



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

RECTORIA GENERAL

Of. No. IV/01/2005/49/II

Mtro. Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla
Vicerrector Ejecutivo
Universidad de Guadalajara
P r e s e n t e

De conformidad con lo previsto en los artículos 35 fracción II y 42 fracción I de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, se remite a sus finas atenciones para su ejecución el dictamen emitido por las Comisiones Conjuntas de Hacienda y Normatividad del H. Consejo General Universitario en sesión extraordinaria del jueves 16 de diciembre de 2004:

Dictamen núm. I/2004/375: Mediante el cual se extingue la Oficina de Comunicación Social y se crea en su lugar la Dirección General de Medios, adscrita a la Secretaría General.


Lo anterior, para los efectos legales a que haya lugar.

A t e n t a m e n t e
"PIENSA Y TRABAJA"

Guadalajara, Jalisco, 13 de enero de 2005




Lic. José Trinidad Padilla López
Rector General


Secretaría
General

Mtro. Carlos Jorge Briseño Torres
Secretario General

c.c.p. Dirección General de Medios.
c.c.p. Coordinación General Académica.
c.c.p. Coordinación de Control Escolar.
c.c.p. Dirección de Finanzas.
c.c.p. Oficialía Mayor.
CJBT/MALO/Rosy



Exp. 021
Dictamen N° II/2004/375

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO
P R E S E N T E

A estas Comisiones Conjuntas de Hacienda y Normatividad ha sido turnada por el Rector General una propuesta en la que se plantea la creación de la Dirección General de Medios, que quedaría adscrita a la Secretaría General, así como la modificación del Estatuto General y del Reglamento Interno de la Administración General, conforme a la siguiente:

Justificación

En la actualidad, la importancia de los medios de comunicación es tan grande que nuestro tiempo ha sido llamado *La era de la información*. La comunicación es a tal extremo esencial que el mundo sin ella resulta impensable. Las enormes movilizaciones a favor de algunas de las grandes reivindicaciones de género, de la democracia, ecológicas, a favor de la paz y de las libertades en general, no serían concebibles sin la participación activa de los medios de comunicación quienes llegan a incidir de manera tal en la sociedad que moldean los gustos, valores, patrones de comportamiento y de consumo de la mayoría de los ciudadanos.

Hoy en día, los medios masivos de comunicación tienen una gran incidencia en la toma de decisiones de las sociedades modernas, pues son ellos los encargados de transmitir la información necesaria para que estas lleguen a tomar partida en asuntos que afectan a su sistema político. Fernando Vallespín, argumenta que *"es creciente el protagonismo en la vida pública de los medios de comunicación de masas y su gran influencia, sobre todo en el proceso político"*, esto constituye un problema ya que la sociedad se está disgregando; y, en consecuencia, resulta que sea cada vez más difícil que los ciudadanos se involucren en los temas sustantivos de una sociedad democrática.

Vallespín, menciona también que: "el creciente protagonismo de los medios de comunicación en la vida pública" ha generado grandes desafíos para la democracia. Los desafíos para la democracia pueden ser el problema de identidad; el problema de la legitimidad; la inclusión y exclusión; la apatía a las cuestiones políticas; y, la desestatización de los partidos políticos, entre otros.

Lo anterior significa que para bien o para mal los medios de comunicación son un arma de dos filos dentro de la política: por un lado construyen y por el otro destruyen. Bajo esta lógica, los medios de comunicación pueden ser el futuro de la democracia siempre y cuando sean utilizados de forma constructiva y responsable.





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Ese es el sentido que anima al presente proyecto, que se somete a la consideración del Consejo General Universitario. La Universidad no puede sustraerse de su obligación de contribuir a la construcción o consolidación de una democracia responsable a través de la acción de los medios de comunicación. Los fines y funciones sustantivas que como institución pública autónoma de educación superior en el Estado de Jalisco tiene, le permite tratar de generar mecanismos de comunicación que no atiendan solamente a la búsqueda del mercado o a la promoción del escándalo como mecanismo redituable de ganancia. Nuestro reto es hacer de los medios de comunicación instrumentos de educación y de auténtica comunicación para la sociedad.

La competencia feroz entre los medios de comunicación ha hecho de la - opinión pública - un gran mercado a conquistarse. Para ello cualquier procedimiento es bueno. El objetivo principal, espoleado por el afán de lucro de las empresas, es cautivar y ampliar el número de lectores, telespectadores u oyentes. Esto, en algunos casos, ha sometido a ciertos medios a la lógica del mercado en desmedro del respeto a la opinión pública y a la verdad. Con frecuencia la calidad y la autenticidad de la información han pasado a segundo plano.

Se produce información para "venderla" y para conquistar compradores. Bajo esta óptica, lo importante es ampliar el mercado y optimizar los rendimientos. Pero como con frecuencia las obligaciones mercantiles son incompatibles con la verdad o con el interés público, algunos medios sucumben a la tentación de subordinar la información a sus intereses comerciales. (Enciclopedia de la política. Voz comunicación. Pág. 213-214)

La Universidad de Guadalajara si bien no puede sucumbir a ello, tampoco puede ser ajena a esa realidad. Como el afán de lucro no es ni puede ser lo que guíe su accionar en materia de medios de comunicación, la búsqueda de la calidad y de la formación de una opinión pública cada vez más informada, serán los puntos principales en que se despliegue nuestro compromiso con la verdad en materia de medios de comunicación.

En nuestro país, con frecuencia se ha dicho que son los medios lo que hoy día crean las grandes "verdades" nacionales al formar -y deformar- la opinión pública, al generar las percepciones que los ciudadanos tienen de nuestra vida nacional y sus asuntos. De esta manera, los medios en México han llegado a conformar, no necesariamente una sociedad democrática, sino una democracia de las emociones como lo ha planteado Ignacio Ramonet. Esto es, una sociedad altamente mediatizada, incluso en lo más íntimo de las personas, como los son sus emociones.

Por eso, los medios son estratégicos. Los medios de comunicación, tienen hoy la enorme responsabilidad de movilizar energías y conocimientos para contrarrestar la involución que experimentan los sistemas democráticos.

En nuestros días, el desarrollo de las funciones sustantivas de la Universidad de Guadalajara difícilmente podría darse a plenitud, éxito y eficacia sin el concurso de los medios de comunicación. Una política adecuada de medios de comunicación, es entonces, estratégica para el desarrollo del futuro de la Universidad de Guadalajara.





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Como la Universidad de Guadalajara posee una importante capacidad instalada en materia de medios de comunicación; resulta estratégico, expandirla para fortalecer las funciones sustantivas de la vida universitaria e impulsar en ellos novedosos esquemas de producción y comercialización.

Por lo anterior, a la Universidad de Guadalajara se le presenta la oportunidad de transformar la tradicional forma de operación y desarrollo de los medios de comunicación de masa empezando por los propios de nuestra Casa de Estudios (televisión abierta, radio, prensa, revista, internet), los que hasta el momento carecen de una propuesta innovadora, homogénea e integral.

Se desaprovechan así valiosos recursos técnicos y humanos, se pierden oportunidades excepcionales de obtener una gran penetración e impacto en la sociedad y de comercializar los medios universitarios de manera conjunta para allegarles recursos importantes que permitan su viabilidad, su desarrollo y constante actualización.

Hasta hoy, no se ha capitalizado la oportunidad real que tiene la Universidad para formar un grupo de medios que unido en sus políticas, en su línea editorial y administración, se complemente, cohesione y adquiera una fuerza especial para competir con éxito en el mercado consumidor de medios en Jalisco con una nueva oferta, inteligente y rica en contenidos para la sociedad y para proyectar la visión de la Universidad de Guadalajara.

No existe en Jalisco, un grupo de medios que como el de la Universidad, aglutine a la radio (7 estaciones), la prensa (Gaceta Universitaria), los programas de Televisión Abierta (Televisión), los portales y revistas electrónicas (Internet), revistas impresas y publicidad exterior (anuncios espectaculares y camiones). Además de tener una importante participación en la producción y apoyo a proyectos cinematográficos.

Todo esto, sin soslayar los proyectos culturales de la Universidad: el Centro Cultural Universitario, el Teatro Diana, la FIL, la Muestra de Cine, Cátedras Universitarias, conciertos, etc. Proyectos a los que los medios de la Universidad de Guadalajara deben responder en sus expectativas, para promoverlos, proyectarlos, potenciarlos e insertarlos en el referente cultural de la sociedad a partir de una política de comunicación integradora y homogénea que desarrolle y proyecte sus potencialidades.

De lo que se trata es de unir esfuerzos, de crear una línea editorial conjunta que responda siempre a los intereses de la Universidad, incluyéndolos en un proyecto integral y dinámico de comunicación, administrado bajo una gestión gerencial moderna que permita su mejor desarrollo, actualización, profesionalización y pertinencia social.

Actualmente la Universidad de Guadalajara cuenta con las siguientes instancias relacionadas con los medios, que son:



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

- a) La Oficina de Comunicación Social adscrita a la Secretaría General;
- b) La Dirección de Radio Universidad de Guadalajara adscrita a la Dirección General de Difusión Cultural de la Coordinación General de Extensión, y
- c) La Dirección de Producción Audiovisual también adscrita a la Dirección General de Difusión Cultural de la Coordinación General de Extensión.
- d) Las estaciones de radio de la Red Radio Universidad de Guadalajara, adscritas a los centros universitarios: Campus Lagos (Lagos de Moreno), Centro Universitario del Norte (Colotlán), Centro Universitario de la Ciénega (Ocotlán), Centro Universitario de la Costa (Puerto Vallarta), Centro Universitario del Sur (Cd. Guzmán), Centro Universitario de la Costa Sur (Autlán).

A partir de dichas instancias universitarias, se pretende crear la Dirección General de Medios que estará adscrita a la Secretaría General, a través de la cual se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

1. Establecer puentes de comunicación efectivos y certeros con la sociedad.
2. Proyectar en su exacta dimensión a nuestra institución.
3. Fortalecer las tareas de extensión.
4. Difundir la cultura de manera moderna y eficiente.
5. Divulgar la ciencia y las investigaciones en tiempo y forma y con el impacto que solo los medios lo permiten.
6. Incidir de manera específica con la propuesta universitaria en la sociedad.
7. Abonar el concepto de transparencia que la Universidad practica y propone a la sociedad.
8. Robustecer el correcto posicionamiento de la Universidad en la sociedad.
9. Incidir en los grupos de interés.
10. Promover los proyectos universitarios con estrategias de medios efectivos.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos 1, 6 fracción I, 31 fracciones I y V y 42 fracción IX de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, 39 fracción VII, 84 fracciones II y IV, 86 fracción I, 88 fracciones I y II, 98 fracción III, 101 fracción I y 103 fracción II del Estatuto General, así como el 1, 7 fracción II, 10 fracciones IX y X, 10B fracciones VII, VIII, IX, X, XI, XII, XIII y XIV, 10C fracciones IV y V, 10G, 10H, 18 fracción III y 22 del Reglamento Interno de la Administración General, estas Comisiones Conjuntas de Hacienda y Normatividad tienen a bien proponer los siguientes puntos:

RESOLUTIVOS

PRIMERO. Se extingue la Oficina de Comunicación Social y se crea en su lugar la Dirección General de Medios, adscrita a la Secretaría General, que estará conformada como se establece en los siguientes Resolutivos.





SEGUNDO. Se autoriza que la Dirección de Producción Audiovisual, adscrita a la Dirección General de Difusión Cultural, pase a formar parte de la Dirección General de Medios de la Secretaría General, conservando su mismo nombre.

TERCERO. Se autoriza que la Dirección de Radio Universidad de Guadalajara, adscrita a la Dirección General de Difusión Cultural, pase a formar parte de la Dirección General de Medios de la Secretaría General, con el nombre de Dirección de Red Radio Universidad de Guadalajara, modificando sus funciones.

CUARTO. Los recursos humanos, materiales y financieros con que contará la Dirección General de Medios son con los que actualmente cuenta la Oficina de Comunicación Social, la Dirección de Producción Audiovisual, la Dirección de Radio Universidad de Guadalajara y las estaciones de radio de los centros universitarios, para lo cual se deberá realizar el proceso de entrega-recepción de las dependencias, el cual se sujetará a lo establecido en el Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos para la entrega-recepción en la Universidad de Guadalajara, emitidos por la Contraloría General el 16 de febrero de 2004.

QUINTO. En consecuencia, del Estatuto General de la Universidad de Guadalajara se modifica la fracción III del artículo 98, la fracción I del artículo 101 y la fracción II del artículo 103, de acuerdo con lo siguiente:

Artículo 98. ...

III. La Coordinación General de Extensión: será la dependencia encargada de dirigir estratégicamente, coordinar, asesorar y supervisar los programas generales de difusión cultural y promoción artística, de fomento editorial, de extensión de los servicios, de servicio social universitario, de apoyo a las comunidades indígenas y, de vinculación y difusión científica entre la comunidad universitaria y los sectores público, privado y social;

Artículo 101. ...

I. Coordinar las actividades que realicen las dependencias de la Administración General en materia de medios de comunicación, egresados y exalumnos, servicios estudiantiles, cultura física y asuntos jurídicos;

Artículo 103. ...

II. La Dirección General de Medios: será la dependencia encargada de diseñar, planear, coordinar, implementar y supervisar las políticas de medios, programas generales de comunicación dirigidos a los universitarios y a la sociedad, a través de los medios impresos, electrónicos y audiovisuales universitarios y no universitarios;





SEXTO. Se derogan las fracciones VII y XIV del artículo 10B, las fracciones IV y V del artículo 10-C, así como los artículos 10-G y 10-H del Reglamento Interno de la Administración General de la Universidad de Guadalajara.

SÉPTIMO. Se modifican la fracción IX del artículo 10, las fracciones IX, X, XI, XII y XIII del artículo 10B, la fracción III del artículo 18 y el artículo 22, todos del Reglamento Interno de la Administración General de la Universidad de Guadalajara, de acuerdo con lo siguiente:

Artículo 10. ...

IX. *Coordinar, asesorar, supervisar y evaluar los programas generales de difusión cultural y promoción artística, de fomento editorial, de extensión universitaria, de servicio social, de apoyo a las comunidades indígenas y de vinculación con los sectores público, privado y social;*

Artículo 10-B. ...

IX. *Planear y organizar la Muestra de Cine Mexicano, la programación del Cine Foro y, la producción de video artístico y experimental;*

X. *Coordinar los programas de difusión cultural y promoción artística de la Universidad de Guadalajara;*

XI. *Planear las actividades de difusión cultural y promoción artística, en coordinación con las dependencias de la Red Universitaria;*

XII. *Preservar y divulgar la cultura cinematográfica, en coordinación con las dependencias de la Red Universitaria;*

XIII. *Promover proyectos culturales relativos a la producción audiovisual, radiofónica y cinematográfica;*

Artículo 18. ...

III. *La Dirección General de Medios;*

Artículo 22. *Serán funciones y atribuciones de la Dirección General de Medios, las siguientes:*

I. *Diseñar el proyecto integral de comunicación para la Universidad de Guadalajara;*

II. *Proponer y ejecutar las políticas de los medios de la Universidad de Guadalajara;*

III. *Determinar en qué medios, frecuencia y espacios se transmiten los mensajes de todas las entidades de la Red Universitaria;*





IV. Supervisar, controlar, dar seguimiento y evaluar la operación de las actividades relacionadas con los medios de comunicación que requieran las dependencias de la Red Universitaria;

V. Profesionalizar y actualizar a los medios universitarios;

VI. Administrar y coordinar los trabajos y acciones de los medios universitarios;

VII. Promover el desarrollo de los medios y de su personal;

VIII. Proponer e implementar la política editorial de la Universidad;

IX. Implementar mecanismos de control que garanticen la calidad de los medios universitarios y sus mensajes;

X. Promocionar a los medios universitarios para lograr el mayor impacto posible en la sociedad;

XI. Planear, dirigir y ejecutar las campañas de difusión universitaria, a través de los medios;

XII. Intervenir como gestora de la Universidad de Guadalajara para todos los efectos de comercialización, promoción, colaboración y mercadotecnia de sus producciones, en el rubro de su competencia;

XIII. Fomentar la producción audiovisual, de material impreso, radiofónica y cinematográfica apoyando los proyectos provenientes tanto de la comunidad universitaria como de la sociedad, siempre y cuando contribuyan a la formación y desarrollo de estas disciplinas en términos de calidad y profesionalismo;

XIV. Impulsar el desarrollo de la infraestructura técnica para la producción de audio, video, televisión, cine y materiales impresos;

XV. Vigilar la imagen de la Universidad en los medios;

XVI. Promover el resguardo de la producción e información que se genere en su dependencia;

XVII. Diseñar y operar mecanismos de comercialización que permitan allegarle recursos económicos a los medios de comunicación para su mejor desarrollo;

XVIII. Ejercer el presupuesto de inversión publicitaria de la Red Universitaria en los medios de comunicación de forma eficiente, y

Las demás que le confiera la normatividad aplicable.





OCTAVO. Se adicionan los artículos 22A, 22B, 22C, 22D, 22E, 22F, 22G, 22H, 22I, 22J y 22K al Reglamento Interno de la Administración General de la Universidad de Guadalajara, de acuerdo con el siguiente texto:

Artículo 22A. La Dirección General de Medios para su funcionamiento contará con:

- I. Secretaría;
- II. Dirección de Red Radio Universidad de Guadalajara;
- III. Dirección de Producción Audiovisual;
- IV. Dirección de Prensa y Comunicaciones;
- V. Dirección de Información, y
- VI. Consejo Consultivo.

Artículo 22B. La Secretaría de la Dirección General de Medios, será la encargada de:

- I. Apoyar en la planeación y programación de actividades específicas para alcanzar las metas propuestas en los proyectos;
- II. Elaborar el Proyecto de Presupuesto y el Plan Operativo Anual de la Dirección General de Medios;
- III. Apoyar en la evaluación del funcionamiento de la Dirección General;
- IV. Supervisar los procesos en todos los medios y vigilar la calidad de los mismos;
- V. Llevar la contabilidad de los recursos que se otorguen a la Dirección General de Medios;
- VI. Llevar el registro y control de todos los bienes adscritos a la Dirección General de Medios;
- VII. Llevar el control del ejercicio del gasto asignado a la Dirección General de Medios;
- VIII. Coordinar el pago de nómina al personal adscrito a la Dirección General de Medios;
- IX. Llevar el control del personal adscrito a la Dirección General de Medios;
- X. Proponer el Programa de Capacitación para el Personal de la Dirección General de Medios;





XI. Elaborar los requerimientos de recursos materiales para el funcionamiento de la dependencia;

XII. Apoyar en la evaluación del desempeño de las unidades que integran la dependencia;

XIII. Brindar apoyo en materia de planeación, procesos, medios, mercadotecnia y promoción, y

XIV. Las demás que le encomiende el titular de la dependencia.

Artículo 22C. Son atribuciones de la Dirección de Red Radio Universidad de Guadalajara las siguientes:

I. Proponer políticas generales de programación, producción y difusión radiofónica;

II. Vigilar el cumplimiento de la legislación federal, estatal y universitaria aplicable, en materia de radio comunicaciones;

III. Coordinar programas para la formación de recursos humanos en el área de radio producción;

IV. Dirigir y coordinar a las radiodifusoras de la Red Universitaria y procurar por su adecuado equipamiento;

V. Fomentar la formación y el crecimiento del público consumidor de los productos culturales de la radiofonía universitaria, en toda la Red Universitaria;

VI. Dirigir y coordinar las acciones de las radiodifusoras para la programación, producción y difusión radiofónica de noticieros locales y programas para el arraigo local y la difusión y promoción de los valores y cultura locales;

VII. Presidir el Consejo Técnico que se integre con los responsables de las radiodifusoras que tendrá las siguientes atribuciones:

a) Proponer políticas de producción y programación;

b) Proponer programas de capacitación del personal;

c) Elaborar anualmente el diagnóstico sobre el desarrollo de su plan de trabajo;

d) Proponer el manual de procedimientos y operación de las radiodifusoras universitarias;





e) Promover todo aquello que contribuya a mejorar los servicios de la Red de Radio Universitaria, y

f) Aprobar la distribución del presupuesto a propuesta de la Dirección de Red Radio Universidad.

VIII. Las demás que le confiera la normatividad aplicable.

Artículo 22D. La Dirección de Red Radio Universidad para su funcionamiento contará con un director en cada estación de radio, que tendrán las siguientes atribuciones:

I. Proponer a la Dirección de Red Radio Universidad la programación de su estación;

II. Realizar y producir los programas que arraiguen localmente a su radiodifusora;

III. Producir, de acuerdo a las normas establecidas por la Dirección de Información, los noticieros locales que resulten necesarios;

IV. Promover, a través de programas y actividades, la cultura y valores de su comunidad;

V. Desarrollar su radiodifusora buscando un mayor impacto y penetración en su comunidad;

VI. Organizar y/o promover conciertos, recitales y las expresiones de arte y cultura que incrementen la presencia de la radio en la comunidad;

VII. Diseñar o adoptar programas para la formación y profesionalización de recursos humanos en su radiodifusora, y

VIII. Las demás que le confiera la normatividad aplicable.

Artículo 22E. En cada estación de radio se constituirá un Consejo Técnico que tendrá como atribución proponer políticas y emitir recomendaciones acerca de la programación radiofónica que se realice en la estación de radio que corresponda. Este estará constituido por:

I. Rector del Centro Universitario de la zona regional en que se encuentre físicamente la estación de radio, quien lo presidirá, y

II. Cinco personas dedicadas a los medios, que serán designados por el Consejo Consultivo de la Dirección General de Medios a propuesta del Director de Red Radio Universidad de Guadalajara.





En el caso del Consejo Técnico de la estación de Radio ubicada en la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, éste será presidido por el Secretario General.

Artículo 22F. *Son atribuciones de la Dirección de Producción Audiovisual las siguientes:*

I. Proponer las políticas generales en materia de producción y difusión de cine, televisión, video y medios alternativos;

II. Apoyar y asesorar a la Red Universitaria en la producción, postproducción y difusión de contenidos audiovisuales;

III. Fomentar y apoyar las creaciones artísticas en el ámbito del cine, televisión y video, digital y medios alternativos;

IV. Promover las producciones o co-producciones audiovisuales de la Universidad de Guadalajara a escala local, nacional e internacional;

V. Promover y participar en la capacitación del personal de la Red Universitaria que se dedique a las actividades relacionadas con la producción audiovisual;

VI. Promover y, en su caso, ejecutar programas que tengan como objetivo el desarrollo de las expresiones artísticas, científicas, académicas y culturales en su ámbito de competencia;

VII. Promover y, en su caso, ejecutar convenios o contratos relacionados con la producción audiovisual;

VIII. Fomentar la formación y el crecimiento del público consumidor de los productos culturales de la producción audiovisual universitaria, y

IX. Las demás que le confiera la normatividad aplicable.

Artículo 22G. *La Dirección de Producción Audiovisual contará con las Unidades de Televisión, de Cine y de Servicios, conforme a lo siguiente:*

I. La Unidad de Televisión, se encargará de:

a) La planeación, diseño, y realización de programas de televisión con propuestas y contenidos que promuevan los valores de la Universidad de Guadalajara, que difundan la cultura y en especial las actividades culturales de la Universidad de Guadalajara, que ayuden a la formación de una sociedad mejor informada y mas crítica y que apoyen las tareas de extensión;





- b) Producir y co-producir series y programas de televisión como una alternativa inteligente de entretenimiento, información, educación y cultura;*
- c) Definir a través de sus propios mecanismos, los temas y tópicos que más interesen a la sociedad y que más la enriquezcan;*
- d) Desarrollar propuestas innovadoras en lo que a televisión se refiere;*
- e) Operar las instalaciones y equipos destinados a la producción de televisión que la Universidad posee;*
- f) Buscar los mecanismos para que las producciones de televisión de la Universidad encuentren la mayor difusión posible a través de canales propios y ajenos y buscar mercados nacionales y extranjeros para estos productos de comunicación, y*
- g) Capacitar y actualizar permanentemente a los recursos humanos que trabajen en la Unidad de Televisión.*

II. La Unidad de Cine se encargará de:

- a) Promover la cultura cinematográfica;*
- b) Apoyar la realización de proyectos cinematográficos;*
- c) Producir y co-producir con particulares o entidades mexicanas y extranjeras, películas y documentales (cortos y largo metrajes) que tengan valores de contenido, estéticos, y aquellos con propuestas interesantes para la sociedad;*
- d) Apoyar a los nuevos talentos que incursionan en el cine (escritores, productores, actores, técnicos, etc.) y a los consagrados, para la realización de obra cinematográfica de calidad;*
- e) Promover la participación de la obra cinematográfica propia en festivales nacionales e internacionales;*
- f) Operar y tener en custodia los equipos cinematográficos asignados a su Unidad, y*
- g) Apoyar al Festival Internacional de Cine de Guadalajara que promueve la Universidad de Guadalajara.*

III. La Unidad de Servicios se encargará de:

- a) Realizar con niveles profesionales y de calidad, todos los materiales audiovisuales (spots, video documentales, comerciales para la televisión, etc.) que la Universidad y la Red Universitaria en su conjunto requieran;*



- b) Ofrecer al mercado local, nacional e internacional la realización de comerciales de televisión y documentales comerciales;*
- c) Promover la profesionalización de sus recursos humanos a través de la profesionalización y la capacitación, y*
- d) Buscar el equipamiento de sus instalaciones y equipos necesarios y operar los materiales e instrumentos asignados a su Unidad.*

Artículo 22H. *Son atribuciones de la Dirección de Prensa y Comunicaciones las siguientes:*

- I. Fungir como vocero de la Universidad de Guadalajara;*
- II. Proponer ante las autoridades universitarias, políticas institucionales en materia de la información que la Universidad genera;*
- III. Apoyar a las distintas entidades universitarias en la planeación y operación de sus sistemas de información y en la generación de comunicaciones, a fin de mejorar la proyección eficaz de cada una de las entidades de la Red Universitaria;*
- IV. Coordinar y sistematizar la información universitaria de carácter institucional, así como los procedimientos para su difusión;*
- V. Difundir a través de los medios de comunicación local, nacional e internacional, la información que la Universidad de Guadalajara genere;*
- VI. Analizar y evaluar sistemáticamente el impacto que los procesos de comunicación institucional tienen en la comunidad universitaria y en la opinión pública, y*
- VII. Las demás que establezca la normatividad aplicable.*

Artículo 22I. *Son atribuciones de la Dirección de Información las siguientes:*

- I. Proponer las políticas periodísticas y editoriales de la Universidad, ejecutarlas o bien supervisar que se ejecuten;*
- II. Dirigir y realizar los noticieros de los medios de comunicación de la Universidad de Guadalajara;*



- III.** Coordinar al equipo de noticias: reporteros, editores, redactores, conductores y productores de todos los medios de comunicación de la Universidad de Guadalajara;
- IV.** Buscar con eficiencia la generación de información con mayor calidad y a menor costo;
- V.** Incrementar la presencia de la Universidad de Guadalajara en la sociedad, a través de los medios universitarios;
- VI.** Establecer la forma y frecuencia con que se difundirá la información;
- VII.** Ofrecer cobertura periodística del programa de actividades, eventos y actos de carácter oficial e institucional;
- VIII.** Orientar la producción de los materiales noticiosos, según los lineamientos que en materia de política informativa se definan para la Dirección General, en cuanto a su destino;
- IX.** Verificar la exactitud, veracidad e integridad de los contenidos de los materiales elaborados en la Dirección y destinados a publicarse;
- X.** Recabar información de las actividades realizadas por los funcionarios de la Universidad;
- XI.** Editar la Gaceta Universitaria, y
- XII.** Las demás que le confiera la normatividad aplicable.

Artículo 22J. La Dirección de Información contará con la Unidad de Noticieros que tendrá las siguientes atribuciones:

- I.** Realizar las actividades que le encomiende la Dirección de Información;
- II.** Coordinar al personal que se le asigne: reporteros, conductores, editores, etc.;
- III.** Producir los noticieros y los programas de carácter político y aquellos que les sean solicitados por la Dirección de Información;
- IV.** Asesorar y en su caso dirigir los noticieros que de manera local se realicen;
- V.** Promover el desarrollo de los recursos humanos a su cargo;





VI. Proponer secciones, noticieros y programas con contenidos de información a la Dirección de Información, y

VII. Cumplir y vigilar que se cumpla la línea editorial trazada por la Dirección de Información y la Dirección General de Medios.

Artículo 22K. La Dirección General de Medios contará con un Consejo Consultivo, conforme a lo siguiente:

I. El Rector General determinará el número de miembros que integran este Consejo, además del Secretario General quien lo presidirá.

II. El Rector General invitará como miembros del Consejo Consultivo a personas relacionadas con la producción audiovisual y decidirá quién lo preside. Los cargos serán honoríficos.

III. Corresponde al Rector General nombrar y remover discrecionalmente a los miembros del Consejo.

Dicho Consejo Consultivo, podrá sesionar por lo menos una vez al mes, actuará válidamente con la asistencia de al menos la mitad de sus integrantes y tendrá las siguientes atribuciones:

a) Proponer políticas institucionales que definan la orientación de los medios de comunicación, audiovisuales e impresos universitarios;

b) Promover programas que coadyuven a la formación de recursos humanos en las áreas de comunicación;

c) Constituir un espacio especializado para el análisis y reflexión del rumbo que en este campo debe de seguir la Universidad de Guadalajara;

d) Proponer acciones para incrementar las fuentes de financiamiento complementario para el desarrollo de los programas de la Dirección General de Medios;

e) Proponer los criterios o indicadores para evaluar los programas de trabajo de la Dirección General de Medios;

f) Conocer los informes que rinda la Dirección General de Medios, y

g) Promover todo aquello que contribuya a impulsar las actividades de la Dirección General de Medios.

NOVENO. El presente Dictamen entrará en vigor el día 1º de enero de 2005.






UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

DÉCIMO. Facúltese al Rector General para que ejecute el presente Dictamen en los términos del artículo 35 fracción II de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara.

Atentamente
"PIENSA Y TRABAJA"

Guadalajara, Jalisco, a 14 de diciembre de 2004
Comisiones Conjuntas de Hacienda y Normatividad


Lic. José Trinidad Padilla López
Presidente

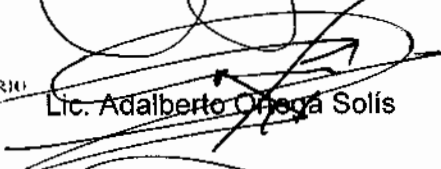
Hacienda

Normatividad


Lic. José Alfredo Peña Ramos


Dr. Juan de Jesús Taylor Preciado

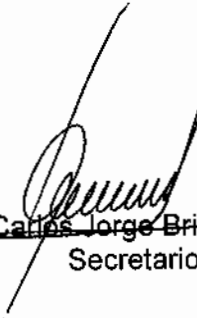

Dr. Raúl Vargas López


Lic. Adalberto Ortega Solís


Arq. Carlos Manuel Orozco Santillán


Dr. Samuel Romero Valle


Valentín Orozco González


Mtro. Carlos Jorge Briseño Torres
Secretario

AV. JUÁREZ No. 976, Piso 11, S. J. C.P. 44100
TELS. DIRECTOS 3134-2243, 3134-2273,
CONMUTADOR 3825-8888, EXT. 2243, 2428, 2422
FAX. 3134-2278 y 79
GUADALAJARA, JALISCO, MÉXICO.