

GACETA



OFICIAL

ÓRGANO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE

DIRECTORA DE LA GACETA OFICIAL

JOYCE DÍAZ ORDAZ CASTRO

Calle Morelos No. 43. Col. Centro

Tel. 817-81-54

Xalapa-Enríquez, Ver.

Tomo CC

Xalapa-Enríquez, Ver., jueves 5 de septiembre de 2019

Núm. Ext. 356

SUMARIO

GOBIERNO DEL ESTADO

PODER EJECUTIVO

Oficina del Gobernador

PROGRAMA SECTORIAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2019-2024.

folio 1094

NÚMERO EXTRAORDINARIO
TOMO XVIII



VERACRUZ
GOBIERNO
DEL ESTADO

Programa Sectorial de Comunicación Social 2019-2024



CGCS
Coordinación General
de Comunicación Social



SEFIPLAN
Secretaría de Finanzas
y Planeación



Programa Sectorial de Comunicación Social 2019-2024



Directorio Institucional

Cuitláhuac García Jiménez

Gobernador Constitucional del Estado

**Ing. Eric Patrocinio Cisneros
Burgos**

Secretario de Gobierno

Lic. Hugo Gutiérrez Maldonado
Secretario de Seguridad Pública

**Lic. María Guadalupe Argüelles
Lozano**

Secretaria de Trabajo, Previsión Social
y Productividad

Ing. Guillermo Fernández Sánchez
Secretario de Desarrollo Social

Ing. Elio Hernández Gutiérrez
Secretario de Infraestructura y
Obras Públicas

Lic. Xochitl Arbesú Lago

Secretaria de Turismo y Cultura

L.D. Leslie Mónica Garibo Puga
Contralora General del Estado

Lic. Verónica Aguilera Tapia
Directora General del Sistema para el
Desarrollo Integral de la Familia del
Estado de Veracruz (DIF)

Dra. Waltraud Martínez Olvera
Jefa de la Oficina de
Programa de Gobierno

Mtro. José Luis Lima Franco

Secretario de Finanzas y Planeación

**Mtro. Zenyazen Roberto Escobar
García**

Secretario de Educación de Veracruz

**LAE. Enrique de Jesús Nachón
García**

Secretario de Desarrollo Económico y
Portuario

Lic. María del Rocío Pérez Pérez
Secretaria de Medio Ambiente

Ing. Eduardo Cadena Cerón
Secretario de Desarrollo Agropecuario,
Rural y Pesca

Dr. Roberto Ramos Alor

Secretario de Salud

Dra. Guadalupe Osorno Maldonado
Secretaria de Protección Civil

Lic. Iván Joseph Luna Landa
Coordinador General de Comunicación
Social

Lic. Esteban Ramírez Zepeta
Jefe de la Oficina del Gobernador



Directorio Sectorial

Lic. Iván Joseph Luna Landa

Coordinador General de Comunicación Social

Ing. Luis Alberto López Casas

Director General de Información
Institucional

C. Estefanía Yépez Luna

Directora General Monitoreo

Lic. Lázaro Espinosa Carrillo

Director General Comunicación Directa

Mtra. María Antonieta Vera Hernández

Directora Jurídica y Encargada de la
Unidad de Acceso a la Información

Cpa. Alfonso Galicia

Jefe de la Unidad Administrativa

Lic. Antonio Morales Molina

Jefe de la Unidad de Diseño e Imagen

Mtro. Jonathan García Mendez

Jefe de la Unidad de Logística y
Coordinación de Eventos

Lic. Luz María Martínez Aguilar

Jefa de la Unidad de Comunicación
Interinstitucional

Lic. Andrea Karina Arias Zapata

Jefa de Unidad de Género

Lic. Martín Geovanni Bello Mercado

Jefe de la Unidad de Redes Sociales



Mtro. Víctor Hugo Cisneros Hernández
Director General de Radiotelevisión de Veracruz

Lic. Alberto Aguilar Verónica

Subdirector de Televisión

Ing. Randy Ramírez Leal

Subdirector de Radio

Mtro. Guillermo Muñoz Hernández

Jefe de la Unidad Planeación,
Acuerdos y Alianzas

Lic. Carlos Haschmed Nava del Campos

Subdirector de Noticias y Programas
Informativos

Prof. Ariel Ortiz

Subdirector de Deportes

Ing. Gregorio Olmedo López

Subdirector de Operaciones

Lic. David Campos Garcés

Subdirector de Mercadotecnia

Mtro. Enrique Antonio Ávila Contreras

Subdirector Administrativo

Índice

1. Presentación.

2. Resumen Ejecutivo.

3. Introducción al Programa Sectorial.

3.1 Misión, Visión y Principios Éticos.

3.2 Fundamentos jurídicos del Programa.

3.3 Aspectos metodológicos del Programa.

3.4 Aspectos relevantes atendidos por el Programa.

Diagnóstico Sectorial.

4. 4.1 Situación general del Sector a Nivel Nacional e Internacional.

4.2 Importancia del Sector para la Entidad.

4.3 Rezagos y factores que han impedido su desarrollo.

4.4 Retos del Sector.

5. Objetivos, Estrategias y Líneas de Acción.

6. Mecanismos de Seguimiento y Evaluación:

Indicadores de Evaluación del Desempeño (SED).

6.1 Indicadores Estratégicos del Sector.

6.2 Metas por ejercicio de los Indicadores Estratégicos del Sector.

7. Vinculación con el PVD y los Objetivos de la Agenda 2030.

8. Glosario de Términos.

9. Bibliografía.

1. Presentación

El 1 de julio de 2018 será recordado como el día en que la ciudadanía votó por un cambio en la vida pública del país. Los ciudadanos eligieron en las urnas, tanto en Veracruz como a nivel nacional, proyectos políticos que colocan en el centro a las personas, especialmente a aquellos que habían sido excluidos con el régimen neoliberal, el cual beneficiaba a sólo unos cuantos a costa de la precarización del pueblo.

Lo anterior significa un cambio de paradigma en la forma en que el gobierno se relaciona con el pueblo, es necesario dejar atrás aquellas prácticas en las que se veía el servicio público como aquel sitio en el que se podían obtenerse numerosos beneficios y gratificaciones personales.

En el Plan Veracruzano de Desarrollo se encuentran plasmados los objetivos que como veracruzanos queremos alcanzar y la ruta que habremos de seguir para ello. En tal sentido, es fundamental mantener un gobierno cercano, atento a las demandas de la ciudadanía para construir un nuevo modelo de desarrollo en el que quepan todas las personas.

He aquí donde se surge la necesidad de contar con una Coordinación General de Comunicación Social y una Radio y Televisión Pública que sean sensibles a aquellas problemáticas que enfrentan los distintos sectores de la sociedad, para hacer de la información una verdadera herramienta de transformación social.

Las tecnologías de la información generaron múltiples posibilidades de comunicación gubernamental y abrieron las puertas de la participación, pues ahora una gran diversidad de ideas pueden ser vertidas en el debate público, no obstante, aún falta un largo camino por recorrer para que todos los ciudadanos puedan acceder equitativamente a tales espacios de comunicación.

Por ello, la responsabilidad de los entes públicos del sector es encontrar formas de comunicación que permitan la inclusión de todas las personas, particularmente

aquellas que han sido históricamente excluidas, pues son el corazón de nuestro proyecto.

“No dejar a nadie atrás, no dejar a nadie afuera”, una potente frase vertida por el Presidente de la República en el Plan Nacional de Desarrollo, tiene un profundo significado en el quehacer comunicativo, pues es el norte que guía nuestro actuar en la construcción de una sociedad más justa y con igualdad de oportunidades para todas las personas.

Uno de los objetivos establecidos en el Plan Veracruzano de Desarrollo es fortalecer la comunicación de las acciones y políticas públicas para garantizar el libre acceso a la información y mejorar los procesos de gobernanza. No hay duda alguna, que para lograrlo es urgente implementar nuevas formas de comunicación, más creativas, más cercanas y más eficientes, sin dejar de lado aquellos principios que eligió la ciudadanía.

La creación de materiales y productos informativos estará enfocada a entregar a la ciudadanía productos de calidad, que coadyuven en la toma de mejores decisiones sobre temas relevantes, y al mismo tiempo contribuirán al fortalecimiento de una cultura democrática.

Del mismo modo, la promoción de los derechos humanos, la igualdad de género y el respeto a la diversidad de ideas estarán implícitos en todos aquellos contenidos que desde las instituciones sean difundidos en el espacio público.

En la Coordinación General de Comunicación Social y en Radio y Televisión de Veracruz entendemos la enorme responsabilidad que la sociedad veracruzana nos ha encomendado, y en esa justa dimensión es para nosotros un gran honor participar en el primer gobierno que verdaderamente está al servicio del pueblo.

Iván Joseph Luna Landa

Coordinador General de Comunicación Social

2. Resumen Ejecutivo

En un proceso de cambio complejo y esperanzador en la vida pública, como el que hoy se vive en México y especialmente en el estado de Veracruz, en donde ha habido un retroceso considerable en los procesos democráticos a raíz de las últimas administraciones, el papel que juega la comunicación social es esencial para contribuir al desarrollo de una cultura democrática en la que las y los ciudadanos participen realmente en la toma de decisiones.

Veracruz es una de las entidades más complejas en cuanto a la distribución eficiente de la información, por su complicada demografía, sus 212 municipios a lo largo de diez regiones con características muy específicas y sus más de ocho millones de habitantes a lo largo del estado, por lo que es un reto mayúsculo, necesario y motivante el cumplir con uno de nuestros principales objetivos: Comunicar bien y a todos.

Si bien podría sonar como un lugar común, mencionar que hay que comunicar las acciones de gobierno y los beneficios en los que se trabaja para generar bienestar en todos los rincones de Veracruz, es importante señalar que anteriormente, en los hechos, esto no significó una prioridad, ya que se comunicaba casi exclusivamente desde plataformas digitales, haciendo a un lado a los medios de comunicación tradicionales e ignorando la precaria realidad veracruzana.

Este Programa Sectorial de Comunicación Social 2019-2024, contempla estos factores, por lo que además de ser una herramienta para el quehacer efectivo de la labor comunicacional, considerando objetivos, estrategias y líneas de acción, es también una guía de ruta para cumplir con los compromisos y responsabilidades vertidas en el Plan Veracruzano de Desarrollo 2019-2024.

Entender esto, es clave para afrontar con firmeza y sensibilidad los retos que conlleva un cambio de paradigmas en el ejercicio de una verdadera Comunicación

Social, con perspectiva de derechos humanos y de género, enfocada primordialmente en comunicar de manera coordinada las acciones y políticas públicas que ejecute el Gobierno del Estado, con la finalidad de facilitar los procesos de gobernanza y el fortalecimiento de un gobierno republicano, bajo los principios de honestidad y austeridad.

Así mismo, este Programa de Comunicación Social le da un espacio relevante a Radiotelevisión de Veracruz, al plantear la consolidación de RTV como un medio público de comunicación que informe a la sociedad veracruzana sobre el acontecer público, promueva la participación ciudadana y fomente una visión crítica entre las audiencias.

En este gobierno de la cuarta transformación, la recuperación de la confianza por parte de la sociedad veracruzana será determinada por los resultados, pero en ese proceso, la Comunicación Social será indispensable, no sólo por una dinámica informativa ágil y eficaz, sino porque gracias a las nuevas tecnologías y al carácter popular de esta administración, se buscará tener una cercanía sin precedentes con la población.

Desde la Coordinación General de Comunicación Social, a partir de la centralización de la comunicación del aparato gubernamental, se busca generar condiciones que pongan en orden el difícil tema de los convenios con diversos medios de comunicación por lo que se creó una Ley de Comunicación Social para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, la cual contiene un Padrón Estatal de Medios de Comunicación, lo que significa un avance inmediato para el sentido democrático y transparente de esta Coordinación de Comunicación Social.

Veracruz necesita una comunicación comprometida y regionalizada, que recupere el interés perdido por los sectores históricamente olvidados, que ponga en el punto de mira las necesidades informativas de las minorías, de los grupos más vulnerables, tomando en cuenta la identidad pluricultural, la diversidad social y las diferentes

lenguas que se hablan en el estado con el fin de cimentar y fortalecer la vida democrática de la entidad.

3. Introducción Al Programa Sectorial

El Programa Veracruzano de Comunicación Social obedece a los principios que fueron artífices para ganar la confianza de la gente en el pasado proceso electoral; Por el bien de todos, primero los pobres, frase plasmada en el Plan Nacional de Desarrollo y retomado en el Plan Veracruzano de Desarrollo reflejan el sentido ético con el cual ha de conducirse la actual administración.

La Coordinación General de Comunicación Social participa en el Plan Veracruzano de Desarrollo coadyuvando en procesos para la resolución de problemáticas tan complejas, que se han instalado en el imaginario de la población como inherentes en el devenir de los gobiernos, pero que en las pasadas administraciones se intensificaron de tal forma que se ha puesto en cuestión la viabilidad del gobierno veracruzano.

Retomando dicho plan, la Coordinación General de Comunicación enarbola los principios de honestidad, austeridad y justicia con la finalidad de construir y fortalecer capacidades para una mejor toma de decisiones por parte de la sociedad veracruzana.

En tal sentido, y siguiendo las líneas establecidas en el documento rector del gobierno veracruzano, la Coordinación General de Comunicación Social se enmarca en el eje Política y Gobierno, en el cual existen distintos retos en los que la dependencia debe contribuir a mejorar los indicadores: Estado de Derecho, Igualdad sustantiva y no discriminación, Seguridad ciudadana, Gobernanza y participación ciudadana, Seguridad jurídica (PVD, 2019).

Además, atendiendo a una de las problemáticas que más han lastimado a la sociedad, la actual administración asume un compromiso sin precedentes con los derechos humanos, el cual se refleja en el programa especial *Cultura de Paz y Derechos Humanos* establecido en el Plan Veracruzano de Desarrollo en donde la Comunicación Social juega un papel central como generadora y transmisora de discursos.

En el mismo sentido, Radiotelevisión de Veracruz juega un papel importante para lograr la realización de los objetivos del este Programa Sectorial de Comunicación Social, al ser un medio que coadyuva en la transmisión y difusión, (tanto a la sociedad en general como a otros medios de comunicación locales y nacionales) de los mensajes generados desde el gobierno, y de contenidos producidos por el organismo público descentralizado, relacionados con la igualdad, la no discriminación, la identidad cultural y la formación de una mentalidad crítica a la audiencia .

3.1 Misión, Visión Y Principios Éticos

De la Coordinación General de Comunicación Social

Misión:

Coordinar la difusión informativa, publicitaria y promocional de las actividades, obras y servicios de la Administración Pública del Estado, a través de los distintos medios de comunicación.

Visión:

Ser la institución que responda a la dinámica de la realidad social y garantice una comunicación eficiente, incluyente, honesta y confiable, sobre las políticas públicas que lleva a cabo el gobierno, para contribuir al bienestar de la sociedad veracruzana.

Principios éticos:**Gobierno honesto y transparente:**

La exigencia de la sociedad veracruzana nos hace priorizar en la construcción de un gobierno que sea honesto, transparente y generador de resultados. Por ello, el Gobierno del Estado de Veracruz ha implementado estrategias con apego a las disposiciones jurídicas vigentes que permiten prevenir y combatir los actos de corrupción en todas y cada una de las actividades, obras y servicios que ejecuta la Administración Pública Estatal.

A través de un gobierno transparente se busca garantizar el Derecho al Acceso a la Información Pública Gubernamental. Con la finalidad de recuperar la confianza de la ciudadanía en las instituciones, se difundirán herramientas de escrutinio público que permitan promover una verdadera cultura anticorrupción entre los funcionarios públicos, los líderes de opinión y la sociedad.

Respeto a los Derechos Humanos y a la Libertad de Expresión:

La libertad de expresión es fundamental para la consolidación de un estado democrático. Para ello, esta administración ha adquirido un gran compromiso con el respeto a los Derechos Humanos. Contribuyendo desde la comunicación a propiciar mejores condiciones de seguridad para el desempeño de la labor periodística,

garantizando el respeto a la pluralidad de ideas, así como la libertad de expresión y prensa.

Igualdad, Inclusión y Perspectiva de Género:

En el sector, será utilizado el lenguaje incluyente, no sexista y libre de discriminación. A través de los contenidos difundidos se hará uso de un lenguaje visual, oral y textual que demuestre la participación igualitaria de mujeres y hombres, a fin de promover la adopción de medidas positivas que generen condiciones de equidad y eviten la discriminación de personas o grupos sociales.

La Coordinación General de Comunicación Social y Radio Televisión de Veracruz asumen su papel en la sociedad veracruzana como instancias forjadoras de opinión, por ello desde la comunicación se coadyuvará a erradicar la reproducción de violencia, estereotipos sexistas y la discriminación de grupos o sectores históricamente relegados.

Austeridad:

La austeridad republicana es el principio de ética pública que exige a la actual administración una especial moderación en el uso y aplicación de los bienes y recursos públicos por parte de los representantes y agentes del gobierno, bajo criterios de eficiencia, eficacia y racionalidad.

Recordemos que históricamente, el sector de comunicación ha sufrido robos monumentales y gastos excesivos para el uso de publicidad y difusión. Por ello, la aplicación de este principio será trascendental para efficientar los recursos, utilizando los medios públicos y la producción interna dentro de las diferentes áreas de comunicación que conforman la APE. A través del Padrón Estatal de Medios de Comunicación, podrán seleccionarse los medios que ofrezcan las mejores condiciones, según sus tarifas, audiencias, alcances e impactos.

3.2 Fundamentos Jurídicos Del Programa

A) Normativa Federal

La normativa que fundamenta la actuación de la Coordinación General de Comunicación Social se encuentra en los artículos 6, 7 y 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Tercero Transitorio de la Ley General de Comunicación Social; 1 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; 1 de la Ley del Sistema de Radiodifusión del Estado Mexicano; 1 de la Ley General de Responsabilidades Administrativas; 1 y 70 Fracción XXIII de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 1, 2, 4, 6, 7, 8, 16, 17, 18, 19, 20 y 21 de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados; 2, 9, 10, 10 Bis y 11 de la Ley de Propiedad Industrial; 1, 3, 5, 11, 12 y 13 de la Ley Federal del Derecho de Autor y Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para el Registro y Autorización de los Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las Dependencias y Entidades de la Administración pública Federal Para el Ejercicio Fiscal 2019.

B) Normativa Estatal

Por lo que hace a la normativa estatal fundamenta la actuación de la Coordinación General de Comunicación Social la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Veracruz en sus artículos 6, 66. Apartado A, 67 fracción V incisos a), b) y artículo 79 párrafo segundo; de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz artículos 2, 9, 36 y 37 fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X, XI y XII; de la Ley de Planeación para el Estado de Veracruz artículos 1, 2, 9, 10, fracción I, 12 fracción I. incisos a), b), c), d), e), f), g), h), i) y j) 14 y 35; por lo que hace a la Ley de Austeridad para el Estado de Veracruz artículos 1, 2 y 7; por lo que hace a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública para el Estado de Veracruz, el fundamento de aplicación con relación a esta Coordinación General lo serían los

artículos 2, 3, 9, 11, 15, 16, 19, 49, 55, 56, 67 y 72; 7, 8; del Código de Procedimientos Administrativos para el Estado de Veracruz; así como el Decreto por el que se modifica el decreto que reforma y modifica y adiciona el diverso por el que se crea el Organismo Público Descentralizado Radiotelevisión de Veracruz, al ser un ente sectorizado de la Coordinación General de Comunicación Social es importante lo que contempla en este decreto lo que señala su artículo 5; y, por lo que hace a la Ley de Comunicación Social para el Estado de Veracruz, los Lineamientos que establecen los requisitos para integrar el Padrón estatal de Medios de Comunicación en el Estado; así como el Código de Conducta de la misma Coordinación General es fundamento obligatorio en su totalidad.

C) Normativa De RTV

Radiotelevisión de Veracruz es un canal de Televisión y Radio permisionado del Gobierno del Estado que tiene como principal objetivo la emisión de programas educativos y culturales; a finales de la década de los 90s, se convierte en un Organismo Público Descentralizado, según la publicación número 34 de la Gaceta Oficial, Órgano del Gobierno del Estado de Veracruz-Llave.

A la fecha, este decreto ha tenido dos modificaciones: en marzo de 2008 y septiembre de 2018, en este último, fueron reformadas las fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII y XIX, y se adicionan las fracciones XX, XXI, XXII, XXIII y XXIV, todas del artículo 5 del Decreto que reforma y adiciona el diverso por el que se crea el Organismo Público Descentralizado Radiotelevisión de Veracruz. En el se establece que el concesionario queda obligado a cumplir con los Lineamientos Generales para el otorgamiento de las concesiones a que se refiere el Título Cuarto de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en referencia con los mecanismos consignados en el artículo 86 de la misma Ley, que aseguren los principios de independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de

participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales” .

En este decreto también son redefinidos los objetivos de esta OPD, destacando que el principal quehacer es “Producir, transmitir y difundir, con recursos propios o externos, los programas de televisión y radio que se requieran, de carácter educativo, deportivo, cultural, informativo y de fomento de los valores cívicos y sociales, a través de las frecuencias otorgadas y otros medios o canales de difusión cuya normativa lo permita; diseñando estrategias de comunicación que permitan difundir y preservar las expresiones culturales de las regiones de Veracruz”

3.3 Aspectos Metodológicos Del Programa

Para la construcción de este programa y sus indicadores, se alinearon y vincularon los objetivos al cumplimiento de metas programadas en el Plan Nacional de Desarrollo y el Plan Veracruzano de Desarrollo 2019-2024, rediseñando acciones que permitan un alcance óptimo de objetivos del Sector. Con base en la Metodología de Marco Lógico, se dará seguimiento y evaluación al Programa Sectorial de Comunicación Social a través de indicadores que contribuyan una mejor gestión de resultados en la Administración Pública Estatal (APE).

Dicho enfoque nos conduce y orienta a fortalecer la democracia en las instituciones de la Administración Pública Estatal y la participación ciudadana, a través de la difusión de productos informativos y publicitarios bajo un enfoque de igualdad, equidad y justicia social.

De la revisión del trabajo realizado por las anteriores administraciones, se detectó que la principal problemática al interior de la Coordinación General de Comunicación Social es que la comunicación de las obras, acciones y servicios que brinda la Administración Pública Estatal no solían llegar de manera adecuada, clara y oportuna a todos los sectores de la sociedad veracruzana.

El problema antes referido derivó de tres causas: 1) la comunicación del gobierno del estado se centró en la difusión de la imagen personal del titular del ejecutivo, 2) los productos informativos y publicitarios no consideraban las características sociodemográficas y culturales del estado, y 3) la desarticulación de las áreas de comunicación de las distintas dependencias de la Administración Pública Estatal.



Figura 1. ¿Por qué la Comunicación del gobierno del Estado no llega adecuadamente a toda la población?

Fuente: Elaboración propia.

La mística del gobierno anterior era privilegiar a las redes sociales, excluyendo el uso de los medios de comunicación tradicionales, tal y como lo fue en RTV. Durante la administración 2016-2018 no se dio la importancia a TVMás y RadioMás. Se priorizó en las transmisiones en vivo de los eventos, giras y actividades del gobernador en turno a través de Facebook. Se limitó a la comunicación, evitando que la información pública llegara a todos los veracruzanos, pues se segmentaba sólo a aquellos que tenían acceso a las redes sociales: "Entre el 2017 y el 2018 se realizó la compra de publicidad a través de redes sociales, en específico, Facebook, misma que ascendió a 10 millones 193 mil pesos, de acuerdo con la respuesta de la Coordinación General de Comunicación Social a la solicitud de información 00358118 realizada en marzo del 2018.¹

Como parte de la identificación de problemas que afectaron a esta Dependencia y los cambios que se requieren para atender las exigencias en el logro de objetivos y servicios que serán entregados a la población, se determina el Presupuesto Basado en Resultados (PBR), con la finalidad de mejorar la gestión de recursos de información que favorezcan los sectores rezagados de la población y al mismo tiempo, permita mejorar la calidad del gasto público, con una adecuada rendición de cuentas.

EL PBR se basará en las obras, acciones y servicios de APE difundidas, encaminado a los resultados que la ciudadanía Veracruzana espera obtener mediante canales de comunicación adecuados que permitan llegar a los rincones más apartados de la Entidad.

Este método permitirá el incremento en cantidad y calidad de los bienes y servicios de información pública, centrándose en las condiciones para el desarrollo social,

¹ http://www.jornadaveracruz.com.mx/Post.aspx?id=180618_073933_459 Reportaje de La Jornada, publicado el 18 de junio de 2018 "Persiste opacidad en gastos de Facebook del gobernador"

generando con ello, un impacto mayor en las acciones de la APE y un adecuado manejo en los recursos públicos.

Utilizando como herramienta este análisis de problemas, objetivos y alternativas, se definió la continuación del Programa Presupuestario: "Planeación Estratégica en Comunicación", basado en una Metodología del Marco Lógico que se regirá en indicadores estratégicos de Fin y Propósito.

De los indicadores de Fin: Variación Porcentual del Índice de Gobierno Electrónico Estatal (IGEE); y de Propósito: Variación Porcentual en la Dimensión I "Democracia de los Ciudadanos" en el IDD-MEX, desprenden 4 Componentes que son las líneas de acción que coadyuvan a evaluar y cumplir las metas establecidas.

3.4 Aspectos Relevantes Atendidos Por El Programa

El primero de diciembre de 2018, como primer acto del ejecutivo fue firmada la Declaratoria de Programa Emergente por Crisis de Violaciones Graves de Derechos Humanos en Materia de Desaparición de Personas en Veracruz, dicho acto refleja el profundo compromiso que para la actual administración tiene el reconocimiento de las víctimas y la política a seguir en materia de derechos humanos.

Dicha política se desglosa en el programa especial A, Cultura de Paz y Derechos Humanos contenido en el Plan Veracruzano de Desarrollo y del cual forma parte la Coordinación General de Comunicación Social como coadyuvante en el cumplimiento de las distintas líneas de acción establecidas en el programa.

Debido a lo señalado en las líneas anteriores, es fundamental dimensionar la importancia que tiene el sector en el respeto, difusión y promoción de los Derechos Humanos, particularmente en un estado como Veracruz, en el que administraciones anteriores han omitido su responsabilidad como garantes en el respeto de los ya

mencionados, por el contrario, en distintas ocasiones, servidores públicos han sido señalados de conductas que vulneran las garantías individuales.

Además es obligado mencionar que desde el actual paradigma de gobierno construido desde una base popular se debe marcar una nítida diferencia con el pasado, en el que los derechos de las personas pasaban a segundo término, en tal sentido la Coordinación debe ser aquella voz que desde Gobierno del Estado hable a todas las personas que habitan o se encuentran en tránsito por territorio veracruzano, particularmente a aquellas minorías o sectores que han visto vulneradas sus garantías individuales y que en el pasado se encontraban al margen de las decisiones de gobierno.

El trabajo debe ser constante, ya que no son pocas las problemáticas que enmarcan violaciones a derechos humanos y que sin embargo son escurridizas pues se pueden ocultar desde un aparente inocente discurso, hasta la consumación de una grave violación a derechos humanos.

Por lo anterior la Coordinación debe implementar los cambios necesarios y construir las herramientas que posibiliten construir un futuro en el que todas las personas tengan cabida, y sean reconocidos como sujetos de derechos, ello implica el uso sabio y prudente de las palabras como base de todo discurso, la creación de campañas para sensibilizar sobre la importancia del respeto a los derechos humanos, y la implementación de políticas públicas encaminadas a fortalecer la libertad de expresión.

La democracia en su acepción más amplia incluye la participación activa de todos los actores que configuran el ecosistema social, político e institucional del estado de Veracruz, por ello, los distintos apartados del actual programa sectorial atienden desde la comunicación, las necesidades de todos los sectores de la población, tomando en cuenta las características de las distintas regiones que integran el estado.

Para lo anterior, se utilizarán los distintos medios al alcance de esta dependencia; digitales, tradicionales, comunitarios y complementarios que sumen al fortalecimiento de los ciudadanos, especialmente a aquellos que históricamente han sido excluidos de las decisiones de gobierno.

El respeto por los derechos humanos y la igualdad de género, plasmados en el Plan Veracruzano de Desarrollo son ejes sustantivos en la política de la actual administración, para ello, desde este programa sectorial se reafirma el compromiso de usar en todo momento lenguaje incluyente, no sexista y libre de discriminación, además se realizarán campañas informativas y publicitarias que inviten a una amplia reflexión sobre la importancia de la igualdad de género y el respeto por los derechos humanos, coadyuvando en el objetivo de lograr una cultura de paz.

Es innegable la contribución del quehacer periodístico en la transición democrática del estado de Veracruz, ello sin embargo, significó un alto precio para la libertad de expresión ya que por un lado se cooptó al gremio por medio de cuantiosas sumas monetarias y por otro se colocó a Veracruz como el estado más peligroso para ejercer la libertad de expresión y de prensa, por lo anterior, es fundamental la implementación de mecanismos institucionales que ayuden a erradicar los excesos cometidos con dinero público en beneficio de algunos medios; además de coadyuvar en el fortalecimiento del ejercicio periodístico, facilitando herramientas que apoyen a la prensa a cumplir su labor en beneficio de la sociedad sin que ello signifique poner en riesgo la integridad.

La Ley General de Comunicación Social, la Ley de Comunicación Social para el Estado de Veracruz y la creación del Padrón Estatal de Medios son pasos firmes para regular y transparentar el uso de recursos públicos. Por otra parte, el actual programa reconoce la importancia de la prensa para el cumplimiento de los objetivos del sector, por lo que desde estas líneas se plantea la construcción de espacios de diálogo entre los distintos actores relacionados con el tema, con la finalidad de generar consensos

que ayuden a fortalecer el quehacer periodístico y por tanto una democracia saludable.

4. Diagnóstico Sectorial

4.1 Situación General del Sector a Nivel Nacional e Internacional

Todo gobierno que se pretenda democrático debe ser cercano y transparente hacia la ciudadanía. Debe establecer una relación estrecha, que permita el intercambio de información y de opiniones, facilitando que las y los ciudadanos fijen su mirada y atención en los asuntos públicos que le conciernen, fomentando así la participación activa en la toma de decisiones.

En este contexto, la comunicación social adquiere su más significativa dimensión, cuando a fin de lograr que toda la población conozca y participe de las acciones que el gobierno realiza, es necesaria la intervención de una institución capaz de coordinar la difusión de las políticas públicas y el quehacer gubernamental. Los avances tecnológicos de los últimos años, han modificado considerablemente las dinámicas de comunicación y sus mecanismos, reconfigurando el paradigma de la comunicación gubernamental y posibilitando la participación de nuevos actores, quienes enriquecen y al mismo tiempo complejizan el proceso de comunicación.

La emergencia de las redes sociales y el uso de estas plataformas por amplios segmentos poblacionales han facilitado los procesos comunicativos de los gobiernos, sin embargo, estos avances han implicado otras complejidades.

El último reporte del Instituto Reuters elaborado en este 2019 aporta nuevos hallazgos que permiten entender la apropiación y el uso de los medios informativos

en diversas plataformas, en más de 36 países, entre ellos México. Del mismo modo, el estudio permite comprender cuáles son las tendencias mundiales sobre el consumo informativo de las audiencias.

Entre los hallazgos encontrados se señala que en México el porcentaje de penetración internet equivale al 65% del total de la población nacional. De acuerdo a este estudio, en una comparativa de los países de América Latina, México se encuentra por debajo de Estados Unidos, Argentina, Canadá, Chile y Brasil.






PAÍS	PROYECCIÓN POR AÑO	NIVEL DE PENETRACIÓN
América		
 USA	2012	96%
 Argentina	2006	93%
 Brazil*	2013	71%
 Canada	2055	90%
 Chile	2004	78%
 México*	2015	65%

Figura 2. Penetración de internet en países de América Latina
Fuente Reporte 2019 de Reuters Institute Digital News.

En el mismo reporte se menciona que el uso del internet y las redes sociales, en las zonas urbanas han tomado un papel predominante para el acceso a información, en donde el 81% de la conectividad se realiza a través de *smartphones*.

Las fuentes de información más recurridas en México son los servicios en línea con 91%, las redes sociales (con un ligero aumento) de 73%. La TV y los medios impresos, han decrecido considerablemente, en 59% y 38% respectivamente.

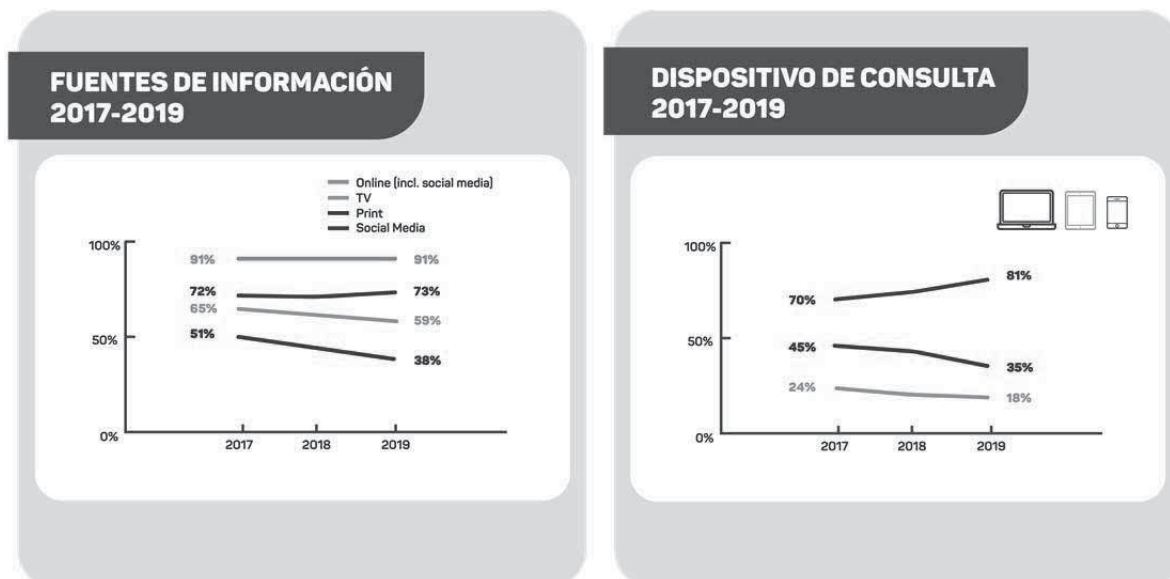


Figura 3: ¿De dónde provienen las noticias y a través de qué dispositivos se consumen?

Fuente: Reporte 2019 de Reuters Institute Digital News.

El estudio identifica las redes sociales y servicios de mensajería más utilizadas para obtener información o noticias por las y los usuarios del internet, Facebook encabeza la lista con 67%, seguida de Youtube y Whatsapp, en un 42% y 41% respectivamente.

PRINCIPALES REDES SOCIALES Y DE MENSAJERÍA			
	RED SOCIAL	CONSULTA DE NOTICIAS	OTROS
	Facebook	67% (+6)	86%
	Youtube	42% (+5)	83%
	WhatsApp	41% (+6)	84%
	Twitter	23% (-)	40%
	Facebook Messenger	19% (+4)	62%
	Instagram	15% (+7)	46%

Figura 4: Principales redes sociales y mensajería

Fuente: Reporte 2019 de Reuters Institute Digital News.

Si bien la información presentada en el estudio de Reuters arroja datos precisos sobre las prácticas de consumos en el mundo y en México, es indispensable considerar las características sociodemográficas y culturales de nuestro estado, ya que esto derivará en nuevos retos, perspectivas y posibilidades para la democratización de la comunicación social en la entidad, a la luz de los principales problemas detectados: 1) la comunicación social se ha centrado en la difusión de la imagen personal del titular del Ejecutivo del estado en turno, y 2) la comunicación de las acciones, programas, proyectos y servicios de la Administración Pública Estatal no permea a todos los sectores de la sociedad veracruzana de forma clara y oportuna.

El principal reto al que se enfrenta la dependencia, de acuerdo a los problemas planteados, es cómo hacer llegar los mensajes a todas las personas que habitan un estado particularmente diverso, en el que sus núcleos poblacionales se encuentran distribuidos desigualmente en cada una de las regiones del estado.

No será lo mismo comunicar a las personas que habitan en ciudades urbanas o semiurbanas que aquellas que lo hacen en comunidades rurales y/o con población indígena; más cuando estos grupos sociales se encuentran en condiciones asimétricas respecto al uso y acceso de medios de comunicación y plataformas digitales para el acceso a la información.

El director de Nielsen IBOPE México explicó en una reciente entrevista publicada en abril de 2019, que en nuestro país no se han dejado de consumir contenidos televisivos, incluso ahora este consumo es más alto que antes, lo que sucede es que las formas de consumo se fraccionan y diversifican, y es ahí, en una nueva dinámica donde muchos medios tradicionales han de trabajar para poder comunicar de manera más efectiva con sus audiencias.

De igual forma, en un estudio publicado por la empresa Parametría², se concluyó que dos de las tres cadenas de televisión mejor evaluadas en el país son televisoras públicas; canal 11 y canal 22. Señalando que las grandes televisoras comerciales, han disminuido su credibilidad.

Esto abre una ventana de oportunidades para la televisión pública, pues “la llamada era del activismo se basa en la idea actual de que la mayoría de los consumidores defienden sus creencias y valores”³ lo anterior, permite marcar un nuevo rumbo, en donde los medios públicos como RTV han de priorizar en la producción y difusión de contenidos culturales y educativos; que aporten mayor valor a sus audiencias, eleven su calidad de vida y den un sentido de pertenencia.

En México, es complicado hallar experiencias satisfactorias en la implementación de modelos comunicacionales por dependencias gubernamentales encargadas de la comunicación social de municipios o estados que resulten paradigmáticas y además, que sean capaces de adaptarse a estas nuevas dinámicas. Por el contrario, sí podemos identificar algunas experiencias desde el ámbito comunitario que proporcionan claridad a la hora de definir y caracterizar a la comunicación que se pretende implementar en este gobierno, y que su vez sea capaz de convertirse en una herramienta de empoderamiento social.

En el estado de Veracruz fueron creadas las primeras radios comunitarias en el país en 1965, desde ese entonces Radio Huayacocotla y Radio Teocelo han sido actores clave en el desarrollo de las comunidades dando voz a aquellos sectores más

² Encuesta realizada por la empresa de investigación estratégica de la opinión “Parametría” realizada del 29 de octubre al 2 de noviembre de 2016

³ Panorama del consumo en medios en México para el 2019, publicado en febrero de 2019 por Marketing Intelligencepartnerserta. <https://www.serta.com.mx/consumo-de-medios-en-mexico-para-el-2019/>

marginados. Además de realizar una labor democratizadora, estas estaciones nutren la cohesión social y ayudan en la construcción de sociedades más igualitarias.

A nivel internacional, Bolivia es uno de los ejemplos más paradigmáticos de América Latina en cuanto a esfuerzos en acceso a la información y participación de las comunidades indígenas y rurales, y que han abonado a la integración de las comunidades a estructuras políticas y económicas regionales.

En los años 1996 y 1997 se crea en Bolivia por impulso de las Confederaciones Nacionales Indígenas Originarias Campesinas la Agencia Plurinacional de Comunicación que se encarga de capacitar a las comunidades para la producción de mensajes, video, televisión, radio, campañas comunitarias, entre otras y tiene como misión:

“Construir un sistema propio de comunicación plurinacional, intracultural, intercultural, plurilingüe, comunitario, como pilar fundamental para el fortalecimiento de la identidad sin discriminación, con respeto y unidad y de acuerdo a la cosmovisión de los pueblos y naciones indígenas originarios campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianas, a través de la participación, apropiación y el empoderamiento comunicacional en una perspectiva de transformación social, política, económica y cultural para vivir bien y con dignidad. (APCBOLIVIA, S.F.)”

En dicha agencia se integra el *Sistema Nacional de Comunicación Indígena Originario Campesino Intercultural* con presencia en 5 regiones del país andino, en ella se produce y distribuye contenido informativo relevante para la comunidad.

Si bien este sistema tiene entre sus principios la independencia “de toda influencia partidaria o ideológica contraria a los intereses y cosmovisión de las naciones y pueblos indígenas originarios campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianos y sus organizaciones” (APCBOLIVIA,S.F.), esta es fortalecida por el Ministerio de Comunicación del Estado Plurinacional de Bolivia, además de Organismos de Cooperación para el Desarrollo.

Por su parte la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en su Manual de Comunicación Para el Desarrollo Rural, señala que si bien la inversión y la tecnología son fundamentales para que las comunidades rurales puedan ascender en la escala social y económica, la falta de participación y comunicación ineficaz son factores que impiden alcanzar las metas de desarrollo en las comunidades. Por tal motivo la FAO propone una serie de principios que buscan contribuir en mayor o menor medida al logro de objetivos que se reflejan en indicadores de bienestar, entre los que destacan:

- Fortalecer las instituciones rurales generadoras de conocimiento.
- Mejorar los mecanismos de intercambio de conocimiento e información entre los diversos actores del mundo rural (sistemas nacionales de investigación agrícola y extensión, instituciones educativas, proveedores de servicios del sector privado, organizaciones de base, ONG, etc.).
- Fomentar la participación de las personas para promover la acción concertada. (FAO, 2016, p.13).

La Organización de Naciones Unidas, a través de sus distintos organismos especializados como la Organización Mundial de la Salud (OMS) o la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), cuentan con vasta experiencia en el desarrollo de estrategias de comunicación encaminadas al fortalecimiento de las capacidades comunitarias en cuanto al abordaje de sus problemáticas, así observamos por ejemplo, la implementación de tableros de

información para lograr un cambio social en comunidades de Nigeria, principalmente en el combate de la mortalidad infantil y materna.

En Liberia se trabajó en diversas acciones encaminadas al fomento de espacios de diálogo y participación ciudadana. Después de una guerra civil que duró 14 años, se implementó un programa llamado: *"Implicar a las personas en la gobernabilidad a través de programas de radio de llamadas telefónicas"*. Este programa tuvo como objetivo "generar interés y fomentar el diálogo en el seno de las comunidades, y entre ellas y los funcionarios del gobierno en cuestiones importantes sobre gobernabilidad" (UNESCO, 2011 p. 69).

De tal manera que podemos encontrar valiosas experiencias de proyectos de comunicación al servicio del desarrollo comunitario, no obstante, es importante señalar que cada una de ellas está diseñada a medida de las características y condiciones del entorno en el que se implementan los proyectos.

En el ámbito de las televisoras y radiodifusoras públicas. La UNESCO señala que, a diferencia de la televisión privada, debe de concebirse desde los principios de universalidad, diversidad, independencia y especificidad, pensando en su público objetivo más desde un concepto de ciudadano que de consumidor; actualmente en México operan 74 medios de comunicación de carácter público, ya sea que funcionen como organismos descentralizados o dependientes de las universidades estatales.

En una publicación emitida por la UNESCO denominada, *"La Radio y Televisión Pública. ¿Por qué? ¿Cómo?"* se señala que "Hoy en día, la contribución excepcional que aporta un servicio público de radio y televisión es indiscutible y ejemplos célebres, como el de la BBC, suscitan la aprobación de todos: el servicio público cumple una función insustituible para que los ciudadanos de un país puedan informarse, instruirse o entretenerse independientemente de los intereses comerciales, estatales o políticos".

Por ello, definen a los medios públicos como un lugar donde todos los ciudadanos están invitados y son considerados sobre una base igualitaria. "Es una herramienta de información y de educación, accesible a todos y que se dirige a todos, independientemente de la condición social o económica de unos y otros. Su mandato no se limita a la información y al desarrollo cultural; también ha de alimentar la imaginación y divertir, pero con una preocupación por la calidad que debe distinguirla del servicio audiovisual comercial"⁴.

En Europa, las televisoras públicas de Alemania, Francia, Italia y Reino Unido se han mantenido con influencia y prestigio. La BBC es pionera en medir el índice de agradecimiento. Más del 80% de los ingleses confían en la televisión pública británica en estos últimos años, con un alto grado de aceptación y credibilidad.

Los programas de televisión que produce la DW de Alemania brindan a la audiencia internacional noticias e información no sólo de Alemania, sino de Europa y el mundo en general, ellos se definen el tratamiento de su información como "independiente, objetivo y completo". Lo hacen a través de noticieros, programas de revista y documentales de actualidad del mundo de la política, la economía, la cultura y el deporte, diseñados a partir de los intereses de cada una de las regiones y otros orientados a ofrecer una visión de conjunto del mundo globalizado.

"Para la radio y televisión pública, la información no se limita a los boletines de noticias y a los programas de asuntos públicos; se extiende a todos los programas que permiten a los ciudadanos informarse acerca de diferentes temas que les afectan y a todos los programas calificados simplemente de "*programas de servicio*" o de "*programas de interés general*", los cuales, con frecuencia, responden a las preocupaciones corrientes o prácticas de la gente. Estos programas, que tratan de cuestiones relativas a los ciudadanos o a cuestiones de orden jurídico, imparten

⁴ Publicación emitida por la UNESCO: "La Radio y Televisión Pública. ¿Por qué? ¿Cómo?"

consejos prácticos, analizan cuestiones de salud, dan a conocer servicios comunitarios, etc., hacen que la radio y televisión pública sea en sí misma un servicio que se presta a la población”⁵ ahonda la UNESCO en su documento.

Si bien es importante conocer otras experiencias que contribuyan a facilitar el procesos de aprendizaje y den cuenta de las complicaciones que se pueden presentar al momento de ejecutar un proyecto de comunicación, es fundamental considerar las particularidades de un estado como Veracruz, ya que por sus características existen grupos poblacionales muy diversos entre sí, que condicionan el rol y la dinámica de los medios de comunicación y el acceso a tecnologías de la información. Elementos que deben ser considerados para la ejecución de un proyecto comunicacional que logra generar cambios positivos en los indicadores de bienestar.

4.2 Importancia del Sector para la Entidad

En congruencia con lo anterior, el Plan Veracruzano de Desarrollo 2019-2024 engloba la planeación de las actividades de la administración, la Coordinación General de Comunicación Social se encuentra adscrita en el bloque temático de Política y Gobierno con base en el Eje General de Derechos Humanos, además bajo los principios éticos de un gobierno honesto y transparente, austero y respetuoso de la dignidad, igualdad y la diversidad de todas las personas.

Como lo refiere el Plan, la tendencia mundial se enfoca en la consolidación de “instituciones sólidas y transparentes, basadas en la rendición de cuentas, el apego al Estado de Derecho y al ejercicio pleno de los Derechos Humanos de las personas”. Por lo tanto, es indispensable consolidar condiciones de estabilidad y gobernabilidad

⁵ Ibídem

democrática, acompañada de esfuerzos institucionales para abatir la corrupción, que entre otras cosas, permita que los programas sociales y servicios de la Administración Pública Estatal se distribuyan de manera equitativa, con transparencia y apegado a la rendición de cuentas.

Para conseguir lo anterior es necesario trabajar en la construcción de la democracia ciudadana, es decir, posibilitar entre la población su involucramiento a partir del acceso a la información, el conocimiento y el ejercicio de sus derechos.

Ambos guardan un vínculo con el principio de la correcta distribución de la riqueza y el reconocimiento de las deudas históricas sociales que este gobierno debe procurar para solventar este pendiente histórico. El mejoramiento de la organización estatal, de la eficiencia del gobierno, de la participación ciudadana, del respeto a los derechos y libertades fundamentales; es decir, velar por la democracia social y económica, y el apego al Estado de Derecho, enfatizando la perspectiva de género.

De este modo, la Coordinación General de Comunicación social y Radio Televisión de Veracruz se convierten en las instituciones encargadas de dicha encomienda, al difundir información de interés para todos los sectores de la sociedad veracruzana, a partir de la creación de mensajes personalizados, que consideren las características sociodemográficas y culturales de las comunidades que pretende alcanzar, dando prioridad a los grupos que históricamente han sido marginados.

Es en ese contexto que la Coordinación General de Comunicación Social debe desempeñar la función de ser el vínculo entre el gobierno y la sociedad veracruzana, lo que representa una responsabilidad sumamente importante. Del buen desempeño de la institución depende, en parte, el éxito de las políticas públicas desarrolladas por

el Gobierno del Estado, principalmente de aquellas cuyo objetivo principal es reducir la brecha social, producto de los gobiernos neoliberales.

Al respecto la Doctora Celia del Palacio señala que una de las características del estado es que es sumamente descentralizado:

“Las dinámicas socioeconómicas han favorecido la existencia de ocho ciudades medias. Estas dinámicas poblacionales y económicas han formado mercados diferenciados: no hay un solo medio estatal, sino muchos regionales, lo cual exige hacer una diferenciación minuciosa” (Del Palacio, 2014 p.24).

Por ello, es importante conocer las características que posibilitan la existencia de un estado tan diverso y desigual y que genera limitaciones para garantizar la distribución de la riqueza, el acceso a servicios básicos y el acceso a información de calidad sobre la actividades, obras y servicios del Gobierno del Estado desde diversos medios de comunicación y a través de distintas plataformas digitales.

De 8 millones 112 mil 505 personas que de acuerdo a cifras proporcionadas por INEGI habitan el estado, 4 millones 2013 mil 365 son mujeres y 3 millones 909 mil 140 son hombres. Lo cual ubica a Veracruz como la tercera entidad con mayor número de habitantes en el país, sólo por debajo del Estado de México y la Ciudad de México; tan sólo para dimensionar, la población del estado es comparable con países como Suiza e Israel, sin embargo al hablar de desarrollo humano, el Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo ubica a Veracruz en la posición número 28 a nivel nacional solo por encima de Chiapas, Guerrero, Oaxaca, y Michoacán y con el nivel de desarrollo de países *como Argelia y Tonga.*

El informe sobre la pobreza en México, elaborada por el Consejo Nacional de Evaluación de la Pobreza y Desarrollo Social 2015 (CONEVAL) sitúa a la entidad veracruzana en cuarto lugar en cuanto a porcentaje de personas en situación de

pobreza con el 62.2 por ciento en dicha condición, es decir 5 millones 049 mil 500 veracruzanos serán prioridad para las proyectos y acciones de este gobierno, de los cuales el 16.4 por ciento se encuentran en condición de pobreza extrema, las cifras de personas en situación de pobreza ubican al estado muy por encima de la media nacional tal como se puede observar en la Figura 4.

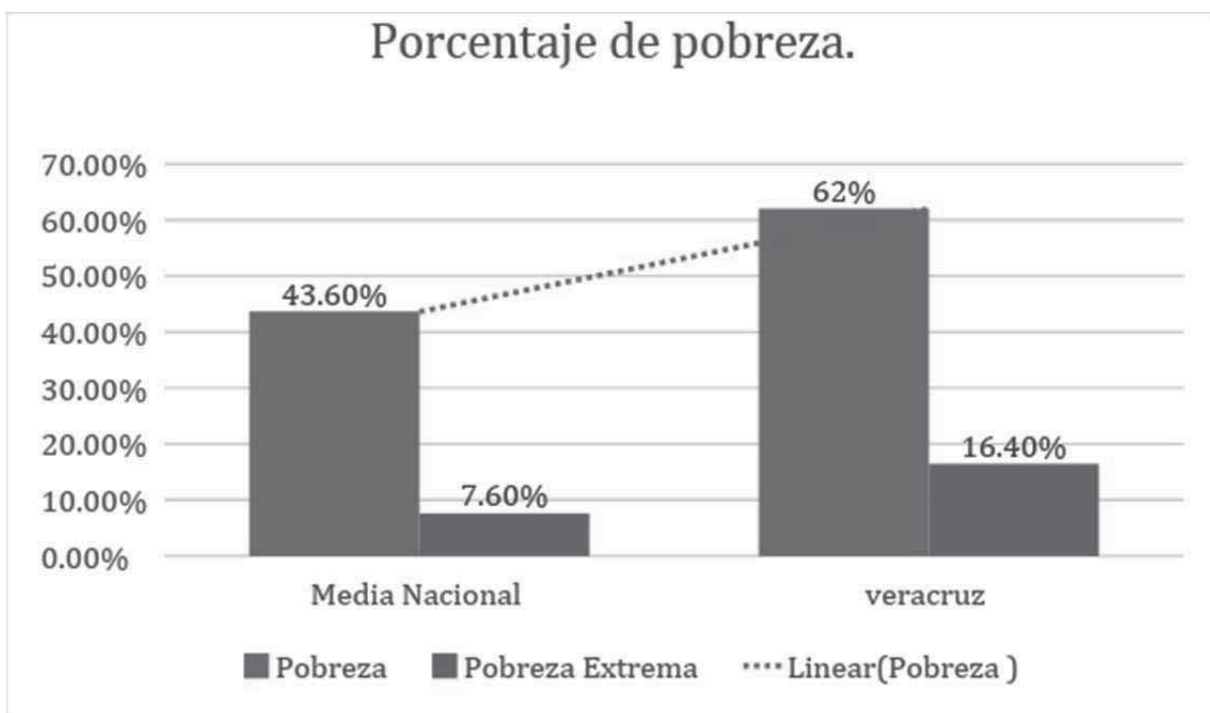


Figura 5. La pobreza en el estado de Veracruz se ubica por encima de la media nacional.
 Fuente: CONEVAL 2015

En Veracruz existen cinco municipios con porcentajes de pobreza que se ubican por encima del 95 por ciento; todos ellos con características rurales y con alta concentración de población indígena, en la Tabla 2 se desglosan las particularidades de cada uno de ellos.

La población con mayor concentración de pobreza tienen características rurales y son habitados por un alto porcentaje de población indígena. Fuente: CEIEG, 2018.

Municipio	Porcentaje de pobreza	Pobreza extrema	Marginación el contexto nacional	Número de habitantes	Tipo de población	Región
Tehuipango	96.5 %	69.8 %	8	25,875	Rural/Indígena	Altas montañas
Astacinga	96.1 %	60.7 %	215	6,967	Rural/Indígena	Altas montañas
Filomeno Mata	96.1 %	68.0 %	161	17,685	Rural/Indígena	Totonacapan
Calchahualco	95.3 %	51.9 %	286	13,407	Rural/Indígena	Altas montañas
Mixtla de Altamirano	95.3 %	61.5 %	9	10,961	Rural/Indígena	Altas montañas

Tabla 1: Municipios con mayor porcentaje de pobreza

De los 8 millones 113 mil habitantes que contabilizó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en el año 2015, 4 millones 982 mil 501 viven en la ciudad y **3 millones 177 mil 997 en el campo**, todos ellos distribuidos en 212 municipios que de acuerdo al Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED) conforman las 10 regiones; Huasteca Alta, Huasteca Baja, De Nautla, De Capital, Sotavento, Montañas, Papaloapan, Los Tuxtlas, Olmeca.

Como una muestra de las asimetrías poblacionales, el municipio más poblado de la entidad es Veracruz con 609 mil 964 habitantes, mientras que Landero y Coss tienen tan solo 1,534 habitantes

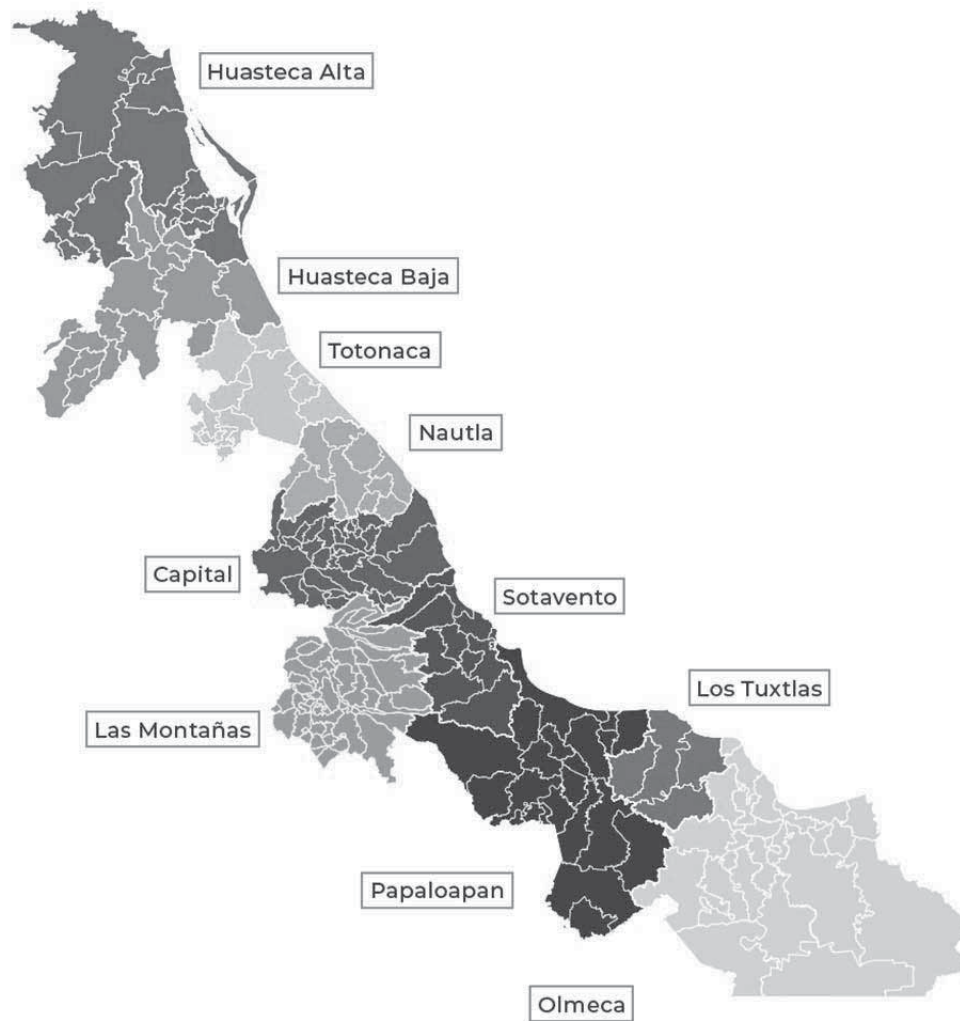


Figura 6 El estado de Veracruz se compone de 10 regiones, cada una de ellas representa un reto debido a sus particularidades geográficas, culturales o sociales.

Fuente: Plan Veracruzano de Desarrollo 2019-2024

En el municipio de Veracruz, el 43.5 por ciento de los hogares tiene conexión a internet y el 91.1 por ciento de la población cuenta con un dispositivo de telefonía móvil, mientras que en el segundo solo el 4.7 por ciento de los hogares cuenta con conexión a internet y el 16.2 por ciento con equipo de telefonía celular. Sin embargo cuando se habla de televisión y radio, el porcentaje ya no es tan desproporcionado: en el municipio de Veracruz, el 97.1 por ciento de los hogares cuenta con una televisión y el 77.6 por ciento posee un equipo de radio; en Landero y

Coss el 89.7 por ciento de las viviendas posee televisor y el 83.5 por ciento de viviendas cuenta con equipo de radio.

Es decir, que a pesar de los avances tecnológicos y los cambios en los modelos de comunicación así como el incremento de las plataformas digitales para informar sobre las actividades, obras y servicios de la Administración Pública Estatal, en los municipios con poca densidad poblacional, como Landero y Coss, los medios con mayor penetración son la televisión y la radio.

La cobertura que ofrece RTV, particularmente Radiomás es amplia, incluso es la estación número uno en ese sentido a nivel nacional, abarcando toda la región del estado de Veracruz y de manera parcial en los estados de Chiapas, Oaxaca, Hidalgo, San Luis Potosí, Puebla, Tabasco, Tlaxcala y Tamaulipas; a través de las frecuencias: XHXAL-FM 107.7 Cerro de Las Lajas XHZOT-FM 95.7 Ocozotepec XHOBA-FM 105.5 La Perla XHTAN-FM 101.3 Huayacocotla XHZUL-FM 106.5 Potroltepec.

Sin embargo, en televisión, TVMás ha perdido cobertura en la zona centro (región Córdoba. Orizaba) ya que en los últimos 4 años, RTV careció de una inyección de inversión lo cual propició un rezago en gran parte de la infraestructura del organismo, frenando no sólo su modernización, sino también la efectividad de la comunicación con diversos municipios.

Durante el proceso de digitalización, RTV no llegó a completar el 100 por ciento de su cobertura, llegó solo al 87 por ciento, quedando pendiente la instalación de una antena ubicada en la PERLA para que la señal pudiera llegar a la zona de Córdoba Orizaba, sin embargo durante la administración de 2010-2016 el recurso no fue

entregado, (a pesar de que estaba autorizado). Para adquirir esta antena se requieren 14 millones de pesos.

Al llegar la nueva administración 2016-2018 tampoco hubo avances en este proceso, pues no se dio mantenimiento (ni a la infraestructura técnica, ni a las instalaciones), el equipo no fue renovado, no se generaron nuevos proyectos que lograran agradar a los ciudadanos, y como resultado de ello no hubo crecimiento en la programación.

Lo datos ejemplificados tienen relevancia para la elaboración de las acciones a implementar por parte de la CGCS, pues la información que se refiere a los porcentajes de pobreza, marginación, lengua y analfabetismo ayudará a definir los medios y canales por los cuales se llevarán a cabo los esfuerzos comunicacionales para alcanzar los objetivos en el Plan Veracruzano de Desarrollo.

Por ello, el Programa Veracruzano de Comunicación Social en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo reitera que *la modernidad sí puede ser forjada desde abajo, sin excluir a nadie*, en donde el desarrollo no tiene porqué ser contrario a la justicia social.

Este hecho se acentúa aún más al considerar que en el nuevo gobierno se está trabajando para reducir la brecha social y fortalecer el acceso a la información, y gracias a la colaboración de Radio y Televisión de Veracruz en la entidad serán difundidos mejores contenidos informativos para la sociedad veracruzana.

Esta forma de concebir la estrategia y su implementación está pensada para alcanzar a cada una de las 10 regiones de la entidad según sus características y necesidades comunicacionales.

4.3 Rezagos y Factores que han Impedido su Desarrollo

El sexenio 2010-2016 se caracterizó por el uso de diferentes dispositivos gubernamentales para la censura y el control de información, lo mismo se utilizaban mecanismos legislativos como en el caso de la reforma realizada en septiembre de 2011 al artículo 373 del el Código Penal del Estado de Veracruz que creaba el delito de perturbación del orden público, o se compraban tirajes completos de medios que daban cuenta de los sucesos de violencia registrados en la entidad, como sucedió con la revista proceso en el mes de septiembre de 2011. Sin embargo lo más grave fueron las agresiones que sufrieron los comunicadores en la entidad, lo que colocó a Veracruz como el lugar más peligroso para ejercer el periodismo en México, en aquel sexenio 17 periodistas fueron asesinados.

Durante esa administración, la Coordinación General de Comunicación Social fue artífice del control de medios en la entidad durante gran parte del sexenio y para ello gastó numerosas cantidades de dinero en publicidad oficial, usando los recursos destinados a comunicación social como herramienta de autopromoción y "premiando" a los medios que eran afines a las líneas establecidas por el gobierno del estado.

En ese sexenio, de acuerdo con la declaración del titular en turno de la CGCS en la administración 2016- 2018, la dependencia ejerció de manera discrecional más de 13 mil millones de pesos a medios de comunicación.

Mediante entrevistas, reportajes pactados, promoción, publicidad y la comercialización de eventos con grandes ingresos, como el Carnaval de Veracruz la CGCS se enfocaron a seducir a los medios de comunicación, al mismo tiempo que

castigaba a aquellos que no se "alineaban", consolidando así la dependencia gobierno-medios.

La Doctora Celia del Palacio advertía en el año 2015 que no había en Veracruz "más de tres periódicos que puedan decir que no dependen de los contratos de publicidad" (Del Palacio, 2015, p.p 24-25). En los medios locales, el gobierno del estado en turno, consolidó la censura, la prensa local dejó de difundir información relevante para sociedad, y la sustituyó por exposición mediática provechosa para los funcionarios, provocando una suerte de cerco informativo, la misma autora señaló que existía un "completo control del gobierno estatal sobre la información que circula en los medios, particularmente sobre violencia, sea del fuero común o aquella relacionada con el crimen organizado" (Del Palacio, 2015, p.28).

La relación de mutuo entendimiento entre la CGCS y los medios de comunicación también afectó a los periodistas, al respecto la misma Doctora del Palacio señala "tanto en años anteriores como en 2012 y 2013 el principal agresor de los periodistas fue el gobierno... sin embargo, las precarias condiciones laborales y las presiones gubernamentales ejercidas sobre los periodistas a través de los propios directivos de medios benefician esta situación" (Del Palacio, 2015, p.31). Es decir, en ningún momento se presentaron las condiciones que garantizaran el pleno ejercicio de la libertad de expresión, por un lado estaban expuestos a constantes agresiones y por el otro las precarias condiciones laborales disminuyen la posibilidad del adecuado ejercicio de su oficio.

La falta de fuentes de información sobre lo que ocurría en la entidad abrió espacio a los rumores que encontraron en las redes sociales un lugar inmejorable para su viralización, el caso más emblemático fue el de dos personas tuiteras que fueron acusados de terrorismo, debido a que publicaron información en sus redes personales, información sobre un presunto ataque de grupos criminales a escuelas.

Aunque la información fue falsa, provocó gran alarma entre la población por lo que cientos de padres de familia acudieron a los planteles escolares en busca de sus hijos.

En dicho sexenio, los titulares de la CGCS obtuvieron gran poder político dentro del gobierno del estado, ya que también cumplían el rol de voceros, por lo que fueron señalados como *vicegobernadores* por distintos medios de comunicación, dicha exposición mediática y política, además de diversos señalamientos de corrupción mermaron la imagen y las posibilidades de maniobra de la institución, al mismo tiempo que fueron desgastando la legitimidad de los titulares, de tal forma que en aquel sexenio cuatro funcionarios hayan ocupado la titularidad de la dependencia.

Por otra parte, durante la administración 2016-2018, se trabajó en la reestructura de la Coordinación General de comunicación Social, quien concentró toda la información y fue la única institución que tenía relación con la prensa, es decir la CGCS se encargaba de dar seguimiento y cobertura a las agendas de otras instituciones y dependencias de la administración pública estatal.

En el mismo bienio se implementa el uso de la Agenda Única Institucional que de acuerdo al reglamento interno de la Coordinación es:

“Documento oficial que integra las acciones, obras, programas y servicios a difundir, en relación a las diferentes dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal, a fin de desarrollar un plan estratégico de difusión y promoción, optimizando los recursos para hacer eficiente el ejercicio público”.

Sin embargo como lo muestra la Figura 7, obtenida del informe de gobierno 2016-2017, la mayoría de actividades las comunicaba el titular del Ejecutivo mediante

transmisiones en vivo a través de redes sociales. Estas transmisiones en vivo, fueron el distintivo del bienio anterior.

Los medios tradicionales a diferencia del gobierno antecesor no fueron usados para publicidad oficial durante los primeros 14 meses de gobierno, fue hasta el 7 de marzo de 2018, mediante decreto publicado en la Gaceta Oficial que se autoriza al titular de la coordinación a celebrar acuerdos y convenios con medios de comunicación.

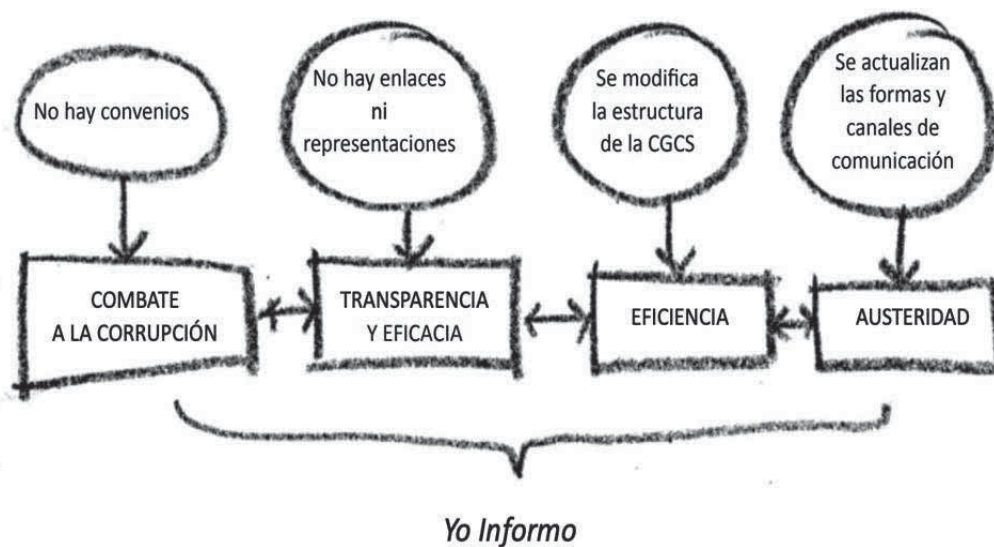


Figura 7: Política de Comunicación, Administración 2016-2018.
Fuente Informe de gobierno Veracruz 2016-2017

De acuerdo al informe de gobierno 2016-2017 se señala que se mediante la reestructuración realizada en la Coordinación:

“Se logró generar una nueva forma de comunicación social del Gobierno del Estado de Veracruz, haciendo uso de los medios tradicionales, pero al mismo tiempo, apostando de lleno a la comunicación social a través de las redes

sociales, reduciendo los gastos y logrando ahorros necesarios para la estabilidad financiera que necesita el Estado”.

En dicho bienio se realizaron algunos esfuerzos como el programa “Notilenguas” en Radio Más o el programa “El Cenzontle” transmitido en Náhuatl incluido en el noticiero Más Noticias, encaminados a incluir a los sectores más excluidos. Sin embargo, la predilección de utilizar las redes sociales como principal vehículo para comunicar las acciones de gobierno, terminó por relegar a aquellos sectores que no cuentan con las herramientas ni el capital para acceder a los dispositivos tecnológicos, generando exclusión y rezago en diversos sectores.

Por otra parte, la sobreexposición en redes del titular del ejecutivo informando sobre las actividades relevantes de todas las dependencias de la administración pública estatal, se realizó a costa del debilitamiento de todas las instituciones que conforman el Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz, es decir, se dejó de comunicar gobierno para comunicar la imagen del gobernador.

Lo anterior se ha visto reflejado negativamente en distintos indicadores puesto que existe una marcada relación entre la comunicación gubernamental y la calidad de la democracia, como ejemplo, se puede observar que en tres de los cuatro indicadores que constituyen el Índice de Desarrollo Democrático se han obtenido resultados desfavorables que ubican a Veracruz como una de las entidades federativas con menor democracia social, económica e institucional.

Dimensión	2015	2017	2018	Variación
Democracia de los Ciudadanos	16	24	14	+10
Democracia de las Instituciones	27	30	30	Variación 0

Democracia Social	25	30	31	-1
Democracia económica	27	26	26	Variación 0
Índice de Desarrollo Democrático	27	31	30	+1

Tabla 1 Indicadores de Desarrollo Democrático

Fuente. IDD-MEX 2018 El Índice de Desarrollo Democrático es elaborado por la Fundación Konrad Adenauer, con colaboración de otras instituciones públicas y privadas como el Instituto Nacional Electoral (INE), el Centro de Estudios Políticos y Sociales (CEPOS).

4.4 Retos del Sector

Análisis FODA del Sector:

FORTALEZAS:

- **La creación de un marco jurídico da certeza al sector**, poniendo candados que erradiquen la corrupción; obligando a transparentar el uso de recursos y la asignación de contratos.
- **Pensar a la comunicación en función de las necesidades de la población** y no en las necesidades políticas del titular en turno.
- **La promoción de una cultura incluyente, con perspectiva de género y DDHH** entre los diversos actores gubernamentales, sociales y medios de comunicación ayudan a consolidar una cultura democrática.
- **La Administración Pública Estatal** cuenta con un proyecto gubernamental definido, alineado a los ejes y objetivos del **Plan Nacional de Desarrollo y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible**.



DEBILIDADES:

- **Alta dispersión demográfica en un territorio extenso**, así como los elevados índices de pobreza y marginación contribuyen a que el **acceso a medios de comunicación sea asimétrico para todos los sectores**.
- Veracruz se encuentra entre **las cinco entidades del país con el menor número de usuarios de Internet**, tanto en zonas rurales como en urbanas.
- **No existe articulación entre las áreas de comunicación** de las diversas dependencias de la APE.
- **Hay poca credibilidad en las instituciones públicas**, lo cual genera desconfianza y rechazo ante la ciudadanía.



OPORTUNIDADES:

- **La realización de productos y campañas regionalizadas** que consideren las características específicas de cada uno de los sectores permitirá **obtener una comunicación más asertiva, cercana e incluyente**.
- **La existencia de dos radios comunitarias; Radio Huayacocotla y Radio Teocelo**, así como una radio indígena como la de Zongolica, permiten establecer canales de comunicación más cercanos, con los habitantes de localidades, **fomentando la participación de las comunidades indígenas y rurales**.
- **A través del Padrón Estatal de Medios de Comunicación** los organismos públicos con presupuesto asignado para difusión y comunicación podrán elaborar planes de medios y estrategias de difusión más efectivos, comparando tarifas, perfiles de audiencia y estudios de mercado.
- En esta administración, la **participación e inclusión** de los sectores históricamente marginados juegan un papel preponderante en la **conformación de la Agenda Pública**.



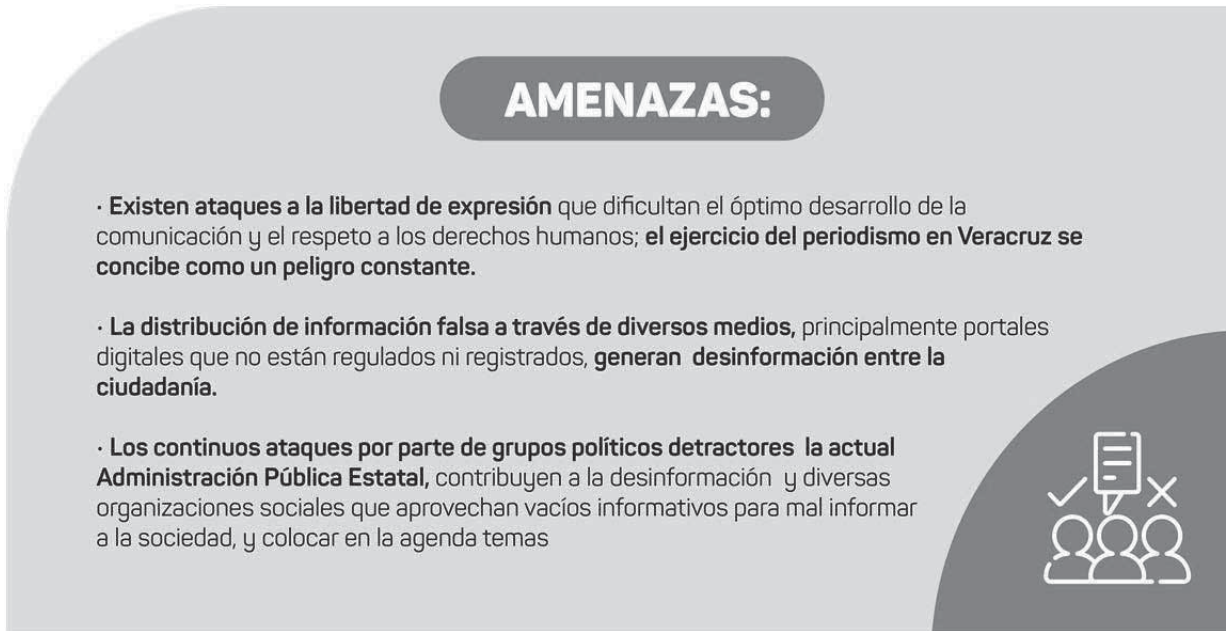


Figura 8 FODA del sector.

Fuente: Elaboración propia.

Tomando en cuenta el contexto adverso en que se encontró al estado de Veracruz, la Coordinación General de Comunicación Social enfrenta diversos retos de una magnitud considerable, entre los que destacan:

Recuperar la confianza

Recuperar la confianza de una sociedad sistemáticamente lastimada por la corrupción, con el fin de promover la participación ciudadana y mejorar la credibilidad del aparato estatal en el desempeño de sus actividades, basado en resultados y en el fortalecimiento de los mecanismos de transparencia.

Informar mejor e informar a todos

Durante la última administración las redes sociales y las TIC eran el medio predilecto por el cual llevar la comunicación de gobierno, bajo la justificación de la simplificación en los tiempos de respuesta y optimización de recursos para mantener informada a la sociedad en el menor tiempo posible, lo cual si bien corresponde a la cobertura de una de las responsabilidades medulares de la CGCS, no es el único medio para atender las necesidades de la sociedad en materia de información.

Reducir la comunicación gubernamental a las TIC significó desatender a las zonas más marginadas de la entidad veracruzana ya que según los datos arrojados por la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) del INEGI, Veracruz se encuentra entre las cinco entidades del país con el menor número de usuarios de Internet, tanto en zonas rurales como en urbanas.

Informar mejor e informar a todos, consiste en regionalizar la comunicación, otra de las prioridades que ha establecido el nuevo gobierno, tanto Federal como Estatal, como parte de la atención a los desfavorecidos y sectores históricamente marginados; en tal escenario el rol de la CGCS es diseñar estrategias que contribuyan a alcanzar los objetivos de desarrollo para la entidad.

La recuperación de los medios de comunicación comunitarios es un primer paso importante para la política de comunicación de esta administración ya que mediante estas se facilita el flujo de información hacia esas zonas de difícil acceso en situación pobreza, sin dejar y medios con lo que se cuenta para mantener informada a la población.

Durante administraciones anteriores ha habido esfuerzos dispersos y poco coordinados por atender en sus totalidad a los 212 municipios distribuidos en 10

regiones que integran a la entidad veracruzana de acuerdo al Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED); Huasteca Alta, Huasteca Baja, De Nautla, De Capital, Sotavento, Montañas, Papaloapan, De los Tuxtlas, Olmeca, Totonacapan.

En esta administración, las características de las diferentes regiones serán tomadas en cuenta de manera significativa, factores como: la lengua de los pueblos originarios existentes, la ubicación geográfica y el nivel de alfabetización de las regiones para poder comunicar con eficiencia en cada una de ellas.

En cuanto a la implementación de políticas públicas desde la Coordinación General de Comunicación Social encaminadas a brindar información oportuna y relevante a los sectores menos favorecidos de la población, en los últimos años no se ha encontrado información que pueda ser verificable, si acaso se observan algunas acciones que la ley marca como obligatorias para cualquier ente de la administración pública estatal y que no necesariamente obedecen a una política encaminada a incluir a todos los sectores de la población.

Entre los proyectos que tiene RTV para incluir a todo tipo de audiencia, no es solo continuar con la transmisión de los programas radiofónicos *El Cenzontle y Notilenguas*, sino producir contenidos donde se resalten las raíces del México prehispánico, iniciando con la radionovela *"El mito de Jomxuc"el Dios del maíz*, relacionado con las culturas Náhuatl y Popoluca, así como la creación de programas de radio, bajo demanda, en diversas lenguas originales.

En el caso de TVMás se han estrenado programas con vocación de servicio social, equidad de género y debate político como: *Sororidades, Soluciones, Libre y saludable, A 8 columnas, Es tu municipio*, los cuales suman una nueva visión a los programas ya

emblemáticos como *Veracruz agropecuario*, en donde se cubren necesidades de sectores muy específicos.

Los y los jóvenes también tendrán la oportunidad de verse identificados en la pantalla de televisión, pues en coordinación con el Instituto Estatal de la Juventud se producirán programas vinculados con el programa "Jóvenes construyendo el futuro" tanto en radio como en televisión, donde tendrán oportunidad de ellos mismos ser los creadores del contenido que proyecten en estos espacios.

Ante el compromiso adquirido con la ciudadanía, de ser "la televisión y la radio de las y los veracruzanos" la apuesta de RTV, es ofrecer contenidos de alta calidad, para mantener al televidente cautivo y atraer nuevos "ojos", partiendo de los temas de interés que cumplan con nuestros objetivos, dando prioridad a la cultura, la educación, los deportes y expresiones artísticas, , impulsando la calidad para que los programas puede ser material de exportación, no solo con los miembros de la RED de televisoras y radiodifusoras públicas, sino con medios de comunicación internacionales.

El reto es lograr una programación donde haya cabida para todos los sectores de la sociedad y que los cometidos lleguen tanto al municipio más grande y urbanizado como al municipio más pequeño y menos desarrollado de la entidad.

5. Objetivos, Estrategias y Líneas de Acción

Los objetivos, estrategias y líneas de acción planteados en este apartado del Programa Sectorial de Comunicación responden a las necesidades identificadas a partir de un diagnóstico de fondo, reflejado en el árbol de problemas y el árbol de soluciones (figuras 9 y 10).

La población veracruzana tiene un alto nivel de desinformación sobre el quehacer gubernamental de la Administración Pública Estatal y baja participación ciudadana

La comunicación de las actividades, obras y servicios que genera el Gobierno del Estado no llegan de manera adecuada a todos los sectores de la población.

La comunicación se había centrado en la difusión de la imagen personal del titular del ejecutivo y no en una estrategia que comunicara las acciones, obras y servicios.

Históricamente las dependencias o áreas de comunicación social de la APE, han sido utilizadas como medios propagandísticos para construir proyectos electorales, perdiendo su carácter social.

Tras priorizar en la modernización de la comunicación a través de la implementación de herramientas digitales, se excluyó a los sectores más vulnerables y con alta marginación.

Se creaban mensajes generales que no consideraban las características sociodemográficas y culturales de cada región del estado.

Figura 9. Árbol de problemas del sector

Fuente: elaboración propia

Informar de manera eficiente a la sociedad veracruzana sobre el quehacer gubernamental de la Administración Pública Estatal, para así promover una cultura de participación que mejore la relación entre Gobierno-Ciudadanía.

Comunicar de manera coordinada las acciones y políticas públicas que ejecute la Administración Pública Estatal a todos los sectores de la población

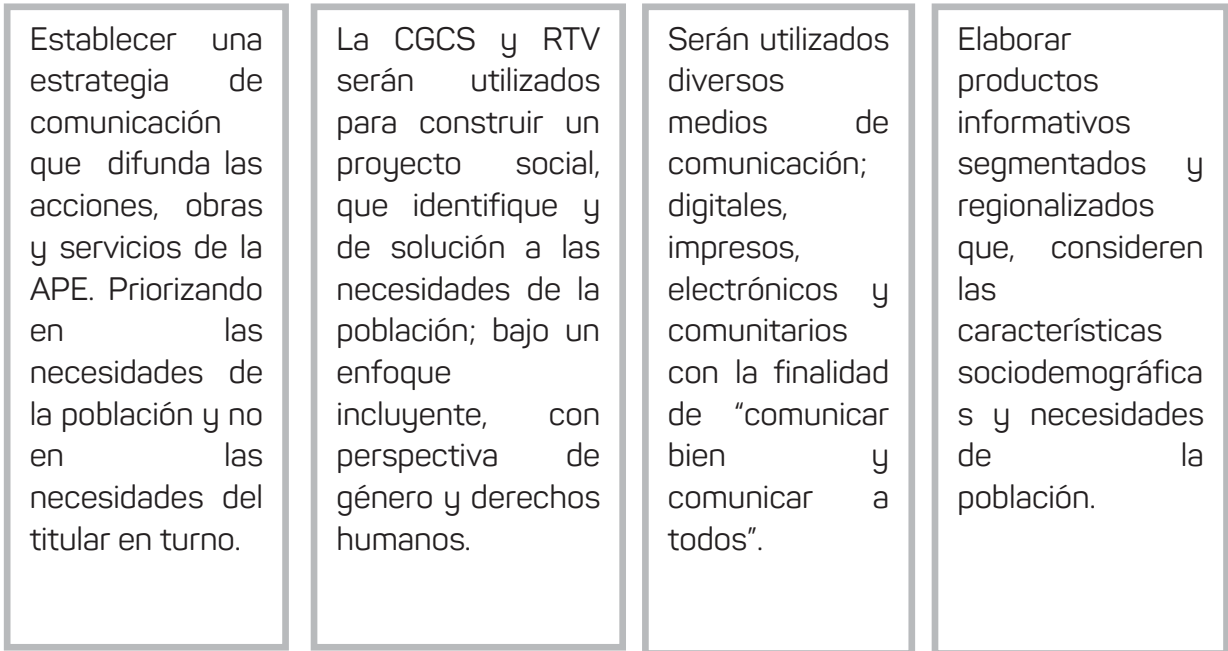


Figura 9. Árbol de objetivos

Fuente: elaboración propia

De la Coordinación General de Comunicación Social

1. Comunicar de manera coordinada las acciones y políticas públicas que ejecute el Gobierno del Estado, con la finalidad de facilitar los procesos de gobernanza y el fortalecimiento de un gobierno republicano, bajo los principios de honestidad y austeridad.

1.1 Fortalecer la democracia en las instituciones y la participación ciudadana, a través de la difusión de productos informativos y publicitarios bajo un enfoque de igualdad, equidad y justicia social.

- 1.1.1 Coordinar y difundir información institucional de las actividades, programas, obras y servicios de la Administración Pública del Estado, mediante contenidos claros y concretos, que destaquen los beneficios directos para la sociedad veracruzana. (comunicados, boletines y material audiovisual)

- 1.1.2 Diseñar y elaborar productos publicitarios e informativo que promuevan las actividades, obras y servicios de la Administración Pública del Estado, que consideren las características y necesidades de la población; bajo un enfoque incluyente, con perspectiva de género y derechos humanos.

- 1.1.3 Difundir productos publicitarios de las obras y acciones de la Administración Pública Estatal, en función de los programas y acciones implementados, tomando en cuenta las características sociodemográficas y culturales de la población que se pretende alcanzar, priorizando a los grupos históricamente marginados.

- 1.1.4 Difundir contenidos informativos sobre las acciones y programas gubernamentales mediante plataformas digitales, que permitan establecer un canal bidireccional entre Gobierno y Ciudadanía para propiciar la participación y dar atención a las demandas sociales.

- 1.1.5 Identificar, analizar y dar seguimiento a la información publicada por los medios de comunicación sobre necesidades de la población, eventos o sucesos en el Estado, que requieran acciones de respuesta en materia de comunicación social.

De Radio y Televisión de Veracruz

2. Consolidar a RTV como un medio público de comunicación que informe a la sociedad veracruzana sobre el acontecer público y sea referente en la generación de contenidos multiplataforma, mediante la difusión de productos que promuevan la identidad pluricultural, la diversidad social y la participación ciudadana.

2.1 Fomentar una visión crítica de Veracruz entre las audiencias, incentivando la participación de los veracruzanos en los asuntos públicos, a través de los diversos contenidos que genera y difunde RTV.

2.1.1 Informar a la sociedad veracruzana los beneficios de las acciones que realiza la administración pública estatal en materia de salud, seguridad, educación, anticorrupción y protección civil a través de las señales de TVMás, RadioMás y la página web de RTV.

2.1.2 Producir contenidos multiplataforma que contribuyan al reconocimiento nacional e internacional de la entidad, proyectando la riqueza turística, cultural, educativa, artística y social.

2.1.3 Establecer convenios de vinculación con universidades, organismos, dependencias, e instituciones que contribuyan a la generación de una comunicación más incluyente, eficiente y regionalizada.

2.1.4 Establecer un formato de audiencias interactivas y críticas de los diversos contenidos, mediante la interacción constante y la elaboración de productos específicos en plataformas digitales.

6. Mecanismos de Seguimiento y Evaluación

Indicadores de Evaluación de Desempeño (Sed)

Con la finalidad de determinar el grado de eficacia, eficiencia, economía y calidad con que se emplearán los recursos económicos en el seguimiento y evaluación de resultados, se llevan a cabo indicadores estratégicos y de gestión, contribuyendo en la construcción de Políticas Públicas.

6.1 Indicadores Estratégicos del Sector.

FICHA TÉCNICA			
ESTRATEGIA			
Descripción	Comunicar de manera coordinada las acciones y políticas públicas que ejecute el Gobierno del Estado, con la finalidad de facilitar los procesos de gobernanza y el fortalecimiento de un gobierno republicano, bajo los principios de honestidad y austeridad.		
DATOS DE ALINEACIÓN			
Objetivo (s) de Desarrollo Sostenible (Agenda 2030)			Eje General del PVD
H. Trabajo decente y crecimiento económico			Derechos Humanos
Bloque temático del PVD	Objetivo del PVD al que Contribuye	Programa Sectorial	Objetivo del Programa Sectorial al que Contribuye
Política y Gobierno	Garantizar la comunicación de las acciones y políticas públicas para favorecer la libertad de información y mejorar los procesos de gobernanza	Programa Sectorial de Comunicación Social 2019-2024	Coordinar la difusión informativa, publicitaria y promocional de las actividades, obras y servicios de la Administración Pública del Estado, a través de los distintos medios de comunicación.
DATOS DEL INDICADOR ESTRATÉGICO			
Nombre del Indicador		Descripción del Indicador	

Variación Porcentual del Índice de Gobierno Electrónico Estatal (IGEE)		Muestra el porcentaje de variación obtenido en el Índice de Gobierno Electrónico Estatal.	
Fórmula del Indicador		Unidad de Medida	Sentido del Indicador
[[Índice de Gobierno Electrónico Estatal en el año de medición / Índice de Gobierno Electrónico Estatal en el año base]-1]*100		Tasa de Variación	Ascendente
Línea Base (2018)	Meta 2024	Frecuencia	Medios de verificación
34.44	41.10	Bienal	Página web u-gob.com, emitida entre los meses de mayo y julio

FICHA TÉCNICA			
ESTRATEGIA			
Descripción	Fortalecer la democracia en las instituciones y la participación ciudadana, a través de la difusión de productos informativos y publicitarios bajo un enfoque de igualdad, equidad y justicia social.		
DATOS DE ALINEACIÓN			
Objetivo (s) de Desarrollo Sostenible (Agenda 2030)		Eje General del PVD	
H. Trabajo decente y crecimiento económico		Derechos Humanos	
Bloque temático del PVD	Objetivo del PVD al que Contribuye	Programa Sectorial	Objetivo del Programa Sectorial al que Contribuye
Política y Gobierno	Garantizar la comunicación de las acciones y políticas públicas para favorecer la libertad de información y mejorar los procesos de gobernanza	Programa Sectorial de Comunicación Social 2019-2024	Coordinar la difusión informativa, publicitaria y promocional de las actividades, obras y servicios de la Administración Pública del Estado, a través de los distintos medios de comunicación.
DATOS DEL INDICADOR ESTRATÉGICO			
Nombre del Indicador		Descripción del Indicador	

Variación Porcentual en la Dimensión I "Democracia de los Ciudadanos" en el IDD-MEX		Muestra el porcentaje de variación obtenido en el Índice de Desarrollo Democrático del Gobierno, en la dimensión I "Democracia de los Ciudadanos".	
Fórmula del Indicador		Unidad de Medida	Sentido del Indicador
[[Democracia de los Ciudadanos en el IDD-MEX en el año de medición / Democracia de los Ciudadanos en el IDD.MEX en el año base]-1]*100		Tasa de Variación	Ascendente
Línea Base (2018)	Meta 2024	Frecuencia	Medios de verificación
5.789	6.666	Anual	Página web del idd-mex.org, emitida en el mes de julio.

6.2 Metas por Ejercicio de los Indicadores Estratégicos del Sector

METAS POR EJERCICIO DE LOS INDICADORES ESTRATÉGICOS DEL SECTOR							
INDICADOR ESTRATÉGICO	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	Línea base	Meta	Meta	Meta	Meta	Meta	Meta
Variación Porcentual del Índice de Gobierno Electrónico Estatal (IGEE)	34.44		35.64		38.56		41.10
Variación Porcentual en la Dimensión I "Democracia de los Ciudadanos" en el IDD-MEX	5.789	6.129	6.279	6.451	6.553	6.589	6.666

7. Vinculación con el PVD y los Objetivos de la Agenda 2030

El Programa Veracruzano de Comunicación Social 2019-2024 está alineado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible que establece la Agenda 2030, del mismo modo está en total armonía con el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 al incorporarse en el Eje Nacional de Justicia y Estado de Derecho; contribuyendo desde la comunicación a la construcción de la paz, la gobernabilidad democrática y el fortalecimiento de las instituciones.

El presente programa fue construido bajo los lineamientos que establece el Plan Veracruzano de Desarrollo, si bien, la Coordinación General de Comunicación Social se encuentra en el Bloque Temático de Política y Gobierno bajo el Eje General de Derechos Humanos, se decidió enmarcar a la dependencia como una instancia transversal, que ayudará las distintas secretarías a alcanzar los objetivos planteados en sus programas sectoriales y prioritarios, a través de la difusión coordinada de todas las acciones de gobierno que realiza la Administración Pública Estatal.

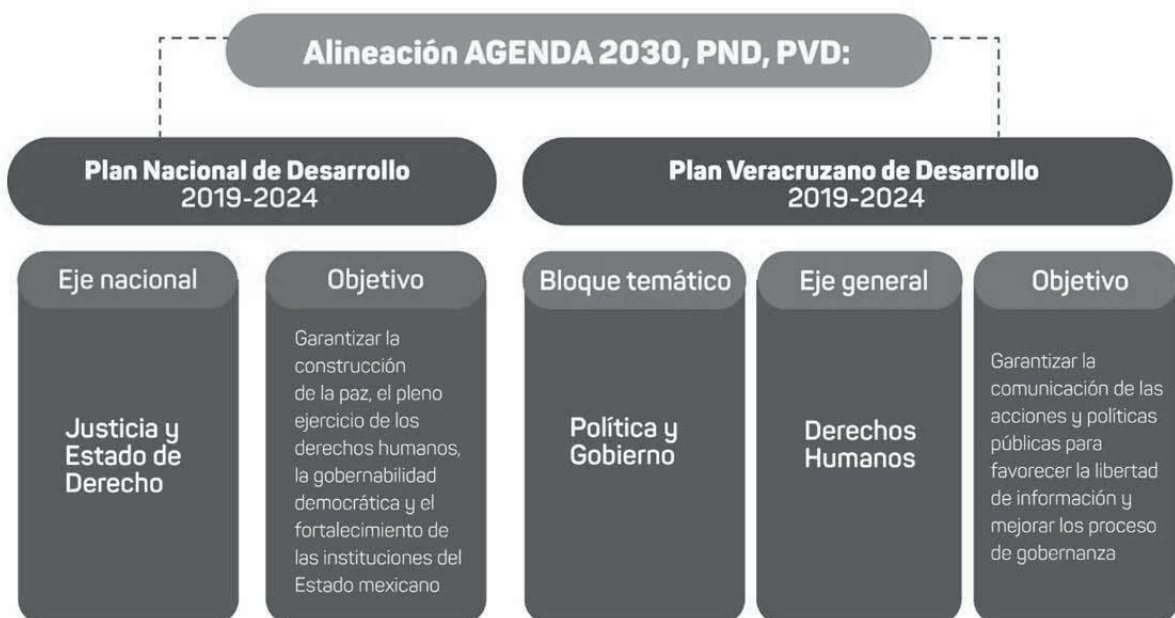


Figura 11: Alineación con Agenda 2030, PND y PVD.
Fuente: elaboración propia

El Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 plantea la necesidad de “transitar hacia una visión en la que los individuos, como sujetos de derecho, sean el centro de la política, y en la que se respete y promueva el arraigo a su territorio, a partir de un modelo de desarrollo económico y social equitativo, sostenido y balanceado”.

De tal manera que el PND plantea los puntos indispensables para la reconstrucción de la vida pública de México y los mecanismo para alcanzar el bienestar de su población. Para lograr este modelo de desarrollo planteado por el Gobierno de México, se consideran al menos, dos condiciones en el orden jurídico y político: 1) un Estado de Derecho funcional para el pleno ejercicio de los derechos humanos de las y los ciudadanos y el acceso a la justicia; y 2) una democracia robusta, basada en instituciones y mecanismos democráticos, tanto representativos como participativos.

Para el caso del Plan Veracruzano de Desarrollo 2019-2024, las acciones de la Coordinación General de Comunicación Social deben ir encaminadas a garantizar la comunicación de las acciones y políticas públicas para favorecer la libertad de informar y mejorar los procesos de gobernanza. Además de trabajar contemplando el eje transversal de Cultura de Paz y Derechos Humanos, desde el que se considera y pondera el respeto a los derechos humanos, la igualdad sustantiva entre hombres y mujeres, la inclusión, la justicia social, la participación democrática, la comprensión, la tolerancia y la solidaridad junto con la libertad, la comunicación e intercambio de la información.

Todo lo anterior, establece las bases programáticas para las acciones que implementará la Coordinación General de Comunicación Social para el alcance de los objetivos planteado en este programa, todo esto con la firme convicción de cumplir con las expectativas que llevaron al triunfo a este nuevo gobierno, respetando siempre los 7 principios rectores: 1) respeto a los derechos humanos, 2) austeridad, 3)

honestidad, 4) gobierno republicano, 5) identidad nacional, 6) igualdad e inclusión y 7) cultura de paz.

8. Glosario de Términos

Actividad: Conjunto de acciones encaminadas a alcanzar un objetivo. Se entiende por actividad el conjunto de acciones que se llevan a cabo para cumplir las metas de un programa o subprograma de operación, que consiste en la ejecución de ciertos procesos o tareas (mediante la utilización de los recursos humanos, materiales, técnicos y financieros asignados a la actividad, con un costo determinado), y que queda a cargo de una entidad administrativa de nivel intermedio o bajo. Es una categoría programática cuya producción es intermedia y, por tanto, es condición de uno o varios productos terminales. La actividad es la acción presupuestaria de mínimo nivel e indivisible a los propósitos de la asignación formal de recursos.

Actividad Institucional (AI): Categoría programática denominada también como Actividad Institucional Específica, considera todas aquellas acciones de apoyo realizadas por las ejecutoras de gasto para dar cumplimiento a los objetivos y metas contenidas en los programas estatales, apegándose a las atribuciones y responsabilidades señaladas a partir de su respectiva estructura orgánica, reglamento interior u ordenamiento jurídico que les resulte aplicable, siendo determinadas por el número de Indicadores de Evaluación del Desempeño que las ejecutoras de gasto consideren pertinentes e indispensables.

Agenda Única: Instrumento de planeación que expresa los principales temas de promoción de los productos o servicios de las entidades y dependencias de la APE.

Alcance en Medios Digitales: Cantidad de personas usuarias de internet que potencialmente serán impactadas por la campaña en los medios digitales a contratar.

Bilateral: Se le llama así a la reciprocidad que define las obligaciones de dos partes involucradas en un contrato.

Campañas de comunicación social: Aquellas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público.

Cobertura: Localidades específicas o regiones en las cuales las dependencias y/o entidades pretendan difundir una Campaña.

Componente: Bien o servicio público que produce o entrega un PP para cumplir con su propósito. Se consideran componentes los servicios terminados o ya proporcionados a los beneficiarios y que implican la realización de, al menos, dos actividades para tal fin.

Dependencias: Secretarías del despacho, la Contraloría General y la Coordinación General de Comunicación Social, que integran la Administración Pública Descentralizada.

Difusión: Es la capacidad que los medios de comunicación tienen para acercar los contenidos a los consumidores sociales. En el caso de la prensa, a los lectores.

Eficacia: Trata de conseguir el objetivo sin reparar en los medios.

Eficiencia: Interacción entre la producción realizada y el presupuesto.

Entes públicos: En singular o plural, los poderes del Estado, los municipios, así como los órganos constitucionales autónomos y cualquier otra dependencia o entidad de carácter público.

Estado: El Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave

Estrategia anual de comunicación social: Instrumento de planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por los entes públicos.

Entidades: Organismos descentralizados, empresas de participación estatal, fideicomisos, comisiones, comités, consejos, juntas y demás organismos auxiliares que integran la Administración Pública Paraestatal.

Estructura Programática: Conjunto de categorías y elementos programáticos ordenados de forma coherente, el cual define las acciones que efectúan los ejecutores del gasto para alcanzar sus objetivos y metas de acuerdo con las políticas definidas en el Plan Estatal de Desarrollo vigente y en los Programas Estatales que de él emanan, así como de sus presupuestos, ordenando y clasificando las acciones de los ejecutores de gasto para delimitar la aplicación del gasto y conociendo el rendimiento esperado de la utilización de los recursos públicos.

Evaluación: Proceso que tiene como finalidad determinar el grado de eficacia y de eficiencia con que han sido empleados los recursos destinados a alcanzar los objetivos previstos, posibilitando la determinación de las desviaciones y la adopción de medidas correctivas que garanticen el cumplimiento adecuado de las metas presupuestadas. En la planeación, es el conjunto de actividades que permiten valorar cuantitativa y cualitativamente los resultados de la ejecución del plan y los programas en un lapso determinado, así como el funcionamiento del propio Sistema Nacional de Planeación. El período normal para llevar a cabo una evaluación es de un año, después de la aplicación de cada programa anual. Fase del proceso administrativo que hace posible medir en forma permanente el avance y los resultados de los programas, para prevenir desviaciones y aplicar correctivos cuando sea necesario, con el objeto de retroalimentar la formulación e instrumentación.

Fin: Descripción de cómo el Programa Presupuestario contribuye a mediano o largo plazo, a la solución de un problema de desarrollo o a la consecución de los objetivos

estratégicos de la dependencia o entidad. No implica que el programa en sí mismo sea suficiente para lograr el fin, tampoco establece si pueden existir otros programas que también contribuyan a su logro.

Fórmula: Se refiere a la expresión algebraica del indicador, a la explicación sencilla de la forma en que se relacionan las variables o la metodología empleada para computarlo.

Gestión para Resultados (GPR): Modelo de cultura organizacional, directiva y de gestión de la administración pública, que prioriza los resultados de la acción gubernamental.

Indicador: Variable que establece una relación entre dos o más datos significativos de dominios semejantes o diversos, y que proporciona información sobre el estado en que se encuentra un sistema.

Indicadores de Desempeño: Expresión o fórmula que integra información cuantitativa o cualitativa, estratégica o de gestión, del desempeño de los programas y que relaciona dos o más variables, en términos de eficacia, eficiencia, economía y calidad, respecto del logro o resultado de los objetivos de la política pública, de los programas presupuestarios y de las actividades institucionales de las dependencias y entidades.

Indicadores de Gestión: Indicadores de desempeño que miden el avance y logro en procesos y actividades; es decir, la forma en que los bienes y servicios públicos son generados y entregados por las dependencias y entidades en la realización de sus AI y en las actividades y componentes de sus PP.

Indicadores Estratégicos: Indicadores de desempeño que miden el grado de cumplimiento de los objetivos de las políticas públicas y de los programas

presupuestarios, los cuales contribuyen a fortalecer o corregir las estrategias y la orientación de los recursos.

Libertad de Prensa: Práctica democrática que defiende la libre expresión de las ideas en los medios de comunicación de masas. Ella permite que existan distintos puntos de vista sobre diversos temas.

Matriz de Indicadores para Resultados (MIR): Herramienta de planeación estratégica que organiza los objetivos, metas e indicadores de un PP, y que de forma resumida y sencilla vincula los instrumentos de diseño, organización, ejecución, seguimiento, monitoreo, evaluación y mejora de los PP, como resultado de un proceso de un proceso de programación realizado con base en la Metodología del Marco Lógico.

Medios de comunicación: Son los que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos. Se entenderán como tales a los medios electrónicos, impresos, complementarios, digitales y públicos;

Medios Digitales: Tipo de medio donde el contenido (texto, voz, música, imágenes, animaciones o videos) puede consultarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria; dicho contenido puede ser o no creado por las propias personas usuarias.

Medios de Comunicación Masivos: Son los que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos. Se entenderán como tales a los Medios electrónicos, Medios impresos, Medios complementarios, Medios digitales y Medios públicos.

Medios electrónicos: Medios de Comunicación Masivos tales como Radio y Televisión que difunden los mensajes a través de impulsos radioeléctricos.

Medios Públicos: Estaciones oficiales de radio y canales de televisión que forman parte de la Administración Pública Estatal.

Metodología del Marco Lógico: Herramienta de planeación estratégica, basada en la estructuración y solución de problemas, que permite organizar de manera sistemática y lógica los objetivos de un PP y sus relaciones de causalidad; identifica los factores externos que podrían influir en el cumplimiento de sus objetivos, proporciona elementos para evaluar el avance en la consecución de dichos objetivos y examinar su desempeño en todas sus etapas.

Misión: La razón de ser de la dependencia o entidad, de acuerdo a las atribuciones establecidas en el ordenamiento legal de creación.

Objetivo: Enunciado breve que define de forma clara y específica los resultados a lograr en un campo de responsabilidad o área de trabajo señalado por el Marco Jurídico.

Objetivo de Comunicación: Propósito o fin que la dependencia o entidad pretende alcanzar con la difusión de cada uno de los materiales y productos informativos.

Objetivos Estratégicos: Aquellos que tienen como origen un Plan Estatal de Gobierno y su horizonte es de largo plazo.

Padrón: Padrón Nacional de Medios de Comunicación;

Padrón Estatal: El Padrón Estatal de Medios de Comunicación

Programa anual de comunicación social: Conjunto de campañas de comunicación social, derivadas de la estrategia anual de comunicación social, encaminadas al cumplimiento de las acciones establecidas por el ente público que coadyuvarán al

logro de sus atribuciones, y que se costean con cargo a sus recursos presupuestarios;

Plan General de Trabajo: Son las actividades que las dependencias y entidades deben realizar para dar cumplimiento a los objetivos, políticas, estrategias, prioridades y metas, con base en indicadores de desempeño.

Plan Veracruzano de Desarrollo o PVD: Documento que precisa los objetivos estatales, estrategias y prioridades del desarrollo integral, y determina los órganos responsables de su ejecución; establece lineamientos de política de carácter global, sectorial, regional, institucional, especial y prioritario.

Planeación: Es la definición de objetivos y el diseño de estrategias para alcanzar los resultados deseados, mediante la identificación e instrumentación de las acciones y de los mecanismos correspondientes para alcanzar los objetivos trazados.

Periodicidad: Que guarda un periodo determinado, que se repite con frecuencia a intervalos regulares.

Perspectiva de Género: Concepto que se refiere a la metodología y los mecanismos que permiten identificar, cuestionar y valorar la discriminación, desigualdad y exclusión de las mujeres, que se pretende justificar con base en las diferencias biológicas entre mujeres y hombres, así como las acciones que deben emprenderse para actuar sobre los factores de género y crear las condiciones de cambio que permitan avanzar en la construcción de la igualdad de género.

Población Objetivo: Conjunto específico de individuos con características psicográficas (gustos, hábitos, costumbres, idiosincrasia o comportamiento de las personas) y sociodemográficas (edad, sexo, lugar de residencia y nivel socioeconómico), a quienes está dirigido un mensaje.

Post-test: Evaluación cuantitativa que una empresa especializada realiza de una campaña de comunicación social o de promoción y publicidad que haya terminado su difusión. Su fin es medir el grado de cumplimiento de los objetivos y metas de comunicación.

Presupuesto Basado en Resultados (PBR): Es un componente de la GpR que consiste en un conjunto de actividades y herramientas que permite apoyar las decisiones presupuestarias en información que sistemáticamente incorpora consideraciones sobre los resultados del ejercicio de los recursos públicos.

Programación Presupuestal: A las erogaciones que el Estado realiza, en cumplimiento de sus atribuciones, conforme a los programas para proveer bienes y servicios públicos a la ciudadanía.

Propósito del Programa: Es el resultado directo a ser logrado en la población objetivo claramente identificada y localizada, como consecuencia de la utilización de los componentes producidos o entregados en el programa presupuestario. Es decir, se trata de la aportación específica a la solución del problema. Cada Programa Presupuestario deberá tener solamente un propósito.

Recursos presupuestarios: Presupuesto autorizado para gasto en materia de comunicación social para el ente público de conformidad con lo previsto en el presupuesto de egresos para el ejercicio fiscal o presupuesto correspondiente;

Resultados: Es un componente de la GpR que consiste en un conjunto de actividades y herramientas que permite apoyar las decisiones presupuestarias en información, que sistemáticamente incorpora consideraciones sobre los resultados del ejercicio de los recursos públicos.

Sistema público: En singular o plural, se refiere al sistema que es administrado por la Contraloría General del Estado, así como los órganos internos de control de los municipios y demás entes públicos, mediante el cual se registra y se da seguimiento a las erogaciones que realizan las dependencias y entidades en materia de comunicación social;

Unidad administradora: La Coordinación General de Comunicación Social del Estado, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes o similares que determinen el resto de los entes públicos, o encargadas de regular el gasto en comunicación social.

Visión: El resultado que la dependencia o entidad pretende lograr con el cumplimiento de sus objetivos.

9. Bibliografía

Agencia Plurinacional de Comunicación. Recuperado de <http://www.apcbolivia.org/inf/antecedentes.aspx>

Coneval. (2017). Conevalorgmx. Revisado el 21 January, 2019, en <https://www.coneval.org.mx:443/coordinacion/entidades/Veracruz/Paginas/principa1.aspx>

Carrasco, J., & Martinez, R. (2011). Veracruz Sangriento Reacomodo Narco. *Proceso*, (1821).

Cuadernillos Municipales 2018 | Centro de Información Estadística y Geográfica del Estado de Veracruz. (2019). Recuperado el 17 de enero de 2019, de <http://ceieg.veracruz.gob.mx/cuadernillos-municipales-2018/>

Duarte: ¿los medios callaron?. *Sin Embargo*. Recuperado de <https://www.sinembargo.mx/01-11-2016/3109941>

Conocimiento y opinión de televisoras en México; encuesta aplicada por la empresa de investigación estratégica de la opinión "Parametría" realizada del 29 de octubre al 2 de noviembre de 2016 consultado en:

<http://www.parametria.com.mx/estudios/conocimiento-y-opinion-de-televisoras-en-mexico/>

Fundación Konrad Adenauer. (2017). *Índice de Desarrollo Democrático de México* (pp. 299-306). Fundación Konrad Adenauer. Retrieved from <http://idd-mex.org/2017/informes/2017/index.html>

Gobierno del Estado de Veracruz. (2017). *Primer Informe de Gobierno* (pp. 69-84).

Xalapa: Oficina de Programa de Gobierno.

Gobierno del Estado de Veracruz. (2018). Acuerdo por el que se autoriza al titular de la Coordinación General de Comunicación Social, a Celebrar acuerdos y convenios en el ámbito de su competencia. (p. 2). Xalapa: Gaceta Oficial.

INEGI. Estadísticas de pobreza en Veracruz. (2017). Revisado desde

<https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Veracruz/Paginas/principal.asp>

X

INEGI. México en Cifras. Revisado en

<https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=30>

Ley Orgánica del poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave

Xalapa, Veracruz, 19 de mayo de 2000.

Más Noticias RTV. (2017). 1:57 / 3:53 *Gastó Duarte más de 13 mil mdp en*

Comunicación Social: Elías Assad [Video]. Retrieved from

<https://www.youtube.com/watch?v=udvMNQOn4rw>

Organización de las Naciones Unidas Para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

(2016). *MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL*. Roma: 2016.

Palacio Montiel, Celia Del. (2014). Agresiones de periodistas en Veracruz. *Balaju*, (1), 2-

11. Recuperado el 17 de enero de 201, de

<http://balaju.uv.mx/index.php/balaju/article/view/1161/2161>

Palacio Montiel, Celia Del. (2015). Periodismo impreso, poderes y violencia en Veracruz 2010-2014: Estrategias de control de la información. *Comunicación y sociedad*, (24), 19-46. Recuperado el 17 de enero de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2015000200002&lng=es&tlng=es.

Panorama del consumo en medios en México para el 2019, publicado en febrero de 2019 por Marketing Intelligencepartnerserta. <https://www.serta.com.mx/consumo-de-medios-en-mexico-para-el-2019/>

“Persiste opacidad en gastos de Facebook del gobernador”. Reportaje de La Jornada, publicado el 18 de junio de 2018
http://www.jornadaveracruz.com.mx/Post.aspx?id=180618_073933_459

PNUD. (2011). *COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Nueva York, NY: QUO Bangkok.

PNUD. (2016). *Informe sobre Desarrollo Humano México 2016*. México: Alejandro Espinosa/Sonideas. Recuperado de <http://www.mx.undp.org/content/mexico/es/home/library/poverty/informe-nacional-sobre-desarrollo-humano-mexico-2016.html>

folio 1094

EDITORIA DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ

Directora de la *Gaceta Oficial*: JOYCE DÍAZ ORDAZ CASTRO

Módulo de atención: Calle Morelos No. 43, Plaza Morelos, local B-4, segundo piso, colonia Centro, C.P. 91000, Xalapa, Ver.

Oficinas centrales: Km. 16.5 carretera federal Xalapa-Veracruz, Emiliano Zapata, Ver.

Suscripciones, sugerencias y quejas a los teléfonos: 01279 8 34 20 20 al 23 www.editoraveracruz.gob.mx