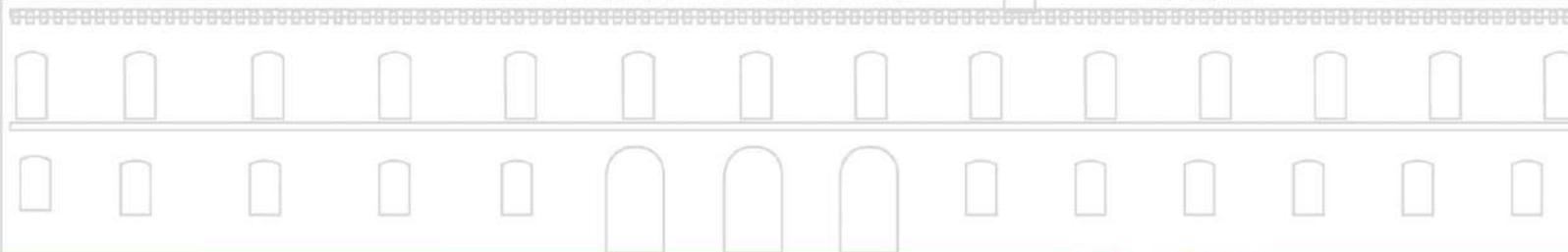
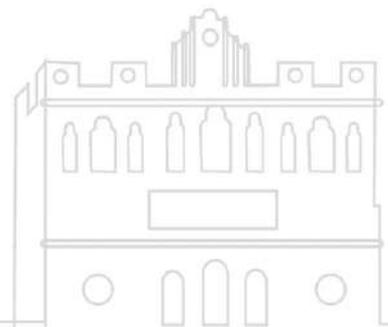
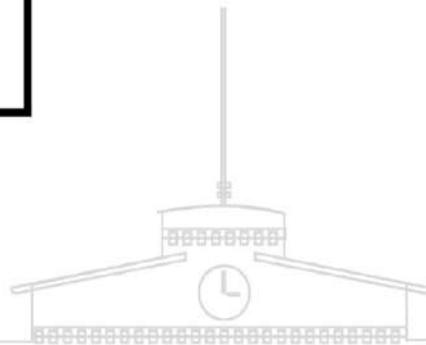


# Lineamientos de comunicación de la UAEH



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO (UAEH)**  
**Lineamientos de comunicación de la UAEH**

**Comité de Tecnologías de la Información de la UAEH**

Mtro. Julio César Leines Medécigo

*Secretario General*

Dr. Orlando Ávila Pozos

*Coordinador de la División Académica*

Dra. Jessica Mendoza Moheno

*Coordinadora de la División de Investigación, Desarrollo e Innovación*

L.C.P. y A.P. Sofía Nimbe Valdespino Zubieta

*Coordinadora de la División de Vinculación e Internacionalización*

L.C. Gabriela Mejía Valencia

*Coordinadora de Administración y Finanzas*

Dr. José Ramón Corona Armenta

*Director General de Planeación*

Mtra. Citlali Anahí Monzalvo López

*Directora General de Comunicación Social*

**Grupo de Trabajo de Comunicación Interna y Casos de Crisis**

Mtra. Thais Ciciolly Flores Peza

Lic. Angy Hernández Vargas

**Invitados Especiales**

Mtro. Alberto Guerrero Pichardo

*Subdirector General de Planeación*

L.A. Gustavo David Calva Fuentes

*Director de Gestión de la Calidad*

Mtra. Miriam Cerón Díaz Cerón

*Dirección de Gestión de la Calidad*

Lic. Auremi Ángeles Reséndiz

*Dirección de Gestión de la Calidad*

## **Contenido**

Introducción .....	3
Marco Legal.....	3
Marco Normativo .....	6
Alcance.....	7
Abreviaturas .....	7
Lineamientos generales.....	7
Comunicación en la UAEH .....	9
Comunicación Interna .....	9
Medios de comunicación descendente .....	10
Medios de comunicación ascendente.....	12
Comunicación horizontal.....	14
Medios de comunicación horizontal.....	14
Comunicación externa .....	15
Medios de comunicación externa .....	15
Conclusión.....	17
Glosario de términos en la comunicación digital .....	17
Bibliografía.....	18

# Introducción

El crecimiento que ha sufrido la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo ha permitido que paulatinamente se incorporen distintos canales de comunicación entre toda su comunidad conformada por más de 65 mil miembros, entre personal académico y administrativo, estudiantado, autoridades y funcionariado.

Con la finalidad de establecer las líneas de comunicación e información para el intercambio de ideas, estimular la innovación, generar mayor productividad y mejorar las relaciones impulsando la identidad corporativa, la Universidad incorpora estrategias de manera que la comunicación fluya entre las diferentes unidades orgánicas, privilegiando que, de manera clara y precisa, se informe de las acciones que se emprenden tanto al interior como al exterior.

En ese sentido, los lineamientos en materia de la comunicación organizacional permitirán optimizar la efectividad de los mensajes de comunicación institucional y garantizan que la información difundida, se transmita de manera adecuada, evitando confusiones entre los distintos niveles jerárquicos y la comunidad universitaria en general.

A continuación, se presentan los lineamientos que sentarán las bases para el trabajo comunicacional de la UAEH.

# Marco Legal

## LEY GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

### Título Primero

#### Del derecho a la educación superior

### Capítulo II

#### De los criterios, fines y políticas

Artículo 10. Los criterios para la elaboración de políticas en materia de educación superior se basarán en lo siguiente:

II. El incremento de las oportunidades y posibilidades de acceso a la misma para contribuir a la conformación de una sociedad que valora y promueve el conocimiento científico, humanístico y tecnológico, además de la cultura, el arte, el deporte y la información;

XXVII. El impulso de la investigación científica, humanística, tecnológica y la innovación tecnológica, así como la disseminación y la difusión de la información en acceso abierto que se derive para impulsar el conocimiento y desarrollo de la educación superior;

XXVIII. La promoción del acceso y la utilización responsable de las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje digital en los procesos de la vida cotidiana y en todas las modalidades de la oferta del tipo de educación superior,

### Título Cuarto

De las acciones, concurrencia y competencias del Estado

Capítulo I De las acciones para el ejercicio del derecho a la educación superior

Artículo 37. Las autoridades educativas y las instituciones de educación superior, en ejercicio de sus atribuciones, promoverán las siguientes acciones de manera coordinada:

IX. El acceso de la comunidad de las instituciones de educación superior al acervo bibliográfico y audiovisual, así como la creación, ampliación y actualización en formatos asequibles y de acceso abierto de los servicios informativos y de los repositorios con la utilización de las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje digital;

Artículo 44. Las instituciones de educación superior utilizarán el avance de las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje digital, con la finalidad de fortalecer los modelos pedagógicos y la innovación educativa; así como para favorecer y facilitar el acceso de la comunidad educativa al uso de medios tecnológicos y plataformas digitales. Asimismo, promoverán la integración en sus planes y programas de estudio, los contenidos necesarios para que las y los estudiantes adquieran los conocimientos, técnicas y destrezas sobre tecnología y plataformas digitales con información de acceso abierto.

## LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

### Título II

De la Comunicación Social de los Entes Públicos

### Capítulo I

[De las Reglas de la Comunicación Social]

Artículo 8.- [Las Campañas de Comunicación Social, deberán:]

VI. Difundir las lenguas nacionales y el patrimonio histórico de la Nación;

VI Bis. Utilizar un lenguaje incluyente, libre de discriminación eliminando cualquier tipo de violencia en contra de las mujeres;

### Capítulo V

[De la Estrategia, Programa Anual y Campañas de Comunicación Social]

Artículo 23.- [Los Entes Públicos deben elaborar una Estrategia anual de Comunicación Social, para efectos de la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales.

La Estrategia Anual deberá contener, cuando sea aplicable:

I. Misión y Visión oficiales del Ente Público;

II. Objetivo u objetivos institucionales y objetivo de la Estrategia anual de Comunicación Social;

III. Metas nacionales y/o Estrategias transversales relacionadas con los objetivos señalados en el inciso anterior, establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo;

IV. Programa o programas sectoriales o especiales correspondientes al Ente Público, de ser aplicable;

V. Objetivo estratégico o transversal, según corresponda, alineado y vinculado al Plan Nacional de Desarrollo, y VI. Temas específicos derivados de los objetivos estratégicos o transversales que abordarán en las Campañas del Programa anual de Comunicación Social.]

Artículo 26.- [Los Entes Públicos deberán elaborar el Programa Anual considerando la prioridad temática y cronología de la difusión de las campañas a efecto de dar cumplimiento con la Estrategia anual. Las campañas deben ser acordes al objetivo de comunicación que persiguen los Entes Públicos con la difusión de las mismas.]

[En la ejecución de sus Programas Anuales de Comunicación Social, los Entes Públicos deberán atender los siguientes criterios:

I. Que las Campañas de Comunicación Social tengan relación directa con las atribuciones y facultades de los sujetos obligados;

II. Que los recursos a utilizar sean proporcionales a los objetivos de la campaña;

III. Que las herramientas y medios utilizados para la difusión de la campaña sean seleccionados de manera efectiva a fin de que la hagan llegar al público al que vaya dirigida;

IV. Que haya objetivos claros y precisos para comunicar;

V. Que se establezcan metas de resultados y procedimientos de evaluación de las campañas;

VI. Utilizar, en primera instancia, los tiempos oficiales conforme a las disposiciones legales y administrativas aplicables, en el caso de los sujetos obligados que tengan derecho a ello, y

VII. Que tengan un carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social.]

## LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN

### Capítulo III

De las Concesiones sobre el Espectro Radioeléctrico y los Recursos Orbitales

Sección I

Disposiciones Generales

Artículo 76. De acuerdo con sus fines, las concesiones a que se refiere este capítulo serán:

Para uso público: Confiere el derecho a los Poderes de la Unión, de los Estados, los órganos de Gobierno del Distrito Federal, los Municipios, los órganos constitucionales autónomos y las instituciones de educación superior de carácter público para proveer servicios de telecomunicaciones y radiodifusión para el cumplimiento de sus fines y atribuciones.

## Marco Normativo

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en la fracción VII de su artículo III, establece que las Universidades y demás instituciones de educación superior a las que la ley otorgue autonomía, tendrán entre otras la facultad y la responsabilidad de gobernarse a sí mismas y de administrar su patrimonio.

En el Estatuto General de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo vigente, en la Sección Cuarta De la Dirección General de Comunicación Social, establece en el artículo 105, que la Dirección General de Comunicación Social tiene como objetivo difundir y promover las actividades de la UAEH.

Además, en su artículo 106, menciona que corresponde a la Dirección General de Comunicación Social:

- I. Ejecutar las políticas institucionales en materia de comunicación y vigilar su cumplimiento;
- II. Difundir interna y externamente el quehacer universitario;
- III. Ser el vocero oficial de la UAEH;
- IV. Promover la vinculación con los medios de comunicación externos;
- V. Publicar la Garceta Universitaria como órgano oficial informativo;
- VI. Coordinar los medios impresos de comunicación universitarios;
- VII. Coordinar la operación de los medios de radio y televisión de la UAEH;
- VIII. Administrar el sitio web y las redes sociales virtuales de la UAEH como herramientas de divulgación académica, científica, artística, cultural y de información institucional e impulsar su desarrollo;

- IX. Promover la apropiación social del conocimiento a través de la difusión y divulgación del trabajo de los profesores investigadores y de sus resultados;
- X. Entregar al rector, durante la segunda quincena del mes de enero, un informe anual escrito de las actividades de su función; y
- XI. Cumplir las demás encomiendas que le confieran la normativa universitaria y el rector.

Así como en el máximo ordenamiento legal de la Universidad, que es la Ley Orgánica de la máxima casa de estudios de acuerdo con el capítulo III de sus atribuciones señala en su artículo 4, que la Universidad tiene las siguientes atribuciones:

VI. Establecer lineamientos generales, planes, programas y proyectos para dar cumplimiento a sus funciones.

## Alcance

Estos lineamientos tendrán su aplicación en la comunidad universitaria y la sociedad en general.

## Abreviaturas

- I. **DGCS:** Dirección General de Comunicación Social
- II. **UAEH:** Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
- III. **PDI:** Plan de Desarrollo Institucional
  
- IV. **SUMA:** Sistema Universitario de Medios Autónomos

## Lineamientos generales

1. El presente documento es de interés institucional, tiene por objeto normar las líneas de comunicación e información oficiales de la máxima casa de estudios, así como establecer las estrategias de comunicación para la difusión interna con cada uno de los miembros de la comunidad universitaria y externa con la sociedad en general.
2. Las disposiciones previstas en el presente documento serán aplicables a los titulares de las unidades académicas y dependencias administrativas, así como a los integrantes de las unidades orgánicas institucionales que componen a la UAEH.
3. Las autoridades universitarias de acuerdo con el orden jerárquico, establecidas en el artículo 8 de la Ley Orgánica son el Honorable Consejo Universitario, la Junta de Gobierno, el Rector, las Directoras y Directores de Escuelas, Escuelas Superiores e Institutos, los Consejos Técnicos y escuelas dependientes de la Universidad, el Patronato y el Defensor Universitario.

4. Las disposiciones en materia de gobierno universitario son situadas por el Honorable Consejo Universitario que es el máximo órgano de la UAEH y se integra de conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica en sus artículos 10, 11, 12, 13 además de otras disposiciones normativas aplicables en la Legislación Universitaria.
5. La línea de comunicación parte de la autoridad máxima ejecutiva, que es la persona titular de la Rectoría, quien a su vez es el representante legal y Presidente del Honorable Consejo Universitario y de la Junta de Gobierno, para posteriormente compartir de manera jerárquica a las unidades orgánicas la información oficial, incluido el Patronato Universitario, a través de los canales oficiales de comunicación.
6. La Dirección General de Comunicación Social es la responsable de la ejecución, promoción y socialización de los lineamientos institucionales en materia de comunicación.
7. La Dirección General de Comunicación Social es la única responsable de emitir comunicados y avisos institucionales que transmitan la postura oficial de la UAEH. Así como convocar a medios de comunicación para la cobertura de eventos institucionales y ruedas de prensa.
8. La línea de comunicación e información interna de la Universidad se basa en tres tipos:
  - a. Descendente: Que se da desde el Honorable Consejo Universitario hacia los niveles jerárquicos de acuerdo con la estructura organizativa de la UAEH con la finalidad de compartir la información pertinente para el buen funcionamiento de la institución.
  - b. Ascendente: Es la comunicación que realizan los miembros de la comunidad universitaria hacia los diferentes niveles jerárquicos superiores con el objetivo de manifestar opiniones, sugerencias e información para alcanzar las metas establecidas en el PDI.
  - c. Horizontal: Ésta se da entre pares dentro de la estructura institucional de la UAEH para alcanzar los objetivos dentro de sus espacios de trabajo y así propiciar el trabajo colaborativo y en equipo.
9. La UAEH utiliza diversos medios de comunicación para la difusión de su comunicación e información externa.
10. La comunicación interna y externa debe ser clara, precisa, flexible, participativa, inmediata, permanente y coordinada.



*Ilustración 1 Flujo de Comunicación en la UAEH de acuerdo con la estructura institucional*

# Comunicación en la UAEH

La Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo considera las siguientes líneas generacionales para su comunicación interna y externa:

**Centennials (1997-2012):** Esta generación está altamente conectada y son consumidores de contenido multimedia. Prefieren redes sociales, videos cortos y medios interactivos. Crecieron con smartphones y acceso constante a internet. Se concentra principalmente en Instagram, Tik Tok y algunas otras plataformas de reciente incorporación.

**Millennials (1981-1996):** Son nativos digitales, crecieron con internet, redes sociales y teléfonos móviles. Prefieren contenido digital y plataformas de streaming. Son caracterizados por su adaptación tecnológica y conexión global. Se concentra principalmente en Facebook y Youtube.

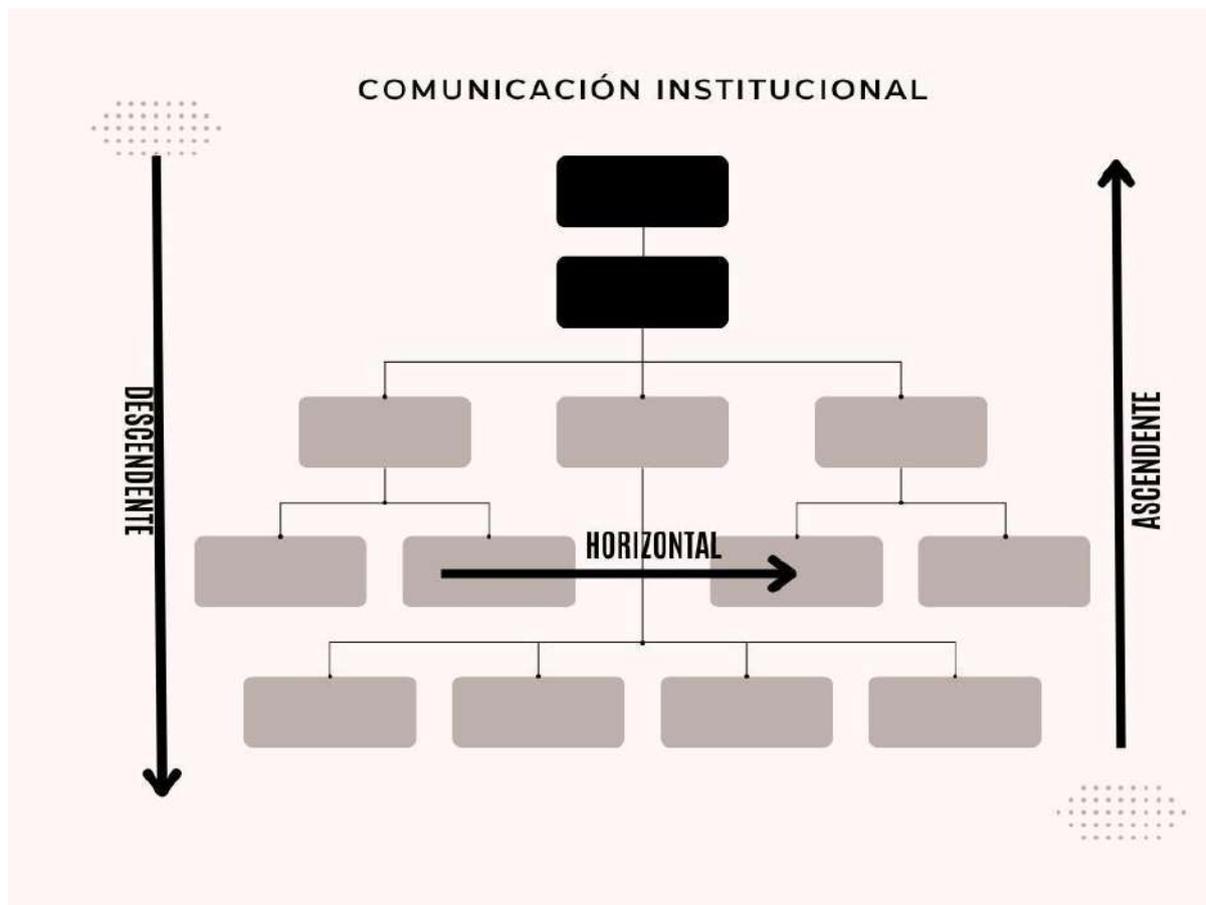
**Generación X (1965-1980):** Testigos de la transición tecnológica, crecieron con la televisión por cable y los primeros videojuegos. Adopción inicial de las computadoras e internet. Esta comunidad se centra más en la televisión pagada, son conocidos por su independencia y escepticismo.

**Baby Boomers & Silent Generation (1946-1964):** Crecieron con la televisión en blanco y negro, radio y periódicos como principal fuente de información. Tienen una fuerte conexión con los medios tradicionales. Se caracterizan por su trabajo duro, optimismo y cambio social, por tal motivo se centran en los medios impresos que aún se encuentran en circulación, así como en radio y televisión.

## Comunicación Interna

La comunicación interna es aquella que se da al interior de la UAEH y se queda dentro de la misma, siendo el intercambio de información entre los miembros de la comunidad universitaria que se encuentran en todos los niveles de la institución, promoviendo a su vez estrategias para que el personal conozca la dirección por la cual seguirá.

Dentro de la comunicación interna se llevan a cabo tres distintas maneras de transmitir la información: descendente, es decir de niveles jerárquicos superiores a niveles jerárquicos inferiores; ascendente, de niveles jerárquicos inferiores a los niveles jerárquicos superiores, y horizontal, que es aquella que existe entre personas o áreas de la institución que están en el mismo nivel jerárquico.



*Ilustración 2 Comunicación Institucional en la UAEH*

## Medios de comunicación descendente

**Reunión de vinculación institucional:** Reunión presencial, virtual o híbrida presidida por la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad, en el que participan los titulares de las unidades orgánicas de la UAEH.

**Vocería:** Persona encargada de comunicar la postura oficial de la institución. Lineamientos: <https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Gaceta:** Revista oficial en formato digital que difunde temas académicos, reconocimientos, eventos institucionales, proyectos de investigación, vinculación, internacionalización, cultura, de expresión, así como temas de la agenda nacional con impacto social. Lineamientos: <https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Garceta:** Órgano informativo oficial de la UAEH.

<https://www.uaeh.edu.mx/legislacion-universitaria/#garceta>

Lineamientos: <https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Oficios impresos y electrónicos:** Documentos que se utilizan en la institución para comunicar disposiciones, consultas, instrucciones, solicitudes, o informes, los cuales se encuentran alineados al Manual de Imagen Institucional.

<https://www.uaeh.edu.mx/imagen/recursos.html#manual>

**Memorándums:** Documento que sirve para comunicar de manera interna mensajes cortos o recordatorios de las actividades.

**Comunicados:** Declaración de la postura oficial de la UAEH, a través de los medios oficiales de la Institución dirigidos a la comunidad universitaria y sociedad en general.

Lineamientos: <https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Folleto:** Documentos impresos que facilitan la información a la comunidad universitaria y a la sociedad en general, principalmente utilizados para difundir los programas educativos, proyectos, así como actividades de interés.

**Circulares:** Documento de carácter obligatorio que se comparte con toda la comunidad universitaria, para informar instrucciones y decisiones en algún tema en específico.

**Boletines informativos:** Documento digital que se difunde a través de los medios oficiales de la institución que permiten divulgar las actividades sustantivas de la UAEH.

Lineamientos: <https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Correo electrónico institucional:** Canal de comunicación que permite el envío y recepción de información entre los diferentes niveles jerárquicos de la institución.

**Mailing masivo:** Herramienta que permite el envío de información oficial de manera masiva hacia toda la comunidad universitaria.

Lineamientos: <https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Reuniones:** Encuentros con integrantes de las diferentes unidades orgánicas de la UAEH de distintos niveles jerárquicos, que pueden desarrollarse de manera presencial, virtual o híbrida, para intercambiar opiniones y conocimientos sobre un objetivo en común.

**Videoconferencias:** Comunicación digital que se lleva a cabo a través de plataformas especializadas que permiten la interacción de dos o más personas con audio y video a distancia.

**Canal UAEH de WhatsApp:** Herramienta de mensajería instantánea que permite difundir a una gran audiencia de forma unidireccional información oficial de las actividades sustantivas de la Universidad.

*Canal oficial: UAEH Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*

<https://whatsapp.com/channel/0029VaN1iz38F2pNuUUf9G1I>

Lineamientos: <https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Pizarras informativas:** Herramientas de corcho que se ubican en los espacios universitarios para difundir información de la institución mediante documentos impresos.

**Pantallas:** Monitores ubicados en las diferentes unidades de servicio que permiten socializar la transmisión de SUMA TV, además de audiovisuales, promocionales y entrevistas con información de interés acerca del quehacer universitario.

**SUMA Radio:** Sistema de radiodifusión universitario que impulsa la creatividad a través de la generación de contenidos de entretenimiento que se basan en la cultura y el arte, así como los contenidos informativos y educativos basados en la ciencia, tecnología y los acontecimientos sociales, que suceden en la institución, en el estado y a nivel nacional e internacional. Actualmente SUMA Radio lo conforman seis estaciones universitarias ubicadas en: Pachuca 99.7 FM, Huejutla 99.7 FM, San Bartolo 99.7 FM, Zimapán 99.5 FM, Actopan 102.1 FM y Tulancingo 91.1 FM.

<https://www.uaeh.edu.mx/suma/radio/>

**SUMA TV:** Canal de televisión universitario 13.1 que presenta en su barra programática contenidos de alta calidad y permite llegar a más de medio millón de personas de todas las edades en amplios segmentos que abarcan: el mundo informativo, ciencia y tecnología, salud, arte, niños, deporte y sociedad.

<https://www.uaeh.edu.mx/suma/tv/>

**Sitio web:** Página oficial de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo que permite difundir el quehacer institucional en materia de docencia, investigación, extensión y vinculación a través de internet que permite fortalecer la imagen, visibilidad e impacto internacional de la universidad.

[www.uaeh.edu.mx](http://www.uaeh.edu.mx)

Lineamientos de publicación en el sitio web institucional:

<https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Pantallas del Garzabús:** Monitores que difunden materiales audiovisuales, promocionales y entrevistas de interés de la comunidad universitaria.

### Medios de comunicación ascendente

**Reuniones:** Encuentros que se sostienen con integrantes de las diferentes unidades orgánicas de la UAEH, que pueden desarrollarse de manera presencial o virtual, para intercambiar opiniones y conocimientos sobre un objetivo en común.

**Redes sociales oficiales:** Plataformas digitales que posibilitan la interacción entre los miembros de la comunidad universitaria.

- <https://www.facebook.com/OficialUAEH/>

- [https://x.com/UAEH\\_OFICIAL](https://x.com/UAEH_OFICIAL)
- [https://www.instagram.com/oficial\\_uaeh/](https://www.instagram.com/oficial_uaeh/)
- <https://www.youtube.com/channel/UCCFewkZaOp1p4nPLHQnpKCw>
- <https://www.uaeh.edu.mx/itunesu/>
- <https://www.linkedin.com/school/universidad-aut%C3%B3noma-del-estado-de-hidalgo/?originalSubdomain=es>
- [https://www.tiktok.com/@uaeh\\_oficial](https://www.tiktok.com/@uaeh_oficial)

Lineamientos: <https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Sitio web:** Página oficial de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo que permite difundir el quehacer institucional en materia de docencia, investigación, extensión y vinculación a través de internet que permite fortalecer la imagen, visibilidad e impacto internacional de la universidad.

Lineamientos de publicación en el sitio web institucional:

<https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**SUMA Radio:** Sistema de radiodifusión universitario que impulsa la creatividad a través de la generación de contenidos de entretenimiento que se basan en la cultura y el arte, así como los contenidos informativos y educativos basados en la ciencia, tecnología y los acontecimientos sociales, que suceden en la institución, en el estado y a nivel nacional e internacional. Actualmente SUMA Radio lo conforman seis estaciones universitarias ubicadas en: Pachuca 99.7 FM, Huejutla 99.7 FM, San Bartolo 99.7 FM, Zimapán 99.5 FM, Actopan 102.1 FM y Tulancingo 91.1 FM.

<https://www.uaeh.edu.mx/suma/radio/>

**SUMA TV:** Canal de televisión universitario 13.1 que presenta en su barra programática contenidos de alta calidad y permite llegar a más de medio millón de personas de todas las edades en amplios segmentos que abarcan: el mundo informativo, ciencia y tecnología, salud, arte, niños, deporte y sociedad.

<https://www.uaeh.edu.mx/suma/tv/>

**Correos electrónicos:** Canal de comunicación que permite el envío y recepción de información entre las diferentes unidades orgánicas de la institución bajo el dominio @uaeh.edu.mx.

*Políticas de uso del correo electrónico institucional de la UAEH:*

<https://uaeh.edu.mx/planeacion/sistemas/contenidos/politicas/politicas-correo-institucional.html>

**Servicios de atención de la Defensoría Universitaria:** Espacio digital de interacción directa con la Defensoría Universitaria para externar inquietudes sobre la protección de los derechos humanos de los miembros de la comunidad universitaria.

[https://www.uaeh.edu.mx/defensor\\_univ/formulario.php](https://www.uaeh.edu.mx/defensor_univ/formulario.php)

**Buzón de sugerencias:** Herramienta que permite recabar ideas, opiniones y recomendaciones de la comunidad universitaria y usuarios de las Unidades Orgánicas referente a los servicios brindados.

**Encuestas de satisfacción:** Herramienta física o digital que permite conocer el nivel de conformidad del usuario en el desarrollo de un proceso de acuerdo con los requerimientos establecidos en el mismo.

**Sondeos de opinión:** Entrevistas realizadas a un sector de la población para conocer la opinión respecto a un tema en específico, que permite la medición estadística.

**Audiencias:** Reuniones privadas que permiten la interacción presencial entre las autoridades universitarias y los miembros de la comunidad universitaria.

## Comunicación horizontal

La comunicación horizontal se propicia en la Universidad entre los miembros de la comunidad universitaria del mismo nivel jerárquico, con la finalidad de mejorar el clima laboral, la colaboración y el cumplimiento de los objetivos en común.

### Medios de comunicación horizontal

**Reuniones:** Encuentros que se sostienen con integrantes de las diferentes unidades orgánicas de la UAEH, que pueden desarrollarse de manera presencial o virtual, para intercambiar opiniones y conocimientos sobre un objetivo en común.

**Proyectos y planeaciones:** Actividad que permite a los integrantes de la comunidad universitaria definir de manera conjunta los procedimientos y estrategias que ayuden a cumplir con tareas específicas orientados al PDI.

**Correo electrónico:** Canal de comunicación que permite el envío y recepción de información entre los mismos niveles jerárquicos de la institución bajo el dominio @uaeh.edu.mx

*Políticas de uso del correo electrónico institucional de la UAEH:*

<https://uaeh.edu.mx/planeacion/sistemas/contenidos/politicas/politicas-correo-institucional.html>

**Mensajería instantánea:** Medio de comunicación en tiempo real que se utiliza por los miembros de la comunidad universitaria para resolver de manera rápida actividades de su quehacer diario.

**Redes sociales:** Plataformas digitales que posibilitan la interacción entre los miembros de la comunidad universitaria.

- <https://www.facebook.com/OficialUAEH/>
- [https://x.com/UAEH\\_OFICIAL](https://x.com/UAEH_OFICIAL)
- [https://www.instagram.com/oficial\\_uaeh/](https://www.instagram.com/oficial_uaeh/)

- <https://www.youtube.com/channel/UCCFfewkZaOp1p4nPLHQnpKCw>
- <https://www.uaeh.edu.mx/itunesu/>
- <https://www.linkedin.com/school/universidad-aut%C3%B3noma-del-estado-de-hidalgo/?originalSubdomain=es>
- [https://www.tiktok.com/@uaeh\\_oficial](https://www.tiktok.com/@uaeh_oficial)

Lineamientos: <https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Charlas:** Comunicación informal que se da entre dos o más personas para comunicar un mensaje.

**Llamadas:** Medio de comunicación que se da a través de la red telefónica institucional y permite el intercambio de mensajes verbales.

*Servicio de Telefonía:*

<https://uaeh.edu.mx/planeacion/sistemas/contenidos/telecomunicaciones/servicios-de-telefonía.html>

## Comunicación externa

La comunicación externa es aquella que se genera desde el interior de la UAEH y se difunde al exterior con la finalidad de mantener la vinculación con la sociedad en general brindando información de las actividades sustantivas de esta máxima casa de estudios.

### Medios de comunicación externa

**SUMA:** Sistema integral de comunicación radiofónico y televisivo con un amplio sentido de compromiso hacia los públicos, para quienes se desarrollan producciones audiovisuales con altos estándares de calidad que cumplan los requerimientos de información y contenido que empoderen la mente.

Documentos del Consejo Ciudadano: <https://www.uaeh.edu.mx/suma/consejo-ciudadano.html>

Defensoría de audiencias: <https://www.uaeh.edu.mx/suma/defensora-audiencias.html>

**Sitio Web Oficial:** Página oficial de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo que permite difundir el quehacer institucional en materia de docencia, investigación, extensión y vinculación a través de internet que permite fortalecer la imagen, visibilidad e impacto internacional de la universidad hacia el exterior.

**Redes sociales oficiales:** Plataformas digitales que posibilitan la interacción entre los miembros de la comunidad universitaria y la sociedad en general.

- <https://www.facebook.com/OficialUAEH/>
- [https://x.com/UAEH\\_OFICIAL](https://x.com/UAEH_OFICIAL)
- [https://www.instagram.com/oficial\\_uaeh/](https://www.instagram.com/oficial_uaeh/)
- <https://www.youtube.com/channel/UCCFfewkZaOp1p4nPLHQnpKCw>

- <https://www.uaeh.edu.mx/itunesu/>
- <https://www.linkedin.com/school/universidad-aut%C3%B3noma-del-estado-de-hidalgo/?originalSubdomain=es>
- [https://www.tiktok.com/@uaeh\\_oficial](https://www.tiktok.com/@uaeh_oficial)
- Directorio de redes sociales oficiales de las unidades orgánicas: <https://uaeh.edu.mx/dependencias/>

**Documentos impresos:** Escritos que facilitan la difusión de las actividades sustantivas de la UAEH a la sociedad en general, principalmente se utilizan para difundir los programas educativos, proyectos, así como actividades de interés. Todos se encuentran alineados al Manual de Imagen Institucional.

<https://www.uaeh.edu.mx/imagen/recursos.html#manual>

**Publicidad a gran formato:** Impresiones de gran tamaño que se colocan en espacios públicos, tales como: viniles, displays, vallas, lonas, espectaculares, entre otros.

**Aplicaciones móviles:** Programas de software diseñados específicamente para dispositivos móviles que pueden ser consultados en tiempo real por quienes la descargan, se utilizan para difundir temas específicos de interés de la comunidad:

- FUL
- FINI
- Garzabús
- SUMA UAEH
- CEUNI
- Egresados Garza
- Informe UAEH

**Inserciones en periódicos y revistas:** Espacio publicitario en medios impresos y electrónicos que utiliza la UAEH para difundir información institucional de acuerdo con las líneas generacionales.

**Entrevistas y programas en radio, televisión y medios digitales:** Espacios en los diferentes medios de comunicación que se otorgan a la UAEH para difundir información relevante de la institución.

**Transmisiones en vivo:** Herramienta digital que permite distribuir contenido multimedia en tiempo real a través de los medios de comunicación oficial dirigidos a toda la comunidad universitaria y sociedad en general como: informes, conferencias, actividades universitarias, entre otros.

**Ruedas de prensa:** Espacio de interacción entre la comunidad universitaria y los representantes de los diferentes medios de comunicación en el que difunde la postura de la UAEH, así como temas de interés general

Lineamientos: <https://www.uaeh.edu.mx/comunicacion/lineamientos/dgcs/>

**Ferias y festivales:** Espacio de encuentro presencial, que facilitan la exposición de diversos temas como: oferta académica, oferta editorial, exposiciones culturales, entre otros.

**Ponencias y talleres:** Comunicación a través de la exposición de un tema en particular que permite el debate o aprendizaje y posibilita la vinculación permanente con los diferentes sectores de la población.

## Conclusión

Los lineamientos de comunicación establecidos en este documento proporcionan una estructura clara y bien definida para asegurar una comunicación efectiva y coherente dentro de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH). Estos lineamientos permiten a las diversas unidades orgánicas, así como a toda la comunidad universitaria, mantener una coordinación adecuada para la transmisión de información tanto interna como externa.

Al adoptar prácticas de comunicación ascendente, descendente y horizontal, la UAEH fomenta un ambiente de colaboración, innovación y transparencia, alineado con los principios de su marco legal y normativo. Además, la utilización estratégica de diversas plataformas y medios de comunicación garantiza que la universidad se mantenga al día con las exigencias tecnológicas, fortaleciendo su visibilidad y reputación tanto a nivel nacional como internacional.

Con estas directrices, la UAEH reafirma su compromiso con la excelencia académica, la investigación, y la vinculación con la sociedad, contribuyendo así al desarrollo integral de la institución y al logro de sus objetivos institucionales.

## Glosario de términos en la comunicación digital

- I. **Comunicación ascendente:** Se define como los mensajes que fluyen de los empleados hacia los superiores, generalmente con la intención de formular preguntas, proporcionar *feedback* y hacer sugerencias. La comunicación ascendente tiene como resultado mejorar la moral y las actitudes de los empleados, por ello los mensajes que siguen las redes ascendentes se clasifican como de integración o humanos.
- II. **Comunicación descendente:** La comunicación descendente involucra todos los mensajes que fluyen de la dirección hacia los empleados.
- III. **Comunicación horizontal:** Se define como el intercambio lateral de mensajes entre individuos que se encuentran en el mismo nivel de autoridad dentro de la organización.
- IV. **Líneas generacionales:** Segmentación de los cortes generacionales en el que se establece las características en la que se consideran algunos rasgos que identifican a las generaciones, facilitando la forma de interacción con los diferentes medios de comunicación.
- V. **Redes sociales:** Se definen como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de

otros usuarios con los que comparte una conexión y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema (Boyd & Ellison, 2007).

- VI. **Sitio Web:** Herramienta común más ampliamente generalizada para plantear propuestas de información y/o comunicación de carácter estable. Toda entidad, organización, institución y empresa ha introducido el sitio web dentro de sus procesos de información y/o comunicación a un nivel interno y/o externo (Alonso, 2008).
- VII. **Unidades orgánicas:** Las unidades orgánicas son las encargadas de desarrollar e implementar las funciones sustantivas de la universidad: la enseñanza y el aprendizaje, la investigación, desarrollo e innovación, la extensión de la cultura y la vinculación e internacionalización. Así mismo, se encuentran las funciones que permiten apoyar el cumplimiento de lo antes mencionado. También se encuentran las funciones de gestión administrativa dentro de la institución.

## Bibliografía

- Alonso, J. (2008). Sitio Web como una unidad básica de información y comunicación. Aproximación teórica: definición y elementos constitutivos. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 226-247.
- BOYD, D. M. & ELLISON, N. B. (2007). «Social network sites: Definition, history, and scholarship». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 11. Consultado el 4 de diciembre de 2008 en:  
<http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2008/06/12/sitios-de-redes-socialesdefinicion-historia-y-ayuda-a-su-estudio-i/>  
<http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2008/06/15/sitios-de-redes-socialesdefinicion-historia-y-erudicion-ii/>