

**ESTRATEGIA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Y GUBERNAMENTAL DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE
ZACATECAS 2017-2021**

INTRODUCCIÓN

El presente documento cumple con lo dispuesto en el Capítulo II, Artículo 9, del Acuerdo Administrativo que establece los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social y Gubernamental de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública del Estado de Zacatecas para el Ejercicio Fiscal 2017 y sus subsecuentes, que en lo sucesivo se denominará Acuerdo.

CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

La palabra comunicación proviene del latín "communicatio", de acuerdo con la definición del diccionario de la Real Academia Española que significa: "Acción y efecto de comunicar o comunicarse", por lo que comunicar se refiere al proceso por el que se trasmite y recibe una información, ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos en conocimiento del otro.

En el ámbito institucional, la comunicación ha cobrado tal importancia que incluso la Organización de las Naciones Unidas (ONU) publicó el documento: Comunicación para el Desarrollo, Fortaleciendo la Eficacia de las Naciones Unidas,

al que quedan sujetos el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

También, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, la Organización Internacional del Trabajo, la Organización Mundial de la Salud, el Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA, así como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

De acuerdo con este documento, la comunicación marca la diferencia en el desarrollo humano. Da prioridad a los sistemas y procesos de comunicación que permiten a las personas deliberar y expresar su opinión sobre asuntos importantes de su propio bienestar.

Además, destacan el papel de la comunicación para el desarrollo en los procesos de empoderamiento de los ciudadanos, la cual se distingue de otras formas de comunicación, como por ejemplo la corporativa o interna, y la convierte en parte esencial de los programas dirigidos a alcanzar, de manera equitativa, los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

De ahí que se considere que un entorno propicio es indispensable para la planificación e implementación de la comunicación para el desarrollo. Tal entorno debe incluir sistemas reguladores y jurídicos que protejan la libertad de

expresión, mejoren el acceso a la información y fomenten el derecho del público a la información oficial.

En este documento la ONU identifica cuatro enfoques de comunicación para el desarrollo que clasifica de la siguiente manera:

1.-Comunicación para el cambio de comportamiento

Es un proceso interactivo para desarrollar mensajes y enfoques a través de una mezcla de canales de comunicación con el objetivo de fomentar y preservar comportamientos positivos y adecuados.

La comunicación para el cambio de comportamiento considera que los cambios sociales e individuales son dos caras de la misma moneda. Ha evolucionado de programas de información, educación y comunicación a promover mensajes más adaptados, un mayor diálogo y competencia local.

Desde la década de 1990, se utilizan cada vez más estrategias de comunicación exhaustivas para lograr cambios de comportamiento, incluidas la movilización de las comunidades, la orientación centrada en el cliente y las intervenciones en la red social.

Estas estrategias reconocen que el comportamiento individual está determinado por el contexto social, cultural económico y político, de ahí que puedan incorporar elementos como la educación entre iguales, el marketing social, la educación para el entretenimiento, las políticas públicas, la incidencia de los medios de comunicación, el empoderamiento personal y comunitario, así como las relaciones públicas.

Esta evolución ha llevado a algunas organizaciones a adoptar el término más inclusivo: Comunicación Estratégica.

Algunos destacan la ideación como el aspecto central de la relación entre comunicación y comportamiento, es decir, la difusión de nuevas formas de pensamiento a través de la comunicación y de la interacción social en comunidades locales y con una cultura determinada.

2.- Comunicación para el cambio social

La comunicación para el cambio social destaca el diálogo como idea fundamental para el desarrollo y la necesidad de facilitar la participación y el empoderamiento de las personas pobres. Utiliza enfoques participativos. Subraya la importancia de la comunicación horizontal, el papel de las personas como agentes del cambio y la necesidad de las estrategias de negociación y alianzas.

La comunicación para el cambio social se centra en los procesos de diálogo, mediante los cuales, las personas pueden superar obstáculos e identificar vías que les ayuden a alcanzar los objetivos fijados por ellas mismas.

A través de estos procesos de diálogo público y privado, todos los miembros de la sociedad civil (mujeres, hombres, niñas y niños) definen quiénes son, qué quieren y necesitan y qué debe cambiar para conseguir una vida mejor.

Los enfoques de comunicación para el cambio se centran en acciones colectivas para la comunidad y cambios sociales a largo plazo, y están alejados del comportamiento individual y se rigen por los principios de tolerancia, autodeterminación, equidad, justicia social y participación activa.

Los elementos de un proceso de comunicación para el cambio son: un catalizador, el reconocimiento del problema de la comunidad, el diálogo comunitario, la planificación y la acción colectiva.

Un catalizador externo o interno tiene como resultado la identificación del problema y el diálogo comunitario. Idealmente, conduce a la acción colectiva que puede generar un cambio individual, social o ambos; se necesitan ambos si se quiere conseguir un impacto social sostenido a largo plazo.

3.-Comunicación para la incidencia

La comunicación para la incidencia implica acciones organizadas con el objetivo de incidir el clima político, decisiones de procesos políticos y programas, percepciones públicas sobre normas sociales, decisiones sobre asignación de fondos y apoyo comunitario, así como empoderamiento en asuntos determinados. Es un medio que busca el cambio en la gobernabilidad, las relaciones de poder, las relaciones sociales, las actitudes e incluso el funcionamiento institucional.

En este sentido, hay coincidencia con lo que plantea el politólogo Mario Riorda, quien explica que la política implica comunicar ideas. Hacer cosas con palabras. Fundar (o al menos intentarlo) un determinado orden social. El ejercicio del poder político depende del uso del poder simbólico necesario para cultivar y sostener la confianza en la legitimidad.

Por ello, es necesario actualizar y mejorar los procesos y acciones de incidencia vigentes, incorporando dichos procesos comunicacionales en su campo real, como es el caso del ejercicio de la administración pública de Zacatecas, con estrategias claramente definidas y transparentadas en el Plan Estatal de Desarrollo 2017-2021 (PED), con las que se busca ejercer influencia en los actores políticos, económicos y sociales, con el objetivo de crear y preservar entornos propicios para el desarrollo.

4.- Fortalecimiento de un entorno propicio para los medios y las comunicaciones

Este enfoque pone de relieve la necesidad de reforzar las capacidades de comunicación gubernamental, incluidas la infraestructura profesional e institucional para propiciar:

- ✓ Medios libres, independientes y pluralistas al servicio del interés público.
- ✓ Amplio acceso público a una variedad de medios y canales de comunicación.
- ✓ Un entorno regulado y no discriminatorio del sector de las difusiones.
- ✓ Sistemas de rendición de cuentas.
- ✓ Libertad de expresión mediante la cual todos los colectivos puedan manifestar sus ideas y participar en debates sobre desarrollo y procesos de adopción de decisiones.

De ahí que resulte de vital importancia la Estrategia General de Comunicación Social y Gubernamental de la Administración Pública del Estado de Zacatecas, planteada en el presente documento, pues es convicción y obligación del Titular del Ejecutivo estatal ofrecer y garantizar las condiciones para un eficiente proceso de comunicación social con la ciudadanía zacatecana.

CONSIDERACIONES

Se denomina Estrategia General de Comunicación Social y Gubernamental de la Administración Pública del Estado de Zacatecas al conjunto de acciones diseñadas e implementadas para difundir y promover las acciones y obras de gobierno con carácter institucional, fines informativos, educativos, de orientación, participación social e interés público, regidos por los principios y valores de Austeridad, Honestidad, Eficiencia, Eficacia, Sencillez y Trabajo, establecidos en el PED 2017-2021 y en el Acuerdo.

Asimismo, se reconoce que el papel crucial de la información entre la clase política y la sociedad se basa en un principio básico: comunicar no sólo es expresar o informar, sino también influir. De ahí que las estrategias de comunicación política, tanto de instituciones como de actores, se modifiquen y reencaucen en busca de una mayor efectividad.

La comunicación social y gubernamental también tiene como objetivo convencer sobre el proyecto de futuro de la administración pública, no como retórica voluntarista, sino con propuestas y acciones concretas, definidas en los Ejes Estratégicos del PED: Gobierno Abierto y de Resultados; Seguridad Humana; Competitividad y Prosperidad, así como Medio Ambiente y Desarrollo Territorial.

En este contexto, la Coordinación de Comunicación Social es la instancia responsable de elaborar y ejecutar la Estrategia General, además de analizar y validar los programas y campañas de difusión de las dependencias y entidades de la Administración Pública del Estado de Zacatecas (APEZ), rigiéndose bajo los siguientes ejes:

I. Objetivo general

Hacer de la comunicación un instrumento que permita al Poder Ejecutivo fortalecer el Estado de Derecho, los Derechos Humanos, los Objetivos del Desarrollo Sostenible y la Perspectiva de Género, como enfoques transversales establecidos en el PED, para lo cual la presente Estrategia se complementa con el Programa Permanente de Comunicación con Perspectiva de Género para el Estado de Zacatecas, así como la Estrategia de Comunicación Social con Perspectiva de Género del Estado de Zacatecas.

1.1 Objetivos específicos

- Armonizar, acorde con las metas de la presente Estrategia General, los programas y campañas de comunicación social y publicitarias de las dependencias y entidades de la APEZ.

- Articular el trabajo de las áreas de comunicación social de las dependencias y entidades de la APEZ para garantizar el cumplimiento de las metas generales de la presente Estrategia.
- Seleccionar los medios de comunicación masiva que cumplan con los requisitos del Acuerdo, así como el perfil requerido para ejecutar los objetivos de cada campaña en específico, según lo establecido en los artículos 20 y 21 del propio Acuerdo.
- Consolidar la Red de Plataformas Digitales como un medio que coadyuve a la construcción de la transparencia proactiva e incentive la participación ciudadana a través del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's).
- Implementar estrategias de colaboración institucional con medios públicos de comunicación para difundir los programas y acciones que realiza la APEZ en beneficio de la población.
- Utilizar un lenguaje incluyente, con sentido social y humanista en el manejo de la información gubernamental.

- Difundir información clara y oportuna que facilite el conocimiento de los programas y acciones destinados a mejorar la calidad de vida y el empoderamiento de la población.
- Crear canales que promuevan la retroalimentación entre sociedad y gobierno a partir del mensaje difundido previamente.
- Calendarizar la información de acuerdo con los programas y metas del PED, con énfasis en las temáticas que se apeguen a sus Ejes Estratégicos.
- Planificar un calendario con temas de interés ciudadano que involucre a las dependencias y entidades de la APEZ.
- Implementar una metodología de evaluación de resultados para conocer tanto la efectividad de las estrategias de comunicación gubernamental como el alcance de las mismas y, en su caso, replantearlas o modificarlas, para lo cual se contratará la elaboración de estudios de pertinencia, cuyos periodos serán determinados por la Coordinación de Comunicación Social de acuerdo con sus necesidades y posibilidades presupuestales.

II. Metas generales

- Fortalecer y generar canales de difusión que contribuyan a consolidar la gobernanza, la transparencia y la rendición de cuentas.
- Hacer de la comunicación un mecanismo que facilite a la ciudadanía el aprovechamiento de los instrumentos y medios existentes para el acceso a la información y la rendición de cuentas.
- Fortalecer los mecanismos de difusión de la información pública, mediante la participación de los medios de comunicación escritos y electrónicos.
- Difundir las metas alcanzadas y/o superadas del PED.
- Propiciar la generación de órganos, canales y medios propios de información ciudadana (impresos, programas de radio y televisión, sitios web, blogs, revistas virtuales, etc.) para difundir las obras y acciones de interés público que realice la APEZ.
- Coordinar a las diversas dependencias y entidades para que difundan todas las acciones, servicios y programas que ejecuta la APEZ y que contribuyan a elevar los índices de desarrollo humano de la población.

III. Población objetivo

La población del Estado de Zacatecas.

IV. Estrategia

La Coordinación de Comunicación Social difundirá, de manera eficaz, eficiente y oportuna, las obras y acciones de carácter público e interés ciudadano que realicen las entidades y dependencias de la APEZ, para lo cual utilizará medios de comunicación masiva, públicos y privados, en función de sus necesidades.

Lo anterior, basado en los criterios informativos de oportunidad, ética, claridad, veracidad y los que establece este documento en apego a los requisitos establecidos en el Acuerdo.

V. Medios a utilizar

Prensa escrita, radio, televisión, internet, impresos, perifoneo y espacios públicos.

VI. Canales a utilizar

Los medios de comunicación contratados por la Coordinación de Comunicación Social, según las necesidades y requerimientos de cada una de las campañas enlistadas en el Plan, a las que se sumarán las campañas emergentes.

VII. Presupuesto

El establecido en el Decreto de Presupuesto de Egresos del Estado de Zacatecas, correspondiente a cada Ejercicio Fiscal.

VIII. Directrices generales

- Las campañas publicitarias que se diseñen, instrumenten e implementen desde el Poder Ejecutivo, sus dependencias y entidades, deberán tener un carácter institucional, fines informativos, educativos, así como de participación y orientación social e interés público.
- Todas las campañas publicitarias que realicen las dependencias y entidades de la APEZ con recursos públicos deberán ajustarse a lo establecido en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y evitar la promoción personalizada de cualquier servidor público, por lo que no pueden incluir nombres, imágenes o símbolos, salvo aquellas excepciones que la propia ley faculte, como es el caso de los informes ciudadanos que, por mandato legal y constitucional, debe rendir el titular del Poder Ejecutivo del Estado de Zacatecas.
- El contenido de las campañas publicitarias deberá respetar los derechos humanos y la dignidad de las personas; además, utilizará el lenguaje incluyente de género.
- Toda la información que se difunda a través de la Coordinación de Comunicación Social evitará la discriminación de las personas por su origen étnico o nacional,

género, edad, discapacidades, condición social y/o de salud, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

- La información y las campañas promoverán una mejor convivencia humana con el objetivo de fortalecer el aprecio y respeto por la diversidad cultural, la dignidad de las personas, la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, así como los ideales de fraternidad e igualdad de derechos para todos.
- La información y las campañas publicitarias garantizarán la igualdad entre hombres y mujeres; además, promoverán la organización y el desarrollo de la familia.
- La comunicación social de la administración gubernamental deberá ser promotora permanente del respeto al Estado de Derecho para asegurar la funcionalidad armónica de la sociedad.
- La política de comunicación social de la administración gubernamental se apoyará en los medios de comunicación masiva para garantizar la correcta y eficiente difusión de sus mensajes, la libertad de expresión y fortalecer la democracia en el Estado de Zacatecas.

- La contratación de medios de comunicación masiva se realizará con apego a los lineamientos y normatividad aplicables, a fin de evitar la discrecionalidad en el ejercicio de los recursos públicos y garantizar condiciones de transparencia, equidad y eficiencia.
- La información y las campañas de la APEZ deberán someterse a procesos periódicos de evaluación y seguimiento, cuyos resultados serán el referente para, eventualmente, emitir recomendaciones y asesoría a las dependencias y entidades con el objetivo de mejorar el diseño y enfoque de sus campañas de difusión, siempre y cuando se cuente con suficiencia presupuestal para tal efecto.

IX. Plan de Medios

El Plan de Medios incluye a aquellos que cumplan con los requisitos del Acuerdo Administrativo que establece los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social y Gubernamental de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública del Estado de Zacatecas, para el Ejercicio Fiscal 2017 y sus subsecuentes.

Prensa Escrita

❖ Objetivo

Utilizar la prensa escrita para la difusión de mensajes, programas y acciones de la administración estatal. Aunque en la actualidad se vive un período de transición entre prensa escrita y prensa digital, los medios impresos aún son indispensables, gracias a su público cautivo y a que han sabido diversificar sus canales de comunicación como la utilización de páginas web en las que ofrecen, en tiempo real, contenidos que incluyen notas, fotografías, videos y audios.

También, permiten la interacción con sus lectores a través de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

Cabe destacar que en materia informativa los medios digitales de los periódicos impresos son los más consultados por la población.

Entre las opciones que la Coordinación de Comunicación Social tiene para la difusión de sus mensajes, programas y acciones en prensa escrita destacan las siguientes, sin que esto sea limitativo para la contratación de otros medios que no están enlistados. Además, aparecer en esta lista no implica de ninguna manera la obligación para establecer relación comercial entre la administración estatal y los medios mencionados:

GRUPO	MEDIO	TIRAJE	COBERTURA	OTROS CANALES DE DIFUSIÓN
-------	-------	--------	-----------	---------------------------



Grupo Editorial Zacatecas	Imagen de Zacatecas Periódico Centinela Revista Gente y Estilo	10 mil 223 ejemplares diarios	S/D	Portal en internet Facebook Twitter Instagram Canal de Youtube
Organización Editorial Mexicana	El Sol de Zacatecas	17,666 ejemplares diarios	Fresnillo, General Pánfilo Natera, Guadalupe, Jerez, Pinos, Sombrerete, Teúl de González Ortega, Valparaíso, Zacatecas	Portal en internet Facebook Twitter Instagram Canal de Youtube
Información	La Jornada Zacatecas	8,833 ejemplares diarios	Zacatecas, Apozol, Calera, Fresnillo, Guadalupe,	Portal en internet Facebook Twitter



para la Democracia			Huanusco, Jalpa, Jerez, Juan Aldama, Juchipila, Loreto, Morelos, Mayahua, Miguel Auza, Ojocaliente, Río Grande, Sombrerete, Tlatelango, Tepetengo, Tabasco, Tayahua, Trancoso, Valparaíso, Villa de Cos, Villanueva	Instagram Canal de Youtube
TV ZAC, S.A.	El Diario NTR Canal 44 Radio Cañón	12 mil ejemplares diarios	S/D	Portal en internet Facebook

de C.V.				Twitter Canal de Youtube
---------	--	--	--	--------------------------------

Televisión abierta y cableras

❖ Objetivo

Aprovechar el alcance que ofrece la Televisión para la difusión de mensajes programas y acciones de la administración estatal, ya que es el medio con mayor cobertura en la entidad y el que más utilizan los zacatecanos para informarse de lo que acontece, a pesar del desarrollo que ha tenido internet, ya que es un medio mundialmente accesible por su oferta informativa y de entretenimiento.

Entre las opciones que la Coordinación de Comunicación Social tiene para la difusión de sus mensajes, programas y acciones en televisión destacan las siguientes, sin que esto sea limitativo para la contratación de otros medios que no están enlistados. Además, aparecer en esta lista no implica de ninguna manera la obligación para establecer relación comercial entre la administración estatal y los medios mencionados:

TELEVISIÓN	CANALES	OTROS CANALES DE DIFUSIÓN
------------	---------	------------------------------



Televisa Zacatecas	Gala TV	Portal en internet con transmisiones en vivo Facebook Twitter Canal en Youtube
Tv Azteca	Azteca 7	Facebook Twitter Canal en Youtube
Sistema Zacatecano de Radio y Televisión (Televisión pública)	Canal 24	Portal en internet con transmisiones en vivo. Facebook Canal en Youtube
TELEVISIÓN POR CABLE	CANALES	OTROS CANALES DE DIFUSIÓN
Megacable	Canal 210	Micrositio en el portal de internet de Megacable. Facebook Twitter
Canal 9	Canal 41	Micrositio en el portal de internet de Info TV9. Facebook

<p>Ecovisión Tlaltenango</p>	<p>Canal 27</p>	<p>Portal en internet con transmisiones en vivo. Facebook Canal en Youtube</p>
<p>Canal 3 de Tlaltenago</p>	<p>Canal 3</p>	<p>Portal en internet Facebook Canal en Youtube</p>

Aunque las campañas publicitarias se difunden en varios horarios durante el día en la televisión, la Coordinación General de Comunicación Social busca tener impacto durante la programación de los siguientes espacios informativos:

Televisión abierta

6:30 – 9:00 hrs. El Noticiero, 1ra. Emisión, Pedro Madrigal, Gala Tv, Televisa.

15:00 – 16:00 hrs. El Noticiero, 2da. Emisión, Rebeca Vidales, Gala Tv, Televisa.

20:00 – 21:00 hrs. El Noticiero, 3ra. Emisión, Verónica Trujillo, Gala Tv, Televisa.

7:00 – 9:00 hrs. Info 7, Liliana Gutiérrez Méndez y Hugo Arroyo Robles, Azteca 7, Tv Azteca.

14:30 a 15:00 hrs. Hechos Meridiano, Liliana Gutiérrez Méndez, Azteca 7, Tv Azteca.

6:30 – 9:00 hrs. Sistema Informativo, Arnulfo Ruiz e Ivette Martínez, Canal 24, Sistema Zacatecano de Radio y Televisión (Sizart).

21:00 – 22:00 hrs. A Tiempo, José Manuel Mancera, Canal 24, Sistema Zacatecano de Radio y Televisión (Sizart).

Cableras

21:00 – 22:00 hrs. Megacable, Rogelio Navarrete López, Canal 210.

8:00 – 9:00 hrs. Info Tv9, Alejandro Román, Canal 41, Cablecom.

Radio

❖ Objetivo

Aprovechar el alcance que ofrece la radio para la difusión de mensajes programas y acciones de la administración estatal, ya que es un medio que llega a todas las clases sociales.

Otra ventaja es que la radio ofrece la oportunidad de alcanzar un mercado muy amplio con un presupuesto más bajo del que requieren otros medios, por lo que son mejores las oportunidades de llegar a una mayor audiencia.

Entre las opciones que la Coordinación General de Comunicación Social tiene para la difusión de sus mensajes, programas y acciones en radio destacan las siguientes, sin que esto sea limitativo para la contratación de otros medios que no están enlistados. Además, aparecer en esta lista no implica de ninguna manera la obligación para establecer relación comercial entre la administración estatal y los medios mencionados:

RADIO	ESTACIONES	OTROS CANALES DE DIFUSIÓN
Grupo Zer	1.-Stereo Zer, 96.5 FM Zacatecas 2.-Digital 106.5 FM Zacatecas 3.-Amor, 99.3 FM Zacatecas 4.-Lupe, 93.3 FM Guadalupe 5.-La Tremenda, 98.5 FM Fresnillo 6.-Stereo Fresnillo, 106.1 FM 7.-Radio Jerez, 89.1 FM 8.-Radio Jerez, 89.1 FM 9.-Caxcán, 95.1 FM Jalpa	Portal en internet con transmisiones en vivo. Facebook Twitter

Grupo Plata	<p>1.-Súper G, La Gigante de la Radio, XHGAP 94.7, Zacatecas</p> <p>2.-Estéreo Plata, XHZTS 91.5 FM, Zacatecas</p>	<p>Portal en internet con transmisiones en vivo.</p> <p>Facebook</p> <p>Twitter</p>
Sonido Estrella	<p>1.-XEPC, 890 AM, Zacatecas</p>	<p>Portal en internet con transmisiones en vivo.</p> <p>Facebook</p> <p>Twitter</p>
Grupo B 15	<p>1.-La Mejor, XEMA 690 AM, 107.9 FM, Fresnillo</p> <p>2.-Romántica, XEQS 930 AM, 90.3 FM, Fresnillo</p> <p>3.-Exa, XHFRE 100.5 FM, Fresnillo</p>	<p>Portal en internet con transmisiones en vivo.</p> <p>Facebook</p> <p>Twitter</p>
Torres Corporativo	<p>1.-La Ele, XHEL 91.5 FM, Fresnillo</p> <p>2.-La Única, XHIH, 103.3 FM, Fresnillo</p>	<p>Portal en internet con transmisiones en vivo.</p> <p>Facebook</p> <p>Twitter</p>
Radio Alegría	<p>1.-XEFP 990 AM y 98.3 FM, Jalpa</p>	<p>Portal en internet con transmisiones</p>

		en vivo. Facebook Twitter
La Grande	1.-XEZC, 810 AM y 97.1 FM, Río Grande	Portal en internet con transmisiones en vivo. Facebook Twitter
Radio Zacatecas (Radio pública)	1.- XHZH, Radio Zacateca 97.9 FM	Portal en internet con transmisiones en vivo. Facebook Twitter

Aunque las campañas publicitarias se difunden en varios horarios durante el día en la radio, la Coordinación de Comunicación Social busca tener impacto durante la programación de los siguientes espacios informativos:

Zacatecas

7:00 - 9:00 hrs. Sin Pelos en la Lengua, Gustavo Goytia, Estéreo Zer, 96.5 FM.

14:00 - 15:00 hrs. Sin Pelos en la Lengua, Gustavo Goytia, Estéreo Zer, 96.5 FM.

7:30 – 9:00 hrs. Enlace, Francisco Esparza Acevedo, XHZTS, Estéreo Plata, 91.5 FM.

18:00 – 19:30 hrs. Espacio Abierto, Cristina Velasco Saldaña y Alonso Chávez Landeros, Estéreo Plata, 91.5 FM.

6:45 – 9:00 hrs. A Tiempo, Francisco Elizondo Viramontes, Radio Zacatecas, 97.9 FM.

21:00 – 22:00 hrs. A Tiempo, José Manuel Mancera, Canal 24, Radio Zacatecas, 97.9 FM.

Fresnillo

7:00 – 9:00 hrs. ZER Informativo, Susana Zacarías Sánchez, La Tremenda, XHYQ, 98.5 FM y 640 AM, Grupo Zer.

8:00 – 9:30 hrs. Frente a Frente, Humberto Casarez, B-15, La Mejor, XEMA 690 AM y 107.1 FM, B-15.

11:00 – 13:00 hrs. Día con Día, Manuel Cornejo González, B-15, Romántica, XEQS, 930 AM. Y 90.3 FM.

15:00 – 17:00 hrs. Perfiles, Hermelio Camarillo, B-15, Romántica, XEQS, 930 AM. Y 90.3 FM.

9:00 – 10:30 hrs. Las Noticias, Ricardo Torres Gallegos, Corporativo Torres, La Ele, XEEL, 610 AM Y 95.1 FM.

12:00 – 14:00 hrs. El Pueblo Canta, Kiko Torres, Corporativo Torres, La Única, XEIH, 770 AM. Y 103.3 FM.

15:00 – 17:00 hrs. Comentarios, Javier Torres Gallegos, La Ele, XEEL 610 AM Y 95.1 FM.

Jalpa

8:00 – 10:30 hrs. Las Noticias por la Mañana, Efraín González, Radio Alegría, XEFP 990 AM. y 98.3 FM.

Jerez

15:00 – 16:00 hrs. Palabras Claras, Efrén Fernández, XEXM, Grupo Zer, 89.1 FM

Río Grande

15:00 – 17:00 hrs. Tu Expresión, Rafael Partida Castañeda, La Grande (Radio Felicidad), XHZC, 810 AM Y 97.1 FM.

Páginas en internet

❖ **Objetivo**

Aprovechar el alcance que ofrece el internet para la difusión de mensajes programas y acciones de la administración estatal, el cual se ha posicionado a nivel estatal como el cuarto lugar en medios masivos que la ciudadanía utiliza para informarse debido a su inmediatez, un gran alcance de lectores, así como su interactividad.

Este medio también destaca por la gran cantidad de contenidos que incluyen información, audios y videos, pues sus espacios no están limitados, por lo que el número de usuarios aumenta permanentemente, además de que no existen fronteras con respecto a otros países, considerando la gran cantidad de migrantes zacatecanos radicados en Estados Unidos y otras entidades de la República Mexicana.

Entre las opciones que la Coordinación de Comunicación Social tiene para la difusión de sus mensajes, programas y acciones en internet, destacan las siguientes, sin que esto sea limitativo para la contratación de otros medios que no están enlistados. Además, aparecer en esta lista no implica de ninguna manera la obligación para establecer relación comercial entre la administración estatal y los medios mencionados:

zacatecasonline.com.mx

zhn.com.mx

periodicomirador.com

porticoonline.mx

pulsodelsur.com

aficionpolitica.com

eltrochilero.com

expresszacatecas.com

lineainformativa.com

portalfresnillo.com

testigominero.com.mx

telepaisa.com

perimetro.com

fresnillo.com

Los medios enlistados en este documento son las opciones que la Coordinación de Comunicación Social podría utilizar como canales para la difusión de las campañas publicitarias que la administración gubernamental lleve a cabo, para lo cual se agregarán periódicamente Anexos, según el año que corresponda, en el que se detallará el calendario de campañas, sin que esto sea un limitante para agregar otras que durante el año sean requeridas o se descarten algunas ya enlistadas.