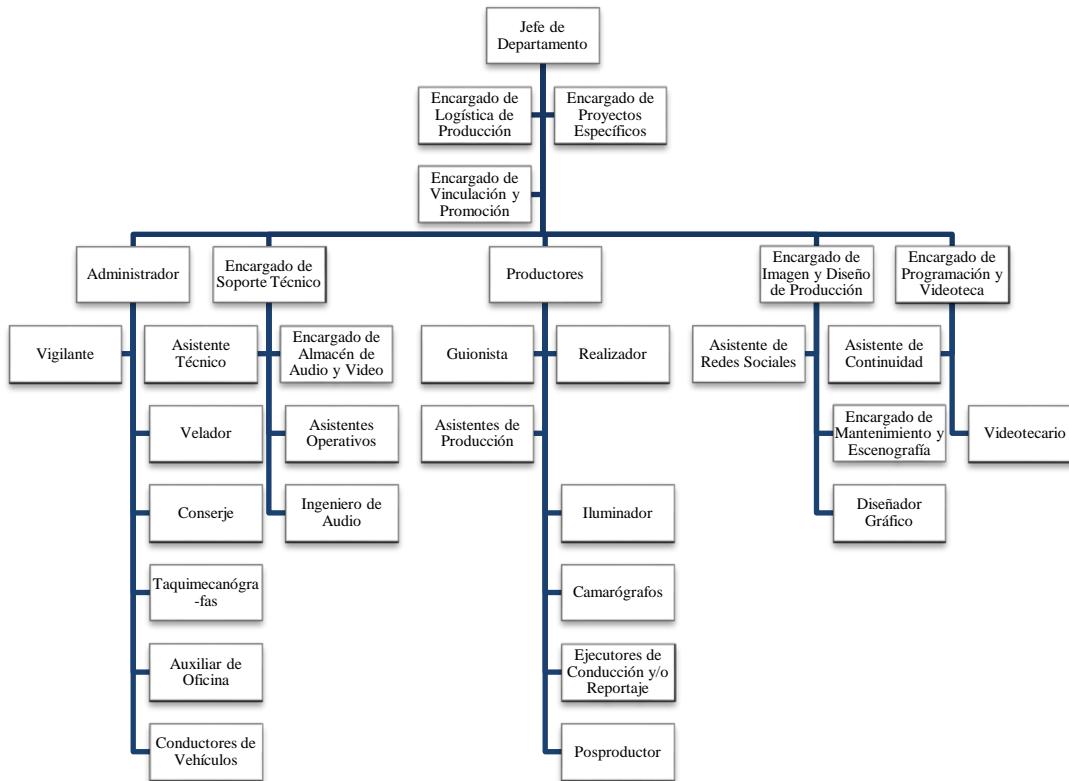
También, el DMA destaca por su producción original y/o co-producida con otras instancias del sector público de televisión. Actualmente, por medio de diversas plataformas digitales propias (ej.: streaming institucional) y externas (ej.: salida digital por redes sociales y/o en señales de otras televisiones), TeleUV transmite en su barra de programación y continuidad los siguientes proyectos audiovisuales y televisivos: Conciertos de la Orquesta Sinfónica de la Xalapa (OSX), Veracruz 500 Años - Cara a Cara con su Historia, Gimnasia Laboral, Pronóstico del Tiempo, Voz Propia, Tlayolohltli - Corazón de Tierra, Huellas, Entrelazando, Partidos de la Liga Asociación de Basquetbol Estudiantil y de la Copa de Futbol Telmex, entre otras en fase de pre-producción.

## Estructura Organizacional

Desde siempre, el DMA ha sido ubicado dentro de la ciudad de Xalapa de Enríquez, Veracruz, debido a su estrecha relación con las Direcciones ya mencionadas. Sus instalaciones administrativas y operativas se han montado de forma gradual sobre dos inmuebles propiedad de la UV: inicialmente en la calle Nicolás Bravo No.11, en el centro de la ciudad, después en Lomas del Estadio S/N dentro del Edificio 'C' de Rectoría, y, desde el año 1995, se concentra físicamente en la calle de Adalberto Tejeda No. 73, esquina con la calle Cempoala, colonia Modelo, código postal 91040.

De manera interna, al día de hoy, el DMA se integra por una plantilla de 42 personas distribuida de la siguiente manera: 7 personas sindicalizadas al SETSUV, 3 académicos sindicalizados al FESAPAU, 19 de confianza, 11 eventuales y 2 funcionarios. Esta estructura operativa se representa mediante un organigrama –ver Figura 1– y cuenta con las siguientes áreas: Jefatura, Administración, Soporte Técnico, Producción, Imagen y Diseño de Producción, y, Programación y Videoteca.

**Figura 1. Organigrama actual del Departamento de Medios Audiovisuales**



Fuente: Elaboración propia a partir de observación directa.

De estos puestos, se precisa ocupar aquellos que se refieren a: Asistente Operativo, Iluminador, Ejecutor de Conducción y/o Reportaje, Guionista, Asistente de Producción, Encargado de Imagen y Diseño de Producción, Diseñador Gráfico y Videotecario. Lo anterior, debido a que hoy en día no se cuenta personal específico y suficiente para el desarrollo de las cargas de trabajo inherentes a ellos.

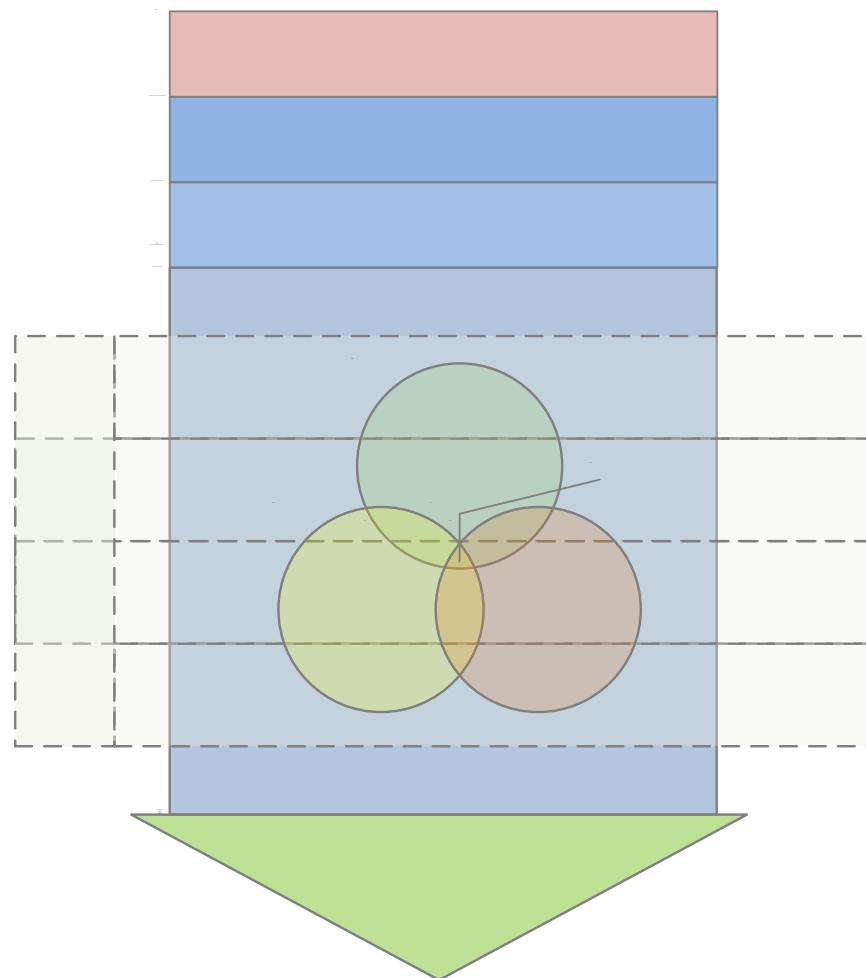
Asimismo, el sistema de producción adoptado por el Departamento no difiere de los que tradicionalmente son usados en otras televisoras y productoras audiovisuales públicas, motivo que exige contar con una plantilla de personal vez más profesional, capacitada y especializada en diversas actividades.

des de la comunicación audiovisual. Por lo cual, a diferencia de otras dependencias y entidades académicas que cuentan con cargas y mecanismos rígidos en lo laboral y sindical (ej.: actividades y horarios), la operatividad y continuidad de TeleUV exige contar con un personal multitarea y versátil, adaptable a las necesidades y contingencias que surjan de la comunicación audiovisual de la UV.

## TeleUV A Través de su Cadena de Valor

Una manera práctica de representar el funcionamiento que guarda actualmente la Dependencia es a través del modelo –ver Figura 2– que hace alusión a su cadena de valor:

**Figura 2. Cadena de valor del Departamento de Medios Audiovisuales de la UV**



Fuente: Elaboración propia en base al modelo de Cadena de Valor de Porter y Kramer (2006).

La cadena productiva o de valor en la que se encuentra inmersa TeleUV es propiamente la producción, realización y difusión de contenidos audiovisuales originales, misma que es transversal tanto a las actividades sustantivas como a los proyectos conducidos por las autoridades de la institución. Es

muy probable que, a corto y mediano plazo, el Departamento deba modificar su forma de operar y dar valor a las actividades de la institución, inclusive ante una eventual incorporación a las actividades diarias, una vez levantada la restricción y aislamiento social derivada de la COVID-19.

## **Marco Jurídico General**

El quehacer televisivo y los proyectos a cargo del DMA no podrían ser ejecutados sin considerar el marco legal que actualmente le es aplicable y atribuible a nivel federal, legal e institucional.

Por un lado, el fundamento legal federal de TeleUV radica en:

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley General de Educación.
- Ley Federal del Trabajo.
- Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos.
- Ley General de Responsabilidades Administrativas.
- Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.
- Ley Federal del Derecho de Autor.

Por otro lado, el fundamento legal estatal recae en:

- Constitución Política del Estado Libre y Soberano del Estado de Veracruz.
- Ley de Educación.
- Ley del Ejercicio Profesional para el Estado de Veracruz.
- Ley de Responsabilidades Administrativas del Estado de Veracruz.

Además de los dos ámbitos anteriores, se debe atender el siguiente marco institucional:

- Ley de Autonomía de la Universidad Veracruzana.
- Ley Orgánica de la Universidad Veracruzana.
- Código de Ética de la Universidad Veracruzana.
- Estatuto General de la Universidad Veracruzana.
- Estatuto del Personal Académico.
- Reg. de Academias por Área de Conocimiento, Programa Académico e Investigación.
- Lineamientos para el Control de Asistencia del Personal de Confianza.
- Contrato Colectivo del Personal Académico.
- Contrato Colectivo del Personal Administrativo, Técnico y Manual.

No obstante, pese a que este marco es una excelente base para referenciar normativamente las actividades de la Dependencia, es necesario especificar los fundamentos de sus funciones.

## **Normativa Interna Para la Operación de sus Funciones**

Las funciones administrativas, operativas, técnicas y de producción, para el personal de confianza, eventual o académico, se pueden fundamentar en la normatividad universitaria que se detalla abajo:

- **Ley Orgánica:** Artículos del 88 al 89, 96, 102, del 104 al 105, del 107 al 108, y del 110 al 112.
- **Código de Ética:** Numerales del 5 al 11 y del 13 al 19.
- **Estatuto General:** Artículos 1, 4, del 48 al 53, y del 335 al 338.
- **Estatuto del Personal Académico:** Artículos 2, 18, del 20 al 21, 195 Fracciones I, IV, VI y IX, 198 Fracciones IV y V, y del 201 al 204.
- **R. de Academias por Área de Conocimiento, Programa e Investigación:** Artículo 2.

La disponibilidad de tiempo, antes, durante y después de la realización de una producción audiovisual, tienen su fundamento en lo dispuesto en la normatividad universitaria que se indica abajo:

- **Ley Orgánica:** Artículos del 88 al 89, 96, 102, del 104 al 105, del 107 al 108, y del 110 al 112.
- **Código de Ética:** Numerales del 7 al 9 y del 13 al 16.
- **Estatuto General:** Artículos 1, 4, del 48 al 53, y del 335 al 338.
- **Estatuto del Personal Académico:** Artículos 2, 18, del 20 al 21, 195 Fracciones I, IV, VI y IX, 198 Fracciones IV y V, y del 201 al 204.
- **Lineamientos para el Control de Asistencia del Personal de Confianza:** Artículos del 1 al 19.
- **Contrato Colectivo de Trabajo del FESAPAUV:** Cláusulas de la 1 a la 5, 8, de la 40 a la 42 incisos b y d, de la 44 a la 48, 64 y 68.

La normatividad institucional que le atribuye directamente al personal adscrito la responsabilidad y obligación para atender, custodiar y/o encargarse de un control interno de recursos y equipos audiovisuales en TeleUV, encuentra su base legal y normativa en lo siguiente:

- **Ley Orgánica:** Artículos 1, 13, 70 Fracciones III, de la XVIII a la XIX y XXI, 81, 88, 105 y del 110 al 114.
- **Estatuto General:** Artículos 1 al 2, 4 Fracción VIII, 317 Fracciones III, de la VII a la IX, XII, de la XIX a la XXI y XXV, 335, 336 Fracciones de la I a la II, IV, de la XIII a la XV, XVIII, XX, de la XXII a la XXIII y XXVII, y del 337 al 345.

- **Reglamento para el Control de Bienes Muebles e Inmuebles:** Artículos del 1 al 2, del 4 al 5, 8, del 40 al 47, 49, 62 y del 65 al 73.

La profesionalidad de los riesgos de trabajo tiene su fundamento en lo que se enlista abajo:

- **Ley Federal de Trabajo:** Artículos del 472 al 515.
- **Código de Ética:** Numeral 12.
- **Contrato Colectivo de Trabajo del FESAPAUV:** Cláusulas de la 66 a la 71.

Sin embargo, pese a que la Dependencia cuenta con la justificación administrativa y normativa para su operación y continuidad, al día de hoy el DMA enfrenta una serie de circunstancias y problemáticas que afectan al desarrollo y cumplimiento de sus objetivos que son trazados año con año.

## **Situación y Necesidades Actuales en TeleUV**

Derivado de las particularidades que hoy en día viene experimentando el Departamento de Medios Audiovisuales, la DGCU, así como todas las entidades y dependencias que forman e integran a la UV, en este apartado se exponen las generalidades y factores que afectan directamente a TeleUV.

El éxito de este medio de comunicación institucional, desde hace más de ocho años, ha radicado básicamente en el posicionamiento y proyección que ha adquirido a través de las coyunturas tecnológicas y digitales (vía streaming web), además de que la comunidad universitaria ha encontrado en dicha Dependencia una plataforma de comunicación y difusión que impulsa las actividades sustantivas de la UV, las cuales son y seguirán siendo: docencia, investigación, extensión y difusión.

Sin embargo, al día de hoy, mantener el mismo plan, estructura y procesos de trabajo, resultaría por demás un riesgo para el Departamento, toda vez que su éxito no depende de la estacionalidad y pasividad selectiva, todo lo contrario, lo que le da vida a TeleUV es su dinamismo y operatividad ante las exigencias de la audiencia y de los grupos de interés que le rodean, los cuales van cambiando en función de sus propias necesidades de información y/o entretenimiento, mismos que nunca han sido –ni mucho menos ahora serán– constantes e iguales en los tiempos convulsos vividos en el mundo.

Por lo anterior, para que TeleUV pueda mantener su posicionamiento y/o aumentar su proyección mediática, además de seguir siendo funcional e indispensable en el quehacer comunicativo, audiovisual y televisivo, dentro y fuera de la institución, requerirá adoptar nuevas maneras de transmitir y emitir contenidos que generen valor a la audiencia, aprovechando las bondades de la interactividad y socialización de las comunidades que se gestan en las redes sociales y en otras plataformas de video,

mismas que han ido cambiando el modelo tradicional del esquema televisivo, en el cual antes todo giraba en torno a la oferta de productos, hacia un modelo en donde la demanda (esto es, la audiencia) pueda elegir todo tipo de programas, producciones originales y/o transmisiones (en vivo), en función de sus propias necesidades de consumo de información y/o entretenimiento, guardando en todo momento el enfoque, políticas, lineamientos y estrategias precisadas por la Dirección General de Comunicación Universitaria y la Dirección de Medios de Comunicación.

De manera particular, con respecto al tema actual de la COVID-19 y sus secuelas socioeconómicas, desafortunadamente el impacto ya se ha comenzado a percibir en el manejo presupuestal y financiero dentro del Departamento de Medios Audiovisuales (TeleUV), toda vez que muchos de los proyectos que se tenían contemplados durante el ejercicio 2020, ya no podrán ser concebidos, iniciados, continuados y/o concretados, puesto que la funcionalidad de la Universidad Veracruzana se está avocando en la subsistencia y permanencia de sus áreas más sustantivas y estratégicas, mismas que actualmente se reducen a la docencia y a la captación de la matrícula, dejando como última de sus prioridades dejarse asistir y solicitar apoyo y soporte de sus áreas de vinculación, extensión y difusión de los servicios, en los cuales se encuentra la Dependencia en cuestión.

Asimismo, aunado al recorte presupuestal persistente a la educación superior en el país (y a nivel mundial), pesé a que TeleUV contaba anticipadamente con diversos trámites y gestiones orientadas a captar recursos y otras fuentes de financiamiento que permitiesen renovar y actualizar su planta tecnológica y optimizar su infraestructura, dichos trámites y gestiones han sido detenidos, percibiéndose de manera preliminar que muchos de éstos no podrán ser llevados a buen puerto, puesto que la prioridad para las altas esferas directivas de la institución y de la federación no contempla a las productoras de medios audiovisuales como parte fundamental en la conducción de su estrategia para poder producir y transmitir la información generada mediante las bondades y alcances potenciales que contiene la comunicación audiovisual en favor y para proyección de la educación superior.

## Ámbitos en Donde Se Ve Impactada TeleUV

De manera vigente, la Dependencia en cuestión se ve impactada en los siguientes ámbitos:

- **Social:** La proyección y difusión de la imagen propia a la Universidad Veracruzana, y de todas las Instituciones de Educación Superior (IES) con mayor prestigio y posicionamiento en el país, y en todo el mundo, se ha catapultado e impulsado (de forma pertinente) a través de la generación

y posicionamiento de diversos contenidos y/o producciones audiovisuales hacia los diversos grupos de interés (audiencias) que surgen de sus comunidades universitarias, mismas que se ven integradas de: estudiantes, académicos, investigadores, personal de confianza y/o administrativos, técnicos y manuales, funcionarios y coordinadores de proyectos, además de todos los sectores de la sociedad en general a la que atienden dichas IES, en el marco sustantivo de sus funciones. Sin embargo, en el caso particular del Departamento de Medios Audiovisuales (TeleUV), no existe una forma precisa de conocer tanto el nivel e implicación (engagement) de las audiencias, así como la fidelización y el seguimiento de la marca institucional a través del desarrollo de contenidos originales (ej.: programas, documentales, series, cápsulas, etcétera). En cuanto al desarrollo de la COVID-19, la Dependencia no ha podido realizar, producir ni mucho menos difundir los contenidos originales (producciones televisivas) que estaban proyectadas y planteadas desde un inicio, todas ellas a través de las disposiciones y directivas regidas por la Dirección General de Comunicación Universitaria, entidad a la cual está supeditado (tanto legal como normativamente) dicho Departamento; por lo cual, se busca renovar y reinventar las dinámicas laborales y operativas, a fin de lograr impactar y re-posicionar la imagen visual y de producción que se genere en la institución, durante y después de pasada la contingencia ya mencionada.

- **Mercado:** Las audiencias y/o seguidores de TeleUV mencionados en el punto anterior, mismos que surgen de la comunidad universitaria y de la sociedad general, a partir de esta contingencia, se han vuelto aún más exigentes con los contenidos y con la calidad de los productos televisivos que consume. Asimismo, el escrutinio de dichos productos es sometido con mayor rigor y selectividad por parte de los clientes, los cuales no suelen brindar o destinar parte de su tiempo para la consulta de los contenidos audiovisuales digitales generados por TeleUV; una estrategia que se ha implementado y ha logrado difundir y posicionar de manera local y global dichos contenidos es el uso de redes sociales (ej.: Facebook y Twitter), del streaming de la barra de programación y continuidad (esto es, a través de la página web oficial) y de repositorios bajo demanda para socialización digital y web (ej.: YouTube). De igual forma, en aras de impulsar su difusión y alcance, se cuenta –al día de hoy– con diversos convenios marco y específicos signados y suscritos entre la Universidad Veracruzana y otras IES (ej.: TVUNAM y OnceTV, entre otros) y Televisoras del país (ej.: RTV y Canal 22, entre otros), a fin de impulsar las barras de programación y continuidad a través de otras señales televisivas y/o plataformas ofertadas de manera externa. No obstante, pese a contar con diversas vías alternas para el posicionamiento y difusión de la Universidad Ve-

racruzana, mediante la producción y realización de contenidos audiovisuales originales, las estrategias señaladas resultan por demás insuficiente ante la amplia competencia y variedad de oferta de dicho tipo de contenidos audiovisuales con sello universitario, además de que la planta tecnológica e insumos electrónicos no empata con los nuevos desarrollos por parte de otras televisoras y/o señales públicas más robustas y orientadas a dicha profesión; de igual manera, la situación derivada de la COVID-19 ha puesto de manifiesto la necesidad de socializar e interactuar con la audiencia de una manera más estrecha y colaborativa, empleando para ello la comunicación virtual y/o por teleconferencia, ampliando y orientando el catálogo de productos y servicios en función de las necesidades inherentes a la demanda social y universitaria, con objeto de ajustar y optimizar (hacer más con menos) la oferta y desarrollo propios de TeleUV.

- **Fiscal:** De manera directa, dicho departamento de comunicación audiovisual no cuenta con cuestiones propias o inherentes al tema recaudatorio y/o de tributación, toda vez la figura responsable de dicha gestión recae en la Secretaría de Administración y Finanzas de la Universidad Veracruzana, a través de la Dirección General de Recurso Financieros, y, de forma operativa, a través de las Direcciones de Contabilidad, Presupuestos, Egresos e Ingresos, y sus respectivas jefaturas derivadas de éstas. Asimismo, debido al aumento de la brecha recaudatoria y aunado a la insuficiencia presupuestaria derivada de la COVID-19 e inoperancia financiera por parte de la administración pública federal y/o estatal, el tema fiscal generará impactos indirectos aún mayores en el ámbito de la educación superior, lo cual, de no ser previsto o formar parte de la re-conceptualizada forma o esquema de contribución fiscal por parte de las IES, además de no existir acatamiento o contar con la capacidad de respuesta y adaptación inmediata (tanto legal como normativa) por el lado de la Universidad Veracruzana, redundará en mayores restricciones presupuestales y de operación, repercutiendo en los futuros techos financieros por ser asignados a TeleUV.
- **Financiera:** Tal cual se expuso arriba, y considerando los ámbitos de actuación de la UV, el proyecto de TeleUV se ha visto reducido en el alcance de sus funciones técnicas, operativas, de producción y realización, ya que la disminución presupuestaria (y controles para su operatividad) no ha permitido el cumplimiento satisfactorio de sus objetivos institucionales. Del mismo modo, ante el panorama y situación de la COVID-19, y sin dejar de lado tanto la función como la gestión de su responsabilidad social (en donde se concentran las actividades que le permiten tanto su quehacer y contribución al ámbito universitario), la idea de profesionalizar y desarrollar, tanto legal como tecnológica, respectivamente, las capacidades y atribuciones inherentes al Departamento de

Medios Audiovisuales (TeleUV) deben cobrar mayor fuerza y ser sometidas ante diversas instancias de regulación y formalización universitaria (ej.: Consejo Universitario General), toda vez que la institución debe aspirar a poder elevar su calidad educativa a partir de la obtención de fuentes alternativas para la captación de ingresos complementarios, esto es, que la propia Universidad Veracruzana permita y autorice a su departamento televisivo propiciar la oferta académica relativa al desarrollo y profesionalización de personas involucradas en la realización de productos audiovisuales, además de ofertar su amplio catálogo de servicios (esto es, registro, realización, producción, coberturas con unidades móviles, etcétera) hacia otros sectores de la sociedad y organizaciones que comparten su misma filosofía institucional e intereses en el ámbito de la educación superior. También, considerando la situación de riesgo y la problemática de índole administrativo y laboral que ha conllevado la COVID-19, es muy probable que la gestión y cabildeo de trámites de TeleUV, tanto para la ampliación presupuestal interna (esto es, el financiamiento y traslado de recursos operativos por parte de otras dependencias adscritas), así como para la participación, concurso y obtención de recursos federales y/o estatales en favor de la proyección y difusión de la cultura (ej.: Programa De Fortalecimiento a La Excelencia Educativa), se vea limitada o prácticamente descartada por parte de las altas autoridades, priorizando u optando por otras necesidades igual de pertinentes y/o más palpables al interior de esta Casa de Estudios.

- **Política:** En aras de actualizar y contextualizar la autonomía universitaria, mantener su estructura orgánica, e ir dotando de mayores capacidades normativas y legales, la Universidad Veracruzana, en años recientes, ha elaborado y puesto a sometimiento un Ante-Proyecto de Ley Orgánica, de la cual, se espera pueda impactar benéficamente a algunas áreas descentralizadas, confiriendo mayores atribuciones y permitiendo un mayor alcance del propio quehacer de dicha IES. No obstante, el manejo del Departamento de Medios Audiovisuales, dentro de las altas esferas directivas, no lleva un rumbo fijo ni mucho menos una estrategia definida, por lo cual, aunado a la posible coyuntura legal mencionada, la Dependencia en cuestión podría no formar parte –eventualmente– de los Programas de Trabajo Rectoral y de las modificaciones que pudiesen surgir en el Plan General de Desarrollo Institucional, lo cual haría que las autoridades opten por reducir o prescindir de un Departamento de Medios Audiovisuales en caso de no encontrarse justificaciones o argumentos relativos a su desempeño y aportación en el interés de llevar a cabo la proyección, difusión y posicionamiento de la Universidad Veracruzana en las diversas plataformas destinadas y empleadas para la comunicación audiovisual. En cuanto a la situación que irá dejando la COVID-19, y observando la invariable reducción presupuestal que ya comienza a presentarse, es menester

mencionar que el personal adscrito a la Dependencia (ej.: funcionarios, administrativos, staff de producción, personal técnico, etcétera) está en posibilidades de ser rescindido ante la imposibilidad de las autoridades para gestionar y operar financiera y presupuestalmente los sueldos y prestaciones ante las instancias federales y estatales en la materia; también, se divisa la posibilidad de que TeleUV no pueda cumplir con los acuerdos y/o convenios formales de trabajo ante otras televisoras y sus barras de programación, lo cual dañaría la imagen del área de comunicación institucional y de la propia Universidad Veracruzana en lo particular.

Por lo anteriormente diagnosticado, el presente PlaDe puede desplegar los siguientes apartados – a modo de propuesta – alusivos a la planeación, seguimiento y evaluación de líneas estratégicas.

## **II. Planeación**

En principio, la Dependencia se rige bajo una filosofía concebida a través del tiempo, la cual concentra su razón de ser, proyección a futuro y ejes axiomáticos dentro de una propuesta sistemática a modo de objetivos, metas y acciones por cumplirse, es decir, un plan operativo acorde a la institución.

### **Misión, Visión y Valores Para el 2021**

Por un lado, la misión de Departamento de Medios Audiovisuales se define de la siguiente manera:

*“Somos la memoria audiovisual de la Universidad Veracruzana. Nuestros colaboradores ejecutan –con pasión y vocación– el registro, divulgación y difusión de diversos proyectos o producciones audiovisuales: tanto de las que requieren atención inmediata, así como aquellas que son concebidas día con día por los actores universitarios”.*

Por otro lado, la visión a 2021, deberá alcanzar lo que se describe en las siguientes líneas:

*“TeleUV será la ventana de expresión de la vida universitaria, misma que se verá reflejada a través de su programación, la cual surgirá de su quehacer y actuación en pro de la educación superior en el sureste del país. Además, dicho espacio –por streaming o por demanda de social media– se verá reforzado por contenidos de otras productoras y televisoras públicas hermanas, mismas que encontrará en nosotros un aliado estratégico –y en común– para la reivindicación de la televisión pública universitaria en México y en el mundo”.*

En cuanto a sus principios, el DMA descansa su marco de actuación en los siguientes valores:

- **Comunicación.** Piedra angular dentro del área de comunicación universitaria para el logro de los objetivos y metas.
- **Proactividad.** La propuesta, el desarrollo y la continuidad en la operatividad de TeleUV es un deber ético.

- **Profesionalismo.** Se debe mostrar un carácter de compromiso y mesura ante las tareas específicas encomendadas.
- **Equidad.** Se debe evitar favorecer a los colaboradores perjudicando a otros, buscando la mejora colectiva.
- **Honestidad.** Desempeñar la práctica profesional siendo transparente y estando consciente de los límites morales.
- **Integridad.** No se debe claudicar en la ética. Siempre se debe de actuar a favor de aquello que es correcto.
- **Legalidad.** Conocer el marco normativo de la institución, y de la cual deriva, apoyará en la auto-conducción.
- **Responsabilidad.** Efectuar en tiempo y forma las tareas encomendadas, estando al corriente de sus implicaciones
- **Respeto.** Mantener el orden y el porte ante la pluralidad y/o los puntos de vista que no coincidan con los propios.

Así, al analizar la filosofía y valores inherentes a la Dependencia, destaca su actuar transversal a las funciones sustantivas de la UV (ej.: academia, investigación, difusión y extensión), las cuales han buscado generar prácticas de alto valor, mismas que impacten y beneficien a todos los públicos de interés (de la comunidad universitaria y de la sociedad en general) que le rodean, retornando a favor del posicionamiento de la Dependencia y de los colaboradores que forman parte de ella.

## **Estrategias Por Desarrollar En la Dependencia**

En cuanto a las estrategias y/o caminos que se requerirán para la subsistencia del Departamento de Medios Audiovisuales durante la contingencia social y epidémica, se proponen las siguientes:

- ✓ **Disposiciones de Cuidado Personal Que Garanticen la Seguridad e Higiene:** Antes de iniciar cualquier modificación y/o actualización, hoy y siempre, el discurso de responsabilidad social institucional, y de bienestar subjetivo propiciado por la Dependencia, deberá circundar en anteporner la seguridad e higiene de los colaboradores, con objeto de proteger a éstos y brindar la continuidad en los diversos procesos operativos y de producción audiovisual inherentes a la Dependencia. Sin embargo, pesé a que muchas de las disposiciones generales deban ser asumidas por ley, por su misma naturaleza, TeleUV deberá propiciar sus propios mecanismos de protección sanitaria y de higiene, acorde a los procesos que implican las producciones audiovisuales, sin dejar de garantizar la salud del personal adscrito; esto es, desde dotar de alcoholes, sanitizantes, limpiadores de vapor y toallas desinfectantes, hasta producir sus propias caretas acrílicas y/o cubrebocas que protejan al personal de enfermedades latentes como la COVID-19 y otras similares a la inmunodeficiencia; dichos insumos deberán ser justificados –tanto técnica como financieramente– como parte del equipo de trabajo que deberá proveer la Administración del Departamento.
- ✓ **Justificación de la Pertinencia y Aportación de la Dependencia a la UV:** Ahora más que nunca, TeleUV deberá ser divisada por las autoridades funcionales de la institución como un elemento de

comunicación estratégica con mayor alcance y difusión, aprovechando las coyunturas tecnológicas y todo el capital contenido en su personal en favor de generar productos audiovisuales y televisivos de impacto, mismos que mantengan y re-posicen la imagen de la UV a todos los tipos de público de interés que se desprendan de comunidad universitaria y de la sociedad en general, optando por el video por demanda y satisfaciendo las necesidades de comunicación y de entretenimiento digital a través de la interacción generada en la social-media.

- ✓ **Argumentos Técnicos:** Para obtener y justificar la necesidad de mayores recursos e invertir en la actualización, renovación y reforzamiento de su planta e infraestructura tecnológica, TeleUV deberá contar con el respaldo e información técnica (detallada y profesional) ante eventuales requerimientos que surjan ante los procesos adquisiciones, arrendamientos, concursos y/o licitaciones públicas. Además, la Dependencia deberá ofrecer un valor diferenciado con respecto al manejo de las telecomunicaciones que surjan dentro y fuera de la institución, proveyendo supervisión y soporte en dichas tecnologías, en coordinación directa con las áreas que integran a la Dirección General de Tecnología de la Información de la Universidad Veracruzana.
- ✓ **Profesionalización:** Uno de los mayores retos, a corto y a mediano plazo, es lograr la documentación, formalización y reconocimiento institucional de las cargas de trabajo (multi y pluri-funcionales) atribuibles al grueso del staff administrativo, operativo y de producción relativo al Departamento, todo ello amparado bajo la reglamentación universitaria y legislación federal (en materia laboral y de telecomunicaciones), sin dejar de lado un análisis comparativo de dichas funciones y perfiles de trabajo con respecto a la situación actual que guarda el mercado laboral (nacional y mundial) en materia de producción audiovisual y en tecnologías de la información y telecomunicación. Para lo anterior, se requiere reducir la curva generacional y social percibida en los colaboradores que ya no desean comprometerse y re-inventarse con su actual carga de trabajo, enriqueciéndola con personal adscrito y con aquellas personas que pudiesen incorporarse (desde la propia institución) a un proyecto más integral y profesional, en miras de potenciar la comunicación audiovisual y la imagen de la UV. Sin embargo, es también por demás evidente que los procesos y dinámicas en este ámbito de trabajo universitario también se modifiquen desde la raíz, optando por re-ordenar los derechos sociales y/o vitalicios del personal adscrito, así como en promover modificaciones a los candados que han generado los procesos normativos y legales, en cuanto a la necesidad y pertinencia de mantener una unidad que esté alineada a la visión institucional; ello, sin dejar de lado la reducción presupuestaria y capacidad de operación financiera.

- ✓ **Mayores Capacidades y Atribuciones:** A diferencia de medios como la prensa y la radio institucional, la configuración y estructura de TeleUV en forma de Departamento (supeditada a una Dirección General de Comunicación Universitaria), al día de hoy, ya no resulta suficiente para el manejo actual y complejidad que precisan y representan los medios audiovisuales y televisivos dentro de una IES. Lo anterior, se puede justificar observando otras unidades de producción (casos de éxito) que se volvieron televisoras públicas de gran éxito a nivel nacional y latinoamericano, tales como: TVUNAM y OnceTV, mismas que comprendieron –justo a tiempo– que para mejorar y re-posicionar la imagen y actividades sustantivas de sus representadas, se debían dar mayores competencias y atribuciones a una señal televisiva, en coordinación directa y estrecha tanto con sus áreas de comunicación institucional y de difusión cultural, así como con las áreas de vinculación y de extensión de los servicios universitarios. No obstante, también es importante vislumbrar las implicaciones que conlleva el crecimiento, puesto que el contar con mayores atribuciones y competencias institucionales también implica contar y supeditarse a mayores requerimientos de organización, control y liderazgo por parte de las personas a cargo de una estructura audiovisual y televisiva. No obstante, lo anteriormente expuesto puede ser balanceado con ideas y expectativas que vayan encausando y/o formalizando un avance gradual de su desarrollo, con objeto de que la Dependencia operar y competir en el ámbito de su quehacer televisivo.
- ✓ **Gestiones de Recursos Auto-Financiables y Federales:** El presupuesto actualmente asignado a racimos por parte de las autoridades financieras de la institución resulta insuficiente para la operación del DMA, por lo cual, éste precisa de poder gestionar y generar ingresos complementarios, a partir de su auto-proyección y oferta académica derivada de la profesionalización que requieran las personas interesadas en las áreas técnicas y de producción audiovisual, además de contemplar la posibilidad de poder propiciar otros recursos poniendo a disposición un portafolio de servicios técnicos y de producción hacia otras personas y/o entidades no adscritas la institución, las cuales se encuentren vinculadas a las necesidades operativas y de quehacer televisivo en el ámbito público; parte de dichos ingresos captados también beneficiarían a la institución, contribuyendo a su sistema financiero. Aunado a lo anterior, dicha estrategia deberá continuar y centrar sus esfuerzos en la obtención, aplicación y comprobación de recursos provenientes de los apoyos para el fortalecimiento educativo, los cuales, bajo las reglas y controles presupuestarios establecidos en dichos programas federales, permitirán renovar y abastecer de equipos e insumos tecnológicos con objeto de mejorar los procesos y operatividad de la Dependencia, manteniendo estos mismos a la vanguardia y dando cabal respuesta a las necesidades universitarias en materia audiovisual.

- ✓ **Disentimientos Apreciativos Para la Gestión:** Una estrategia que deberá contemplar la Dependencia, en el corto plazo, radica en exponer –con argumentos normativos y técnicos– aquellas situaciones o disposiciones que atenten contra su desarrollo y operatividad interna, siempre y cuando, éstas se vean acompañadas de propuestas de mejora. Lo anterior, promoverá la concientización sobre la importancia que tienen los medios de comunicación dentro y fuera de la institución, y el cómo estos pueden contribuir al desarrollo y acompañamiento de la agenda institucional.
- ✓ **Optimizar y/o Renovar la Planta Tecnológica:** El DMA precisa mejorar, actualizar y/o sustituir gradualmente sus bienes, equipos, recursos e insumos que son requeridos para llevar a cabo todos los procesos y actividades de operatividad técnica y de producción televisiva que se le precisa. Sin embargo, dicho equipo e insumos en cuestión implican la inversión de gran parte del presupuesto y recursos financieros a cargo de TeleUV, el cual no puede competir ni empatar con respecto a las cantidades que manejan otras casas productoras y televisivas públicas y/o universitarias. Por tanto, si la Universidad Veracruzana (en su totalidad) plantea emplear y dar continuidad al proyecto de medios audiovisuales, en favor del posicionamiento y proyección de su imagen como IES, deberá divisar la necesidad puntual de invertir en el abastecimiento y dotación de recursos presupuestales y financieros que no son fáciles ni asequibles de conseguir al corto plazo, optando por los detalles técnicos que diferencien y argumenten las necesidades en este rubro.
- ✓ **Alianzas Estratégicas con Otros Sectores:** La televisión pública –en su justa dimensión– todavía no tiene un posicionamiento consolidado en México, toda vez que ésta continúa procrastinando la posibilidad de incorporar otro tipo de funciones ajenas a su quehacer habitual, las cuales le den presencia y validación con sus audiencias. Por tanto, además de los esfuerzos de vinculación y formalización encausados bajo los convenios marcos y específicos con otras entidades similares, TeleUV y la institución deberán efectuar acercamientos con sectores distintos al suyo, tales como el sector privado (ej.: entretenimiento, turismo, deportes, alimentos, etcétera), los cuales podrían impulsar no sólo la competitividad y/o diferenciación de la institución a través de la incorporación de nuevos y diversos esquemas de colaboración y patrocinio, sino que éstos sembrarían un referente proactivo en el ámbito público de televisión y producción audiovisual.
- ✓ **Adaptación a las Nuevas Formas o Estilos de Producción y/o Realización:** Quizá la estrategia a corto plazo que puede redituar en un esquema de supervivencia práctica y eficiente para la Dependencia en particular, radicará en trasladar sus procesos tradicionales de producción y/o realización hacia nuevos modelos de trabajo, los cuales puedan ser más flexibles y –al mismo tiempo–

brindar mejores resultados de los que ya se habían obtenido preliminarmente. Asimismo, el DMA deberá abrir camino a la concepción de nuevos proyectos y/o producciones audiovisuales y televisivas de alto valor, distintos y complementarios, con respecto a lo que ya se venía realizando, propiciando el mercadeo, acercamiento, soporte, consultoría e interacción digital con otros grupos de interés, focalizados dentro de la comunidad universitaria y en la sociedad en general, todo ello aprovechando las bondades y herramientas gestionables a través de las redes sociales y/o de los repositorios de demanda digital. De igual manera, en atención a la situación que representa actualmente la COVID-19, los temas de previsión, cumplimiento y sanitización, deberán preponderar en el discurso administrativo y operativo, todo ello con objeto de que los elementos producidos y/o realizados al interior de TeleUV ganen notoriedad y atiendan –de una manera más personalizada– todo tipo de necesidades ante eventuales contingencias y aislamientos.

Todo lo descrito se ha realizado de una manera preliminarmente enunciativa y bajo observación directa, por lo cual, se precisará de una mayor formalidad y estructura para su ejecución a través de otras metodologías requeridas por la institución y sus autoridades, y en concordancia a lo que vaya surgiendo y requiriéndose de ser perfeccionado, derivado de la situación coyuntural que han estado experimentando todas las entidades académicas y dependencias que forman parte de la UV.

## **Objetivos, Metas y Líneas de Acción**

Con la clave programática 33101, correspondiente a la Difusión de Acciones Universitarias, y con el código 11918, que la identifica como una Dependencia adscrita a la UV, el Departamento de Medios Audiovisuales cuenta con la autonomía para definir objetivos y metas dentro de un Programa Operativo Anual, así como para ponderar las partidas presupuestales que su administración considere necesarias a fin de ejecutar las acciones por alcanzar, esto, en concordancia con el techo presupuestal asignado cada año por la Secretaría de Administración y Finanzas (SAF) de la institución, el cual es controlado a través de la Dirección de Recursos Financieros y la Dirección de Presupuestos, y, bajo seguimiento y evaluación por parte de la Dirección de Planeación Institucional.

Para llevar a cabo sus actividades y operaciones, el DMA deberá ubicar y alinearse dentro del Plan General de Desarrollo y Programa Estratégico de Trabajo en turno, tal como se muestra abajo:

**Eje Estratégico: Visibilidad e impacto social.** “A través de este se busca proyectar a la Universidad Veracruzana como una institución con reconocimiento regional, nacional e internacional por su com-

promiso con el desarrollo social comunitario, humanístico, ambiental y cultural. A través de un programa de comunicación audiovisual, se incrementará y fortalecerá la vinculación universitaria, la equidad de género, interculturalidad, sustentabilidad, internacionalización, inclusión, promoción de la salud, derechos humanos, justicia y arte-creatividad; la participación en proyectos con el sector externo y su contribución a la formulación de políticas públicas. Asimismo, la promoción de la cultura de la paz y de los derechos humanos como parte de la responsabilidad social de la Institución” (Universidad Veracruzana, 2018).

**Programa: Vinculación y responsabilidad social universitaria.** “Impulsar con los medios audiovisuales una permanente relación con los sectores público, social y empresarial que contribuya al desarrollo de las funciones institucionales; fortalecer y extender la cultura universitaria en el ámbito estatal, nacional e internacional a través de las actividades artísticas, científicas y académicas, y la generación de contenidos. Coadyuvando con ello a la formación integral del estudiante y a consolidar la presencia y el reconocimiento de la universidad por la sociedad” (Universidad Veracruzana, 2017).

### **Líneas Estratégicas Acordes a TeleUV**

- ✓ Ampliar la cobertura de las actividades culturales, artísticas y de divulgación científica en la atención universitaria y del estado de Veracruz.
- ✓ Ampliar y fortalecer la difusión de las actividades culturales y artísticas a nivel regional, nacional e internacional a través de los diferentes medios de comunicación universitarios.
- ✓ Fortalecer y crear programas de divulgación de la ciencia y la tecnología, extendiendo su presencia en las regiones universitarias.
- ✓ Reforzar las acciones para el rescate, protección y conservación del patrimonio cultural y artístico de la Universidad y el estado de Veracruz.
- ✓ Desarrollar un repositorio institucional sobre la cultura, lenguas maternas, tradiciones y patrimonio cultural de cada región del estado de Veracruz.
- ✓ Desarrollar multimedia con impacto a la comunidad universitaria y a la sociedad general.
- ✓ Disponer de un sistema de comunicación universitaria que favorezca la relación interna y externa, que visibilice el quehacer académico, científico, social y cultural.
- ✓ Asegurar la implementación de una estrategia de comunicación interna y externa en los ámbitos nacional e internacional.
- ✓ Actualizar y modernizar el portal institucional para hacerlo más accesible, dinámico y efectivo.
- ✓ Contar con un programa de identidad y pertenencia (Universidad Veracruzana, 2018).

**Justificación:** El Departamento de Medios Audiovisuales (TeleUV) representa desde su creación la memoria histórica audiovisual de esta Casa de Estudios, brindando apoyo al cumplimiento de sus principales actividades sustantivas; docencia, investigación, extensión, difusión y vinculación, incluyendo sus servicios a la comunidad que emana de la misma registrando toda clase de eventos relevantes para la institución y sociedad en general.

En apego del Plan General de Desarrollo 2030 y el Programa de Trabajo Estratégico 2017-2021, TeleUV identifica que se deben fortalecer los procesos de planeación y gestión de recursos de tal manera que éstos impacten positivamente en el cumplimiento de los resultados bajo un enfoque de sustentabilidad. Con esta premisa, TeleUV precisa impulsar acciones que permitan replantear, renovar, fortalecer y brindar continuidad al camino de la comunicación audiovisual institucional en diversos temas vigentes y prioritarios, tales como: la responsabilidad social universitaria y su desarrollo sustentable, la innovación académica, la vinculación con su entorno, su cultura humana, la gestión flexible y transparente de su funcionamiento, entre otras.

Dichas acciones y servicios comprenden –entre otros– el registro de las actividades rectorales y regionales, cobertura de eventos institucionales; consejos universitarios, congresos regionales, coloquios, conferencias magistrales, actividades deportivas, eventos académicos y/o culturales, así como apoyar a la comunidad universitaria con producciones audiovisuales y la asesoría necesaria sobre la realización de las mismas bajo los mejores estándares de calidad en contenido y técnica.

Se destaca también dentro de las actividades inherentes al Departamento, el contenido audiovisual bajo demanda (servidores institucionales y comerciales) los cuales sirven de material de consulta constante para la comunidad universitaria, así como acuerdos con televisoras nacionales e internacionales. Asimismo, realiza la transmisión de contenido audiovisual por señal streaming a través del portal institucional, emanada desde las instalaciones de TeleUV y cuyo contenido abarca producciones propias, así como de otras instancias universitarias, además de transmitir en vivo algunos eventos universitarios (académicos, culturales, artísticos y deportivos más representativos).

Así, TeleUV se encarga de realizar producciones propias (entiéndase programas de televisión) cuya finalidad es difundir las acciones universitarias de una manera creativa y a su vez efectiva hacia los distintos públicos tanto locales, estatales, nacionales e internacionales; esto incluye la preservación del patrimonio histórico de esta casa de estudios, mismo que es almacenado dentro del Centro de Información y Documentación Audiovisual (Universidad Veracruzana, 2015).

**Objetivo General:** Consolidar la oferta y servicios en televisión y video: desde la producción, resguardo y soporte de materiales didácticos y de divulgación, de apoyo a la docencia y difusión de la cultura, incrementando servicios de unidades móviles para registro, transmisión en vivo o diferida y creación de acervo, videos especiales, documentales, producciones propias, a través de los distintos medios institucionales de telecomunicación digital que estén disponibles, además de otros medios con los cuales se tenga convenio suscrito y vigente.

**Objetivo particular 1:** Registrar audiovisualmente las actividades sustantivas de la Universidad Veracruzana y promoverlas dentro y fuera de la comunidad UV a través de los distintos medios comunicación institucionales, públicos, nacionales e internacionales en coordinación con la DGCU, brindando apoyo en materia de soporte y consultoría audiovisual a las entidades universitarias que así lo requieran, contribuyendo a la consolidación y fortalecimiento de la imagen pública de dicha Casa de Estudios.

**Resultado 1.1:** Proporcionar el 100% de insumos y suministros necesarios para el cumplimiento de los objetivos de TeleUV durante el ejercicio 2021.

**Actividad 1.1.1:** Facilitación de insumos, materiales y suministros requeridos para el ejercicio 2021.

**Unidad de Medida:** 129 Insumos.

**Resultado 1.2:** Producir productos audiovisuales originales y promoverlos en la comunidad y público en general durante el año 2021.

**Actividad 1.2.1:** Investigación, planeación, gestión, producción y realización, registro, resguardo, edición y postproducción de productos audiovisuales para su proyección, difusión y divulgación.

**Unidad de Medida:** 190 Producto.

### **III. Datos Numéricos**

Con el fin de representar numérica y estadísticamente los datos registrados por grabaciones, producciones, registro de contenido audiovisual, coberturas de eventos por unidades móviles, convenios y acuerdos de colaboración con instituciones educativas, gubernamentales y privadas, así como la promoción, vinculación, difusión y extensión de TeleUV dentro y fuera de la comunidad universitaria

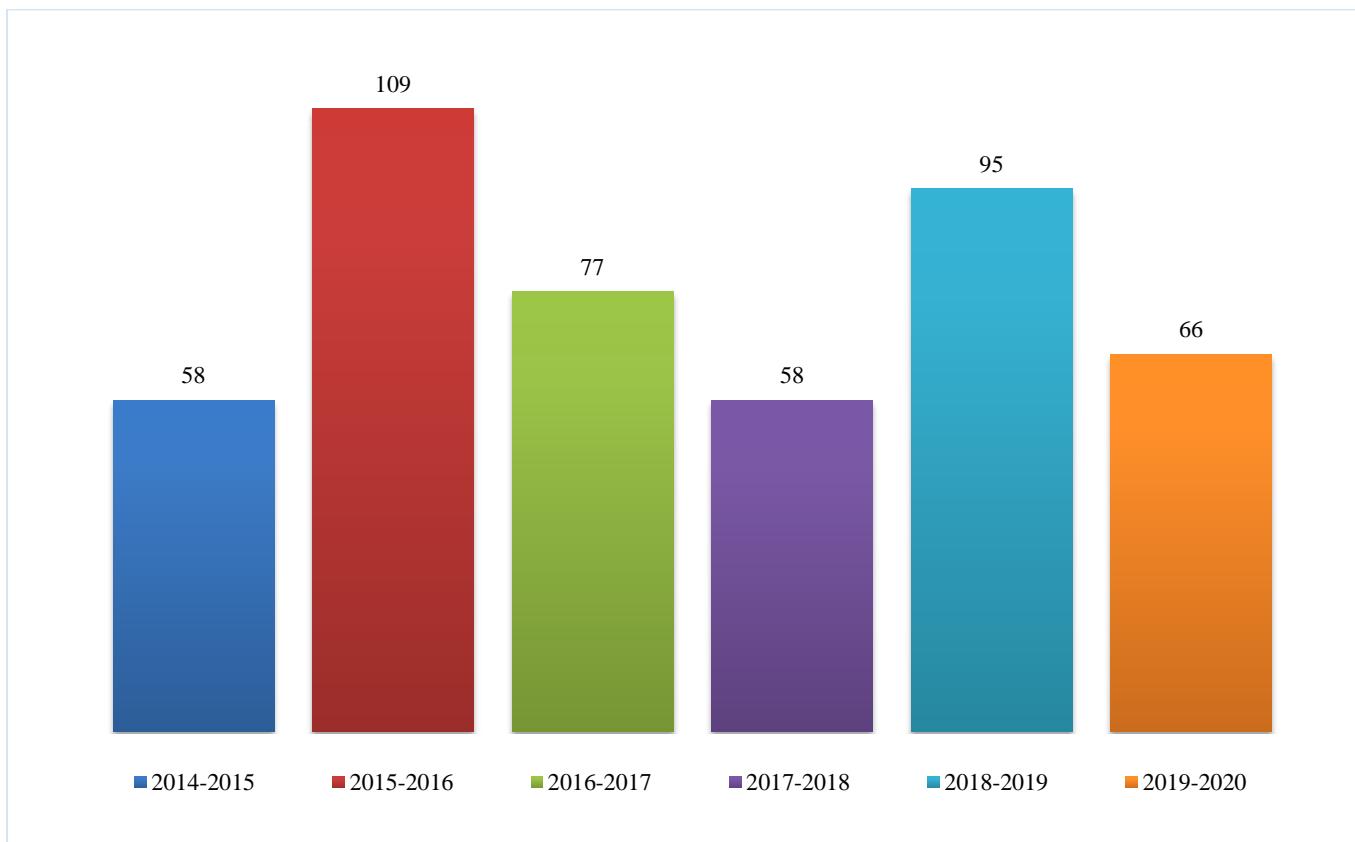
como parte de sus funciones sustantivas, se presenta a continuación la información gráfica y cuantitativa generada mediante el control interno del Departamento durante el periodo: **01 de septiembre al 31 de agosto** en cada uno de los ejercicios mostrados.

Cabe señalar que la información porcentual expresada gráficamente, contiene criterios de redondeo en sus cifras decimales, por lo que la misma pudiera variar a causa de estas razones.

En referencia a los programas producidos por el Departamento de Medios Audiovisuales, se identifica que –ver Gráficos 1 y 2– hay un incremento considerable durante el ejercicio 2015-2016 correspondiente a 109 Programas con relación a los demás períodos, destacando el hecho que a pesar de que los períodos 2014-2015 y 2017-2018 presentan las mismas cifras, existe una tendencia positiva en el incremento de programas en un rango del 14% hasta un 88%.

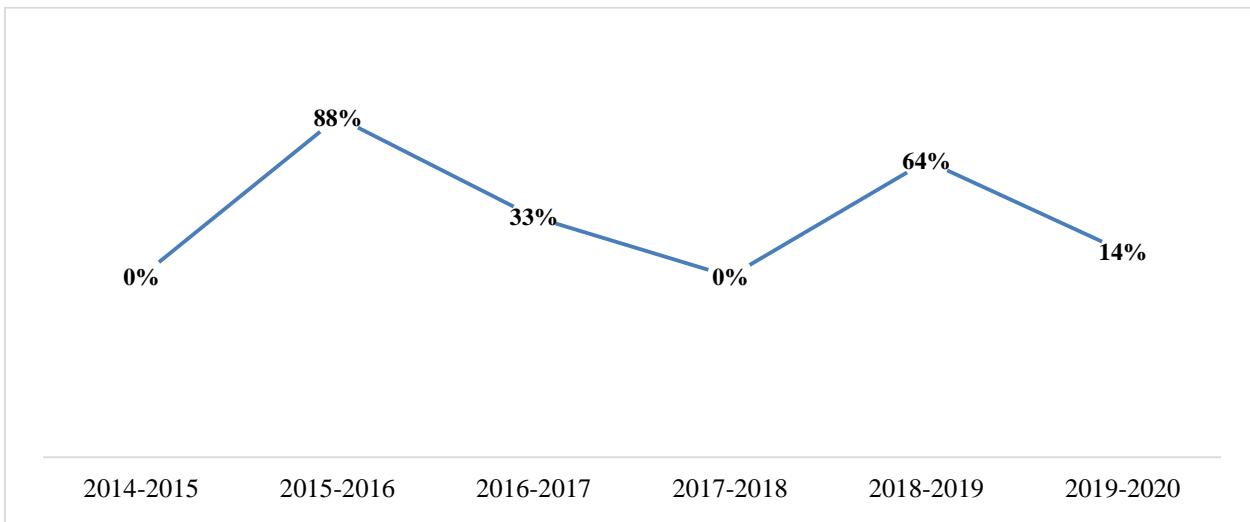
Si bien se observa un incremento del 88% durante el periodo 2015-2016, para años posteriores se hace más evidente una mejora en la calidad técnica y de contenido en los programas producidos, los cuales, debido a que requerían de un mayor tiempo de elaboración, se determina reducir la cantidad para enfocarse en la calidad y lograr con ello una mejor distribución del recurso humano y operativo.

**Gráfico 1. Programas producidos**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

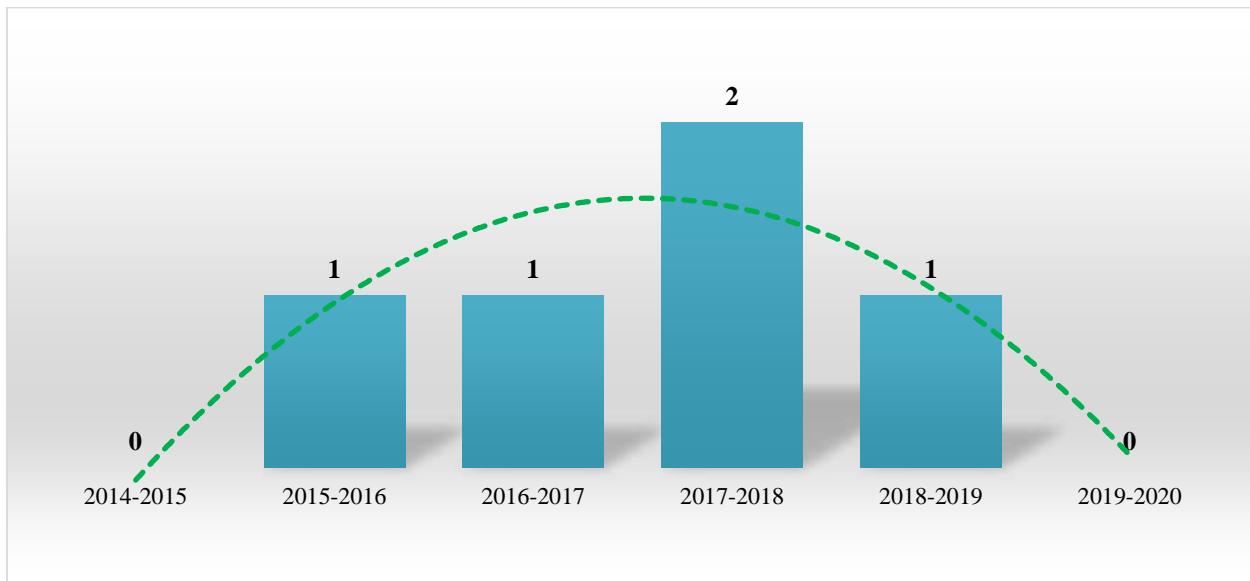
**Gráfico 2. Incremento Porcentual en programas producidos**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

Con relación a los Documentales, se observa que TeleUV realiza –ver Gráfico 3– por lo menos un contenido a partir del ejercicio 2015-2016; sin embargo, para el último periodo 2019-2020 no se tuvo registro alguno debido al cese de labores presenciales por la pandemia mundial COVID-19.

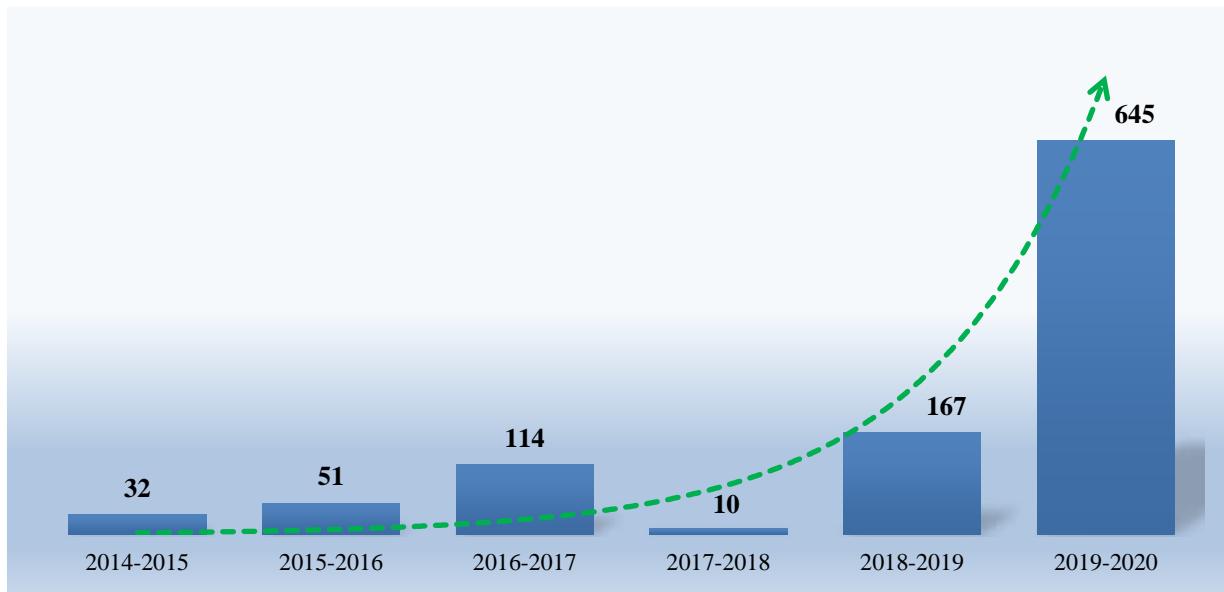
**Gráfico 3. Documentales**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

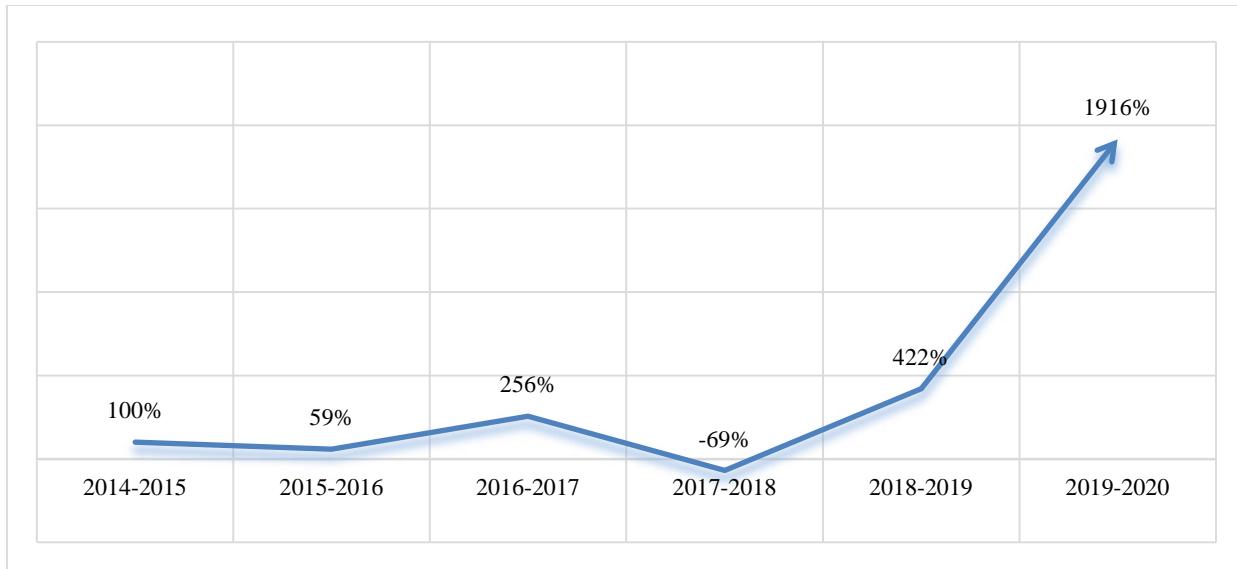
Tomando en consideración las cápsulas, notas, videos y producciones especiales (con duración de menos de 20 minutos) derivado de la atención a dependencias universitarias, se puede observar que, para el periodo 2019-2020 se realizaron –ver Gráficos 4 y 5– 613 producciones más con relación al periodo inicial 2014-2015 y cuyo incremento corresponde a un 1916%.

Gráfico 4. Cápsulas, notas, videos y producciones especiales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

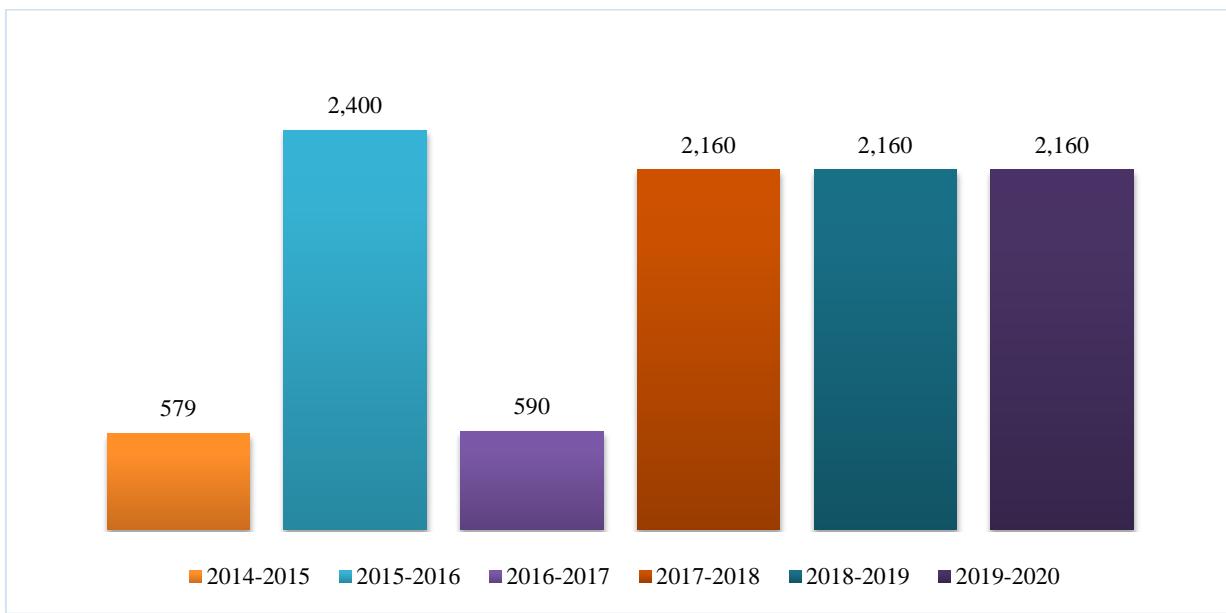
Gráfico 5. Incremento porcentual en cápsulas, notas, videos y producciones especiales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

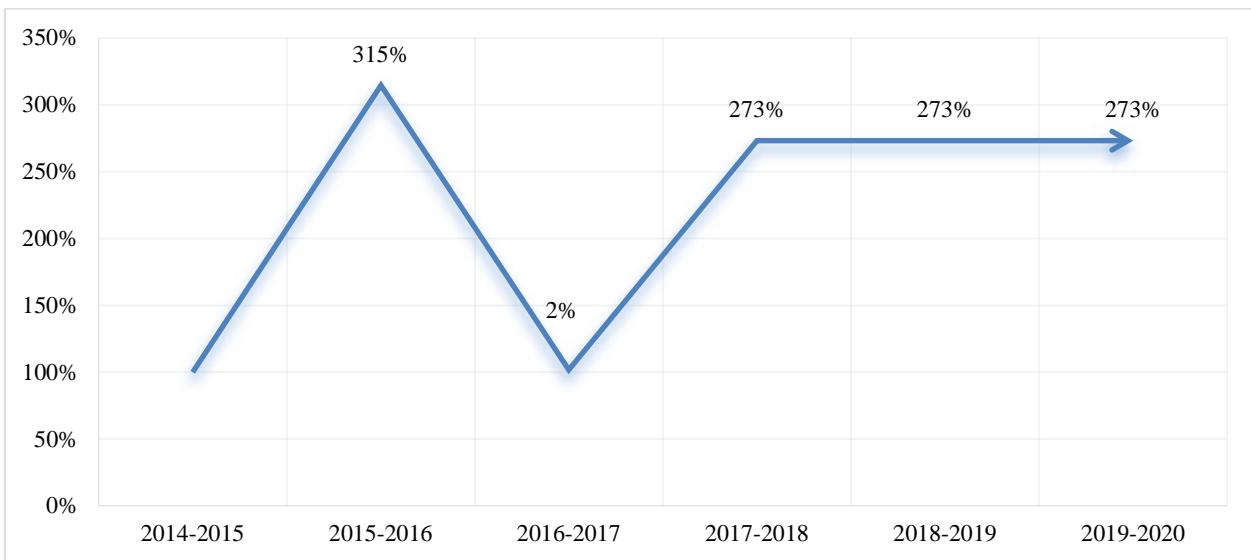
Por otro lado, TeleUV produce spots que se transmiten continuamente a través de la barra programática del canal de internet destacando que, para los últimos 3 ejercicios, se incrementó en un 273% con respecto al periodo inicial 2014-2015. El ejercicio 2016-2017 registró –ver Gráficos 6 y 7– el menor de los incrementos con un 2%; no obstante, lo anterior, se manifiesta una tendencia ascendente hacia el último periodo destacando positivamente una mayor presencia de TeleUV en beneficio de la comunidad universitaria y el público interesado en la misma.

Gráfico 6. Spots para Barra Programática



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

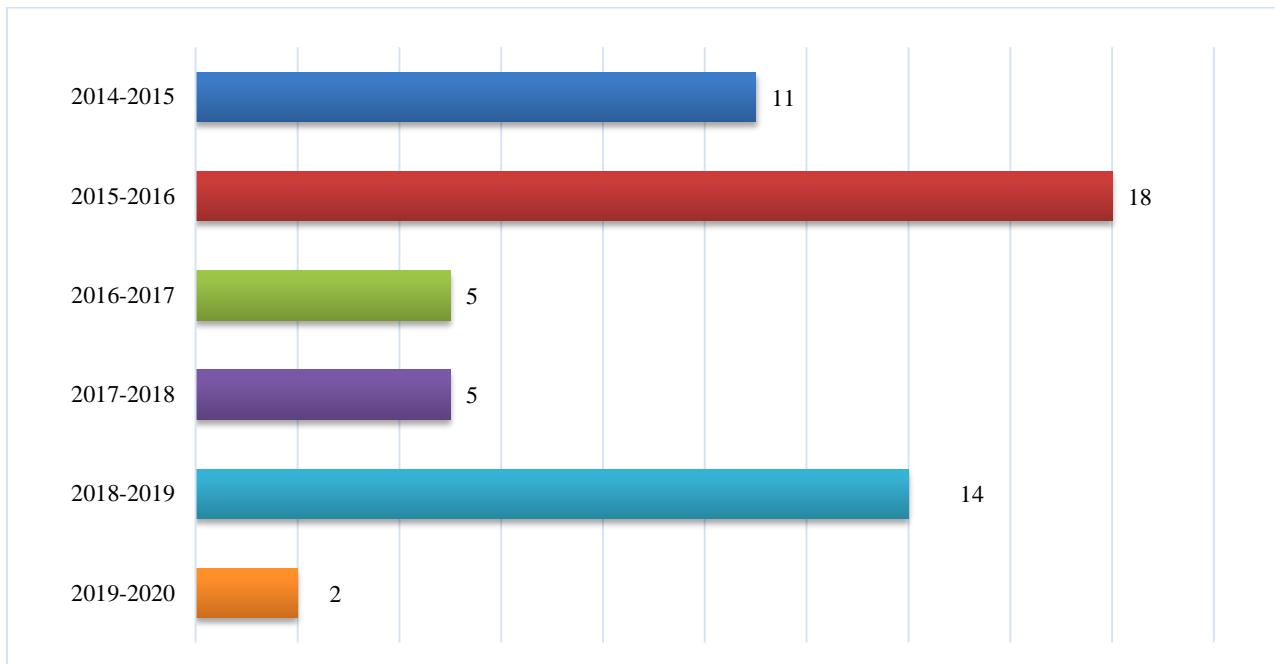
Gráfico 7. Incremento porcentual en Spots para Barra Programática



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

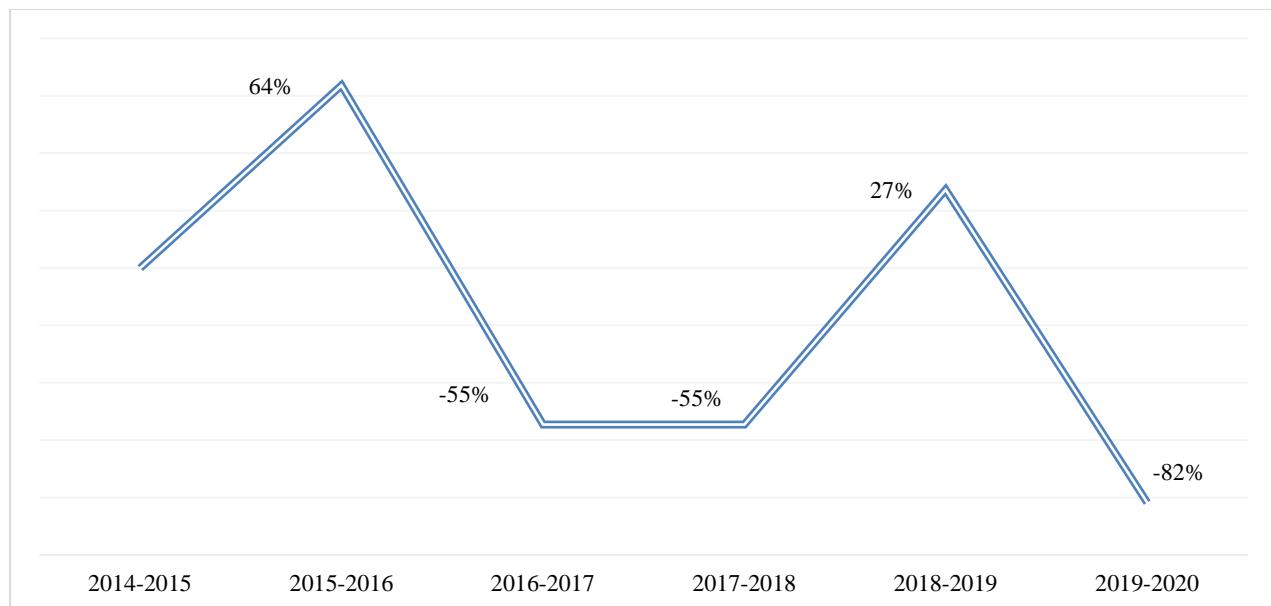
Con relación a los spots genéricos que distintas dependencias solicitan a TeleUV con motivo de eventos académicos, deportivos, culturales y distintas actividades relevantes para la institución, se observa –ver Gráficos 8 y 9– una disminución del 82% para finales del periodo 2019-2020; situación que se justifica debido a la cancelación de eventos sociales durante este último periodo y por el tiempo que conlleva realizar este tipo de contenido (2 meses aproximadamente), se diversificaron estos servicios con otros tipos de productos audiovisuales.

**Gráfico 8. Spots Genéricos no pertenecientes a la Barra Programática**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

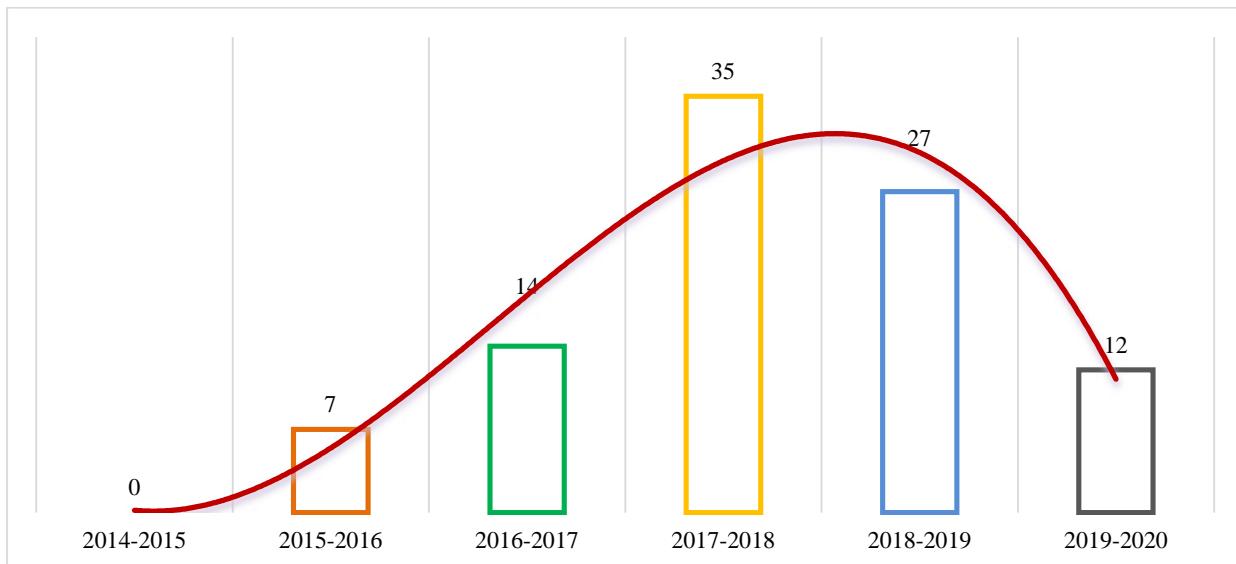
**Gráfico 9. Incremento porcentual en Spots Genéricos no pertenecientes a la Barra Programática**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

El siguiente Gráfico –ver 10– revela que, a partir del periodo 2015-2016 el Departamento de Medios Audiovisuales promueve la cobertura de eventos por Circuito Cerrado con un mínimo de 7 eventos en el 2015-2016 y un máximo de 35 durante el 2017-2018, manteniendo una tendencia ascendente para el resto de los periodos y realizando un promedio de 16 eventos por Circuito Cerrado.

Gráfico 10: Eventos por Circuito Cerrado

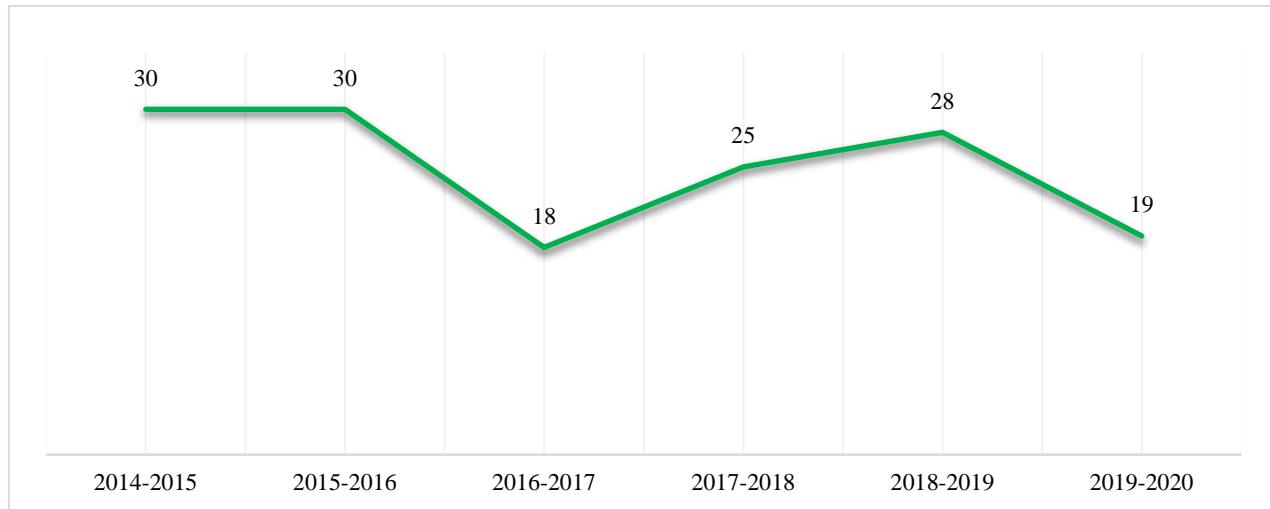


Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

Con relación a los conciertos de la Orquesta Sinfónica de Xalapa, se puede observar que –ver Gráfico 11– hay una tendencia descendente hacia los últimos períodos, registrando las cifras más bajas durante los ejercicios 2016-2017 y 2019-2020 con 18 y 19 coberturas respectivamente, sin embargo, también consta que TeleUV realiza un promedio de 25 coberturas al año.

Cabe destacar que, a partir de 2016, se formalizó una alianza con Radiotelevisión de Veracruz para la grabación de conciertos con varias cámaras simultáneas, así como con equipo profesional de ambas instituciones para un registro y grabación de primer nivel (comparada con otras salas de conciertos). Antes de 2016 solo se registraban con una sola cámara y eran imposibles de transmitir.

Gráfico 11. Cobertura de conciertos OSX

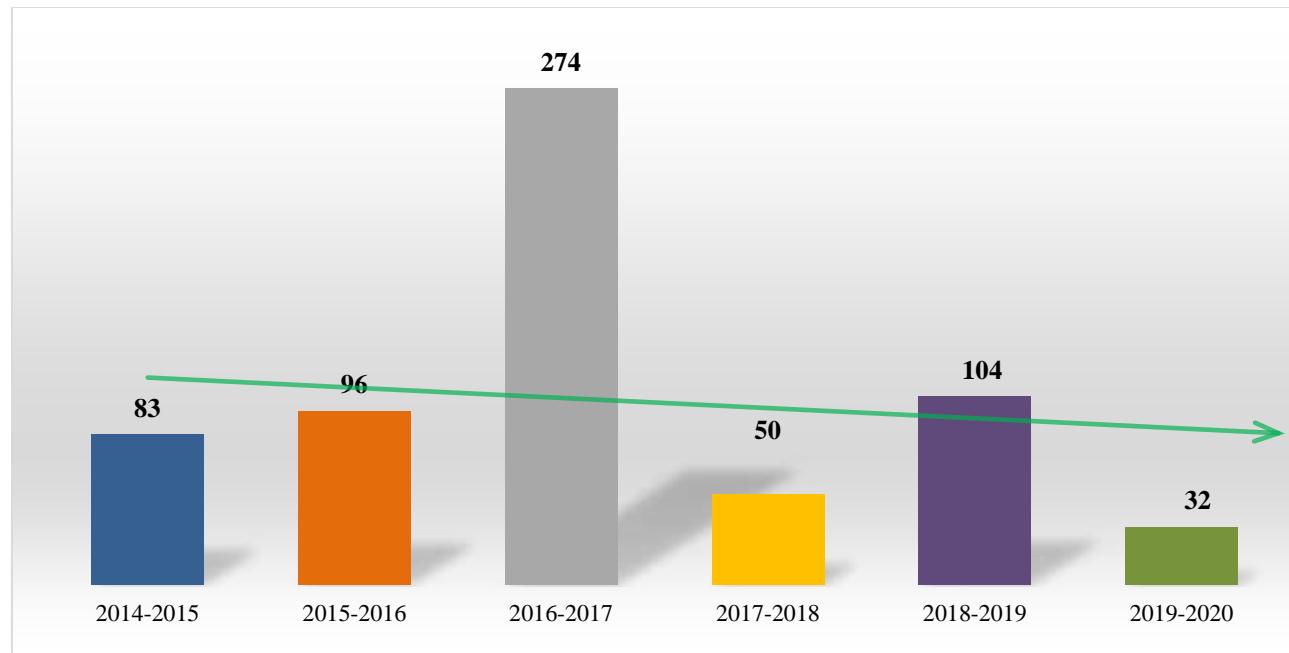


Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

En función de la cobertura de eventos académicos, artísticos, musicales, deportivos e institucionales, se puede observar que –ver Gráfico 12– el ejercicio 2016-2017 ostenta tener el mayor índice de eventos con 274 registros mientras que el último periodo 2019-2020 es representado con la menor cantidad, lo cual se justifica por la contingencia sanitaria mundial COVID-19 que demandó la cancelación de todos los eventos públicos, situación que invariablemente impactó negativamente en las estadísticas. Sin embargo, prescindiendo de este último periodo por las situaciones expuestas, se puede observar que TeleUV mantiene una constante positiva y ascendente en la cobertura de eventos académicos, deportivos y culturales registrando un promedio de 107 eventos por periodo.

También es importante señalar que a partir de 2017 se realizan lineamientos de solicitud de coberturas publicados en la página [www.uv.mx/television](http://www.uv.mx/television). Con esto, los solicitantes se vieron en la necesidad de ser más específicos en sus solicitudes y más coherentes, de manera que permitió racionalizar el recurso humano, financiero y técnico-operativo.

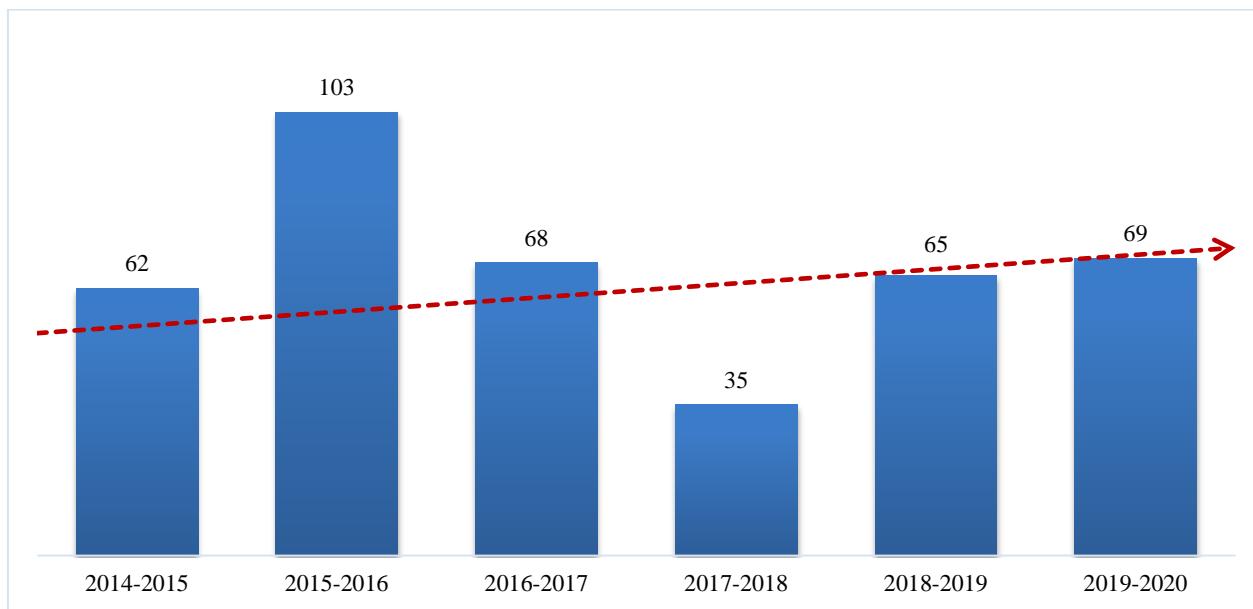
**Gráfico 12. Eventos académicos, deportivos, culturales e institucionales**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

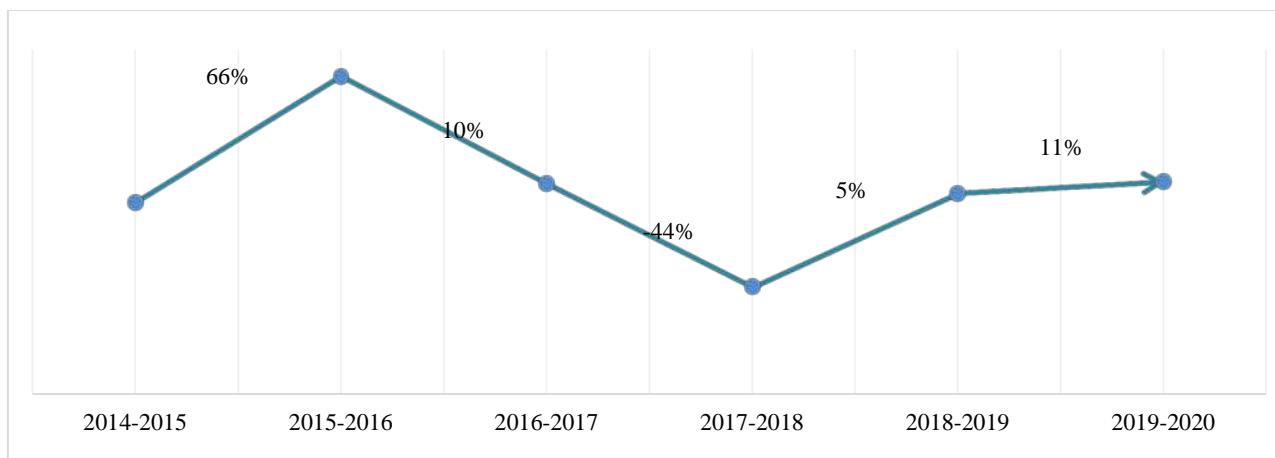
Los siguientes Gráficos –ver 13 y 14– muestran distintos eventos cubiertos por el Departamento de Medios Audiovisuales a través de Unidades Móviles, manteniendo un promedio de 67 eventos por cada periodo y alcanzando un máximo de 103 registros durante el periodo 2015-2016. Cabe señalar también que existe una tendencia general ascendente en el índice de coberturas hacia finales del periodo 2019-2020 incrementando un promedio del 10% en los servicios por Unidades Móviles.

**Gráfico 13. Cobertura de eventos por Unidades Móviles**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

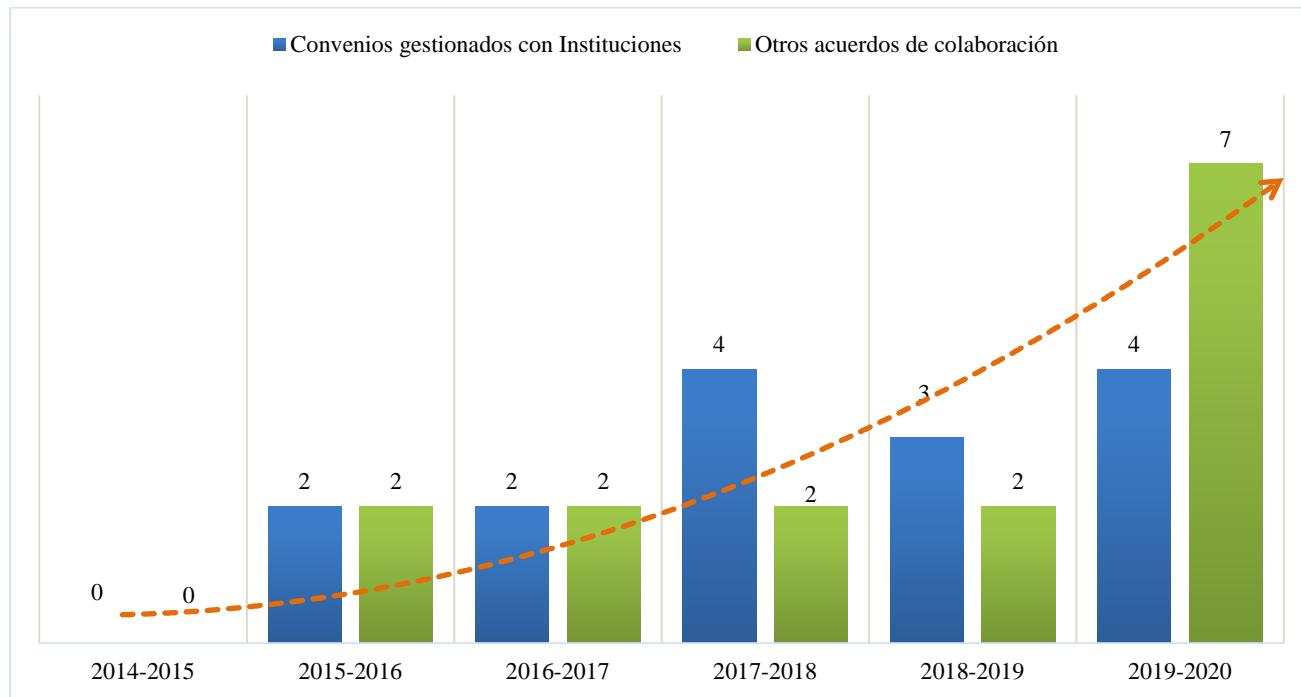
**Gráfico 14. Incremento porcentual en cobertura de eventos por Unidades Móviles**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

Con el fin de promocionar y vincular los servicios de TeleUV dentro y fuera de la comunidad universitaria, como parte de una visión estratégica apagada al Plan General de Desarrollo 2030 y al Programa de Trabajo Estratégico 2017-2021, se puede observar –ver Gráfico 15– que, a partir del periodo 2015-2016 se han formalizado –por lo menos en cada periodo– 2 Convenios y/o 2 Acuerdos de Colaboración con Instituciones Educativas, Gubernamentales, Privadas, incluyendo televisoras nacionales e internacionales, registrándose el índice más alto en el último periodo 2019-2020 con 4 Convenios y 7 Acuerdos de Colaboración, determinando también un comportamiento positivo entre las variables con tendencia ascendente.

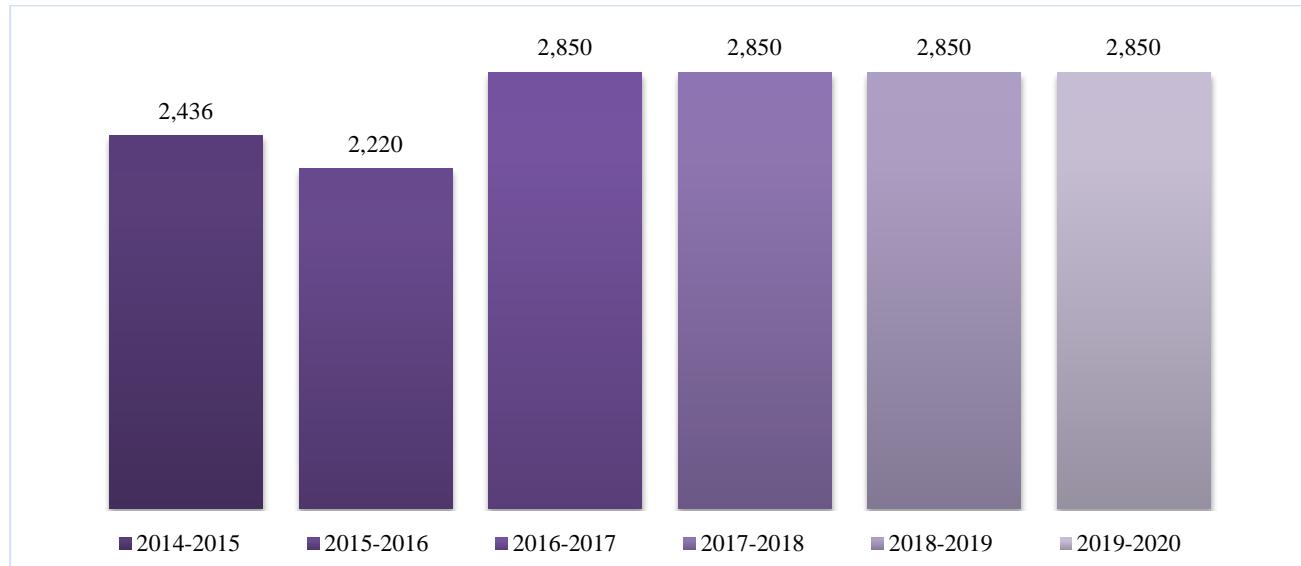
**Gráfico 15. Convenios y Acuerdos de Colaboración**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

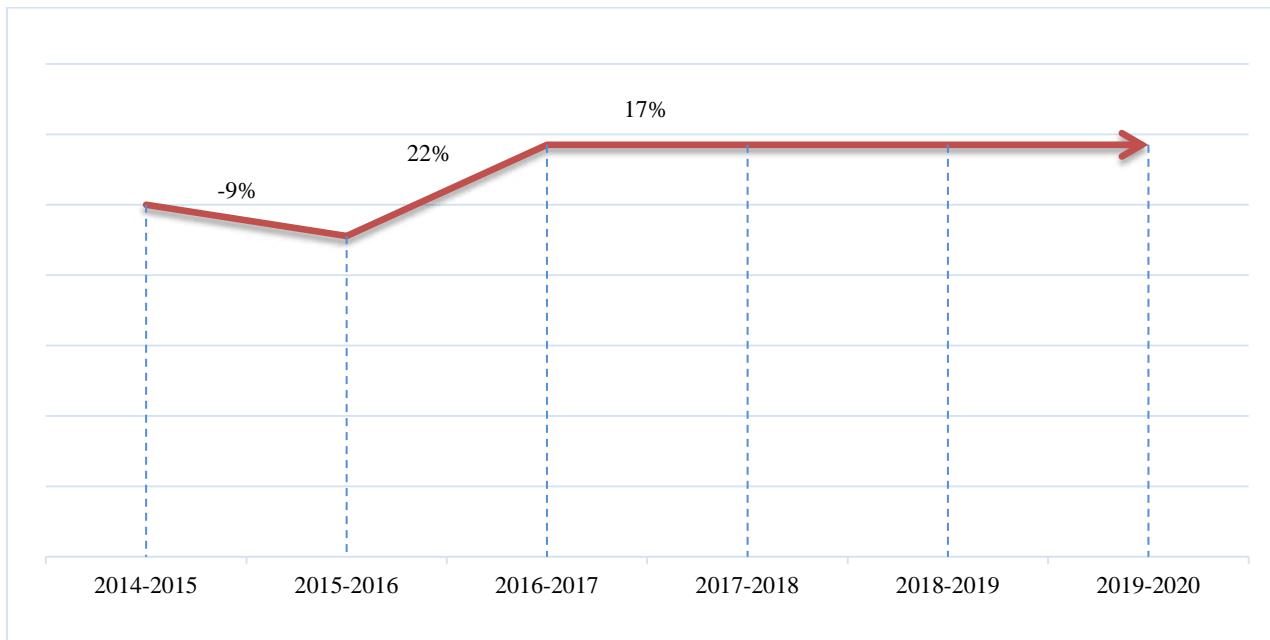
Cabe destacar que la transmisión de contenido audiovisual por señal streaming –emanada desde las instalaciones de TeleUV– ha incrementado un máximo del 17% con relación a la variable inicial 2014-2015 agregando 630 hrs. de televisión universitaria en internet. Asimismo, se puede observar que –ver Gráficos 16 y 17– el registro más bajo corresponde al periodo 2015-2016 con 2,220 hrs., sin embargo, los periodos subsecuentes presentan una recuperación del 22% con relación a este periodo.

**Gráfico 16. Horas de transmisión por internet**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

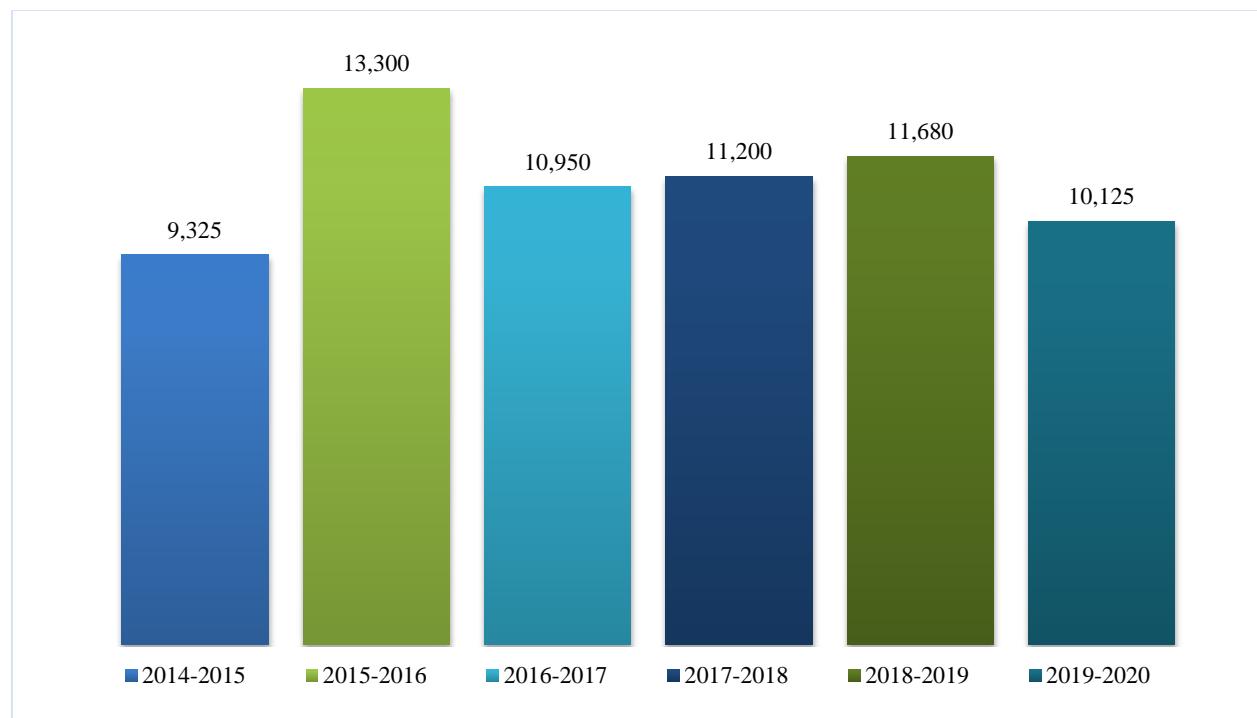
**Gráfico 17. Incremento porcentual de horas de transmisión por internet**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

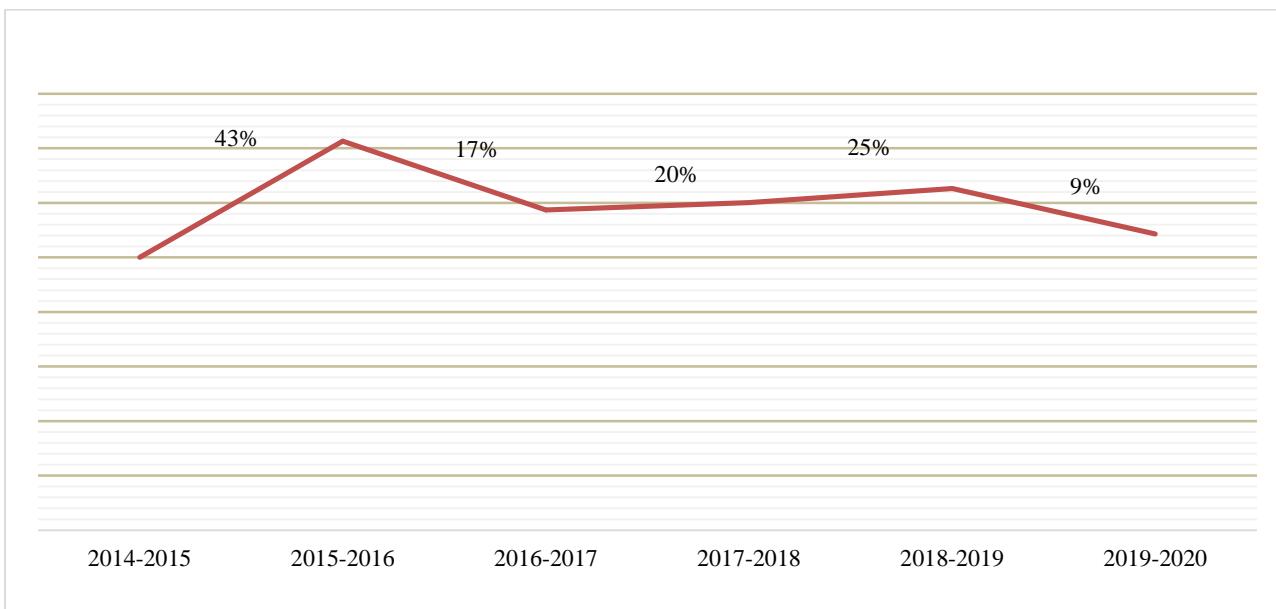
Con relación a los usuarios conectados a plataformas y redes sociales como el Portal UV, Facebook Live e incluso YouTube, se ha registrado –ver Gráficos 18 y 19– un promedio general de 11,097 usuarios conectados a estas plataformas, representando un incremento porcentual promedio del 23%.

**Gráfico 18. Conexión de usuarios en internet (Streaming UV/Facebook Live/YouTube)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

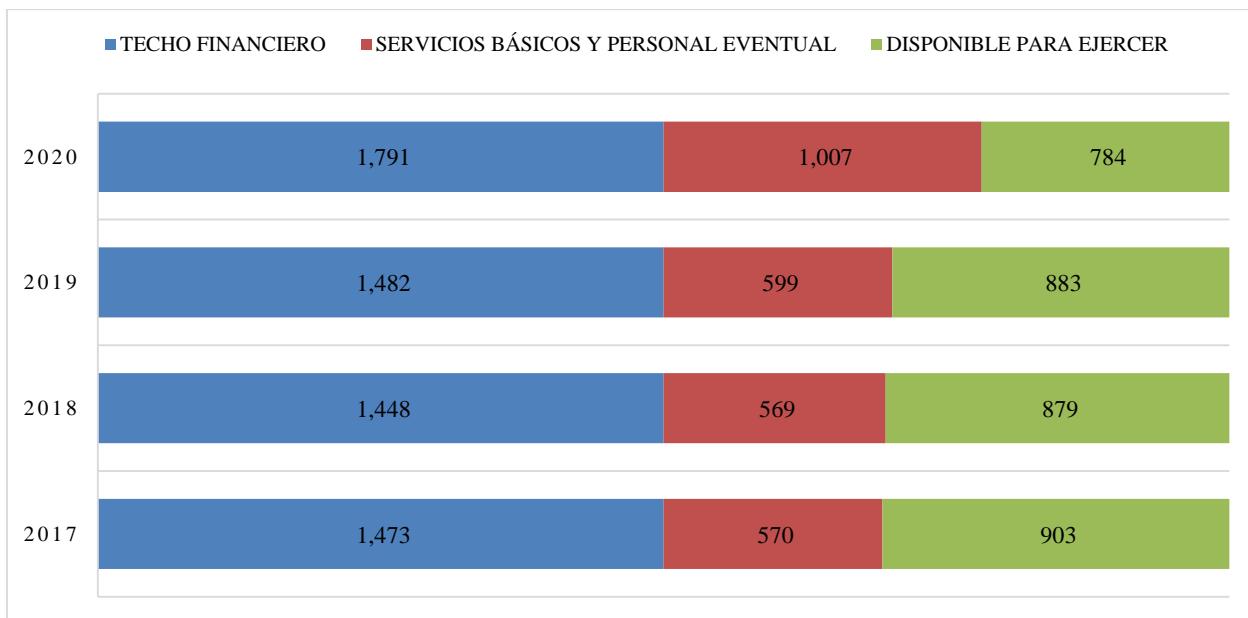
**Gráfico 19: Incremento porcentual de conexión de usuarios en internet (Streaming UV/Facebook Live/YouTube)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

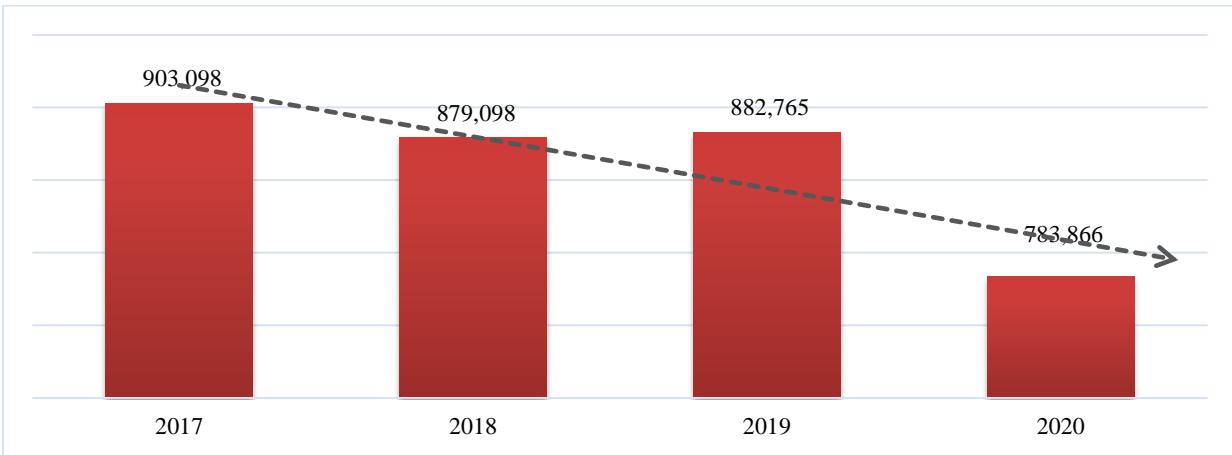
En las siguientes Gráficos –ver 20, 21 y 22– se puede identificar una proyección descendente en el presupuesto disponible para la operación de TeleUV a partir del ejercicio 2018, registrando el último periodo 2019-2020 el monto más bajo de todas las variables con \$783,866, dicha cantidad representa un porcentaje negativo del 13% y en cifras constituye un recorte al presupuesto de \$119,232 con relación al periodo inicial 2017 y de \$98,899 respecto del ejercicio inmediato anterior 2019.

**Gráfico 20. Distribución del presupuesto asignado a TeleUV**



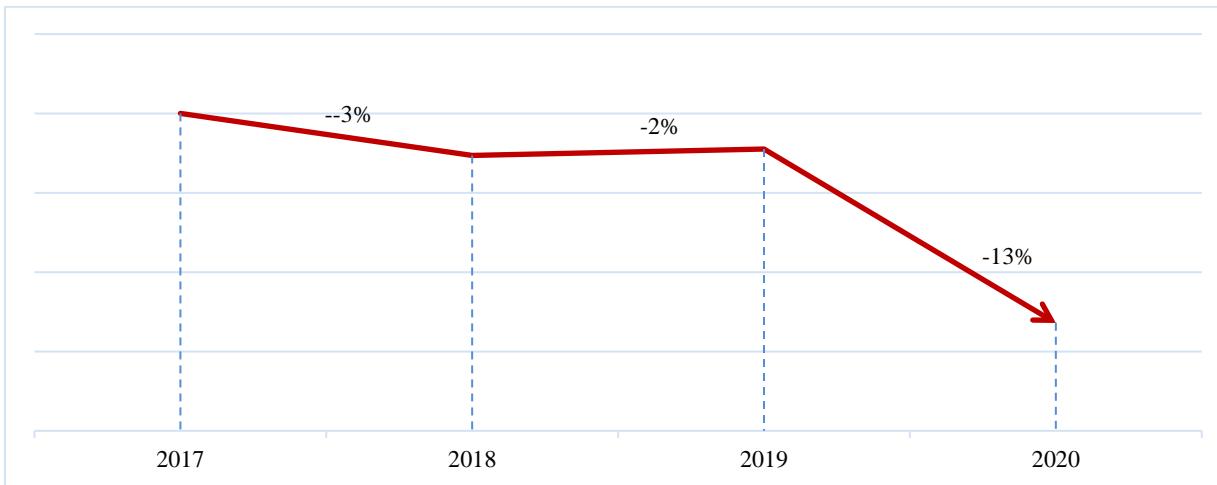
Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

**Gráfico 21. Presupuesto disponible para operación de TeleUV**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

**Gráfico 22. Incremento porcentual en el presupuesto disponible para operación de TeleUV**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos por control interno del Departamento.

## Conclusión de la información cuantitativa

Como conclusión del análisis de los gráficos producidos destacamos, en primer lugar, el notable incremento en la producción de Programas, Coberturas, Eventos y diversos Contenidos Audiovisuales a cargo de TeleUV, así como una tendencia ascendente en los servicios de coberturas a través de Unidades Móviles, las cuales, no sólo se realizan al interior de la ciudad de Xalapa, sino también en las distintas sedes regionales a lo largo del estado de Veracruz.

Como parte de la difusión y extensión del contenido, se observa que en los últimos períodos se han alcanzado cifras destacables debido al aumento en las horas de transmisión vía internet y la conexión hacia éstos por parte de los usuarios suscritos a través de plataformas virtuales y redes sociales.

Aunado a lo anterior, también despunta la importancia de la Promoción y Vinculación del TeleUV con los distintos sectores públicos y privados, realizando en cada periodo convenios y acuerdos de colaboración que permitan establecer bases y mecanismos de colaboración a futuro.

Por último, pero no menos importante, se distingue un recorte presupuestal en todos los escenarios presentados, siendo éste elemento el más importante para el correcto cumplimiento de las funciones sustantivas del Departamento, ya que la demanda en coberturas institucionales, eventos académicos, deportivos y culturales, así como la producción de programas y generación de contenido audiovisual, continúa incrementándose substancialmente como se pudo apreciar en el presente estudio. Sin embargo, y a pesar de las estrategias de austeridad que se implementan al interior de TeleUV, necesariamente se requiere de un presupuesto más adecuado para hacer frente a la constante demanda de servicios audiovisuales que solicita la comunidad universitaria y solventar los altos costos de producción, operación e inversión/equipamiento que conllevan la realización de los mismos, de tal modo que se respalden y fortalezcan las actividades que realiza TeleUV en favor de la institución y de la comunidad universitaria como parte de sus funciones sustantivas, estas son, docencia, investigación, vinculación, difusión y extensión de los servicios.

## Referencias

- Burillo, K. (2002). *Surgimiento y desarrollo de la televisión universitaria en la Universidad Veracruzana. Tesis de licenciatura*. Xalapa, Veracruz.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (Diciembre de 2006). Estrategia y Sociedad: El Vínculo Entre Ventaja Competitiva y Responsabilidad Social Corporativa. *Harvard Business Review*, 84(12), 42-56.
- Universidad Veracruzana. (1993). *Universidad Veracruzana 1993*. Xalapa, Veracruz.
- Universidad Veracruzana. (Noviembre de 2009). Semblanza: Coordinación de Medios Audiovisuales. *Plan de Desarrollo 2009-2013*. Xalapa, Veracruz.
- Universidad Veracruzana. (2014). *Informe de Auditoría del DMA*. Obtenido de Colaboración UV: <http://colaboracion.uv.mx/rept/files/2013-08/216/3-Auditoria-Administrativa-Financiera-al-Departamento-de-Medios-Audiovisuales.pdf>
- Universidad Veracruzana. (2015). *Programa Operativo Anual 2015*. Recuperado el 19 de Enero de 2014, de Planeación y Evaluación Institucional: <http://www.uv.mx/planeacioninstitucional/departamento-de-evaluacion-institucional/programa-operativo-anual-poa/>
- Universidad Veracruzana. (2017). *Plan General de Desarrollo 2030*. Recuperado el 16 de Mayo de 2019, de Dirección de Planeación Institucional: <https://www.uv.mx/planeacioninstitucional/files/2019/05/UV-Plan-General-2030.pdf>
- Universidad Veracruzana. (Marzo de 2018). *Programa de Trabajo Estratégico 2017-2021*. Recuperado el 16 de Mayo de 2019, de Programa de Trabajo: <https://www.uv.mx/documentos/files/2019/05/pte-2017-2021.pdf>