



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Ejecución No. IV/09/2008/1409/II

**Mtro. David Rogelio Campos Cornejo**

Director General de Medios  
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, adjunto al presente nos permitimos remitir a sus finas atenciones, para su ejecución, el dictamen emitido por las Comisiones Conjuntas de Hacienda y Normatividad del H. Consejo General Universitario, aprobado en Sesión Extraordinaria del 29 de Agosto de 2008, a saber:

Dictamen II/2008/198: **PRIMERO.** Se modifica el artículo 22K del Reglamento Interno de la Administración General de la Universidad de Guadalajara. **SEGUNDO.** El Secretario General instalará el Consejo de Medios en un plazo no mayor de treinta días hábiles contados a partir de la entrada en vigor de este dictamen. **TERCERO.** Se aprueba la creación del Estatuto Orgánico del Ombudsman de Medios, a partir de la aprobación del presente dictamen. **Artículos Transitorios. Primero.** Se derogan todas aquellas disposiciones que contravengan al presente Estatuto. **Segundo.** El presente estatuto Orgánico entrará en vigor al día siguiente de su aprobación por el Honorable Consejo General Universitario y será publicado en La Gaceta o por cualquier otro medio. **CUARTO.** 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.

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

Atentamente

"PIENSA Y TRABAJA"

Guadalajara, Jal.; 3 de Septiembre de 2008



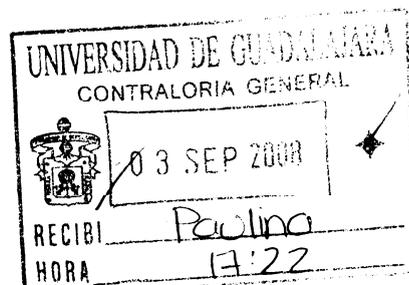
**Marco Antonio Cortés Guardado**  
Rector General Sustituto

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

**Lic. José Alfredo Peña Ramos**  
Secretario General

c.c.p. Dr. Miguel Ángel Navarro Navarro, Vicerrector Ejecutivo.  
L.A.E. y C.P. Ma. Asunción Torres Mercado, Contralora General.  
Mtro. Gustavo A. Cárdenas Cutillo, Director de Finanzas.  
Mtro. Francisco Javier Peña Razo, Abogado General.  
minutario.

JAPR/JAJH/che'





# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. II/2008/198

H. Consejo General Universitario  
Presente

A estas Comisiones Permanentes Conjuntas de Hacienda y Normatividad de este máximo Órgano de Gobierno, ha sido por 3 Rectores de Centros Universitarios, la Secretaría General del Sindicato de Trabajadores Académicos de la Universidad de Guadalajara, el Secretario General del Sindicato Único de Trabajadores de la Universidad de Guadalajara y el Presidente de la Federación de Estudiantes Universitarios, una propuesta en la que se plantea **la modificación del Consejo Consultivo de la Dirección General de Medios, previsto en el Reglamento Interno de la Administración General y la aprobación del Estatuto del Ombudsman de Medios de la Universidad de Guadalajara**, con base en la siguiente

### Exposición de Motivos

1. Que el Honorable Consejo General Universitario, en sesión de fecha 16 de diciembre de 2004, aprobó la creación de la Dirección General de Medios, que tuvo como fin de diseñar una política institucional de medios con una línea editorial clara, para ofrecer nuevos contenidos a la sociedad y proyectar la visión de la Universidad de Guadalajara; para ello, se integró en esta nueva dependencia la Radio, prensa (Gaceta Universitaria), los programas de televisión abierta (televisión), los portales y revistas electrónicas (internet), revistas impresas y publicidad exterior.
2. Que la justificación que sustentó el dictamen por el cual se creó la Dirección General de Medios, es vigente y se integra como tal en el presente dictamen, entre los elementos sustanciales que vale la pena resaltar, son textualmente los siguientes:

*"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.*

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021

Dictamen Núm. II/2008/198

*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 partido en asuntos que afectan a su sistema político. Fernando Vallespín, argumenta que "es crecientemente 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 crecientemente 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 la 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.*

*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."*

3. Que los medios de comunicación juegan un papel estratégico en el desarrollo de la democracia, siempre y cuando sean utilizados en forma constructiva y responsable, por ello, la Universidad de Guadalajara, a través de la Dirección General de Medios, guiará su accionar en la búsqueda de la calidad y de la formación de una opinión pública cada día más informada.
4. Que con el fin de dar a conocer la vida universitaria, la Dirección General de Medios deberá atender las necesidades en materia de difusión (científica, académica, cultural y tecnológica) de la red universitaria, procurando que los productos informativos reflejen, de manera equilibrada, las actividades de los Centros Universitarios, el Sistema de Universidad Virtual, el Sistema de Educación Media Superior, la Administración General y demás dependencias que conforman esta Casa de Estudios, así como de la comunidad universitaria.

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. II/2008/198

5. Que en congruencia con lo anterior, y para mejorar el desempeño de la Dirección General de Medios y cumplir los objetivos que se fijaron al crear esta dependencia, se propone:
- a. Modificar la conformación del Consejo Consultivo de la Dirección General de Medios, en donde se encuentren representados los Centros Universitarios Temáticos y Regionales, el Sistema de Educación Media Superior, la Administración General y algunos Departamentos que por su objeto de estudio se encuentren relacionados con los temas de los medios.
  - b. Ampliar y precisar las funciones del Consejo de Medios, en donde se incluyen funciones entre otras: planeación y presupuestación, definición de criterios que permitan garantizar el equilibrio en la función de las actividades sustantivas de la red universitaria, así como de designación de los miembros del Consejo Editorial, proponer ordenamientos para el Consejo Editorial de la Gaceta, el Código de Ética de Medios y el marco normativo del Ombudsman de Medios.
  - c. Incluir la figura del Ombudsman de Medios, que tiene como fin garantizar que el público tenga una vía para inconformarse, respecto al manejo de la información de los medios de la Universidad de Guadalajara, además contribuirá para quienes trabajan en los medios asuman con mayor rigor su tarea periodística o informativa.
6. Que en relación al Ombudsman, consideramos conveniente conocer sus antecedentes y para ello, transcribimos los descritos por Susana Herrera Damas en un artículo titulado "Situación del Ombudsman en el Mundo", que publicó en medios electrónicos ([www.saladeprensa.org/art586.htm](http://www.saladeprensa.org/art586.htm)), a saber:

### **"Historia del Defensor de la Audiencia"**

*Desde un punto de vista cronológico, la figura del defensor aplicada a los medios tuvo algunos antecedentes ya a principios del siglo XX.<sup>2</sup> En concreto, fue en 1916 cuando se creó en Suecia el primer ombudsman de la prensa, cargo público que formaba parte del Consejo de Prensa. Con esta nueva denominación, se pretendió revitalizar y dar mayor visibilidad pública a la labor desarrollada por el Consejo que, a partir de ese momento, contaría con esta nueva figura únicamente para recibir las quejas ciudadanas respecto a la actuación de los medios impresos.*

*Seis años después, en 1922, el diario japonés The Asahi Shimbun de Tokio estableció un comité destinado a recibir e investigar las quejas de los lectores. Años más tarde, otro diario japonés de gran tirada The Yomiuri Shimbun, constituyó en 1938 un comité para controlar la calidad del diario. En 1951, este grupo se convirtió en un comité de ombudsman que todavía hoy sigue escuchando las quejas de los lectores sobre el diario y manteniendo encuentros diariamente con los editores del periódico.*



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021

Dictamen Núm. II/2008/198

*Sin embargo, a pesar de estos antecedentes, el sentido moderno de esta figura profesional data de finales de los años sesenta cuando por primera vez fue incorporada a un diario estadounidense. En la aparición de este nuevo defensor periodístico concurren varios factores (Aznar, 1999: 169-170). Por un lado, el crecimiento de la cultura consumerista que, desde su aparición a comienzos de los años sesenta, no había dejado de crecer en su empeño por influir en las decisiones empresariales (Lipovetsky, 1994: 254). Además, este mismo periodo coincidió con una grave crisis de credibilidad en los medios estadounidenses que ya a mediados de la década mostraban sus primeros síntomas de agotamiento.*

*En este contexto, fue el periodista y crítico de los medios Ben H. Bagdikian quien, en marzo de 1967, denunció en las páginas de la revista Esquire el creciente desprestigio que estaba acusando a la prensa estadounidense y apeló a que algún "propietario valiente" tuviera el valor de incorporar a su redacción la figura del ombudsman.<sup>3</sup> Unos meses después, A.H. Raskin, desde las páginas de The New York Times, perfiló un poco más la labor del ombudsman como alguien de la redacción encargado de defender los derechos del público y de supervisar con independencia los contenidos de su medio. Aunque The New York Times no incorporaría esta figura, finalmente fue en junio de 1967 cuando dos periódicos de Louisville (Kentucky), The Courier Journal y The Louisville Times -unidos después como el Louisville Courier Journal-, crearon el primer ombudsman en el sentido actual del término (Israel, 1996: 178). A este le siguió en 1970 el defensor de The Washington Post y en 1972 el primer ombudsman canadiense, incorporado por el diario The Toronto Star.*

*En 1980, tuvo lugar la creación en Estados Unidos de la Organización de Ombudsmen de la Prensa (ONO), una asociación destinada a agrupar a ombudsmen de diferentes países para extender esta figura, precisar sus funciones y sus métodos de trabajo y facilitar un foro de intercambio de experiencias y contactos con editores, periodistas, otras organizaciones y profesionales, etc.<sup>4</sup> Su existencia ha contribuido a difundir la labor del defensor y con el paso del tiempo su figura se ha ido introduciendo poco a poco en los medios de comunicación. En la actualidad, forman parte de la ONO más de cincuenta ombudsmen, la mayoría de Estados Unidos. Obviamente, no todos los ombudsmen del mundo forman parte de esta organización, ya que, por ejemplo, también cuentan con ellos otros medios europeos destacados (Il Corriere de la Sera, La Repubblica, The Guardian, Le Monde, Le Soir...) (Aznar, 1999: 170).*

*En cualquier caso, con independencia de que pertenezcan o no a la ONO, el defensor es hoy una realidad extendida en numerosos países de todos los continentes: Estados Unidos, Canadá, Brasil, Francia, Gran Bretaña, Italia, Holanda, Portugal, Israel, Japón, Puerto Rico, Colombia, Venezuela, etc.*



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021

Dictamen Núm. II/2008/198

Aun así, el número de defensores sigue siendo comparativamente bajo en relación con la cantidad de medios que existen y en relación también con la extensión de esta figura en otros ámbitos del mundo empresarial (bancos, compañías de seguros, universidades, etc.). Así, por ejemplo, en Estados Unidos apenas existe una treintena de defensores para cerca de 1.600 periódicos -algo más de un 2%- , sin contar el número de revistas, emisoras de radio y de televisión.<sup>5</sup> No obstante, para Aznar, el futuro se presenta prometedor: "Conforme aumenta la cultura y el público vaya conociendo y reclamando cada vez más sus derechos cabe pensar que el ombudsman se haga más común también en los medios" (Aznar, 1999: 172). Existen además recomendaciones que alientan la creación de esta figura. Éste es el caso del código de los periodistas italianos que recoge entre las responsabilidades del periodista su deber de promover la creación de un ombudsman para fomentar el diálogo con el público y una cultura de responsabilidad en los medios (Aznar, 1999: 170). Por su parte, el Consejo de Europa ha tratado de promocionar esta figura en un plano supranacional. Así se desprende, por ejemplo, de la Recomendación 1215 en la que se insta al Consejo de Ministros a estudiar -junto con organizaciones gubernamentales como la FIP- la posibilidad de establecer dentro del Consejo de Europa un defensor europeo para los medios de comunicación (Conseil de l'Europe, 1993: 11 y 12).

<sup>2</sup> Probablemente uno de los más significativos tuvo lugar en 1913 a partir de la creación de la Bureau of Accuracy and Fair Play, promovida por Joseph Ralph Pulitzer en el New York World.

<sup>3</sup> Bagdikian sería después ombudsman para The Washington Post. El mismo Bagdikian se muestra ambivalente sobre la posterior aplicación de la figura en los medios periodísticos. "Se ha convertido en una especie de gesto auto-indulgencia para muchos editores. Pero también creo que ha sido un mecanismo útil y con frecuencia bastante efectivo. En cualquier caso, es un punto de partida que muchos diarios han implantado en sus comunidades y es posible que se convierta en una buena forma de fomentar el liderazgo y de fomentar la cercanía del diario con la comunidad real y no sólo con esa parte de la comunidad con la que se va a comer todos los días. En general, creo que ha supuesto un desarrollo saludable para el medio. Definitivamente, ha sido mejor que nada". Cfr. Tate, 1984.

<sup>4</sup> Sobre las actividades que lleva a cabo hoy ONO puede verse: <http://www.newsombudsmen.org/lubrano11.htm>.

<sup>5</sup> En el otro extremo, es preciso apuntar el caso de Japón, donde aproximadamente la mitad de los diarios cuentan con la figura del ombudsman. Entre ellos, se encuentra también The Yomiuri Shimbun, el diario de mayor circulación mundial con ventas de 10 millones de ejemplares diarios."

7. Que del documento de referencia, de Susana Herrera Damas, principalmente se desprenden dos objetivos del defensor de la audiencia, coincidentes con otros autores; estos objetivos son:

- a. **Alcanzar la excelencia profesional.-** Se espera del defensor que contribuya a perfeccionar la labor profesional de los periodistas y elaborar un producto de calidad. Para ello, vela por el respeto de la ética profesional y de los códigos deontológicos del periodismo, fomenta la autocritica, el diálogo interno y la credibilidad del medio, cuida la imagen y la imagen pública del medio y previene el corporativismo.





# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. II/2008/198

- b. **Servir con eficacia al ciudadano.**- el defensor impulsa la participación activa de los públicos en el proceso informativo, atendiendo a sus quejas y dudas y animándoles a que defiendan sus derechos. A su vez, todo ello contribuye a formar al ciudadano como consumidor de información, a mejorar la relación del medio con su público y a consolidar la autorregulación.
8. Que coinciden diversos autores en torno a la Institución de Ombudsman, entre otras las siguientes:
- a. Deben de tener independencia y autonomía en su actuación;
  - b. No tienen autoridad en el medio y no hay autoridad sobre él;
  - c. Tienen la tarea de rectificar, corregir o aclarar cuando sea el caso; y,
  - d. Su tarea es representar al lector ante el medio.
9. Que con esta figura, la Universidad de Guadalajara quiere disponer de una forma institucionalizada para tomar en cuenta el punto de vista de los lectores, radioescuchas o televidentes y con ello, entre otras acciones, contribuir a mejorar las prácticas y los procesos de los medios de comunicación de esta Casa de Estudios, para que éstos cumplan con su fin.
10. Que los medios de la Universidad de Guadalajara deben contar con documentos que guíen su actuar, tales como el Código de Ética, el Manual de Estilo, entre otros.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en la fracción VII del artículos 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 23 último párrafo y 55 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco, así como en los artículos 1, 6 fracciones I y II, 27, 31 fracciones I y V, 32, 35 fracciones I, II y III y 42 fracción IX de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, 39 fracción VII, 84 fracciones II y IV, 86, 88 fracciones II y III, 101 fracción I y 103 fracción II del Estatuto General, así como 22 y 22K del Reglamento Interno de la Administración General, estas Comisiones conjuntas de Hacienda y Normatividad tienen a bien a proponer los siguientes

### Resolutivos

**PRIMERO.** Se modifica el artículo 22K del Reglamento Interno de la Administración General de la Universidad de Guadalajara, para quedar como sigue:



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Página 6 de 11



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021

Dictamen Núm. II/2008/198

**Artículo 22K.** *La Dirección General de Medio, contará con un Consejo de Medios, que se integrará por:*

- I. El Secretario General, quien lo presidirá;*
- II. El Director General de Medios, quien fungirá como secretario técnico del consejo;*
- III. Un Rector de Centro Universitario Temático, elegido por sus pares;*
- IV. Un Rector de Centro Regional, elegido por sus pares;*
- V. El Director General del Sistema de Educación Media Superior;*
- VI. El Director General de Difusión Cultural;*
- VII. El Jefe Departamento de Estudios de Comunicación Social del CUCSH;*
- VIII. El Director del Centro de Estudios de Mercadotecnia y Opinión del CUCEA.*

*El Consejo de Medios, sesionará mensualmente y actuará válidamente con la asistencia de la mitad más uno de sus integrantes, y tendrá las siguientes atribuciones:*

- a. Definir políticas institucionales de los medios de comunicación;
- b. Elaborar el proyecto del plan de medios que será aprobado por las comisiones conjuntas Hacienda y Educación;
- c. Proponer a la Comisión de Hacienda los rangos y criterios para el ejercicio de gasto en medios y vigilar su cumplimiento;
- d. Fijar los criterios que garanticen el equilibrio en la difusión de las actividades sustantivas de la Universidad de Guadalajara en medios impresos y electrónicos así como evaluar su cumplimiento;
- e. Fijar los criterios y apoyar con pauta publicitaria no reembolsable aquellas actividades y publicaciones que por su naturaleza o función resulte pertinente hacerlo;
- f. Integrar los Consejos Técnicos de las radiodifusoras tomando en consideración las propuestas de los Rectores de los Centros Universitarios y los Directores de las Radiodifusoras de la Red universitaria;
- g. Designar a los integrantes del Consejo Editorial de la Gaceta;
- h. Proponer al Consejo General Universitario la terna para designar al Ombudsman de Medios;
- i. Proponer el marco normativo del Ombudsman de Medios;
- j. Conocer de las recomendaciones que emite el Ombudsman de Medios y vigilar, en su caso, su cumplimiento;
- k. Resolver la inconformidad presentada en contra de la resolución del Ombudsman;
- l. Aprobar el Reglamento del Consejo Editorial de La Gaceta;
- m. Aprobar el Código de Ética de Medios;
- n. Consultar la opinión de personas, empresas, o entidades, especializadas en materia de medios de comunicación para cumplir de la mejor manera con sus objetivos;
- o. Definir acciones para incrementar las fuentes de financiamiento complementario para el desarrollo de los programas de medios de la red universitaria;

Página 7 de 11



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. II/2008/198

- p. Definir los criterios e indicadores para evaluar los programas de trabajo de la Dirección General de Medios, y
- q. Conocer los informes que rinda la Dirección General de Medios y promover todo aquello que contribuya a impulsar las actividades de los medios de la red universitaria.

**SEGUNDO.** El Secretario General instalará el Consejo de Medios en un plazo no mayor de treinta días hábiles contados a partir de la entrada en vigor de este dictamen.

**TERCERO.** Se aprueba la creación del Estatuto Orgánico del Ombudsman de Medios, a partir de la aprobación del presente dictamen, de conformidad con el siguiente articulado:

**Artículo 1.** Tiene como objeto regular el funcionamiento del Ombudsman de Medios en la Universidad de Guadalajara.

**Artículo 2.** El Ombudsman es un órgano unipersonal que vela por el correcto funcionamiento deontológico de la actividad de los medios de la Universidad de Guadalajara. Atiende quejas y trata de encontrar soluciones satisfactorias.

**Artículo 3.** El Ombudsman de Medios, será designado por el Consejo General Universitario, de la terna que para el efecto presente el Consejo de Medios de la Dirección de Medios de la Universidad de Guadalajara, durará en su cargo dos años.

**Artículo 4.** Son elementos para considerar en la designación del Ombudsman de Medios de la Universidad de Guadalajara, los siguientes:

- I. Prestigio profesional;
- II. Capacidad para escuchar y tratar con la gente;
- III. Capacidad de manejar situaciones complejas, con imparcialidad e independencia, y
- IV. Ser un lector acucioso, crítico y enterado, así como responsable, ético y justo.

**Artículo 5.** El Ombudsman no deberá pertenecer u ostentar cargos en partidos políticos o cualquier institución que le genere conflicto de intereses con el medio, con su función o afecte su credibilidad.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. II/2008/198

**Artículo 6.** Son funciones y atribuciones del Ombudsman de Medios, las siguientes:

- I. Recibir y atender quejas del público;
- II. Investigar la queja dirigiéndose a quien han elaborado la información y solicitando una explicación y versión de los hechos;
- III. Resolver la queja, tomando en consideración el libro de estilo del medio, los códigos deontológicos, su propia experiencia y criterios profesionales y en su caso hacer las recomendaciones al medio aludido;
- IV. Dar a conocer su resolución a través de comunicación personal o por carta a los afectados o buena través del medio correspondiente;
- V. Informar al Consejo de Medios de las quejas atendidas con el fin de que se tomen en consideración para fortalecer la política de los medios;
- VI. Constituirse en una vía de comunicación entre el medio y su público;
- VII. Vigilar el trabajo de los profesionales de los medios de comunicación de la Universidad de Guadalajara y en su caso emitir recomendaciones internas sin que medie queja alguna;
- VIII. Presentar anualmente ante el Consejo de Medios, un informe de actividades;
- IX. Realizar y en su caso promover cursos, talleres, entre otras acciones, que permita fortalecer un entorno más favorable para la deontología y ética de los medios de comunicación;
- X. Realizar una tarea propia de relaciones públicas con el fin de conocer la aceptación del producto que ofrecen los medios, así como las inquietudes, preocupaciones o necesidades de los consumidores de los medios, y dar a conocer el trabajo de los medios universitarios;
- XI. Comentar pública y críticamente la actuación de los medios universitarios;
- XII. Evitar los juicios de valor en sus respuestas a los lectores sobre el comportamiento profesional de los miembros del medio, limitándose a ofrecer una versión de lo acontecido;
- XIII. Respetar el secreto profesional de los periodistas, así como en sus otros derechos individuales o colectivos;
- XIV. Garantizar la confidencialidad en las investigaciones practicadas en tanto no emita la resolución respectiva, y
- XV. Aquellas que por su naturaleza le correspondan.





# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. II/2008/198

**Artículo 7.** *Lineamientos que deberán observarse por los medios de comunicación de la Universidad de Guadalajara:*

- I. *Investigar y difundir información veraz, así como opiniones plurales;*
- II. *Que los medios, no tengan ninguna vinculación con el poder. La información no se debe usar para el beneficio del poder sino para su control y fiscalización;*
- III. *Que los hechos y opiniones de interés público se expongan con exactitud, veracidad, plenitud, justicia y oportunidad;*
- IV. *Que la información que se le proporcione también sea positiva y útil a la comunidad;*
- V. *Que la información se presente de tal manera que ésta sea respetuosa de los derechos humanos, así como para contribuir a fomentar la cultura del respeto a la legalidad;*
- VI. *Que el medio, se comprometa con la democracia, la justicia, la libertad y el respeto a los derechos humanos, y*
- VII. *Aquellos que se desprendan de los ordenamientos que regulan al medio respectivo.*

**Artículo 8.** *El lector, radioescucha o televidente, tiene los siguientes derechos:*

- I. *Recibir información veraz, así como opiniones plurales;*
- II. *Recibir información que contenga las diferentes versiones en torno a un suceso y que el lector sepa cuando una información es pagada, mediante recuadro, advertencia o leyenda;*
- III. *Opinar y criticar el contenido y la ética de la información;*
- IV. *Recibir respuesta a sus inconformidades presentadas a través del Ombudsman, y*
- V. *Aquellas que considere le afectan por el manejo inadecuado de la información que brinden los medios de comunicación universitarios.*

**Artículo 9.** *Los derechos con los que cuentan los periodistas son los siguientes:*

- I. *Ser escuchados y a comprobar que se recoge su versión en la respuesta a los lectores, radioescuchas o televidentes, en las investigaciones iniciadas por el Ombudsman;*
- II. *Contar con la confidencialidad en las investigaciones practicadas por el Ombudsman, hasta en tanto no haya una resolución del Ombudsman;*  
*Defender su derecho al secreto profesional, así como sus derechos individuales o colectivos;*



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Guadalajara, Jalisco, México

<http://www.hcgu.udg.mx>

Página 10 de 11

Piso 11, S. J. C. P. 44100. Tel. directo: 3134-2243 Conmutador: 3134-2222 Exts. 2428, 2421, 2243, 2420 y 2457 Fax. 3134-2278



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. II/2008/198

- IV. Inconformarse ante el Consejo de Medios cuando considere que su imagen ha salido gravemente perjudicada por la resolución difundida por el Ombudsman
- V. Aquellos que se desprendan de los ordenamientos que regulan su profesión.

**Artículo 10.** Si en su ejercicio el Ombudsman, vulnera los derechos de algún miembro del medio o se extralimita en sus funciones puede ser removido del cargo, de conformidad con la normatividad universitaria;

### Artículos Transitorios

**Primero.** Se derogan todas aquellas disposiciones que contravengan al presente Estatuto.

**Segundo.** El presente estatuto Orgánico entrará en vigor al día siguiente de su aprobación por el Honorable Consejo General Universitario y será publicado en La Gaceta o por cualquier otro medio.

**CUARTO.** 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, 25 de Agosto de 2008  
Las Comisiones Conjuntas de Hacienda y Normatividad

Dr. Marco Antonio Cártes Guardado

Mtro. Arturo Zamora Jiménez

Mtra. Ruth Padilla Muñoz

Lic. María Esther Avelar Álvarez

Lic. Patricia Elena Retamoza Vega

Mtro. Juan Ramón Hernández Padilla

C. Cesar Antonio Barba Delgadillo

C. Juan Pablo Michel Corona

Página 11 de 11