

34



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACIONES SOBRE AMERICA DEL NORTE
CENTRO REGIONAL DE INVESTIGACIONES MULTIDISCIPLINARIAS

LA UTILIZACION DE INTERNET COMO HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN EN LA COMUNICACION SOCIAL DEL ESTADO.
EL CASO DEL SENADO DE LA REPUBLICA, 1998-2001

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN COMUNICACION
P R E S E N T A :
LIC. MARTIN LUIS SANDOVAL MAGALLANES

TUTOR: DR. RAUL TREJO DELARBRE



CIUDAD UNIVERSITARIA

JUNIO 2002

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A mi padre. *Postmortem. Por sus enseñanzas y férrea disciplina.*

A mi madre. *Por su ejemplo y tenacidad, parte fundamental en mi formación..*

A mis hermanos. *Por su ejemplo y apoyo incondicional siempre.*

A Esther. *Compañera de toda la vida. Gracias por tu amor, apoyo y fortaleza. A ti te debo gran parte de lo que he realizado.*

A mis hijos : *mi razón de ser y mi estímulo diario de superación.*

Alain. *Tu bondad y nobleza me impulsa a mejorar día a día .*

Sheila. *Tu inteligencia y tenacidad son ejemplo para superar obstáculos.*

Jessica. *Un diablillo que con audacia y ternura alegra mi vida.*

A la Universidad Nacional Autónoma de México. *Gracias. Por la formación profesional con los mejores profesores-investigadores de Comunicación de México.*

Al Doctor Raúl Trejo Delarbre. *Mi admiración desde mi tesis de Licenciatura. Sigo su ejemplo a través de sus libros y su quehacer periodístico. Hoy se confirma.*

A la Doctora Delia Covi. *Sus enseñanzas y aguda crítica fueron fructíferas. Gracias.*

Al Doctor Octavio Islas. *Aprendí de su trabajo en la Cámara de Senadores. Su tenacidad, esfuerzo y responsabilidad fueron la semilla de este trabajo.*



LA UTILIZACIÓN DE INTERNET COMO HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO. CASO EL SENADO DE LA REPÚBLICA, 1998-2001.

CAPITULO I
Internet en la sociedad de la información

| | | | |
|--------------|-------|---|----|
| Introducción | | | 4 |
| 1.1 | | Internet en la sociedad de la información. Construcción de un marco teórico | 10 |
| | 1.1.1 | Definición de Estado | 10 |
| | 1.1.2 | El origen de Internet. Marco referencial | 16 |
| | 1.1.3 | Internet y la World Wide Web | 20 |
| | 1.1.4 | El paradigma de la tecnología de la información | 24 |
| | 1.1.5 | Hacia una sociedad de la información | 25 |
| | 1.1.6 | Características de Internet | 33 |
| | 1.1.7 | Usos de Internet | 35 |
| | 1.1.8 | La intensificación de Internet en otros países | 38 |
| 1.2 | | Un enfoque metodológico | 41 |
| 1.3 | | Origen y evolución de Internet en México | 51 |
| | 1.3.1 | El crecimiento de los sitios del Estado | 58 |
| 1.4 | | México y la brecha digital | 60 |
| | 1.4.1 | Las diferencias socioeconómicas | 62 |
| | 1.4.2 | Retos y perspectivas del Estado frente a la brecha digital | 64 |

CAPITULO II

Internet y el Estado

| | | |
|-----|--|-----|
| 2.1 | Internet y el Estado. La presidencia digital | 71 |
| 2.2 | La política de comunicación social del gobierno de Vicente Fox | 84 |
| 2.3 | El E-México, hacia un gobierno digital | 95 |
| 2.4 | Chat en Los Pinos | 102 |
| 2.5 | El Estado en la red. Páginas web de las secretarías de Estado | 104 |
| 2.6 | Análisis de páginas web del Estado | 105 |
| 2.7 | Sitios web del Estado | 114 |
| 2.8 | Los sitios web del Poder Legislativo | 133 |

CAPÍTULO III

Internet y el Senado

| | | |
|------------------------|--|-----|
| 3.1 | El Senado de la República en la red. Origen y evolución | 140 |
| 3.2 | Descripción del sitio web senatorial | 144 |
| 3.3 | El sitio web senatorial, en contenido y diseño | 153 |
| 3.4 | La política de comunicación social en el Senado | 154 |
| 3.5 | La difusión de comunicación social del Senado por Internet | 157 |
| 3.6 | La utilidad del sitio web del Senado, para los periodistas de la fuente política | 160 |
| 3.7 | Perspectivas del sitio web de la Cámara de Senadores | 165 |
| 3.8 | Propuestas | 166 |
| Conclusiones Generales | | 168 |
| Bibliografía | | 171 |
| Anexos metodológicos | | 176 |

LA UTILIZACIÓN DE INTERNET COMO HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO. CASO EL SENADO DE LA REPUBLICA, 1998-2001.

Introducción

El Estado ha diversificado sus formas de difusión. Además de los medios tradicionales, el Estado se integró en la utilización de Internet como un medio de difusión de su política de comunicación social. Impulsó a través de las instituciones del Estado el uso de la WWW para difundir sus actividades. Entre ellas, la Cámara de Senadores.

En los últimos años el uso de la web se ha intensificado, y la transmisión de información ha generado una nueva forma del quehacer del periodismo y su difusión. En el caso de la información del Estado, la utilización de Internet como una herramienta auxiliar, reporta efectos positivos en la difusión de la información. Hoy se busca adicionalmente a los boletines de prensa, la información en las páginas web del Estado.

La World Web Wide, como un medio de convergencia, es decir, de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado, como la microelectrónica, las computadoras y las telecomunicaciones inmersas en sistemas de información, se pretende que sea aprovechado y utilizado como una herramienta auxiliar y efectiva en las políticas de difusión de comunicación del Estado.

El uso de Internet, y específicamente de la web, en la difusión de las políticas de comunicación social del Estado, y en nuestro caso específico de estudio, de la Cámara de Senadores, favorece el desarrollo de estrechas y propositivas funciones de enlace, además de dar a conocer las actividades del quehacer parlamentario en el Senado de la República.

En el caso de estudio que se presenta, el sitio de Internet del Senado de la República inició el 28 de abril de 1998, como una herramienta auxiliar en la difusión de información de la Institución. Se incluyó en el sitio web los boletines de prensa, entrevistas, versiones estenográficas, iniciativas de ley, fotografías, sonido y audio de las actividades que realiza cotidianamente la Cámara de Senadores.

El sitio de Internet del Senado de la República se desarrolló a través del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, proporcionando al Senado de la República un lugar en la red y un medio para difundir su información y función social. Asimismo, da a conocer sus servicios y su integración administrativa a través de los directorios de las áreas administrativas de la institución, el directorio de los senadores integrantes de la Legislatura y sitios web de los medios de comunicación. De igual forma, un buzón electrónico para interactuar con los usuarios, sin embargo, hasta el año 2001, no existía un procedimiento específico para dar seguimiento a la comunicación por medio del correo electrónico.

En 1990, instituciones de educativas e investigadores llegaron a proponer que Internet podría cumplir los requisitos de ser un medio de comunicación; para el objetivo de esta investigación, la World Web Wide a través de textos, imágenes y sonidos, se ha convertido en una eficaz herramienta de difusión de información a través de la red.

Este trabajo de investigación considera a Internet como una herramienta auxiliar para la difusión en las políticas de comunicación social del Estado, y concretamente, el caso de la página de Internet del Senado de la República, en el periodo comprendido de 1998 a 2001. Se mostró que se han abarcado sectores en la red y también medios periodísticos en el interior de la República, así como citas de la página en sitios web de Italia, España, Estados Unidos y Francia.

Considero firmemente que cumpliendo las estrategias de comunicación social del Senado de la República, en el que se identifican acciones comunicativas para establecer un sistema de información institucional vía Internet, permitirá el acceso y difusión de la información generada por las actividades diarias de la Institución y/o de los legisladores, a un mayor número de personas, en el ámbito de Internet.

El reto es impulsar una amplia difusión institucional en la cual el flujo de información y servicios que presta el Senado de la República, sea accesible a grandes sectores de usuarios de la red, con el objetivo de que difundan

ampliamente las actividades y la función social que cumple la Cámara de Senadores. Legislar con responsabilidad.

Durante el presente trabajo se sustenta la tesis de que la utilización de la página de Internet del Senado de la República en forma efectiva y constante, como auxiliar en la difusión de información y coadyuvante en el trabajo de los periodistas, incrementará la difusión de información en la red y fortalecerá el cumplimiento de las políticas y estrategias de comunicación social de la Cámara de Senadores.

En el capítulo Uno se aborda Internet y su vinculación con la sociedad de la información. El marco teórico, el uso y características de Internet. También no podía faltar el paradigma de la tecnología de la información, además de la evolución histórica de Internet en México. Finalmente se realiza una prospectiva de Internet y la brecha digital. Se habla mucho de Internet, pero faltan los medios para generalizarlo. Sin embargo, gradualmente.

En el Capítulo Dos se investiga la vinculación de Internet y el Estado. Se realiza un balance histórico de la incursión del uso de Internet en la política de comunicación social del Estado, del uso del chat en la presidencia y la digitalización de la misma. Es a partir de 1996 que se crea la página de Internet de la Presidencia y de allí, todas las secretarías de Estado ya cuentan con la suya. La

usan para dar a conocer sus actividades, sus funciones y como elemento auxiliar en comunicación social.

Finalmente el Capítulo Tres, en donde se llega a la parte medular de este trabajo con la incursión del Senado de la República en Internet, su uso y su objetivo. No obstante que no está en los objetivos de la política de comunicación social del Senado, se le dio un gran impulso a la difusión de información por Internet. Para los periodistas el sitio ha sido de gran utilidad para difundir y obtener información. Por último se proponen acciones para hacer un sitio web dinámico, interactivo y de utilidad para la Cámara de Senadores y la sociedad.

Con Internet, se amplió el espacio de difusión de las actividades de la Cámara de Senadores, información periodística e institucional a un sector en la red, que gradualmente está creciendo.

CAPITULO I

Internet en la sociedad de la información.

1.1.-Internet en la sociedad de la información. La construcción de un Marco Teórico.

1.1.1 Definición de Estado

Con la acción de las tecnologías de información, el Estado experimentó una transformación al interior de su estructura administrativa, comunicacional, cultural y de difusión. Se observa en nuestra vida cotidiana, la emergencia, transformación y desarrollo de todo medio de difusión o tecnología de información, que ha provocado una transformación o desdoblamiento del Estado y de la sociedad.

Partiremos de la definición del concepto de Estado, de Javier Esteinou, concebido como "el conjunto de recursos administrativos, jurídicos, ideológicos, educativos, etcétera, que se destinan para conservar y reproducir el poder, se transforman con la acción de cada nueva tecnología de información que surge y que impacta en la sociedad"¹

Maquiavelo en "El Príncipe", lo definió como "la máxima organización de un grupo de individuos sobre el territorio en virtud de un poder de mando"², posteriormente, Weber lo concibió como "un gran aparato administrativo que tiene la función de ocuparse de la prestación de los servicios públicos y del monopolio legítimo de la

¹ "Internet y la transformación del Estado", Javier Esteinou Madrid, publicado en el libro Internet :el medio inteligente, Octavio Islas y Fernando Gutiérrez compiladores, Editorial CECOSA, México 2000, página 202.

² El Estado, gobierno y sociedad. Por una Teoría General de la Política. Norberto Bobbio, Fondo de Cultura Económica, México 194, página 86.

fuerza”³. En otra definición citada por Norberto Bobbio⁴, destaca que “el Estado es un ordenamiento jurídico para los fines generales que ejerce el poder soberano en un territorio determinado, al que están subordinados necesariamente los sujetos que pertenecen a él”.

Por otra parte, Marcos Kaplan, en su libro “Estado y Sociedad”, define al Estado como “un aparato diferenciado, especializado y permanente de acción política y gestión administrativa, dotado de una organización que se caracteriza cada vez más por la centralización, la complejidad y las grandes dimensiones. El aparato, identificado con quienes lo encarnan y lo controlan, actúa incesantemente en el sentido de la conservación y de la extensión del poder político como poder de arbitraje y sobre todo de decisión”.⁵

Agrega el autor que las funciones del Estado son las de “institucionalización, legitimidad y consenso, legalidad; coacción social; educación y propaganda; organización colectiva y política económica y relaciones internacionales. Las funciones del Estado deben ser deducidas lógicamente e históricamente del desarrollo de sociedades concretas.”

“El Estado se auxilia de las instituciones, que son en esencia modelos de relaciones humanas, de distribución y ejercicio de estatus, funciones y roles, sobre

³ El Estado, gobierno y sociedad. Por una Teoría General de la Política. Norberto Bobbio, Fondo de Cultura Económica, 1994. página 91.

⁴ Opus citus, página 128

⁵ Estado y Sociedad, Marcos Kaplan, UNAM, México 1987, página 206.

los que se calcan, se estructuran y se formalizan las relaciones concretas de individuos y grupos, mediante su formulación o consagración por la autoridad estatal que les confiere así cohesión, estabilidad, permanencia, inserción en órdenes y niveles más generales, reconocimiento y valorización por otros grupos o individuos”⁶

También se auxilia del sector público, que se define como “el conjunto de actividades institucionales, órganos e instrumentos que integran el Estado o que se hallan bajo su control directo y que le permiten intervenir de diversas maneras en el proceso socioeconómico, incluso producir y distribuir bienes y prestar servicios públicos” y abarca los siguientes niveles:

| | |
|----|--|
| 1. | Órganos legislativos, ejecutivos y judiciales |
| 2. | Órganos administrativos o departamentos gubernamentales. - El Estado asume directamente una actividad económica determinada, la producción y distribución de bienes o la prestación de servicios. |
| 3. | Órganos auxiliares. -Creados con el fin de suministrar bienes y servicios destinados al uso de organismos gubernamentales. |
| 4. | Entidades estatales administrativas con descentralización institucional. |
| 5. | Órganos creados para ejecutar programas especiales. |
| 6. | La empresa pública. ⁷ |

⁶ Opus citus, página 207.

⁷ Opus citus, página 216.

Añade Kaplan, que “el Estado en abstracto y el gobierno en concreto, son postulados como formas necesarias y convenientes de estructuración institucional, idénticos en un orden racional y justo, dispensadores de beneficios, autolimitados en el despliegue y en el uso de sus poderes, que por lo tanto pueden y deben exigir y merecer aceptación obediencia.”

“Una de las funciones esenciales del Estado consiste en la contribución, siempre sustancial y a menudo decisiva, a la elaboración, sistematización e imposición, coactiva y persuasiva, de una concepción del mundo y de la sociedad, de un sistema de valores y de representaciones colectivas, de una ideología, que expresen y justifiquen las relaciones y estructuras parciales y el sistema general vigente para un país y una etapa en particular”⁸

Agrega que “la acción ideológica del Estado tiende a lograr la movilización de conciencias y energías en favor del mismo y en contra de sus enemigos actuales y potenciales, para atenuar o suprimir conflictos y lograr el más alto grado posible de estabilidad e integración. La legitimidad, es pues el proceso y el resultado de la identificación de un orden sociopolítico afirmado como ideal de la comunidad y el Estado, y el gobierno que rige a la comunidad y encarna al Estado.”

De regreso a la definición de Javier Esteinou, concebido como “el conjunto de recursos administrativos, jurídicos, ideológicos, educativos, etcétera, que se destinan para conservar y reproducir el poder, se transforman con la acción de

⁸ Opus citus, página 209.

cada nueva tecnología de información que surge y que impacta en la sociedad”, considero que con los apoyos tecnológicos que brindan los medios de comunicación, el Estado posee una nueva capacidad orgánica para llevar a cabo de manera más competente las funciones de difusión que debe ejecutar como instancia rectora de la sociedad.

Funciones ideológicas que anteriormente se ejercían a través de pesados y burocráticos aparatos administrativos, que ahora se realizan con mayor ligereza a través de las tecnologías de información, sin que desaparezca la infraestructura administrativa original, es decir, se complementa.

Utilizando las nuevas tecnologías de la información, específicamente Internet y la WWW, el Estado reducirá la distancia existente entre cúpula dirigente, intelectuales, individuos, lo que repercutiría en un Estado más sólido y cohesionado. Conquista la dirección intelectual y moral del conjunto social a través de los medios de comunicación.

En el mismo sentido, Javier Esteinou, concluye que “desde el momento en que los aparatos de información se incorporan al campo de acción del Estado, se produce la proyección y ampliación de éste sobre la trama privada de la sociedad y se da la expansión molecular de la clase dominante sobre el conjunto de la vida social. Con la incorporación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de

información al aparato gubernamental, aumenta de manera sustancial el potencial del Estado para producir y conservar su hegemonía"⁹

El uso de Internet en la difusión de las políticas de comunicación social del Estado, se produce en el momento que la web es un nuevo intermediario técnico y cultural entre las relaciones sociales, que modifica las estructuras anteriores, no las suprime, y da origen a nuevos espacios públicos y privados. Internet, podría sustituir, en un momento dado, a la antigua plaza pública o al ágora y en el nuevo espacio abierto que produce se discuten y razonan las ideas y los problemas colectivos del Estado y se forman grupos de opinión.

Internet y la web, producen un espacio abierto a través de redes interactivas, de participación flexible, multidireccional, plural y de interacción social. En la red se integran y ordenan las tecnologías tradicionales con los nuevos medios y procesos reales.

A partir de que la red ha producido cambios en las relaciones individuales, ciudadanas, institucionales y de que construye un nuevo tejido social que da origen a la cultura del ciberespacio, donde aumentan exponencialmente las relaciones humanas y sociales; el Estado, entendido como el conjunto de recursos administrativos, jurídicos, ideológicos, educativos que se destinan para conservar

⁹ Internet y la transformación del Estado. Javier Esteinou Madrid, UAM, Xochimilco, dentro del libro Internet: un medio Inteligente, Octavio Ista y Fernando Gutiérrez, compiladores, Editorial CECSA, México 2000, página 209.

y reproducir el poder, se transforma con la acción de Internet, en su forma de funcionar ante la sociedad.

El Estado se transforma para evolucionar hacia un Estado abierto, multidireccional, desterritorializado, plural, global e incluso vulnerable en su seguridad y control. Así el Estado tradicional se reconfigura y se redirecciona paulatinamente con la acción de Internet, adquiriendo nuevas capacidades de acción orgánica sobre la sociedad.

En las sociedades modernas, los medios de comunicación e Internet, se han convertido en los principales instrumentos culturales que crean y mantienen al Estado, y en consecuencia, a la hegemonía que reproduce ideológicamente al sistema. Cumpliendo así una de sus funciones tradicionales.

1.1.2 El Origen de Internet y su marco referencial.

Internet se originó en un audaz plan ideado en la década de los setentas por los guerreros tecnológicos del Servicio de Proyectos de Investigación del Departamento de Defensa de Estados Unidos, Advanced Research Projects Agency, DARPA, para evitar la toma o destrucción soviética de las comunicaciones estadounidenses en caso de guerra nuclear.

Para 1969 nace ARPANET, establecida por la Defensa de EU que se convirtió en una red de comunicación global y horizontal de miles de redes. En 1983, se divide en ARPANET para uso científico y MILNET para uso militar.

Asimismo se crea la CSNET, una red científica de la National Science Foundation y la BITNET, para uso no científico. Sin embargo, todas las redes utilizaban ARPANET como red de comunicación. Posteriormente se crearía Internet.

Ante el surgimiento de Internet, los investigadores definieron el concepto de Internet y su impacto en la sociedad, así el sociólogo español Manuel Castells,¹⁰ define a Internet como “el surgimiento de un nuevo sistema de comunicación electrónico caracterizado por su alcance global, la integración de los medios de comunicación y su interactividad potencial, lo que hace que este cambiando nuestra cultura”.

Internet se encuentra inmerso en el advenimiento de las nuevas tecnologías y del cambio que le han dado al mundo y a la sociedad. De esta forma, se conoce como la primera revolución industrial al nacimiento de la máquina del vapor y las nuevas divisiones del trabajo, en 1874. La segunda revolución industrial a través del descubrimiento de la electricidad y las nuevas organizaciones sociales y finalmente, la tercera revolución industrial con el descubrimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

¹⁰ Manuel Castells, La era de la Información, Volumen I, Siglo XXI Editores, 1996, página 361.

El nacimiento de una nueva sociedad como lo señalan algunos autores al referirse a la creación de una sociedad automatizada e informatizada, otros la llaman la sociedad de la información o la sociedad informacional, establece las bases del surgimiento de un nuevo modelo de desarrollo basado en la información y el conocimiento y un nuevo paradigma informacional, lo que dará como resultado la era de la información.

En ese orden teórico, nuevamente Manuel Castells¹¹ destaca que en la década de los setentas se constituyó un nuevo paradigma tecnológico organizado en torno a las Tecnologías de Información en los Estados Unidos, con lo que la sociedad inició un nuevo modo de vivir, de producir, de comunicar y de vivir”

“Esta nueva forma de vida de la sociedad, cuyo punto vital es la información, provocó una revolución que difundió en la cultura material de la sociedad el espíritu libertario que floreció en los movimientos de la década de los setentas”.

En cuanto a la relación de la tecnología y el Estado, Manuel Castells, acota que “si bien es cierto de la sociedad no determina la tecnología, el Estado puede detener o acelerar su desarrollo. El Estado puede ser una fuerza dirigente de la innovación tecnológica o bien retrasarlo.”

¹¹ Opus citus, páginas 33 y 39

Por lo tanto, el Estado deteniendo o acelerando la innovación tecnológica, es un factor decisivo en el proceso general, ya que expresa u organiza las fuerzas sociales y culturales que dominan en un espacio y tiempo dado.

Respecto al planteamiento teórico que presentamos dentro de la sociedad de la información, producto de un paradigma informacional, este surge y se difunde en un periodo de reestructuración global del capitalismo. Así la nueva sociedad que surge de ese proceso de cambio es tanto capitalista, como informacional, aunque presenta variaciones de acuerdo a la relación entre capitalismo global y la tecnología de la información. Es decir, la revolución de la tecnologías de información ha llevado un proceso fundamenta de reestructuración del sistema capitalista a partir de los años ochentas.

En este sentido Manuel Castells¹² "propone que surge una nueva estructura social, asociada con un nuevo modo de desarrollo, denominado informacionalismo, definido como la reestructuración del modo capitalista de producción al final del siglo XX. En este nuevo modo de desarrollo informacional, la fuente de productividad estriba en la tecnología de la generación del conocimiento, el procesamiento de la información y la comunicación de símbolos".

En este modo de desarrollo informacional el procesamiento de la información se centra en la superación de la tecnología de este procesamiento como fuente de

¹² Opus citus, páginas 40, 42,43.

productividad, en un círculo de interacción de las fuentes del conocimiento de la tecnología y la aplicación de ésta para mejorar la generación de conocimiento y el procesamiento de la información.

1.1.3.- Internet y la World Wide Web

En los antecedentes de la World Wide Web, nos remontamos a 1945, cuando el director de la Oficina de Desarrollo e Investigación Científica (EE.UU.), el Doctor Vannevar Bush, escribió el artículo "As We May Think" para "The Atlantic Online", en que expresaba su preocupación por la ingente cantidad de información que existía y estaba siendo generada, y el poco tiempo y los ineficientes sistemas que había para encontrarla. Basándose en la tecnología existente en aquel entonces, describió un dispositivo personal, al que llamó "memex. Este aparato permitiría a cada individuo almacenar su información en microfilmes, consultarlos rápidamente y crear vínculos entre unos documentos y otros, de modo que durante la lectura de un documento se recordara al lector qué documentos contenían información relacionada. Era una visión de lo que ocurriría sólo 45 años después.

En los años 60, Douglas Engelbart, mientras trabajaba en el Stanford Research Institute, propuso el NLS (oNLine System), un entorno de trabajo por computadora, con un sistema para almacenar publicaciones, con catálogos e índices para facilitar la búsqueda, y con reglas establecidas para citar documentos, de modo que fuera más fácil para los lectores acceder a los

documentos referenciados. Era un entorno con teclado, pantalla, ratón e impresora, con posibilidad de teleconferencia y correo electrónico a través de una red de computadoras para una rápida comunicación entre los profesionales. Tenía las herramientas básicas de composición, estudio, organización y modificación de información. Los ficheros se guardaban jerárquicamente para su mejor organización. Se trabajaba con los documentos en modo multiventana, para ver varios documentos a la vez en ventanas diferentes, y se podían copiar objetos seleccionados de una ventana a otra.

El término "hipertexto" fue acuñado por Ted Nelson en 1965, en su artículo "A File Structure for the Complex, the Changing, and the Indeterminate", que leyó durante la vigésima conferencia anual de la Association of Computer Machinery (ACM). Ted Nelson ideó un modelo para la interconexión de documentos electrónicos. El proyecto Xanadu aún continúa luchando para conseguir un modelo de hipertexto superior al que trajo la World Wide Web.

La World Wide Web fue inventada en 1989¹³ por un informático del CERN (Organización Europea de Investigación Nuclear) llamado Tim Berners-Lee. Era un sistema de hipertexto para compartir información basado en Internet, concebido originalmente para servir como herramienta de comunicación entre los científicos nucleares del CERN. Tim Berners-Lee había estado experimentando con hipertexto desde 1980, año en que programó Enquire, un programa para

¹³ Breve Historia de la World Wide Web. <http://html.conclase.net/articulos/historia> y http://ei.cs.vt.edu/~wwwbtb/book/chap1/web_hist.html History of the World Wide Web

almacenar piezas de información y enlazarlas entre ellas. Enquire se ejecutaba en un entorno multiusuario y permitía acceder a varias personas a los mismos datos. Tim Berners-Lee entregó su propuesta al CERN en 1989, en septiembre de 1990 recibió el visto bueno y junto con Robert Cailliau comenzó a escribir el nuevo sistema de hipertexto. A finales de 1990 el primer browser de la historia, *World Wide Web*, ya tenía forma.

Los documentos necesitaban un formato que fuera adecuado para su misión. En aquella época casi todo el mundo utilizaba TeX y PostScript, pero éstos eran demasiado complicados teniendo en cuenta que debían ser leídos por todo tipo de computadoras, desde la terminales tontas hasta las estaciones de trabajo gráficas X-Windows. Así, tanto el lenguaje de intercambio (HTML), como el protocolo de red (HTTP) se diseñaron para ser realmente muy simples.

HTML son las siglas de "HyperText Mark-up Language". "Mark-up" es un término de imprenta que significa el conjunto de instrucciones estilísticas detalladas escritas en un manuscrito que debe ser tipografiado. Así, HTML podría ser traducido como "Lenguaje de Formato de Documentos para Hipertexto". HTML es una aplicación de SGML, un lenguaje muy general para definir lenguajes de formato de documentos.

A principios de 1993 había alrededor de 50 servidores. Existían básicamente dos tipos de browsers: el original, gráfico, pero sólo para plataformas NeXT, y el

browser en modo de línea, preparado para cualquier plataforma pero muy limitado y muy poco atractivo. En Febrero se lanzó la primera versión alfa del navegador "Mosaic for X", desarrollado en el NCSA (National Center for Supercomputing Applications). Funcionaba en X Windows, que era una plataforma popular entre la comunidad científica. En Abril el tráfico de la WWW era el 0,1% del total de Internet. El CERN declaraba la WWW como tecnología de acceso gratuito. En septiembre ya había versiones de Mosaic para PC y Macintosh. El tráfico alcanzaba el 1% de todo el tráfico de Internet y había más de 500 servidores. Es el comienzo del crecimiento explosivo de la Web. A finales del 94 ya había más de 10.000 servidores y 10 millones de usuarios. En 1997, más de 650.000 servidores.

Hoy, en 2001, la Web es algo cotidiano para una gran parte de los más de 400 millones de usuarios de Internet que hay en todo el mundo.

Esta herramienta ha permitido a través de la difusión de información con textos imágenes, sonidos, videos, animaciones por medio de las páginas web a todo el mundo. Las páginas web se diseñan dentro del sistema WWW y desde 1991, han representado una parte fundamental para la expansión de Internet.

1.1.4 El paradigma de la tecnología de la información

Castells establece que ¹⁴“un paradigma tecnoeconómico, es un grupo de innovaciones técnicas organizativas y gerenciales interrelacionadas cuyas ventajas se van a encontrar no sólo en una gama de productos y sistemas, sino en su mayoría en la dinámica de la estructura del costo de todos los posibles insumos para la producción.”

Características del Paradigma informacional:

| | |
|-----------------|---|
| Primera: | Su materia prima. Son tecnologías para actuar sobre la información. |
| Segunda: | Es la capacidad de penetración de los efectos de las nuevas tecnologías. |
| Tercera: | Se refiere a la lógica de interacción de todo sistema o conjunto de relaciones que utilizan estas nuevas tecnologías. |
| Cuarta: | Es la flexibilidad. Su capacidad para reconfigurarse, es decir, un rasgo decisivo en una sociedad de cambio constante y fluidez organizativa |
| Quinta: | Una convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado. Así, la microelectrónica, las telecomunicaciones y las computadoras están integradas en sistemas de información. |

La convergencia entre los diferentes campos tecnológicos es el resultado de su lógica compartida sobre la generación de información.

¹⁴ Opus citus, páginas 87 y 88.

Al respecto, Castells, augura que "el paradigma informacional evoluciona hacia la apertura de una red multifacético. Es poderoso e imponente en su materialidad, pero adaptable y abierto en su desarrollo histórico. Sus cualidades decisivas son su carácter integrador, la complejidad y la interconexión.¹⁵"

1.1.5 Hacia una sociedad de la información.

Desde una perspectiva de Internet y lo vasto de sus alcances, el investigador de la sociedad-red destaca: "Este nuevo sistema de comunicación transforma radicalmente el espacio y el tiempo, las dimensiones fundamentales de la vida humana, las localidades se desprenden de sus significado cultural, histórico y geográfico y se reintegran en redes funcionales, provocando un espacio de flujos que sustituye al espacio de lugares. El tiempo se borra en Internet, cuando pasado, presente y futuro pueden reprogramarse para interactuar mutuamente en el mismo mensaje. El espacio de los flujos y el tiempo atemporal son los cimientos materiales de una nueva cultura digital, que trasciende e incluye la diversidad de los sistemas de representación transmitidos por la historia: la cultura de la virtualidad real, donde el hacer creer acaba creando el hacer".¹⁶

Por otro lado, Daniel Bell,¹⁷ en su definición de sociedad postindustrial, establece los parámetros para la sociedad de la información: "las actividades del tratamiento

¹⁵ Opus citus, página 88

¹⁶ Castells, 1995 Opus citus. página 408

¹⁷ Daniel Bell, *Vers a société postindustrielle*, Editorial Laffont, París 1976, citado por Miège en "El pensamiento comunicacional, Universidad Iberoamericana.

de la información son inducidas a reemplazar las actividades industriales de manipulación de la materia que en el siglo pasado habían tomado el lugar de las actividades agrícolas. El avance de la industria se haría cuando la información sustituya a la producción "pesada".

"Las consecuencias generarían que el valor saber sustituyera al valor trabajo, y que ocurrieran profundos cambios en la composición de clases sociales con el incremento de una clase media asalariada y provista con un alto nivel de formación" concluye la cita.

En busca del sentido teórico, Raúl Trejo, en 1998,¹⁸ subrayó "la necesidad de realizar estudios sobre la base de una revisión de las teorías tradicionales a partir de la capacidad de casi cualquier receptor para ser a su vez emisor y de la enorme, aunque escasamente empleada, posibilidad de retroalimentación que supone la red de redes".

En tanto, Bernard Miège,¹⁹ sostiene que "en poco más de 50 años los fundamentos teóricos de las ciencias de la comunicación y la información se precisaron y enriquecieron con múltiples aportaciones. A las tres corrientes fundadoras, el modelo cibernético, la teoría empírico-funcionalista y el método

¹⁸ Algunos apuntes para discutir en México la red de redes, www.arnal.es/cys

¹⁹ El pensamiento comunicacional, Bernard Miège, Universidad Iberoamericana, México 1997, página 94.

estructural, se sumaron problemáticas específicas que renovaron la teoría comunicacional y las investigaciones en la información y la comunicación”

Considera Miége que “actualmente la renovación teórica se expresa en las siguientes formas: algunos se congratulan por la extensión regular de las referencias teóricas, lo que ahora consideramos una interdisciplina, otros la creen una fuente de confusión, debido a que cada uno está tentado esto y aquello, sin verificarla coherencia teórica o formal de las aportaciones parciales.”

“Otros están preocupados por desarrollar sus propios enfoques que se supone deberían de dar cuenta del conjunto de fenómenos comunicacionales.”

Finalmente, los más “se inquietan por no disponer de una teoría de la comunicación nueva apta para explicar las prácticas comunicacionales contemporáneas”.

Por lo que respecta a la sociedad de la información, Miége señala que²⁰ “los medios de comunicación y las computadoras han creado una sociedad con elementos extraordinariamente entrelazados. La paradoja de esta sociedad consiste en que en un mismo movimiento la realidad se unifica y se fragmenta”.

²⁰ Opus citus, página 97.

La sociedad de la información, ²¹para Miége “surgió hace 30 años por sociólogos como Daniel Bell y utilizan el término quienes tienen el poder, de tomar decisiones, los especialistas de las ciencias en la materia o de la vida, pero sin un contenido explicativo”.

Asegura que a la sociedad de la información la justifican dos funciones:

| | |
|----|--|
| 1. | Subraya el creciente peso de las nuevas tecnologías de información y comunicación. |
| 2. | Insiste en el desarrollo de las actividades comunicacionales, ya sea para hacer de la información, la fuente principal de la producción de valor o la relevancia de las actividades informacionales sobre los sectores secundario o terciario. |

Dentro de esta serie de definiciones teóricas hacia una sociedad de la información, Delia Crovi, destaca que “los cambios son muchos y significativos. Es por ello que en lugar de hablar de nuevas tecnologías debemos referirnos a este proceso como convergencia tecnológica, ya que mientras las nuevas tecnologías nos remiten a una idea de desarrollo tecnológico, apta para comunicarnos, la convergencia nos conduce a la idea de unión de conexión. Es decir, es la interconexión que a partir del proceso de digitalización permitió la unión en red de sectores que hasta entonces venían trabajando separadamente: telecomunicaciones, informática y radiodifusión.”

²¹ Opus citus, página 99.

“La convergencia tecnológica ha llevado a la industrialización creciente de la información, la cultura, los intercambios sociales y profesionales, a partir de la conformación del poderoso sector económico de la comunicación y el entretenimiento. Se trata además de un proceso que acompaña los cambios sociales, de organización y culturales”

Delia Covi añade que “en materia de interactividad con las redes, se pueden diferenciar al menos tres niveles: el primero de exploración, donde se da básicamente una relación hombre-máquina; el segundo de juego, caracterizado por un mayor conocimiento del medio que permite al relación hombre-hombre a través de las máquinas y finalmente la apropiación, que genera acciones en la realidad como producto de la interactividad con las máquinas, es decir, cuando el usuario las incorpora a sus prácticas culturales.”²²

Respecto a considerar a Internet como un medio de comunicación, artículos diferentes elaborados por el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey,²³ Campus Estado de México, sostienen que es un medio de comunicación inteligente, por la postulación de cuatro condiciones que J.C. R. Licklider,²⁴ uno de los fundadores de Internet, establecía para que evaluar si las computadoras

²² Revista Nexos, número 274, México octubre del 2000.

²³ Temario de Curso avanzado de Internet, Maestría en Comunicación Proyecto Internet, Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, autores Octavio Islas y Fernando Gutiérrez, México 1997. <http://www.cerebro.cem.itesm.mx/publicaciones/articulos/intimc.html>

²⁴ JCK Licklider, ver página: <http://cerebro.cem.itesm.mx/publicaciones/articulos/intimc.html>

realizan una significativa contribución al desarrollo de la comunicación humana que son:

| CONDICIONES PARA UNA COMUNICACION MEDIADA POR COMPUTADORA |
|---|
| 1. Que la misma comunicación se defina y exprese como un proceso de creación interactiva; |
| 2. Que los tiempos de respuesta sean cortos para facilitar así una conversación libre entre actores participantes; |
| 3. Que la red global se encuentre formada por redes regionales independientes más pequeñas y |
| 4. Que se formen comunidades virtuales a partir de la afinidad personal y los intereses comunes de los usuarios de las redes. |

De regreso a la ubicación de Internet en la sociedad de la información (Castells, 1995) la sociedad informatizada (Nora –Minc, 1978) o la sociedad informacional (Bernard Miége, 1996) es todavía relativo.

Simón Nora y Alain Minc, en 1978, en su informe sobre "La informatización de la sociedad", establecía que²⁵ la telemática, simbiosis de los ordenadores y las telecomunicaciones, debería abrir un horizonte nuevo, toda vez que transporta información, es decir, poder. La información contribuiría al establecimiento de un nuevo modo global de regulación de la sociedad". Este nuevo sistema nervioso de la sociedad debía recrear un ágora informativa, ampliada a las dimensiones de la nación moderna".

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

²⁵ La comunicación Mundo, Armand Matellart, Siglo Xxi editores, 1996

En la década de los 80, se preveía un medio con las cualidades de Internet, al respecto, el informe de Nora y Minc señala.²⁶ "En la actualidad (1978) la información va de la cima a la base. Solo el mercado constituye la red, la comunicación horizontal. La sociedad de la información reclama el ascenso hacia el centro de los anhelos de los grupos autónomos y la multiplicación hasta el infinito de las comunicaciones laterales. Hay que valerse de la información masiva de la sociedad para crear esa nueva red, en que la comunidad homogénea pueda comunicarse con sus similares y con el centro. La palabra informatizada y sus códigos deben volver a crear una "ágora informacional". El equilibrio es difícil en la sociedad informatizada.

Respecto a la sociedad de la información, Javier Echeverría en su libro *Telépolis*,²⁷ propone su *Telépolis* y el tercer entorno, diferente a Mc Luhan que estableció la aldea global (1964); Daniel Bell y Alain Touraine definieron la sociedad postindustrial; Jones y Jean Baudrillard, la sociedad de consumo; Brzezinski, conceptualizó la era tecnocrática; Simon Nora y Alain Minc, previeron la sociedad informatizada; Martin, a la sociedad interconectada y Mercier, Plassard y Scardigli, definieron la sociedad digital"

²⁶ La informatización de la sociedad, Simon Nora y Alain Minc, Fondo de Cultura Económica, 1978, página 193.

²⁷ *Telépolis*, Javier Echeverría, editorial Destino, página, 13

Por otra parte Dominique Wolton,²⁸ consideró que “Internet como sistema tecnológico, permite aumentar claramente el rendimiento de la comunicación individual, es más rápido, más interactivo, hay más informaciones y es—de momento—más barato”.

Agrega que “la red plantea la responsabilidad de la información que circula por los emisores y los receptores: los derechos de autor, la profesión del periodista o del documentalista, la validación de la información. Es necesario saber que cuanto más información haya, más necesarios se muestran los mediadores —periodistas, documentalistas, profesionales del análisis de la información—Es necesario escapar del mito de la autoorganización.”

Miquel de Moragas señala que “los principales cambios estructurales de la sociedad se producen entorno del tratamiento y de la transmisión de la información. La posibilidad de acceso a la información, por medio de Internet, permite nuevas formas de comunicación de peaje. La actual fase de implantación de Internet con su abundancia de formas de acceso libre y gratuito, esconde lo que será en el futuro la comunicación”.²⁹

²⁸ Sobrevivir a Internet, Conversaciones con Oliver Jay, Dominique Wolton, Editorial Gedisa, España, 2000, página 69.

²⁹ Forum hacia el 2004. La sociedad de la comunicación. Miquel de Moragas www.blues.uab.es/incom/2004/cas/marças2-1.html.

1.1.6 Características de Internet

Internet cuenta con características que lo proveen de herramientas necesarias para ser un medio de comunicación alternativo, buscando en el futuro no muy lejano, ser un medio en donde la información y la comunicación fluya libremente, sin controles gubernamentales, con una mejor información de los países en vías de desarrollo, con una tendencia a no monopolizar la información en ciertas esferas y sobre todo con la libertad de escribir, opinar y comunicarse sin mayor censura que la del propio usuario. A continuación sus características:

- **Es Global:**- Internet proporciona información de todo el mundo. Con el correo electrónico es posible comunicarse a cualquier distancia en cualquier hora. A través de la World Wide Web, miles de periódicos y decenas de fuentes de informaciones están disponibles en cualquier parte del mundo. Aún cuando no está disponible para todos los sectores de la población, el crecimiento de la red se esta dando en forma exponencial.
- **Es Descentralizado:** Internet se diseño para ser un sistema descentralizado para trabajar sin vigilancia y que pueda crear múltiples puntos de acceso. La ausencia del control que hay presente en los medios de comunicación tradicionales, la televisión por cable, o las transmisiones vía satélite, la disponibilidad de numerosos servidores de información y la nula importancia

de la situación geográfica hacen que la información disponible en Internet pueda publicarse fuera del control de gobiernos, monopolios y oligopolios.

- **Abierto:** Este nuevo medio se ofrece en forma abierta, si bien es cierto a 9 años de su difusión mundial, se estima que para el año 2000, una quinta parte de la población mundial, mil millones de personas, estarán conectadas a Internet.³⁰
- **Amplio:** La digitalización de la información y la capacidad para transmitirla por la red telefónica combinado con el carácter descentralizado de Internet hacen que tenga una capacidad ilimitada de almacenamiento de información. Además que en términos de costos, enviar un mensaje por correo electrónico es más barato que enviar un mensaje por los medios tradicionales.
- **Interactivo:** Internet esta diseñada para implementar comunicaciones bidireccionales: todos los usuarios de Internet pueden ser emisores y receptores, este medio permite comunicaciones de uno a uno, de uno a muchos y de muchos a uno.

Esta tecnología cuenta con un carácter descentralizado, lo cual hace más difíciles los controles gubernamentales de la información. Aún más, como la tecnología la

³⁰ Ser Digital, Nicholas Negroponte, Editorial Océano, 1996

controla el propio usuario, los controles gubernamentales son menos necesarios en determinados contextos.

1.1.7 Usos de Internet

Raúl Trejo Delarbre en *La Nueva Alfombra Mágica*,³¹ describe como nadie, once grandes áreas en el uso de Internet:

1. **Ocio electrónico.**-El entretenimiento, donde las opciones para la disipación son tan grandes como inagotables.
2. **Aula electrónica.**- La educación a distancia es una de las posibilidades en Internet, ya sea consultando libros, enciclopedias o bien la impartición de enseñanza escolarizada.
3. **Academia en red.**- La investigación académica, que fue el origen de la SAI, sigue siendo el motivo más sólido que justifica el gasto y el esfuerzo de la red de redes. A través de un banco de datos o redes especializadas se puede propagar el conocimiento, evaluarlo y discutirlo.
4. **El correo electrónico.**-La principal utilidad que se ha expandido en Internet, es el correo electrónico que además de instantáneo, resulta

³¹ La nueva Alfombra Mágica, Raúl Trejo Delarbre, Editorial Diana, 1996.

notablemente barato en comparación con los servicios postales convencionales y con las tarifas de telefonía directa. Esta herramienta es una de las que mayor auge han tenido al paso de los años y una de las formas de producir en algún momento, la interactividad.

5. **Negocios y servicios financieros.**- Existen áreas especializadas en las cuales se realizan negocios a través de las redes internacionales, como es el caso de los mercados financieros mundiales tanto en la información, como en el movimiento de capitales.

6. **Teletrabajo.**- El trabajo a distancia es otra de las opciones que se despliegan con más rapidez en las redes. Cada vez más empleados realizan desde sus casas, tareas que ya no hace falta que cumplan en su oficina. A su vez, el teletrabajo, tiene efectos inmediatos: En la economía, con el abaratamiento de servicios; modifica las ideas tradicionales sobre la fuerza laboral y la membresía de los sindicatos; una tercera la revaloración del trabajo individual cuya evaluación no depende ya de los criterios aplicables en el ámbito laboral; el hecho de que el hogar sea al mismo tiempo sitio de trabajo plantea concepciones nuevas en términos urbanos, cotidianos y sociológicos en ese nuevo contexto.

7. **Teleservicios.**- Es la expresión del carácter más comercial que pueden alcanzar las redes, se encuentra en la venta de productos o servicios

específicos en línea. Asimismo, la comercialización en Internet es una de las modalidades para que el usuario compre "on line".

8. **Comunidades de discusión.**- El intercambio de experiencias, a veces sin más restricciones que las que los eventuales interlocutores estén dispuestos a conocer, forma una de las vertientes más atractivas de la información en las redes.

9. **Opiniones personales.**- La libertad para expresarse y comunicarse en las redes, con limitaciones impuestas por el interlocutor, permite que dentro de ellas se construyan espacios para los asuntos más personales. Del sexo a la religión, hay toda una gama de experiencias que se manifiestan en busca de cómplices, almas gemelas o simples interlocutores, en las complejas veredas del espacio cibernético.

10. **Prensa en línea.**- Quizá uno de los más interesantes, el autor establece en su texto, que no hay una idea muy clara sobre la intención de los editores de subir la página del diario impreso a Internet, pues es una reacción más cercana a la aventura que al mercantilismo. En el año 2001, la prensa en línea, no ha dado resultados favorables en cuanto a negocio, pero sí como una forma de difusión. Añade Raúl Trejo que "la presencia de la prensa en la red no dejaba de ser simbólica, más para ganar o consolidar un perfil de modernización, que sustituir al papel por el Modem. Cuando una

publicación entra a Internet, gana lectores adicionales, pero también puede perder a los que solían comprar la edición en papel y en tinta” concluye.

11. La Política en la red.- Los usos políticos en la superautopista de la información tienden a ser muy conocidos, por sus consecuencias políticas y por la heterodoxia que significan en el quehacer proselitista o para influir en los gobiernos y/ en las sociedades. En este sentido, una encuesta celebrada en 1994, por Charles Piller, en Estados Unidos³², reflejó un interés mucho más profundo de utilizar la multimedia para obtener acceso a la información, a los asuntos de la comunicación, a la participación política y educación.

1.1.8 La intensificación de Internet en otros países

Otros países han establecido sus políticas para el uso de Internet como un medio para ingresar al desarrollo y al progreso. Estados Unidos inició en 1993. “La Infraestructura Global de la Información”, puesta en marcha por el ex Presidente Clinton y Al Gore³³ en dicho documento se estableció que “la red de redes que transmite los mensajes y las imágenes a la velocidad de la luz y en todos los continentes, tiene el potencial de enlazar todo conocimiento humano... Se ha

³² Opus citus. página 401.-En esta encuesta los usos políticos se valoraron mucho; 57 % le gustaría participar en reuniones electrónicas del ayuntamiento;46% desearía el correo electrónica para interactuar con sus representantes y un 50 % votar electrónicamente. Otros usos demandados fueron cursos educativos y el acceso a la información sobre actividades y servicios gubernamentales.

³³ La visión de los líderes en la era digital, Anne Leer, Prentice Hall, página 7.

trabajado arduamente para promover el comercio electrónico global, para conectar a todos los niños a la supercarretera de la información y aprovechar la tecnología de la información para reinventar el gobierno.”

El entonces vicepresidente de Estados Unidos, Al Gore resaltó que “en 1993 se lanzó la tentativa para reinventar al gobierno a fin de que trabaje mejor, cueste menos y obtenga los resultados que a los estadounidenses les interesa. Se creó la Sociedad Nacional para la Reinvención del Gobierno (National Partnership for Reinventing Government, NPR) para que se intensifique el uso creativo de las Tecnologías de Información”.

Al Gore señaló que ³⁴“La responsabilidad de llevara cabo una función particular de gobierno es compartida por diversas dependencias. Por ejemplo, hay más de 100 oficinas gubernamentales que intervienen en el comercio internacional, dedicadas a la recopilación de estadísticas, la emisión de permisos de exportación, el auxilio en los negocios del mercado de ultramar y el establecimiento de las políticas de comercio. La utilización de la Tecnologías de la Información serviría para crear organizaciones virtuales que reduzcan la duplicación y que permitan realizar un esfuerzo común para proporcionar información y servicios en “un taller de parada” amigable para el usuario”.

³⁴ Opus citus página 13

Por su parte en Europa, se impulsó el documento elaborado por el grupo encabezado por el francés Jaques Delors³⁵ con el título "Crecimiento, competitividad y empleo: Pistas y retos para entrar al siglo XX". Se trató de sugerir que "el nuevo contexto de los cambios en el mundo está condicionado por la sociedad de la información, en virtud de la cual, la apertura de un mundo multimedia constituye una mutación comparable a la primera revolución industrial. La propuesta era fomentar la colaboración con el sector público privado y acelerar la construcción de redes y la creación de servicios y aplicaciones de las autopistas de la información".

Posteriormente, el Reporte Bangemann,³⁶ enmarcado en el título "Europa y la Sociedad de la Información Global". Se refería a la posibilidad de diseñar una política común de desarrollo informático, para Europa y tenía la peculiaridad de señalar prioridades capaces de articular pasos similares en cada país. El informe estableció 10 usos considerados como de interés especial para Europa en la superautopista de la información, con metas muy precisas. Se dio a conocer una lista de tareas sobre las utilidades que para el desarrollo económico y la administración pública, tendría la interconexión transregional.

En México, en 1994-2000, se diseñó el Programa Nacional de Desarrollo Informático, presentado por el entonces Presidente Ernesto Zedillo, en donde se

³⁵ La nueva alfombra mágica, Raúl Trejo Delabre, Editorial Diana, 1996, página 176.

³⁶ Opus citus, página 178

impulsó el desarrollo de la informática en la administración pública y en las universidades.

El 28 de febrero del 2001, El Presidente de México, Vicente Fox, inauguró en el Salto, Durango, el programa E- México en donde se involucran las principales actividades gubernamentales como e-salud; e-educación; e-economía y e-gobierno, utilizando las nuevas tecnologías de la información para abarcar a más sectores de la población y fortalecer el progreso y el crecimiento. Después consolidaría sus acciones y políticas para aprovechar y desarrollar el uso de las nuevas tecnologías de información.

Por todo lo anterior, La red contribuye al desarrollo del Estado y se constituye como una herramienta auxiliar en la difusión de la información del mismo.

1.2.-Un enfoque metodológico

En el curso de este trabajo se utilizó la entrevista de observación participante a los periodistas que cubren la fuente del Senado de la República que son uno de los receptores y transmisores de la información generada en la institución y especialmente en el uso del sitio web del Senado de la República.

Dicho grupo contestó, además un cuestionario en el que se mencionan las herramientas de Internet que manejan, así como la forma en que utilizan como

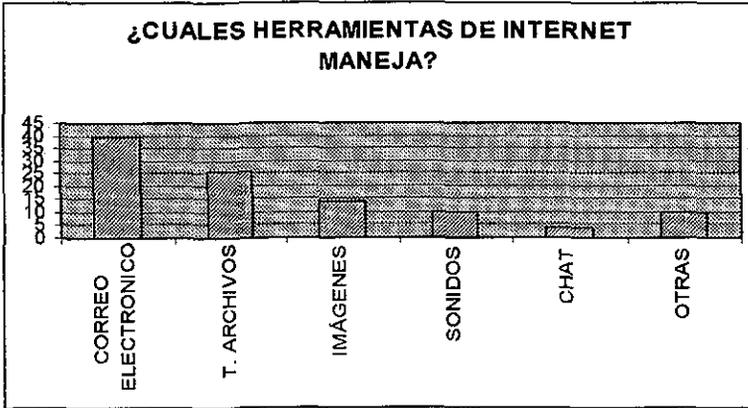
medio de referencia el sitio web del Senado de la República, además de explicar la utilidad del sitio como herramienta de difusión de información de las actividades del Senado de la República.

En ejercicio antes de realizar su trabajo periodístico y abordó uno a uno, en los cubículos individuales que tienen en la sala de prensa del Senado. Algunos contestaron con gran facilidad, lo que denotaba el manejo y dominio de las nuevas tecnologías, mientras que otros titubeaban al escribir sus respuestas en el cuestionario.

Entre este grupo de 40 reporteros, se puede apreciar su veracidad al verificar sus respuestas, pues algunos solicitan servicios con los que ya cuenta la página de Internet, como lo son las leyes y reglamentos con los que se conduce la práctica parlamentaria. Estos son los resultados:

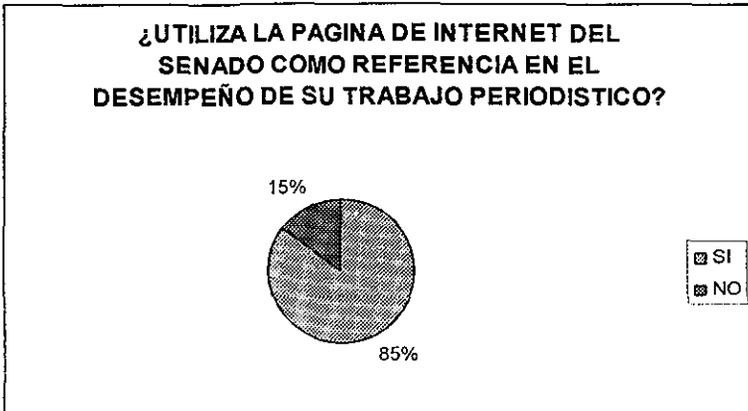
En cuanto al cuestionamiento de las herramientas de Internet que manejan, los 40 señalaron que el correo electrónico, algunos las combinaban con la transferencia de archivos o el bajar imágenes y sonidos:

GRAFICA 1. TIPO DE HERRAMIENTAS DE INTERNET QUE DOMINA EL REPORTERO D ELA FUENTE PERIODÍSTICA QUE CUBRE LA CÁMARA DE SENADORES.



Respecto a sí utiliza la página del Senado como referencia en su trabajo periodístico, el 85 por ciento dijeron que sí y el 15 por ciento que no. Hubo 1 reportero que por no tener un cubículo asignado, señaló que la página no le servía para nada.

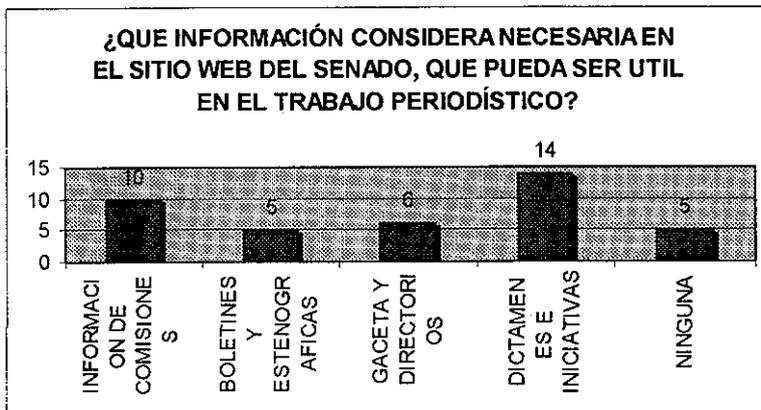
GRAFICA 2.- QUE UTILIDAD TIENE LA PÁGINA DEL SENADO, EN EL TRABAJO PERIODÍSTICO.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

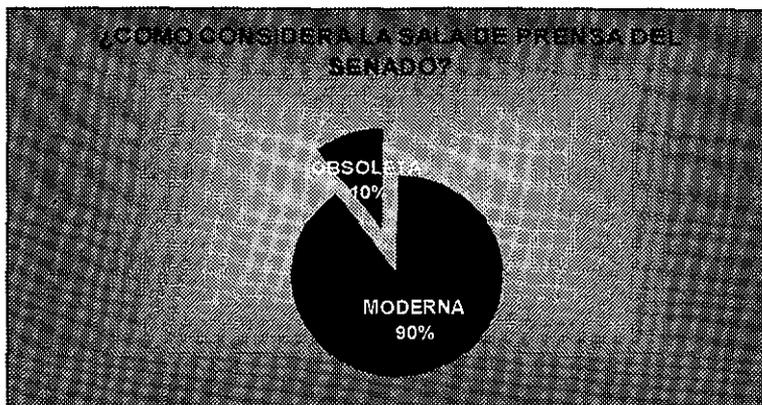
En tanto, respecto a la información que consideran útil para el trabajo periodístico y que debería subirse al sitio: 14 solicitan que se incluyan los dictámenes e iniciativas de ley aprobadas por el Senado de la República; 10, las informaciones referentes a las actividades y conformaciones de las comisiones legislativas; 6 que piden la Gaceta Parlamentaria y los directorios de senadores; 5 solicitan los boletines y versiones estenográficas y finalmente 5 señalan que no les es útil la información que se publica en el sitio web del Senado.

GRAFICA 3.- INFORMACIÓN NECESARIA PARA EL REPORTERO EN EL SITIO WEB DEL SENADO.



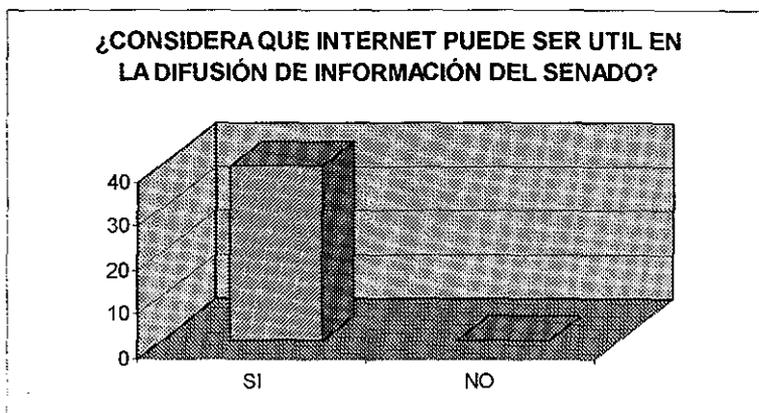
En lo relativo a la modernidad de la sala de prensa 36 contestaron que estaba a la altura de las necesidades de la Cámara y de las mejores de las dependencias del Estado, y 4 destacaron que era obsoleta, por no contar con un espacio amplio, por no tener un lugar asignado; por tener música ambiental o por tener aire acondicionado todo el día.

GRAFICA 4.-CLASIFICACIÓN DEL REPORTERO A LA SALA DE PRENSA DE LA CÁMARA DE SENADORES.



Los 40 reporteros que llenaron el cuestionario estuvieron de acuerdo que es útil Internet en la difusión de la información del Senado y en la gráfica siguiente señalaron las causas.

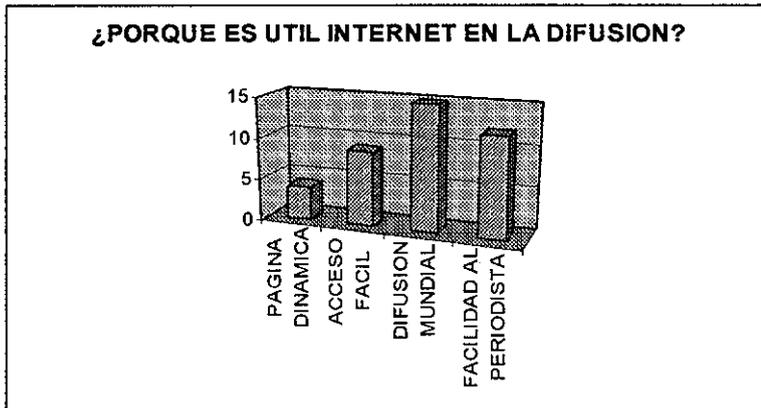
GRÁFICA 5.-UTILIDAD DE INTERNET EN LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

En su gran mayoría estuvieron de acuerdo en que la difusión de la información del Senado es positiva porque Internet tiene una amplia cobertura mundial, por su fácil acceso; porque es una página dinámica o por ser una herramienta que facilita el trabajo del reportero.

GRAFICA 6.- COMO ES UTIL INTERNET EN LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN



Al mismo tiempo, se entrevistó el 3 de octubre de 2001, a Guillermo Macías, subdirector de medios y enlace del Senado de la República, en la cual se observó conocimiento del tema, sin embargo, cierta desconfianza al contestar las preguntas, lo clásico en el sector gubernamental, no tanto por la veracidad de las respuestas sino por el impacto que pudieran tener con su jefe.

En el caso de René Hernández Cueto, Coordinador General de Comunicación Social, por el conocimiento del trabajo se mostró fluidez en las respuestas y en los objetivos, luego de haber trabajado conjuntamente por espacio de 4 años en el proyecto del sitio web del Senado, con las limitaciones políticas y presupuestales en las cuales se encuentra inmerso.

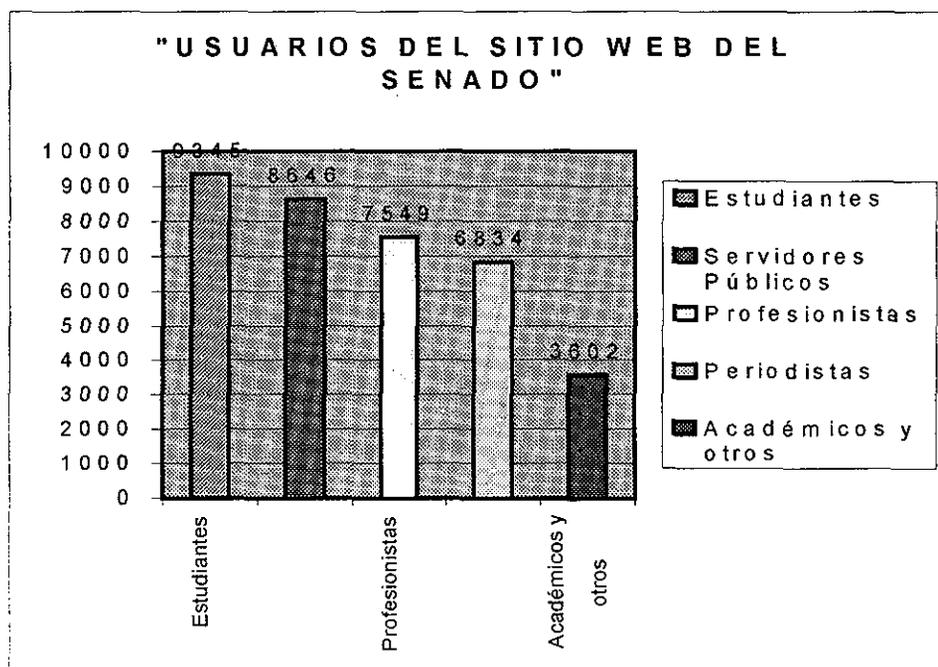
En el cuestionario al área técnica e informática, este tardó demasiado en contestarse por haber pasado por tres personas que deberían autorizar la respuesta de preguntas tan básicas como el número de visitantes que tienen las páginas y que puede ser vista en el servidor o en el sitio web.

También les fue difícil contestar cuestiones tan nimias como los tiempos de actualización y mantenimiento o el perfil de los usuarios del sitio, o incluso hasta si se les da capacitación a los técnicos que realizan el mantenimiento. Un cuestionario de una hora tardó un mes en contestarse y en autorizarse por la burocracia que impera en dicha área del Senado de la República.

Sin embargo contestaron que no cuentan con política editorial ni técnica y la encargada del mantenimiento es la Unidad de Informática y Telecomunicaciones. Contabilizan un promedio de 1200 visitas diarias, 36 mil hits mensuales o 432 mil visitas al año, principalmente de estudiantes de preparatoria y licenciatura; empleados de servicios públicos, profesionistas y periodistas, de acuerdo al servidor central que utiliza la red del Senado de la República.

El servidor central contabiliza a las páginas de comunicación social y LVIII Legislatura, como las páginas más visitadas del sitio Web. Los usuarios promedios del sitio son estudiantes en un 26 %; empleado del servicio público en un 24 %; profesionistas en un 21 %; periodistas en un 19 %, el 10% restante se divide entre académicos y otros navegantes de la Web.

GRAFICA 7.-TIPO DE USUARIOS DE LA PÁGINA DE INTERNET DEL SENADO, DE ACUERDO AL SERVIDOR CENTRAL DE LA INSTITUCIÓN.



En cuanto al diseño del contenido del sitio, participan la Secretaría General de Servicios Administrativos, la Secretaría General de Servicios Parlamentarios y la Coordinación General de Comunicación Social. La actualización es diaria, por lo que respecta a comunicación social, y es semanal en cuanto a la Gaceta Parlamentaria, directorios e iniciativas de ley aprobadas.

De igual manera se realizaron análisis de páginas web de los sitios de las secretarías de Estado (19) y del Poder Legislativo (3), en donde se establecieron parámetros de análisis por contenido y por diseño. Estos fueron: Por contenido se analizó la fecha de inicio del sitio, los idiomas en los cuales se publica la información; los objetivos de la dependencia; los nombres de las autoridades que la dirigen; los datos estadísticos que maneja la institución; los datos históricos de la misma; si existe una apartado prensa y comunicación social; si pone a disposición del usuario documentos oficiales y finalmente si existe un buzón de sugerencias y comentarios para establecer comunicación entre el sitio y el cibernauta. Este formato se encuentra en el anexo al final de este trabajo.

Por lo que respecta al diseño, el análisis de la página web, se tomó en cuenta los siguientes elementos de observación: La última fecha de renovación o de actualización; si el sitio cuenta con contador de visitantes; si maneja gráficos y animación; si tiene ligas con otros sitios web; si utiliza el audio y el video, es decir multimedia, en sus páginas el sitio; si exhibe el organigrama de la dependencia; y que clase de diseño tiene, si es sobrio y austero, funcional y medio o bien dinámico y ágil. El formato elaborado para este análisis se encuentra al final del trabajo.

Asimismo, se enviaron correos electrónicos a los sitios web de las 16 secretarías de Estado a fin de que se nos contestara un cuestionario en el que se explicaran las políticas de comunicación social en materia de uso de Internet en la difusión,

del aprovechamiento que se ha dado en la institución y la efectividad como medio de difusión, dando como resultado una aunque incipiente, pero efectivo medio de difusión en los sitios gubernamentales. En el 80% de las respuestas se solicitó la formalización de una entrevista directa con los responsables de las páginas de las secretarías de Estado. El 20% restante respondió de manera directa por correo electrónico.

Por otro lado se realizó por un conteo de hits en el sitio del Senado de la República en un lapso de seis meses de junio de 2001 a noviembre del mismo año dando como resultado una visita al sitio senatorial de aproximadamente 10 mil visitas mensuales y un promedio de 300 visitas diarias, cifras diferentes a las proporcionadas por la institución.

Lo anterior con base en la metodología que propone Steve Jones, para verificar la usabilidad y popularidad del sitio web, además de destacar en su libro "Doing Internet Research", Estados Unidos 1999, que entre más visitas tenga un sitio mayor es su aceptación y se verificaron los enlaces de la página del Senado, también en el sentido de la metodología de Jones que en el sentido que entre mayor se cite el sitio en los enlaces mayor es su popularidad y credibilidad.

1.3 -Origen y evolución de Internet en México.

El origen de la red en México son las Universidades e Instituciones de Educación Superior, como el Tecnológico de Monterrey y la Universidad Nacional Autónoma de México, que son las pioneras en la expansión de Internet en México.

Para difundir la red en nuestro país, se utilizaron los servidores de la UNAM y el Tecnológico de Monterrey. Otras instituciones contrataron un servidor "espejo", para difundir sus páginas en la red. En México, en el año 2001, existen más de 66, 000 dominios con un promedio de 2.5 millones de usuarios de Internet, de una población de 100 millones de habitantes.

El 1 de febrero de 1989, el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, se enlazó a la red mundial a través de la Universidad de Texas, en San Antonio.

La Universidad Nacional Autónoma de México se conecta a Bitnet, en octubre de 1987. La UNAM³⁷ a través del Instituto de Astronomía se convirtió en la segunda institución mexicana que estableció un enlace a Internet, conformándose así en el segundo nodo mx. La conexión digital que logró articular la UNAM se realizó por medio de un enlace satelital a través del Centro Nacional de Investigación Atmosférica de Estados Unidos (NCAR) ubicado en Boulder, Colorado. La UNAM y el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, mantenían un enlace común a

³⁷ Internet el medio inteligente, Octavio Islas y Fernando Gutiérrez, Editorial Patria, 2000, página 38

través de Bitnet. La tercera institución que se conectó a la red fue el Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México, también a través de la NCAR.

Las universidades que no disponían de acceso a Internet lo hacía a través de la UNAM o el Tecnológico de Monterrey y por medio de alguna Universidad de Estados Unidos. En este sentido, la Universidad de Guanajuato se incorporó a través de la UNAM.

En 1990, se integran, la Universidad de las Américas, y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, a través del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey.

La Universidad de Guadalajara, lo hizo por medio de la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA)

El Instituto Tecnológico de Mexicali, lo hizo por una forma alternativa a Internet, al establecer un enlace a la red Bestnet, cambiando después por Internet. Son las instituciones de educación superior las primeras en conectarse a Internet, en su gran mayoría en 1994.

El 20 de enero de 1992, ³⁸ surge una asociación civil que promueve la discusión sobre políticas, estatuto y procedimientos que habrían de regir y dirigir el camino

³⁸ Una década de Internet en México, Revista Mexicana de la Comunicación, No. 56

de la organización de la red de comunicación en México. Participaron en dicha asociación, denominada Mexnet, el ITESM, la Universidad de Guadalajara, la Universidad de las Américas, el ITESO, el Colegio de Posgraduados, el Laboratorio Nacional de Informática avanzada, el Centro de Información en Química Aplicada, la Universidad de Guanajuato, la Universidad Veracruzana, el Instituto de Ecología, la Universidad Iberoamericana y el Instituto Tecnológico de Mexicali.

Esta red ofrecía el servicio de Internet en forma gratuita con un ancho de banda de 56 kilobits por segundo. En tanto, en junio de 1992, la Secretaría de Educación Pública y el Instituto Politécnico Nacional, forman la Red de Universidades Técnicas y Centros (RUTYC), que desapareció en 1993.

En 1993, se incorpora a Mexnet la Universidad Autónoma de Nuevo León, la Universidad de Puebla y el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)

El crecimiento de la red en México fue paralelo al crecimiento exponencial que se dio en el mundo. Nuestro país no se podía marginar de la utilización de esta nueva herramienta de la comunicación y es en 1993, cuando la Universidad de las Américas, crea la primera página web³⁹. De esta forma la información acerca de Internet se empieza difundir con mayor intensidad en periódicos y revistas

www.fundaciónbuendía.org.mx/rmc/rmc56/internet.html Octavio Islas y Fernando Gutiérrez

³⁹ Opus citus.

especializadas. El auge de la red de redes, estaba en su mayor punto de crecimiento.

El 18 de enero de 1993⁴⁰, El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) se convirtió en la primera institución gubernamental del país que logró articular un enlace en Internet. Este fue por medio del NCAR, en Boulder, Colorado; CONACYT inmediatamente extendió su red en el país, asumiendo así un papel protagónico en el desarrollo de Internet en México.

En 1994 se crea la RedUNAM, primer abastecedor de servicios a Internet con el fin de comercializar el servicio. Al mismo tiempo, CONACYT y Mexnet forman la Red Nacional de Tecnología (RTN), y la responsabilidad de la administración recae en la empresa Infotec, designada por el entonces Presidente de México, Ernesto Zedillo, que ofreció líneas y rentó el servicio.

En 1994, Internet se abre al servicio comercial, debido también a la consolidación de una de las herramientas de Internet, la World Web Wide, (WWW). Algunas empresas mexicanas realizan sus trámites para obtener los dominios com. Mx. Y es la empresa Pixelnet, la primera en tener un servidor privado y comercial conectado a la red, ya que hasta entonces solamente instituciones educativas y de investigación se había enlazado a Internet.

⁴⁰ Internet un medio Inteligente, página 40.

En 1995, la UNAM ofrecía dos salidas a Estados Unidos: una hacia Houston y otra a la Universidad de Rice. El 6 de febrero de 1995, el periódico mexicano "La Jornada" sube su sitio en la supercarretera de la información, registrándose como el primer periódico mexicano que utilizaba la web como forma de difusión de su información. Después lo haría el periódico Reforma.

La Jornada utilizaría un "servidor espejo" con la dirección <http://serpiente.dgsca.unam.mx/jornada/> posteriormente utilizaría su propio servidor.

En diciembre de 1995, se nombra al ITESM como Centro de Información de Redes en México, NIC-México, filial de la Network Internet Center. El cual tiene la función de administrar las conexiones de Internet en México.

También en 1995, se creó la Sociedad Internet, capítulo México, la primera asociación de miembros a título personal, interesados en contribuir en el desarrollo de Internet en México.

En México se observó un lento crecimiento en Internet en los primeros meses de 1989 y hasta el año de 1995. Sin embargo, en el segundo semestre del 95, se manifestó un acelerado crecimiento, en el número de usuarios y páginas registradas en la red, por lo que se consideró al año de 1995 como el año de

Internet en México. Según la NIC-México⁴¹, el 10 de octubre de 1995, el número de dominios com., en México ascendió a 100, superando a los educativos que registraban 85, los dominios mexicanos en ese año llegaban a 211.

Al respecto, Víctor Flores Olea y Rosa Elena Gaspar de Alba señalan⁴² "En México, Internet registró su mayor crecimiento en el segundo semestre de 1995, en que las páginas comerciales crecieron un mil por ciento en sólo nueve meses. Lo que se había comenzado como un proyecto universitario, académico estrechamente vinculado a la investigación ahora se ha extendido de manera espectacular al campo empresarial, de los negocios y de los servicios".

Para octubre de 2001, existían en México 66,079 dominios de Internet bajo el rubro de mx, de los cuales 60,162 son comerciales, es decir com.; 1,209 gubernamentales, Gob.; 682 de la categoría net, 1180, educativas, 2,669 de organizaciones y 177 solamente mx. Diariamente la página de la NIC-México http://www.nic.mx/nic/plsql/nic.nic_iniEst?X=0&Y=0 actualiza los dominios con prefijo mx, que se registran.

⁴¹ <ftp://ftp.nic.mx/pub/history.txt> y <http://www.nic-mexico.com.mx>

⁴² Internet y la Revolución Cibernética, Víctor Flores Olea y Rosa Elena Gaspar de Alba, Editorial Océano, 1997, página 62.

Cantidad de nombres de dominio registrados bajo .mx en México:(OCT-2001)

| | |
|----------------|---------------|
| .com.mx | 60,162 |
| .gob.mx | 1,209 |
| .net.mx | 682 |
| .edu.mx | 1,180 |
| .org.mx | 2,669 |
| .mx | 177 |
| TOTAL | 66,079 |

"Dos características alumbran el crecimiento ordinario de Internet en México: la primera, como en muchas partes del mundo, la explosión cuantitativa de la red y su crecimiento acelerado en el campo empresarial y la segunda, que mantiene efectiva una matriz educativa, científica y cultural que evidentemente es fuerte y que debiera ampliarse para prestar más extensos servicios en este campo"⁴³.

Con este auge, la presencia de instituciones y oficinas de gobierno en la red comienza a desarrollarse con material informativo oficial, de la misma forma el uso de los periódicos y revistas, de la ciudad de México y del interior de la República, que se pueden consultar a través de la red.

⁴³ Opus citus, página 63.

1.3.1 El crecimiento de los sitios del Estado.

En el rubro de los sitios de Internet en el gobierno, este se inició con el surgimiento del sitio de la Presidencia de la República, el 1 de septiembre de 1996; el de la Cámara de Diputados el 17 de julio de 1997, y el de la Cámara de Senadores el 28 de abril de 1998. De igual manera otras instituciones gubernamentales académicas, periodísticas o de grupos sociales han establecido sus propios servidores de información, hecho que impulsó la creación de verdaderos centros de servicio informativo para la sociedad.

El desarrollo de Internet en México es impresionante, sin embargo, su contribución a la sociedad es trascendente, al fomentar la libertad de expresión y de opinión acorde con los cambios que vive el país. Se impulsó una nueva cultura de la información e Internet contribuyó al establecimiento de un nuevo escenario en la difusión de la información.

En este rubro, Octavio Islas⁴⁴ acota "uno de los principales retos que enfrentarán los próximos gobiernos postpriistas radica en la necesidad de digitalizar toda aquella información susceptible de considerarse como relevante para compartirla con la sociedad civil y simultáneamente integrar todos los recursos computacionales del Estado". Asegura Islas Carmona que si "el Estado asume el

⁴⁴ Internet, un medio Inteligente, página 45

compromiso de trascender a la condición de una "inteligente organización extendida", en primera instancia habrá de erigirse en un útil proveedor de información relevante para la ciudadanía, pues como afirma Noam Chomsky, en "Secretos, mentiras y democracia", Siglo XXI Editores, México 1997, "una sociedad es democrática en la medida que sus integrantes tienen la oportunidad de participar en la definición de políticas públicas".

En abril del 2001 había 2.5 millones de usuarios de Internet en México, cifra por demás reservada, considerando los 100 millones de mexicanos, es decir, el 2.5 por ciento de la población. De acuerdo a la NUA, Internet Survey's, hay en el mundo 407.1 millones de usuarios, de los cuales 16.5 están en Latinoamérica y 3 millones en México. Sin embargo, cada día se integran más y más instituciones, organizaciones, comercios, periódicos y universidades a la red de redes que, integrados a las nuevas tecnologías de la información, contribuyen al desarrollo informático en México.

Aunque Dominique Wolton aclara:⁴⁵ "el número de internautas por nación, no es un indicador de desarrollo".

Considero que en México, Internet se ha desarrollado acorde a las necesidades del país, aun cuando la brecha digital es amplia, no podemos negar que la red de

⁴⁵ Sobrevivir a Internet, Dominique Wolton, conversaciones con Oliver Jay, editorial Gedisa, España, 2000. página 131.

redes se ha asentado ya en nuestro país, con sus limitantes y las limitaciones propias de México.

1.4.-México y la brecha digital.

La brecha digital o abismo digital es la diferencia existente entre los conectados a Internet y quienes no lo están, ya sea por diferencias de pobreza, de conexión telefónica, de desarrollo económico, social y cultural.

En el mundo, según datos del INEGI⁴⁶ existían en el 2000, 100 millones de usuarios conectados a Internet a través de 30 millones de computadoras, más de la mitad están en Estados Unidos, y de esos 100 millones de usuarios, 92 millones están en países altamente industrializados. Esto significa que de los 5 mil millones de habitantes del mundo en desarrollo, sólo 8 millones tiene acceso a Internet. Estas cifras deben llevarnos a una profunda reflexión en torno al alcance de estas tecnologías y al acceso de la población en general a la información y al conocimiento que se puede obtener mediante su aplicación.

En México, siguiendo las estadísticas de INEGI, hay 70 computadoras por cada mil habitantes, lo que lo coloca debajo de Chile que tiene 88, Argentina 72, Singapur 518, Canadá 536 y Estados Unidos 593 computadoras por cada mil habitantes.

⁴⁶ El impacto de las tecnologías de Información en la economía global. INEGI, Antonio Puig Escudero, Aguascalientes, 6 de septiembre del 2000.

También de acuerdo al INEGI⁴⁷ existe en nuestro país una desigualdad en el aspecto telemático, lo que tiene que ver con el indicador de la infraestructura telefónica o teledensidad, es decir, el número de líneas telefónicas por cada 100 habitantes.

En el ámbito nacional la densidad telefónica es del 12.5 % que se conforman en cinco grupos:

| |
|---|
| Uno.- por 3 entidades que tienen una teledensidad de 15 % |
| Dos.- por 11 estados con índices de 10 y 15% |
| Tres.- 6 estados con valores entre 8 y 9 % |
| Cuatro.- 9 estados con valores de 6 y 7 % |
| Cinco.- 3 estados con valores menores a 6%, es decir tan sólo 6 líneas telefónicas por cada 100 habitantes. |

En total, México cuenta con 14 líneas fijas de teléfono por cada mil habitantes y los 10, 812,000 usuarios de telefonía móvil resultan escasos para que nuestro país aproveche los beneficios de las redes en la construcción de una sociedad del conocimiento, aún cuando el 99.6 % de estos servicios están digitalizados.⁴⁸

⁴⁷ Estadísticas sobre teledensidad e Internet de la Dirección de Política Informática de INEGI, octubre de 2001.

⁴⁸ www.cofetel.gob.mx octubre del 2000

Por lo que respecta a la fibra óptica esta es de sólo 86 mil kilómetros, a pesar de que en los últimos 7 años ha crecido 1435 por ciento. Su dimensión esta muy lejos para poder atender a un país con una población de 100 millones de personas y de una infraestructura económica de poco más del 3.1 millones de empresas distribuidas en todos los sectores de actividad. En Estados Unidos hay 17 millones de kilómetros. Francia cuenta con 1.7 millones de kilómetros e Italia 2.5 millones de kilómetros de fibra óptica, en territorios significativamente menores.

Otro indicador de acceso desigual que tienen las personas a las tecnologías de la información se aprecia al notar que en el Distrito Federal el 21.6 por ciento de las viviendas poseen computadora, en las de Baja California, Sonora, Chihuahua, Nuevo León y Jalisco, alrededor de 15 % dispone de esta tecnología, en tanto que en el extremo opuesto siete entidades presentan porcentajes menores al 5 por ciento.

1.4.1 Las diferencias socioeconómicas.

De acuerdo a los estudios que realiza el INEGI y que están a la disposición de los usuarios de la red en www.inegi.gob.mx, existen grandes diferencias socioeconómicas de los hogares con computadora. De los propietarios de una computadora, sólo el 2 por ciento recibe ingresos mensuales de hasta 4 salarios mínimos. El 13 % se ubica entre 4 y 8 salarios mínimos; mientras que en hogares

que disponen de al menos una computadora en la vivienda, el 85 por ciento percibe ingresos superiores a 8 salarios mínimos.

En el informe preparado por Eduardo Ríos Mingram, director de política informática del INEGI, en el "Foro de Consulta de la Política Informática rumbo al Plan Nacional de Desarrollo", destaca que "en función de la edad del jefe de familia entre hogares con computadora, se aprecian también diferencias: En donde el jefe o la jefa tiene 31 años o más, el 92 % de los hogares disponen de al menos una computadora; mientras que en los de jóvenes menores a 20 años, sólo el 1 por ciento puede contar con una PC".

Añade el informe que "la escolaridad también esta fuertemente relacionada con la posesión de una computadora. El 76 por ciento de los que disponen de computadora en México, el jefe de familia tiene escolaridad de preparatoria o superior".

Finaliza el estudio que "el nivel de ingreso, la edad del jefe de familia, y el nivel de escolaridad, son elementos decisivos para la posesión y aprovechamiento de una computadora en beneficio familiar y profesional."

En cuanto al número de computadoras existentes en México se señala en el estudio de INEGI hasta 1999: 2 millones 453 mil personas de una población de 100 millones de habitantes.⁴⁹

⁴⁹ www.inegi.gob.mx/informática/espanol/estadisticas/ecomer/gusunet.html

Mientras que las estadísticas de Internet de la "NUA Survey's" destacan que en México hasta julio del 2001, existían 3 millones 420 usuarios de Internet, es decir, el 3.36 por ciento.⁵⁰

No obstante la brecha digital es amplia, los usuarios de Internet se integran exponencialmente, no como lo habían previsto los gúrus de la computación, sin embargo, en nuestro país el uso de la computadora gradualmente se está convirtiendo en una práctica generalizada.

La difusión en Internet permanece constante, a pesar de las abrumadas estadísticas que amplían la brecha digital en México.

1.4.2 Retos y perspectivas del Estado frente a la brecha digital.

Antonio Puig, Presidente del INEGI, señaló en una reunión en Aguascalientes, el 6 de septiembre de 2000, que "la información y el conocimiento están desplazando a la mano de obra abundante y a los recursos naturales como los factores clave del desarrollo y crecimiento económico de las naciones."

Agrega que "ante la brecha digital, es necesario que la comunidad internacional adopte estrategias, establezca iniciativas y proyectos concretos y armonizados entre ellos, las crecientes disparidades entre los que están conectados a Internet

⁵⁰ www.nua.ie/surveys/how_many_online/s_america.html

y quienes no lo están, entre el mundo desarrollado y en vías de desarrollo, entre ricos y pobres, tendrán a largo plazo repercusiones negativas que podrán ser enormemente destructivas para la vida política económica y cultural de los habitantes del planeta”.

Cifras oficiales ⁵¹destacan que “hay mil millones (de 6 mil millones) de analfabetas en el mundo, la mayoría mujeres y niños. Tres mil millones no tienen acceso a una computadora por no tener acceso a electricidad o no disponen de recursos económicos para adquirirla. La tasa mundial de analfabetismo tradicional, es decir, los que no saben leer y escribir, es de 21.2 % y en México es del 10.0 %. Una vez erradicado el analfabetismo tradicional deberá enfrentarse el analfabetismo informático.

El acceso a la información y al conocimiento depende de tres factores: la conexión, la capacidad y el contenido. En estas áreas se requieren acciones que garanticen el aprovechamiento de las tecnologías.

En cuanto a la conexión de la mayoría de la población pobre de los países en desarrollo, especialmente quienes viven en zonas rurales, requerirá de acciones innovadoras como centros integrados y multipropósitos de información comunitaria, bibliotecas digitales y kioscos de información, dotados de computadoras y servicios telemáticos avanzados.

⁵¹ “El Impacto de las Tecnologías de Información en la Economía Global”. Antonio Puig Escudero, presidente de INEGI, 6 de septiembre de 2000, Aguascalientes, Aguascalientes.

Por su parte, en lo relativo a la capacidad humana e institucional, es necesaria una alta inversión en capital humano. De hecho, la escasez mundial de trabajadores calificados para la industria informática, ha obligado a reevaluar las políticas de inmigración, eliminando trámites administrativos y elevando las cuotas para atraer a los mejores profesionales, lo más rápido posible. Debe asegurarse el acceso permanente a la capacitación y el adiestramiento para el trabajo, así como el aprendizaje a lo largo de toda la vida.

Los contenidos son el complemento de la conectividad y de las capacidades humanas e institucionales para lograr el acceso a las nuevas tecnologías. La importancia del desarrollo de contenidos locales en Internet, radica en que se crea un ciberespacio con diversidad cultural y lingüística, adecuado para la participación de todos, garantizando además un acceso permanente en su propio idioma y formas de pensar.

Como ya se mencionó, el nuevo paradigma de la información tiende a sustituir al viejo modelo de la línea de ensamble en la que cada persona tienen una especialidad o destreza bien definida, por un modelo que descansa en la inteligencia de grupos de individuos, con varias destrezas y capacidades que interactúan a lo largo del proceso. Dichas destrezas incluyen la habilidad de encontrar, relacionar, sintetizar, y comunicar conocimientos, ocasionando que el trabajo cotidiano se empiece a transformar en un sinónimo de aprendizaje, transferencia y producción de nuevo conocimiento.

Por lo que respecta al Estado, frente al aprovechamiento de las nuevas tecnologías y enfrenta la brecha digital, se mencionan las estrategias que implementará.⁵²

Primero.-Desarrollar la infraestructura básica para la conectividad, incluso en las localidades más remotas.

Segundo.-Aplicar las tecnologías de información, como primer paso en las instituciones públicas, como escuelas, bibliotecas, entre otras.

Tercero.-Realizar las inversiones necesarias en el desarrollo de recursos humanos y reforzar las instituciones y redes para la producción, adquisición, asimilación y diseminación de productos de conocimiento.

Cuarto.- Proveer incentivos para propiciar el crecimiento de los servicios basados en las tecnologías de información.

Quinto.-Establecer un marco legal y normativo para el desarrollo de esas tecnologías.

Sexto.-Promover el acceso a las tecnologías de información para todos en condiciones de igualdad y difundir su utilidad.

⁵² Opus citus., INEGI, 6-septiembre,2000

Séptimo.-Mejorar los contenidos locales, con énfasis en la realidad de cada entidad o municipio.

Octavo.- Facilitar puntos de interconexión públicos, tales como centros de acceso en las comunidades o cibercafés.

Noveno.-Adoptar medidas para abatir los costos de conectividad a fin de hacerlos accesibles a la mayor parte de la población.

Se establece en el documento del INEGI que las "tecnologías de información no solo contribuyen al crecimiento económico sino a un buen gobierno y a la consolidación de la democracia, estableciendo una conexión con el ciudadano, a la rendición de cuentas públicas, a la atención de las demandas de la sociedad, así como a la prestación de un mejor servicio."

Por ello, el desarrollo del gobierno en línea tiene cuatro etapas:

- Primero, tener presencia en Internet con un sitio que brinde información sobre la institución.
- Segunda, contempla una interacción con los usuarios a través del correo electrónico dispuesto en la propia página.
- Tercera se considera cuando el usuario puede llevar a cabo trámites que incluso involucren transferencias de valores al interactuar con el sitio.

-
- Cuarta es el llamado portal de gobierno, como sitio único mediante el cual el usuario tiene acceso a información, productos y servicios sin identificar la institución o área gubernamental que las proporciona. Es la funcionalidad del portal la que se encarga de canalizarlos a la instancia que corresponde.

“La relación entre sociedad y gobierno permitirá al Estado ser un instrumento de asistencia, cooperación y servicio a la sociedad. Las tecnologías de la información son esenciales para el Estado, porque una democracia no puede funcionar sin información,” concluye el documento.

El reto es enorme: Reducir la brecha digital. Conectar a la gran mayoría de las poblaciones del país. “La brecha o abismo digital no debe plantearse sólo en términos de infraestructura y acciones del Estado, se trata también, de una brecha de conocimientos y contenidos que se podrán abatir con programas de capacitación y adiestramiento y con información precisa de cómo los usuarios se van integrando a la sociedad de la información y el conocimiento en su vida diaria”, sentenció Delia Covi en un artículo publicado en la revista “Nexos” en septiembre de 2000⁵³.

⁵³ Revista Nexos número 274, septiembre 2000. “El abismo digital”, Delia Covi Druetta.

CAPITULO II

Internet y el Estado

2.1.-Internet y el Estado. La presidencia digital.

El Estado decidió utilizar las nuevas tecnologías para incursionar en la sociedad de la información. Lo considera una medida de transparencia en la información, de acuerdo a la política de comunicación social del Presidente de México, Vicente Fox, en el 2000.

En los lineamientos generales de la política de comunicación social, se establece⁵⁴ que "es preciso abrir todos los canales y medios que el Estado tenga disponibles para hacer que el ciudadano tenga acceso a la información gubernamental y que su voz sea escuchada y atendida".

La vocera presidencial en el 2000, Martha Sahagún Jiménez, resaltó que "por la facilidad que nos brinda la tecnología, uno de los primeros pasos que harán realidad la transparencia será el uso eficaz de Internet.

En una colaboración para la Revista Mexicana de la Comunicación, Octavio Islas y Fernando Gutiérrez⁵⁵, señala que "la primera página gubernamental que se subió a la red, fue la del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología el 18 de enero de 1993, a través de un enlace satelital con el Centro Nacional de Investigación

⁵⁴ La Política de Comunicación del Nuevo Gobierno
www.presidencia.gob.mx/?Orden=Leer&Tipo=PP&Art=68

⁵⁵ Revista Mexicana De la Comunicación, Fundación Manuel Buendía, Numero 55,

Atmosférica (NCAR), ubicado en Boulder, Colorado, Estados Unidos. Un año después el CONACYT obtendría su dominio propio”.

En julio de 1994, sólo había un dominio gob.: el de CONACYT. El 10 de octubre de 1995, creció a 9 dominios gob.mx. ; a final de año se incrementó a 12. En 1996 a 75; en 1997 subió a 201; Posteriormente, en 1997, se registraron 350, para llegar, en 1999, a 510 dominios gob.mx. Para el 2000, existían 935 sitios web gubernamentales. En abril de 2001, existían 1,049 sitios gubernamentales.⁵⁶

Agregan Islas y Gutiérrez que “a pesar de la creciente importancia de Internet en el mundo, el gobierno de Ernesto Zedillo no consideró la necesidad de elaborar estrategia alguna en la materia. Los cambios que resintió el desarrollo de Internet en México y en el mundo sorprendieron al gobierno de México, el cual no fue capaz de concebir la necesidad de concebir algún tipo de estrategias informativas, culturales, políticas y económicas que pudiera desarrollar el gobierno de la República en Internet”.

En el Programa de Desarrollo Informático, elaborado por la Academia Nacional de la Informática, derivado del Plan Nacional de Desarrollo, 1994-2000, no sólo no se contempló ninguna estrategia concreta por parte del Estado, y tampoco se consignó el término Internet.⁵⁷

⁵⁶ Fuente NIC-México

www.nic.mx/nic/plsql/nic_Estadistica_Crecimiento.nic_Estadistica_General?h_accion=1

⁵⁷ www.inegi.gob.mx/informatica/espanol/informatica.html

Según los investigadores del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, Islas y Gutiérrez “en 1995, la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, empleaba todavía viejas máquinas de escribir para realizar sus labores cotidianas. Los funcionarios públicos que fungían como responsables de las distintas direcciones, ignoraban la existencia de Internet y desconocían el proselitismo que se realizaba o podría realizarse en el ciberespacio.”

Añaden, “que los encargados de la política internacional y de comunicación social del gobierno de la República fueron sorprendidos en un frente informativo que les resultó tan extraño como inédito: Internet.”

Durante 1995 y parte de 1996 dos sitios web ostentaban la representación de la Presidencia de la República en la superautopista de la información. En el 95, las tareas informativas que debió desempeñar el gobierno de la República, corrieron a cargo de Laura Sáiz, responsable del Sistema Internet del Consulado de México en Nueva York. (www.quicklink.com/mexico)⁵⁸

“En dicho sitio se difundieron algunos de los principales comunicados del gobierno de la República e incluso se publicó el primer informe de gobierno del entonces Presidente, Ernesto Zedillo. La Secretaría de Relaciones Exteriores no tenía página web y la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la

⁵⁸ Octavio Islas, Fernando Gutiérrez y Leonardo peralta, Revista Mexicana de la Comunicación Número 55 y <http://www.razonypalabra.org.mx/>

República, ni siquiera contemplaba a Internet en sus estrategias de comunicación.”

“A mediados de 1995, un señor de apellido Dávila, que laboraba en la coordinación de asesores de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia publicó en Internet, sin autorización del titular, Carlos Salomón Cámara, unas supuestas páginas del gobierno de México. Resultó ridículo que durante meses, tales sitios web residiesen en un dominio que incluía el apellido Dávila y que se consignará su existencia en algunos de los principales motores de búsqueda y directorios de Internet, como espacios electrónicos de la Presidencia de la República. Este hecho paso inadvertido para los medios informativos. Internet era cosa de fantasía”.⁵⁹

Fue hasta el 1 de septiembre de 1996, cuando aparece la Presidencia de la República en la superautopista de la información, con su dominio propio (www.presidencia.gob.mx), precisamente en el marco del segundo informe de gobierno de Ernesto Zedillo. El responsable de la Dirección General de Comunicación Social, era Carlos Almada López. Las tareas relativas a la administración y desarrollo de las páginas web de la Presidencia se concentraron en el Sistema Internet de la Presidencia, órgano subordinado a la Dirección de Publicaciones dependiente de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de México.

⁵⁹ opus citus, Proyecto Internet Tecnológico de Monterrey. Islas, Gutiérrez, Peralta y López.

La estructura temática partió de que el supuesto campo informativo, se desarrollaría en las funciones de imagen y promoción institucional en la Internet. Tal propósito derivó en un agobiante culto al presidencialismo, el cual se pretendió atenuar con información de carácter administrativo de la dirección general de comunicación social.

La perspectiva de proyectar la imagen de México, plural, amplio, inclusivo, contradictorio, nunca fue considerada. El sitio web de la Presidencia se limitó a resaltar las acciones, los discursos y ceremonias de un solo actor omnipresente: El Presidente de la República.

Después el Sistema Internet de la Presidencia relevó sus cuadros. Justo tales cambios derivaron en un nuevo diseño del sitio, el cual es vanguardista, sin embargo, se parte de la sobria imagen institucional que debería asumir en el ciberespacio la Presidencia de México.

Este nuevo enfoque, a partir del 1 de septiembre del 2000, descansaba en colores grises y oscuros que reflejaban un avanzado concepto estético de diseño. Se incorporó un listado dinámico de correos electrónicos a todo el mundo, el cual podría convertirse en un recurso de gran penetración y efectividad comunicativa, si la información que se pone en circulación, efectivamente responde a las exigencias informativas, como son la calidad, la oportunidad y la credibilidad que demandan los ciberusuarios.

En su anterior versión era lento acceder a la página de la Presidencia por el número y capacidad de las animaciones. Se ofrecía mayor cantidad de documentos en multimedia (texto, fotos, audio y video) que consignan las actividades diarias del Primer Mandatario.

El éxito de las acciones comunicativas del gobierno de la República vía Internet, no dependerá de incorporar nuevas propuestas de diseño acompañadas de efectos especiales y espaciales.

El Sistema Internet de la Presidencia en la época de Carlos Almada, que tenía como perspectiva convertir en un complejo aparato de información del gobierno en el ciberespacio, se incorporó a un área no estratégica: La Dirección de Publicaciones. De la fatalidad del origen se desprende el hecho que este Sistema Internet, haya resultado ineficiente para articular verdaderas estrategias de comunicación institucional para la Presidencia de la República.

En su artículo sobre la página de Internet de la Presidencia, Octavio Islas y Fernando Gutiérrez señalan que "los funcionarios responsables de la dirección general de comunicación social de la Presidencia nunca han entendido la necesidad de convertir las páginas electrónicas en un autentico sistema de información en línea del gobierno. La rígida estructura temática que soporta las

páginas de la Presidencia, prácticamente elimina cualquier posibilidad de afirmar y expresar la amplitud, la pluralidad y riqueza cultural de México.”

Añaden que “mientras otras páginas de presidentes en el mundo desempeñan funciones de enlace ciudadano y coordinan acciones de emergencia o desastre nacional, la ausencia de políticas de Estado en comunicación y en Internet ha limitado considerablemente sus posibilidades informativas; carente de una definición conceptual y funcional hacia el compromiso de informar a la sociedad, se limitó a rendir ciberpleitesía a la figura presidencial”.

Finalmente exponen que, “cualquier cibernauta extranjero que vea la página de la Presidencia en 1996, podría inferir que en México, el único protagonista de la realidad nacional era, según la percepción del Sistema Internet de la Presidencia en 1996, Ernesto Zedillo”.

Se creó la Dirección General del Sistema Internet de la Presidencia de la República, dependiente de la Coordinación de Imagen y Opinión Pública que dirigió, Francisco Ortiz y supervisada por la Coordinadora General de Comunicación Social, hasta el 2000, Martha Sahagún.

La Dirección del Sistema Internet esta a cargo de Alberto Bolaños, quien diseñó la página de Internet de “Los amigos de Fox” y la del equipo de transición del gobierno de Fox. Bolaños ha sido el responsable de la comunicación vía Internet

de Vicente Fox, desde su campaña, el periodo de transición y ahora, en el gobierno foxista. Bolaños tiene el encargo de que este canal de comunicación ciudadana, se mantenga y se convierta en un instrumento de información y respaldo a la tarea gubernamental.

Alberto Bolaños⁶⁰ relata que "el Presidente Fox ha ordenado que la correspondencia electrónica con peticiones para la Presidencia, tengan el mismo valor que las presentadas por escrito, constituyéndose de inmediato en una oficialía de partes virtual".

Añade que "se reciben entre 300 y 600 correos electrónicos diarios⁶¹ volumen que rebasa la capacidad tanto de respuesta, como de oferta de soluciones concreta a los ciudadanos remitentes. El seguimiento y evaluación de dichas solicitudes, recaerá en la Dirección General del Sistema Internet".

De acuerdo al programa de trabajo del Sistema Internet de la Presidencia, se apoyará la elaboración de los sitios interactivos de las nuevas oficinas del gabinete, la destinada a la Atención de los Indígenas, Discapacitados y Migrantes; así como las de Alianza Ciudadana, Atención Ciudadana y la de la Consulta del Plan Nacional de Desarrollo.

⁶⁰ Revista Mundo Internet, Abril 2001, página 36, Fox en la Red, Entrevista a Alberto Bolaños.

⁶¹ Opus citus, página 36.

Según Bolaños, "la página de la Presidencia de México recibe 5,300 visitantes diarios y cuenta con un directorio de listas de correo electrónico de 13 mil usuarios, a quienes se les hace llegar día a día la información que se genera en la Presidencia de la República". Agrega que "durante enero de 2001, se recibieron 165 mil visitas con un promedio de 5 páginas consultadas; con un total acumulado de más de 10 millones de hits".

Alberto Bolaños anuncia los planes a corto plazo del sitio web de Presidencia: "Un programa radiofónico diario en la red, con un formato similar a los programas de radio comercial, con las actividades diarias del Presidente Fox; chats con funcionarios del gabinete legal ampliado; secretarios de Estado, comisionados, coordinadores, titulares de las dependencias públicas. Asimismo se transmitirán en tiempo real videos de las actividades del Presidente de la República".

"Asimismo, se desarrollará un proyecto con las preguntas más frecuentes al Presidente y establecer la prioridad de llegar a los jóvenes".

En cuanto al portal, "Precisa", Bolaños explicó que "el portal de Internet de la Presidencia va dirigido al ciudadano, no es para el partido, ni para los medios, ni para los políticos, es para que el ciudadano tenga un canal permanentemente abierto para comunicarse con el Presidente Fox".⁶²

⁶² Opus citus, página 37.

Agrega que "se coordinará con las dependencias del gobierno federal, los 73 sitios web existentes para unir esfuerzos y realizar sinergia, en el uso de esta importante herramienta que es Internet".

La página de Internet de la Presidencia en la administración de Zedillo, contaba con 7 niveles de navegación y un diseño gris oscuro, no dinámico y 7 accesos directos, para seleccionar la información de las actividades más sobresalientes del Presidente de la República.

Las secciones fijas de la página eran hasta noviembre 30 del 2000:

México para niños.- Un sitio en donde se da una explicación de la historia de nuestro país en forma animada y con caricaturas, destinado especialmente para la navegación de los niños.

Oficina del Presidente.- Esta sección estaba destinada para conocer las actividades del Presidente y sus datos biográficos; así como el directorio de los principales colaboradores del entonces Presidente Zedillo.

Gobierno en Internet.- El directorio de las páginas web del gobierno federal, antes de la transición, en septiembre del 2000, se convertiría en el portal "Precisa. gob."

Archivo histórico.- Una sección en donde se encuentran los discursos, documentos o comunicados que se han efectuado en el año.

Sala de prensa y oficina del vocero.- Un sitio en donde se encuentran los principales comunicados que emite la Dirección de Comunicación social de la Presidencia, entrevistas, fotografías, audio y video, conferencias de prensa, en fin, el material periodístico de las actividades del Primer Mandatario.

México en la Cultura.- Reseñas e informaciones más importantes de la cultura mexicana.

International Page.- La elaboración de la página en inglés.

Además contaba con acceso a tecnologías de sitio, para bajar el software de audio, Real Audio de Windows o Real Player. El navegador para Internet, Explorer o Netscape. Asimismo, un sitio para comentarios a la página; uno para suscribirse y recibir información y un último para mostrar el mapa de sitio o navegación.

En la Presidencia de Vicente Fox, el sitio de la Presidencia de la República realiza cambios en el Webmaster, oficinas, tecnologías de sitio y diseño, destacando las siguientes:

Los accesos directos aumentaron a 10 y quedaron como sigue:

Vicente Fox.- Un sitio personal y único para la biografía del Presidente Fox. Fotografías, biografía y álbum familiar. Va desde las clásicas fotografías familiares hasta las oficiales en campaña.

Agenda.- En esta sección se describe la agenda presidencial.

Gabinete.- Muestra las currículas de los integrantes del gabinete legal.

Discursos.- En esta sección se dan a conocer los principales discursos que ha pronunciado el Presidente en su administración.

Noticias.- Comunicados de prensa de las principales actividades del Presidente de la República.

Comunicados.- Boletines de prensa que ha difundido la oficina de comunicación social.

México y los Niños.- Este sitio continúa por su gran atractivo para que los niños conozcan la historia de México.

México y su cultura.- De la misma forma, la actual administración consideró valioso este sitio, que permanece para deleite de los escolares.

Interactivo. Este sitio muestra las tecnologías de sitio para mantener una interacción constante con la página web.

Administración 94-00.- Con otro nombre, pero se mantiene el archivo de los principales documentos oficiales, emitidos por la Presidencia de la República en la administración 1994-2000.

Permanecen los 14 accesos directos, a través de enlaces de la información que se considera más importante y al final, se accesa para bajar las fotografías de las principales actividades diarias; archivo de discursos; motor de búsqueda y el sitio web publicado en español, inglés y francés.

En esta etapa se añadieron hipervínculos animados del portal del directorio de las dependencias del gobierno federal; la iniciativa de ley, de la nueva hacienda pública distributiva de la Secretaría de Hacienda, en explicación de herramientas en Power Point y el texto íntegro de la iniciativa; La sección especial dedicada a Chiapas, enlace a las actividades más importantes realizadas por el Presidente.

Igualmente, el sitio utiliza tecnologías de sitio en audio y video y la página de suscripción, para recibir vía correo electrónico, información generada por la Presidencia de la República.

El sitio web de la Presidencia, cuenta con recursos óptimos para el funcionamiento y así cumplir con el objetivo de difundir la información presidencial a través del ciberespacio y establecer un canal de comunicación entre la Presidencia de la República y los sectores de la población conectados a Internet.

2.2 La Política de Comunicación Social del gobierno de Vicente Fox

La Política de Comunicación Social del gobierno de Vicente Fox, promueve la presentación de conferencias de prensa diarias, la creación de la figura del vocero presidencial, similar al Sistema de Comunicación Social de la Presidencia de Estados Unidos, además de mantener el programa de radio sabatino, denominado "Fox en vivo, Fox contigo".

La vocería presidencial recayó en Martha Sahagún, quien ha manejado la comunicación social de Vicente Fox, desde que era gobernador de Guanajuato. Asimismo se tiene la colaboración de Gina Morris, como Subcoordinadora de Comunicación Social; Ana García, enlace entre comunicación social y las secretarías de Estado. De igual forma colabora: Ernesto Vidal, Darío Mendoza, Guillermo Velasco; Víctor Manuel Suberza Blanco, así como Francisco Ortiz, en la Coordinación de Opinión Pública e Imagen.

La política en sí establece las siguientes acciones:⁶³

1. El derecho de la sociedad de la información
2. El derecho a la libre expresión
3. El derecho ciudadano a participar en las decisiones públicas

Destaca en su pronunciamiento de comunicación social que “la gente quiere saber la verdad de lo que hace el gobierno y tiene todo el derecho. Un gobierno que aspira a ser democrático no puede limitar y mucho menor coartar, la libertad de expresión”.

Asegura que “el nuevo gobierno entiende la libre expresión de ideas como un derecho que todo mexicano tiene desde el mismo momento de su nacimiento y no como una concesión otorgada por los funcionarios públicos”

Continúa :”La libre expresión de ideas, opiniones y pensamientos incluye la crítica a la autoridad, el debate público, el libre intercambio de ideas y el derecho a la diferencia. Una sociedad libre no puede existir sin medios de comunicación libres”.

En cuanto a los medios, el gobierno de Fox establece que “no se impondrá la censura ni permitir la impunidad. Garantiza que los medios de comunicación tendrán como función principal la difusión de información, cultura, educación y entretenimiento, reflejando siempre la diversidad de opiniones”.

⁶³ [www.presidencia.gob.mx/?Orden=Leer&Tipo=PP\\$Art=68](http://www.presidencia.gob.mx/?Orden=Leer&Tipo=PP$Art=68) y Revista “Etcétera”, Diciembre de 2000.

Pone en claro que los medios son un negocio, sin embargo, es "preciso que los medios no confundan interés público con interés comercial. Debemos procurar, en todo momento, que sean intereses complementarios. Es claro que los medios de comunicación tienen una responsabilidad social".

Añade que se "concibe a la información noticiosa difundida por los medios de comunicación como un servicio público, con una clara separación entre la información y la opinión".

Después la política de comunicación social del gobierno foxista establece sus puntos en la transición:

"La transición requiere la participación de todos. Por esta razón los mexicanos tenemos el derecho de participar en las decisiones públicas que nos afectan."

Destaca Vicente Fox: "Con información oportuna, clara y suficiente, tendremos la posibilidad de aportar nuestras ideas, opiniones, experiencias y sugerencias para el mejor logro de los grandes objetivos nacionales."

Asegura que "el gobierno y los medios de comunicación tenemos una meta en común: estamos llamados a servir a la sociedad"

Subraya su propuesta central: "La transparencia, y en ella es donde incursiona Internet como uno de los medios para hacer más transparente al difusión de la información gubernamental".

Asegura que "habrá transparencia: un gobierno de puertas abiertas. Un gobierno transparente es aquel que informa, rinde cuentas, escucha y esta cerca de los ciudadanos".

En el documento donde se da a conocer la política de comunicación social de Fox, se acota que "la democracia funciona mejor cuando el ciudadano tienen acceso a la información, pero sobre todo cuando la población en general tiene la posibilidad de ver, analizar y revisar lo que su gobierno hace."

Expresa que "la transparencia va mucho más allá. Por ese motivo es preciso abrir todos los canales y medios que el Estado tenga disponibles para hacer que el ciudadano tenga acceso a la información gubernamental y que su voz sea escuchada y atendida"

En la transparencia, "los ciudadanos tienen derecho a saber quienes forman su gobierno, cuanto tienen, cual ha sido su trayectoria, que han hecho y que piensan hacer los funcionarios del primer nivel. El Presidente de la República pondrá el ejemplo."

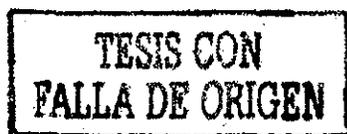
Pero pone límites: "Debe quedar claro que el ciudadano y los medios no tienen el derecho de acceder a toda la información que está en manos del gobierno. Se hará una evaluación detallada para definir la forma en que el ciudadano podrá acceder a la información gubernamental y precisar aquellas excepciones en las que ésta se tendrá que negar. Por el equilibrio de poderes, queda claro que nuestra propuesta no podrá aplicarse a los poderes Judicial y Legislativo."

Añade que "realizaremos consultas con el Congreso, con el Poder Judicial, con la sociedad en general, para decidir cuáles de los expedientes se abrirán. Lo que imperará en todos los casos, será la razón de Estado."

Finalmente, propone a Internet como un medio de transparencia: "**por la facilidad que nos brinda la tecnología, uno de los primeros pasos que hará realidad la transparencia, será el uso eficaz del Internet**".

En otra de sus propuestas el gobierno foxista, impulsa una nueva actitud en la que todos, instituciones, medios y sociedad estemos:

| |
|--|
| 1. Abiertos a la crítica |
| 2. Tolerantes frente a las discrepancias |
| 3. A favor de la información objetiva, de los juicios fundados en hechos y datos, no de los rumores y mucho menos de las mentiras. |



Se lee en el documento que “el gobierno federal informará con franqueza, de manera directa y oportuna. Habrá una relación digna que destierre la corrupción”.

Recuerda los vicios que prevalecieron en las relaciones prensa-gobierno y que éstos fueron en detrimento de la información democrática, plural y transparente a la que todos los mexicanos teníamos derecho.

Menciona que “la transparencia esta vinculada con la honestidad. En la relación del gobierno con los medios y la sociedad no habrá favoritismos, tratos especiales o actitudes corruptas”.

Establece una igualdad de medios y ciudadanos y puntualiza que “es nuestra convicción que no existen ciudadanos o medios de comunicación ni de primera ni de segunda”.

En cuanto a garantizar la libertad de expresión aclara que “el gobierno federal no limitará en ningún momento, en ningún medio y de ninguna manera la libertad de expresión”.

Esta consciente el nuevo gobierno que “el marco legal que regula la libertad de expresión y el derecho a la información es insuficiente y esta desfasado. Sabemos que es preciso contar con un nuevo marco legal acorde con el cambio que decidieron la mayoría de los mexicanos y con los desafíos que impone el desarrollo tecnológico en el mundo globalizado.”

Reitera que "todos los medios de comunicación tendrán independencia política. La prensa tiene una enorme responsabilidad frente a sus lectores y audiencias. Los que tenemos la obligación de informar no podemos ni debemos eludir nuestra responsabilidad social."

Promete Vicente Fox que "para hacer plenamente efectivo el derecho a la información y la libertad de expresión, se llevará a cabo una minuciosa revisión del marco legal vigente y se harán todas las consultas que sean necesarias para modernizarlo y adecuarlo a las necesidades del México del siglo XXI".

En cuanto a la obligación de informar, derecho constitucional consagrado en el artículo 6, de la Constitución, propone el documento:

Primero, dará todas las facilidades para que los medios de comunicación puedan llevar a cabo sus tareas con eficiencia, responsabilidad y profesionalismo.

Segundo, dialogará constantemente con los líderes de opinión para conocer de manera directa las opiniones, inquietudes y sugerencias de la sociedad a través de sus líderes.

Tercero, informará siempre con oportunidad, porque las noticias no pueden esperar.

Cuarto, los medios contarán permanentemente con información sobre los temas de interés nacional a través de alguna de las siguientes formas:

1. La conferencia de prensa diaria que dará la Vocera Oficial de la Presidencia de la República. En ella se informará la posición del gobierno federal.
2. Información proporcionada por los titulares de las secretarías y/o dependencias a través de comunicados, boletines o de su propio vocero.

El documento resalta algunas reglas:

“En temas específicos se dará información detallada a los medios a través de los canales institucionales, a saber, los propios secretarios, su vocero a quien ellos designen o la vocería oficial del Presidente”.

“Los esquemas de conferencias de prensa entrarán en vigor a partir de la segunda semana de diciembre de 2000. Sin embargo, deberá adecuarse en fechas y horarios de acuerdo a la agenda del Presidente.”

Añade el documento de comunicación social de Fox que “se evitarán en la medida de lo posible, las entrevistas de banqueta. Sin embargo, habrá información disponible y en todo momento por alguna de las dos vías expuestas anteriormente. En ocasiones, los secretarios y/o sus voceros acudirán a las oficinas del Presidente para ampliar información de interés”.

En cuanto a la creación de la figura del Vocero Presidencial, la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia justifica "El Presidente de la República es fuente generadora de información y noticias en todo momento. Los representantes de los medios de comunicación contarán diariamente con información oportuna y organizada. El equipo de comunicación del gabinete trabajará en forma coordinada para que la sociedad tenga una visión completa y detallada de lo que hace día a día el gobierno federal".

Añade que "la obligación de informar no solo se limita a dar cuenta de los problemas o de los aspectos negativos. Se ha dicho que las buenas noticias no son noticias. Hace un llamado a los medios para la creación de un ambiente de "buen ánimo social" sin menoscabo de sus responsabilidades ni de afectar su responsabilidad".

Se anuncia que "la sociedad espera de los informadores actuar con responsabilidad y profesionalismo. Los representantes de los medios no tienen razón para ser rudos o irrespetuosos cuando estén haciendo su trabajo. Tampoco deberán ser actores o protagonistas de una noticia, cuando su deber es sólo reportar la noticia".

Esta política considera según su titular hasta el año 2001, Martha Sahagún Jiménez que "promoverá y alentará un ambiente de libertad para los medios de

comunicación, pero esa libertad deberá ser responsable, pues estamos en contra del libertinaje”.⁶⁴

Agrega que “concebimos como un deber de los medios que la información noticiosa que difunden tenga un claro servicio público, con reportes imparciales de las noticias que presenten, con balance de las opiniones y con una clara separación entre la información y su propia opinión”

Para llevar a cabo la labor de la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia, asegura su titular,⁶⁵ “es necesario empezar a las cuatro de la mañana donde se leen los diarios, se realiza la síntesis informativa y se checan las informaciones de los noticieros nocturnos, enfatizando las frases del gabinete”.

“Antes de las ocho de la mañana, se dan a conocer las líneas de comunicación que se deben transmitir. Que es lo que el Presidente quiere que se comunique en las próximas horas”.

Relata Martha Sahagún, que “el equipo hace contacto con las direcciones de comunicación social de las secretarías de Hacienda, Relaciones Exteriores y Desarrollo Social y dependiendo del día con la PGR, la Defensa Nacional o la de Seguridad Pública: este es el mensaje del Presidente, éstas son las líneas de comunicación que se deben destacar en foros y entrevistas”.

⁶⁴ La Jornada, 31 de mayo de 2001, página 3

⁶⁵ Revista Milenio, Entrevista con Ciro Gómez Leyva, 30 abril de 2001, páginas 28 y 29

"En entrevista para la revista "Milenio", Sahagún, añade que "la información se envía por correo electrónico. A las ocho de la mañana de todos los días la información debe estar en el correo electrónico de las computadoras de los secretarios de Estado".

Asegura la señora Sahagún que se ha encontrado una falta de hábito por parte de los secretarios o su equipo para checar sus correos electrónicos, "entiendo que son procesos y que cuesta lograr el hábito. Pienso que debemos seguir empujando, pero un poco más rápido"⁶⁶

Establece sus retos: "La figura presidencial tenía que dejar de ser distante, intocable y lo estamos logrando. La información tenía que pasar de ser reservada a estar al alcance de todas las cámaras, grabadoras y libretas y lo estamos haciendo. Teníamos que pasar del silencio al debate y lo estamos consiguiendo"⁶⁷

Meses después, en mayo de 2001, la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, consideró riesgosas las conferencias de prensa a tal grado que se suspendieron hasta nuevo aviso."Salimos con frecuencia porque queremos que los periodistas y los comunicadores tengan los datos y ya después que los interprete a partir de su criterio y su razón. Hemos avanzado. Aquí todo se vale, menos no estar en la jugada," concluyó.

⁶⁶ opus citus, Milenio revista, página 29.

⁶⁷ Opus citus Milenio Revista, página 31.

2.3.- El E- México, hacia un gobierno digital

Para el Presidente Vicente Fox, en el año 2001, Internet definitivamente ha adquirido un carácter relevante y estratégico. La presente administración parece dispuesta a emplear Internet como una efectiva palanca histórica de la sociedad. El gran reto radica en convertir a Internet en un medio efectivamente público. Ampliar el acceso a Internet debe convertirse en una política pública. Para ello, se impulso el Programa E- México, para tener un gobierno digital.

De acuerdo con Julio César Margáin y Compéan, coordinador del Sistema e-México en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la página de Internet de la Secretaría de Comunicaciones y transportes, www.sct.gob.mx y www.e-gobierno.gob.m. El Sistema Nacional e-México es un proyecto integrador, que articula los intereses de los distintos niveles de gobierno, de diversas entidades y dependencias públicas, de los operadores de redes de telecomunicaciones, de las cámaras y asociaciones vinculadas a las TICs, así como de diversas instituciones, a fin de ampliar la cobertura de servicios básicos como educación, salud, economía, gobierno y ciencia, tecnología e industria, así como de otros servicios a la comunidad.

Para lograr sus objetivos, este Sistema ha concebido integrar una megared a través de la interconexión de todas las redes de telecomunicaciones en operación.

Asimismo, como meta inicial busca tener conectividad en las 2 mil 428 cabeceras municipales mediante la instalación de Centros Comunitarios Digitales, la transformación de diversas oficinas gubernamentales, como la red de oficinas de correos y telégrafos, así como el aprovechamiento de centros educativos y de salud, lo que permitirá alcanzar una meta al final de la presente administración de 10 mil localidades, que beneficiarán directamente a más del 85 por ciento de la población del país.

Con estas acciones, se fortalecerá el federalismo, articulando los esfuerzos de los tres niveles de gobierno, impulsando el desarrollo local, municipal, estatal, regional y federal. El medio para alcanzar estos objetivos, será a través de diversas áreas especializadas en tecnología, contenidos y planeación estratégica, además de instituciones académicas y asociaciones civiles, a fin de ampliar la cobertura de servicios básicos como salud, educación y trámites gubernamentales, al mismo tiempo que promoverá el acceso de las micro, pequeñas y medianas empresas a los mercados nacionales e internacionales.

Entre sus objetivos, el Sistema Nacional e-México se propone:

- Acelerar las tendencias históricas en la penetración de servicios de telecomunicaciones e informática, a fin de garantizar que la cobertura de los servicios y contenidos del Sistema Nacional e-México estén presentes en todo el territorio nacional y al alcance de toda la población.

-
- Impulsar a la industria de desarrollo de software nacional, contemplando la renovación tecnológica y la demanda de servicios.
 - Brindar a través del Sistema Nacional e-México nuevas opciones de acceso a la educación y capacitación, que estimulen el aprendizaje como un medio para el desarrollo integral de los mexicanos, promoviendo que la educación sea accesible para cualquier persona, respetando su identidad y su entorno cultural.
 - Facilitar a la población en general y a los profesionales de la salud del país, el acceso a servicios y contenidos de salud a distancia, que permitan mejorar el nivel del bienestar de la población, integrando a los diversos actores que intervienen en la atención de la salud.
 - Promover el desarrollo y competitividad de las pequeñas y medianas empresas, en sus actividades dentro y fuera del país, a través de los medios electrónicos y las oportunidades de negocios que existen en la nueva economía digital
 - Integrar a través del sistema e-México, a los diversos grupos lingüísticos y étnicos de México, así como a sectores específicos de la población como los mexicanos en el extranjero y personas con discapacidad, entre otros.
 - Garantizar los mecanismos jurídicos, la regulación y aspectos tarifarios, adecuados para el desempeño del Sistema e-México, en condiciones de certidumbre, transparencia y seguridad para asegurar el Derecho a la intimidad y la informática de los usuarios, así como de los valores sociales y éticos de los mexicanos.

-
- Coordinar a los diferentes grupos participantes –públicos y privados- en el desarrollo, administración, operación, mantenimiento, control y financiamiento del Sistema Nacional e-México, para que éste sea eficaz y eficiente
 - Promover la canalización de recursos de fuentes de financiamiento internacionales y nacionales para el despliegue del Sistema Nacional e-México, garantizando que los recursos públicos y privados asignados para este proyecto sean socialmente rentables

El 22 de febrero formalmente dio inicio el Sistema e-México, con la puesta en marcha del Telecentro de la población de El Salto, Durango. En el mes de mayo más de 60 telecentros ya estaban operando en zonas urbanas y rurales.

En la primera etapa del Sistema e-México se persigue el propósito de integrar los esfuerzos de diversas dependencias e instituciones públicas y privadas para desarrollar servicios y contenidos en línea de e-Gobierno, e-Educación, e-Salud y e-Comercio.

Es un medio para que todos los mexicanos, en el ámbito federal, regional, estatal y municipal, puedan ejercer su derecho a estar informados y acceder a los servicios que ofrece el Estado, por medio de la Mega Red del Sistema e-México. Asimismo, el Estado, a través de las diferentes instancias de gobierno, asume la obligación de garantizar el acceso de toda la población a la información, uso y

aprovechamiento de los diversos servicios públicos que ofrece. Dentro de esos servicios, la población podrá realizar consultas y trámites a través de la Mega Red, como el acceso a información con respecto al ejercicio del Presupuesto de Egresos de la Federación; realizar trámites como la declaración de impuestos; solicitud de permisos y licencias; pasaportes y cualquier trámite, de tal manera que la terminal, el quiosco o una computadora, se convierta en una ventanilla de atención a ciudadanos, transparentando y agilizando los servicios.

Para Abraham Sotelo Nava, quien estuvo a cargo de la Dirección de Informática del gobierno de Guanajuato, y que actualmente se desempeña como coordinador del Programa e-Gobierno de la Presidencia para la Innovación Gubernamental, el e-Gobierno (e-Government) es una estrategia vertical dentro de la iniciativa e-México, la cual persigue el propósito de modificar radicalmente la forma como el gobierno se comunica con la ciudadanía y presta servicios para satisfacer necesidades públicas:

Es la innovación continua de los servicios, la participación de los ciudadanos y la forma de gobernar mediante la transformación de las relaciones externas e internas a través de la tecnología, el Internet y los nuevos medios de comunicación. En otras palabras: el e-Gobierno implica una transformación de la función gubernamental, introduciendo nuevos valores de comunicación, cooperación y participación interactiva para la toma de decisiones gubernamentales (G2C: Relaciones Gobierno-ciudadano). De igual manera se

modificarán las estrategias de transparencia, desempeño y rendición de cuentas al interior del gobierno (G2G: Relaciones gobierno-gobierno), para que éste actúe eficientemente en la presentación de los servicios y en la administración de la información, reforzando su liderazgo frente a la sociedad. Finalmente, las relaciones gobierno-empresas (G2B government-business) serán también rediseñadas al buscar la participación activa y comprometida del sector privado en la modernización gubernamental.

Entre las principales aplicaciones genéricas que podrían derivarse del desarrollo del gobierno electrónico, Sotelo Nava destaca:

Control del tránsito; e-taxation (cobro de impuestos); pago de servicios (uso de técnicas del comercio electrónico); voto electrónico; seguridad pública (prevención y respuesta ante accidentes); buzón de denuncias; ámbitos de comunicación directa en tiempo real de funcionarios en audiencias públicas (chats); encuestas; licitaciones públicas; tramitación y renovación de permisos y licencias; información sobre servicios de la administración pública; guía de trámites; bolsa de trabajo; registro de solicitudes de beneficios sociales diversos (Progresas, Fonaes); iniciativa popular (ámbito para propuestas de legislación o normas diversas por parte del público); servicios para sectores segmentados (jóvenes, mujeres, jubilados); registro de agenda y eventos; y, en general, poder involucrar a la ciudadanía en el proceso de deliberación previo a la toma de decisiones.

En otras naciones ya es posible advertir algunos de los efectos positivos de la acelerada integración de los servicios que presta el Estado a través de Internet. De acuerdo con Sotelo Nava, éstas son las principales recomendaciones de The Harvard Policy Group of Network Enabled Services and Government, perteneciente a la Escuela de Gobierno John F. Kennedy, de Estados Unidos, en materia de servicios electrónicos gubernamentales, a los líderes del mundo conectado:

Enfocarse en cómo las tecnologías de la información pueden moldear las estrategias del sector público; usar las tecnologías de información para la innovación estratégica, no simplemente automatización táctica; utilizar las mejores prácticas de clase mundial en el despegue de iniciativas de tecnologías de información; mejorar el presupuesto y financiamiento de iniciativas de tecnologías de información prometedoras. Y, adicionalmente, considerar los siguientes retos emergentes: proteger la privacidad y la seguridad; formar alianzas relacionadas con el sector de las tecnologías de la información para estimular el desarrollo económico; usar las tecnologías de la información para promover el desarrollo de comunidades inteligentes; prepararse para e-Democracia.

El proyecto, impulsado por el presidente Vicente Fox, pretende llevar la Internet a todos los rincones del país para mejorar los servicios a los ciudadanos.

2.4.-Chat en los Pinos

Al poner en práctica el uso de las herramientas de Internet, la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, llevó a cabo el jueves 31 de mayo del 2001, un chat en el que el Presidente Vicente Fox abordó temas sobre educación, política, economía democracia, inseguridad y Chiapas.

El archivo del chat del Presidente Vicente Fox, se encuentra en la dirección:

http://multimedia.presidencia.gob.mx/presidencia/foxterra_010530.ram

Allí, desestimó a “quienes critican el contenido de su plan de gobierno y los calificó de timoratos, carentes de audacia, pesimistas... que no ven el sol ni lo maravilloso que es el mundo.”

Sobre la inseguridad, ante los casi 4 mil cibernautas⁶⁸ Fox señaló que “el problema que existe en México se debe a la incapacidad de la autoridad para detener a los delincuentes. Por otra parte, en lo referente a Chiapas, Fox anticipó que se busca la solución a través del diálogo, pero no se ha avanzado últimamente.”

En este periodo de 2000-2001, la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia, utilizó los recursos de las nuevas tecnologías al servicio de la difusión de la información de las actividades del Estado. Impulsó la página de Internet, apuntalando el Sistema Internet de la Presidencia. Reforzó el portal de

⁶⁸ La Jornada, 31 de mayo de 2001, página 5

Internet del gobierno federal, denominado "Precisa" que es la puerta de acceso a toda la información del gobierno mexicano disponible en Internet.

En un ejercicio de prospectiva, publicado por la revista "Etcétera" en diciembre del 2000, Francisco Ortiz, Coordinador de Opinión Pública e Imagen, subrayó que "La Internet que ahora se encuentra en una nueva etapa evolutiva ha sido fundamental para acercar a millones de ciudadanos con instancias gubernamentales y estatales a través de sus dinámicos sitios en la red. Estos han permitido una gran transparencia, información oportuna y suficiente, espacios para la interactividad entre sociedad y gobierno. Nunca antes la ciudadanía había estado tan informada sobre los programas públicos y sus resultados. Es cierto que hay muchos mexicanos que no tienen acceso a la red, pero su grado de penetración sigue siendo exponencial"⁶⁹

Para el 30 de junio de 2001, Martha Sahagún renuncia a la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia y asume el cargo el día 2 de julio de 2001, Francisco Ortiz Ortiz, con una amplia experiencia en mercadotecnia, integrando a la misma estructura, la Coordinación de Opinión Pública e Imagen y el 3 de julio del mismo año, Juan Ignacio Zavala, asume la Dirección de Información.

⁶⁹ www.etcetera.com.mx/pag59ne2.asp

La figura del vocero presidencial concluyó. Las conferencias de prensa semanales también se ajustaron. Los desmentidos a los secretarios de Estado, cesaron. Sigue su curso la política de comunicación social del gobierno de Vicente Fox. Nuevas formas con viejos canones en la comunicación gubernamental.

2.5.-El Estado en la red. Páginas web de las secretarías de Estado.

En el 2000 y parte del 2001, la totalidad de las secretarías de Estado, crearon su página de Internet. Con el fin de formar un ambiente de transparencia y claridad en el manejo de las políticas públicas, la gran mayoría de ellas cuenta con un apartado de comunicación social o difusión, en donde se marcan las directrices en materia de comunicación social de cada una de ellas.

Aun cuando no manejan en sus estrategias de difusión, el concepto de comunicación vía Internet, y tampoco el uso de las nuevas tecnologías aplicadas en la difusión de información del Estado, todos cuentan con una página en su sitio web dedicado a prensa o comunicación social, para apoyar el trabajo de los periodistas y/o medios de comunicación en su labor cotidiana, difundiendo los boletines de prensa y las versiones estenográficas.

Cada secretaría de Estado, tiene en su estructura administrativa, una oficina de comunicación social, en donde se dan a conocer las políticas informativas de la institución; la difusión de las actividades del titular o la secretaría, con el objetivo

de que la sociedad este informada de lo que acontece en la dependencia. Ahora estas funciones se complementan vía Internet.

Raúl Trejo señala que "la superautopista de la información puede ser un extraordinario recurso para quienes toman decisiones o quienes quieren formarse una opinión sobre cualquier asunto público, encuentren datos que refuercen sus propósitos"⁷⁰

Añade que "lo importante no es sólo que los líderes políticos y los gobernantes los emocióne la superautopista de la información, sino que admitan la necesidad de investigación actualización, conexión, acceso y regulación".

2.6.- Análisis de páginas web del Estado.

Al realizar el presente trabajo, se verificó la importancia que le conceden las dependencias al apartado de comunicación social y a la difusión de las actividades a través de Internet, tomando en cuenta su acceso a la página, su diseño y su contenido.

Para efecto de los análisis de las páginas web se tomaron como elementos de análisis, cuanto a diseño: Las fechas de inicio y modificación, los idiomas que maneja el sitio, los objetivos de la institución, el nombre de sus autoridades y

⁷⁰ La nueva alfombra mágica, Raúl Trejo, Diana, 1996, página 146

organigrama, verificar si existen documentos oficiales o estadísticos, si cuentan con la historia de la dependencia. Asimismo, para el tipo de estudio que nos ocupa, se verificó la importancia que tiene en el sitio, el apartado de comunicación social o difusión y cual es el contenido y diseño.

Por lo que respecta a las variables de observación, para analizar la página web en cuanto a su diseño, se tomaron en cuenta los siguientes aspectos: Si tiene contador de hits o visitas; los colores que conforman el sitio; si es moderno funcional o sobrio; los enlaces con otras instituciones. Asimismo si utilizan gráficos o software de multimedia; de igual forma, se verificó si estos sitios tienen liga con la página de Internet del Senado de la República.

La razón para analizar una página web con base en su contenido y diseño, es porque una página web se puede enriquecer con la importancia, difusión y equilibrio de su contenido y el diseño facilita su acceso y su usabilidad, además de su impacto visual en el cibernauta.

Para efectos de metodología, se procede a la definición de los elementos de análisis, a fin de establecer un marco referencial de las variables en observación.

Elementos analizados con base en su contenido.-

Se consideró la parte medular de una página web, en virtud de que la utilización de la misma dependerá de la calidad de información que muestre, un mejor contenido aumenta el interés y la utilidad de un sitio.

Fecha de inicio

Se refiere a la fecha de inicio del sitio, comúnmente viene al final o al lado del contador de visitas. Es la fecha de publicación en la red. Esto es útil a los visitantes para conocer desde cuando se encuentra el sitio en la web.

Algunas veces esta fecha se relaciona con el número de accesos o visitas al sitio durante un cierto periodo de tiempo. Sirve para contabilizar el número de visitantes al sitio o a la página. Sin embargo, esto puede ser un dato erróneo, ya que el número de accesos, no siempre significa el número de visitantes.⁷¹

Fecha de última modificación

Es la fecha en la que se establece la periodicidad de la actualización de la información. Esto nos da una idea del manejo de Internet y la importancia que tienen los documentos para que los visitantes encuentren los sitios actualizados. En

⁷¹ Doing Internet Research, Steve Jones, Saga Publications, 1999.

Internet una información puede resultar obsoleta varios días después. Por la instantaneidad del medio, una actualización de más de 7 días no resulta eficiente. Internet es veloz porque se genera la información al instante, de ahí su importancia del medio y directo porque la proporciona la fuente original.

Además de ser un medio en el cual el lector pasa a ser actor, al modificar, quitar o agregar documentos, es importante la actualización periódica, porque para el caso de datos estadísticos o análisis, estos se volverían obsoletos y restarían eficiencia a la difusión de la información y al impacto que puede generar en los usuarios.

Difusión en otros idiomas

En virtud de lo global y abierto de Internet, y para una eficaz difusión en otros sectores de la población en el mundo es útil la difusión en inglés o en francés, ya que de lo contrario podría ser una limitante en la difusión de la información.

La integración al mundo es un fenómeno actual, por lo que el manejo de información en inglés y francés, le da un aspecto global a la información a fin de que, efectivamente, se den a conocer a todo el mundo de las actividades de la Institución.

Uno de los objetivos de la difusión a través de Internet es llegar a sectores de la población en el ámbito nacional e internacional, lo que establecería una retroalimentación y difusión más amplia.

Objetivos

Este punto establece la definición de objetivos, actividades, funciones y actividades de la Institución ante la sociedad. Sirve para conocer los servicios que ofrece al dependencia y la razón de su existencia.

Nombre de las autoridades

Es necesario destacar el nombre del titular y los funcionarios de la dependencia, con esto se puede conocer el perfil y formación académica del titular o funcionarios.

En la medida que un funcionario tenga un perfil acorde a la dependencia, una excelente preparación académica, experiencia y amplia capacidad, será más efectivo su desempeño laboral y político. De la misma forma, en caso de no reunir los requisitos mínimos del perfil profesional del puesto, la improvisación del funcionario será manifiesta.

Datos estadísticos

Se refiere a los informes que realizan las dependencias, básicamente de los servicios que prestan o el sector al que corresponden. En algunos casos los representan mediante estudios, informes, cuadros, y gráficas.

Este servicio es útil para la realización de investigaciones y como fuente de referencia para trabajos periodísticos.

Existen dependencias que se basan en informes estadísticos lo que contribuye a concebir a Internet como fuente de información o como marco de referencia.

Datos históricos

Este elemento se encuentra en todas las páginas. Muestra la historia de la Institución. Da a conocer el origen, y la evolución de la dependencia. Algunos sitios manejan visitas virtuales a los edificios en donde se encuentran la institución, por considerarse patrimonio histórico.

Documentos oficiales

Este elemento establece la aportación de documentos o informaciones de carácter oficial y que son avalados por la dependencia. En algunos sitios web se

encuentran los documentos oficiales que sirven de apoyo a la información periodística o investigaciones académicas.

Una de las formas de documentos oficiales considerados, son las versiones estenográficas, de la sesiones en las Cámaras de Diputados, Senadores o de la Asamblea Legislativa del DF. Igualmente, los boletines de prensa o comunicados oficiales.

Buzón de sugerencias

Todos los sitios tienen buzón de sugerencias. Se utiliza para contactar con el usuario del sitio web a través del correo electrónico. Sin embargo, en el curso de la investigación nos dimos cuenta que las dependencias dan poco énfasis a contestar los correos electrónicos o proporcionar información oficial por ésta vía.

Considero esta herramienta, muy importante para la interactividad con el sitio. Internet se caracteriza de otros medios por su directa interacción, por lo que a través del correo electrónico, puede ser un indicador para conocer la utilidad del sitio, para expresar la opinión hacia el mismo, así como el contacto para la solicitar información respecto a las actividades de la dependencia.

Comunicación social

Se verificó este indicador como base para establecer la prioridad de la institución a la difusión de sus políticas de comunicación social. Se observó si difunde boletines de prensa, discursos, entrevistas, entrevistas radiofónicas, galería de fotografías, en fin, una base de apoyo para facilitar el trabajo periodístico.

Cada dependencia además de dar a conocer sus actividades a través de los medios tradicionales, ha dedicado un sitio para la difusión vía Internet.

Elementos analizados con base en su diseño

El diseño se consideró útil a partir de su impacto visual y de su manejo de colores del sitio web, además de las tecnologías de sitio que se manejan y su tiempo en que tarda en cargarse el sitio. Este aspecto determina la usabilidad del sitio y por tanto de las páginas web.

Contadores de vistas

Son recuadros que se encuentran en la página inicial y que indican el número de hits o accesos al sitio web en un periodo determinado de tiempo. En los sitios gubernamentales, pueden reflejar, el número de personas que requieren de algún documento, servicio o consulta de la dependencia ó incluso sólo por curiosidad.

Graficas

Son las gráficas utilizadas para sustentar algún informe o dato estadístico. Los gráficos dependen en su mayoría de las tecnologías de sitio que se manejen y de la velocidad de navegación. Algunos sitios las han omitido por lo tardado en abrir la página y como consecuencia en la disminución de la usabilidad.

Enlaces con otras instituciones

Son los enlaces o ligas con otros sitios web de otras instituciones, que nos proporcionan mayor información. Los enlaces nos permiten buscar otras opciones y descartar aquellas que no interesan. Se debe tener cuidado para no perderse en el surfing.

Multimedia

Este elemento se refiere a la posibilidad que tiene el sitio de utilizar audio, video o bien animaciones o marquesinas deslizantes.

Como medio de convergencia Internet, puede manejar audio y video, sin embargo en algunos casos, los recursos técnicos del usuario son las limitantes, no obstante que cada sitio pone a disposición del cibernauta bajar las tecnologías de sitio, en forma gratuita.

Algunos sitios han podido realizar entrevistas, encuestas y chats por este medio para conversar con los funcionarios de la institución.

2.7.- Sitios web del Estado.

Se realizó un análisis de los sitios web del Estado, tomando como base los conceptos antes citados, exceptuando el de la Presidencia de la República que ya fue analizado anteriormente.

SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES www.sre.gob.mx

La Secretaría de Relaciones Exteriores, al frente de Jorge Castañeda Gutman, se publica en tres idiomas inglés, francés y español. Mantiene a la vista las funciones y objetivos de la secretaría, así como la consignación del organigrama y los nombres de los funcionarios que la conforman.

Se asientan los datos históricos de la secretaría y presenta documentos oficiales como "Tratados y Convenios celebrados por México con el Mundo". Asimismo, posee un buscador de palabras para acceder más ágilmente a la navegación.

La página esta diseñada en colores gris, blanco y rojo de manera moderna y funcional. No muestra fecha de inicio ni de actualización; tiene animaciones

gráficas y maneja el audio y vídeo. Tiene 55 ligas, lo enlazan con el exterior, al gobierno federal y a los organismos paraestatales.

Esta secretaría, no cuenta con liga al Poder Legislativo y al Senado de la República.

Por lo que respecta a comunicación social, la Secretaría de Relaciones Exteriores, presenta la página "Hoy en la Prensa", comunicados, boletines de prensa, conferencias, entrevistas con el Canciller, ligas a diarios nacionales, galería fotográfica, entrevistas radiofónicas, comentarios y enlaces con otras secretarías.

En suma, una amplia consulta en la red para actividades periodísticas.

SECRETARÍA DE HACIENDA www.shcp.gob.mx

La Secretaría de Hacienda, cuyo titular es Francisco Gil Díaz, cuenta con fecha de inicio, del 1 de enero del 2001 y se difunde en español e inglés. Expone las funciones y actividades de la secretaría, así como abundantes datos estadísticos en todas sus modalidades. Pone a disposición datos históricos y documentos oficiales, como la "Nueva Hacienda Pública Distributiva" que se debe legislar en el 2001, en forma de documento o bien perfectamente explicada en diapositivas de Power Point. Destaca su buzón de sugerencias y un motor de búsqueda.

Presenta un diseño, hasta octubre de 2001, permanecía con su entrada en animación del águila estilizada, símbolo del gobierno de Vicente Fox. Cuenta con un diseño moderno en colores gris y verde.

Utiliza las tecnologías de sitio para el manejo de audio y vídeo. Muestra el organigrama de la dependencia y registra sus visitantes por medio de un contador que, hasta octubre del 2001, llevaba 3 millones 369 mil 717 hits, en 10 meses. Destacan sus enlaces con el sector central, los organismos paraestatales, los gobiernos de los estados, empresas privadas, universidades públicas y privadas, organismos financieros mundiales y medios de comunicación.

Asimismo se vincula con el Poder Legislativo, y a la Cámara de Senadores.

En lo relacionado al apartado de comunicación social, tiene una página de prensa en donde se están a disposición del usuario, boletines de prensa, comunicados, discursos del secretario, conferencias vía satélite, entre otros.

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN www.gobernación.gob.mx

La Secretaría de Gobernación en la que despacha Santiago Creel Miranda, se privilegia el diseño por encima del contenido. El sitio no cuenta con fecha de inicio, y se publica sólo en español. Establece perfectamente sus objetivos, y da realce a los nombres de sus funcionarios y al organigrama de la dependencia. Dispone de

datos históricos y estadísticos. Establece contacto a través de un buzón de sugerencias, que no funcionaba en octubre de 2001. El motor de búsqueda podría facilitar el uso del sitio, sin embargo no funcionaba, tampoco.

En lo referente al diseño, éste fue cambiado en octubre de 2001, de un gris y rojo a un moderno azul claro e intenso, con utilización de tecnologías de sitio, audio y video, además de incluir un lugar para chat con los funcionarios, además de una encuesta en donde se mide la opinión del gusto de la página anterior y actual.

Las ligas enlazan este sitio con los sectores central, paraestatal, así como con universidades e instituciones nacionales e internacionales, además de medios de comunicación

El vínculo con el Poder Legislativo, se encuentra un error, pues está señalado como Poder Judicial Federal, y tiene liga a la Cámara de Senadores.

En el rubro de comunicación social, se anuncian los boletines de prensa y comunicados de la dependencia, discursos del secretario y conferencias, además de ligas a otras instituciones de la Secretaría de Gobernación.

La Secretaría a cargo de Josefina Vázquez Mota, no tiene fecha de inicio de la publicación del sitio y sólo se difunde en español. Expone sus objetivos y el nombre de sus funcionarios, además del organigrama de la dependencia. Dispone de datos estadísticos y la historia de la secretaría, además de un buzón de sugerencias, y un motor de búsqueda para facilitar la navegación.

Por el lado del diseño, es lenta su aparición en la pantalla por el gran número de gráficos y animaciones que tiene. No utiliza contador de visitas y tampoco, el audio y el video. Su estilo es moderno en colores azul, gris y verde, demasiado cargado de información y gráficos.

Tiene 105 enlaces con, secretarías, organismos paraestatales, gobiernos de estados, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, organizaciones nacionales e internacionales entre otras.

Cuenta con liga con el Poder Legislativo, en donde se enmarca el Senado de la República.

En comunicación social, tiene una página llamada "Sala de Prensa" en donde existe una liga a los diarios y revistas del DF, comunicados de la dependencia, boletines de prensa, discursos, entrevistas, enlaces a las agencias de noticias, diarios, revistas, televisión y webnoticias, además de la dirección y el número

telefónico de la Dirección General de Comunicación Social. Utilidad en la difusión vía Internet.

SECRETARÍA DEL MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES

www.semarnat.gob.mx

La secretaria a cargo de Víctor Lichtinger, no cuenta con fecha de publicación de inicio en la red y se publica sólo en español. Tiene sus objetivos bien definidos y el organigrama de la dependencia con los nombres de los funcionarios que la integran. Utiliza datos estadísticos en todas sus modalidades y da una explicación de la transformación de la secretaria, en lo referente a su historia. Posee un buzón de sugerencias y comentarios, además de un buscador de temas.

En su diseño muestra un mapa de sitio para facilitar la navegación, en un estilo moderno y funcional de colores azul y verde. No registra sus visitas y cuenta con gráficos de animación. Dispone de audio y vídeo, además de presentar una encuesta en la página principal.

En lo referente a los enlaces, la secretaria tiene 56, con las secretarías de Estado, sector del medio ambiente y gobiernos de los estados.

No posee liga con el Poder Legislativo y la Cámara de Senadores.

En materia comunicación social, tiene un apartado en donde presenta, una síntesis de la prensa nacional, boletines de prensa, entrevistas, fotografías, novedades en la secretaría y los eventos y convocatorias de la misma.

SECRETARÍA DE ENERGÍA www.energia.gob.mx

La Secretaría que encabeza el Ing. Ernesto Martens Rebolledo, no cuenta con fecha de inicio y actualización. Maneja información en inglés y español. Mantiene sus objetivos muy en alto, así como el nombre de sus autoridades y la estructura administrativa en su organigrama. Tiene un buzón de sugerencias, y comentarios, pero no cuenta con un motor de búsqueda de palabras o temas. No dispone de datos históricos ni documentos oficiales.

Su diseño es sobrio y con gráficos animados, en colores azul, blanco y verde. No exhibe contador de visitas y no usa el audio y el video. Sin embargo, destaca 49 ligas al sector central, paraestatal, y organismos del sector.

No se vincula con liga al Poder Legislativo y el Senado de la República.

En comunicación social, existe un apartado de prensa en donde se dan a conocer los boletines de prensa, los discursos del secretario y versiones estenográficas, y se pone a disposición las ligas a los medios de comunicación.

**SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, RECURSOS FORESTALES
Y PESCA [.www.sagarpa.gob.mx](http://www.sagarpa.gob.mx)**

La Secretaría que tiene como titular a Javier Bernardo Usabiaga Arroyo, muestra un mapa de sitio para facilitar la navegación. No tiene fecha de inicio de publicación y actualización. Difunde las funciones de la secretaría, estructura orgánica y el nombre de sus funcionarios. Pone a disposición de los usuarios documentos oficiales y datos históricos, además de mantener un contacto directo con el cibernauta a través de un buzón de sugerencias y comentarios y utilizar un motor de búsqueda para facilitar la información.

En lo relativo al diseño exhibe la fecha de actualización y un contador de visitas que en octubre de 2001, registraba 9516 visitantes. Su diseño es sobrio en colores azul, blanco, además de gráficos e iconos animados. No maneja el audio y el video. Para ligarse al exterior cuenta con 23 opciones siendo las secretarías de Estado y organismos del sector, los principales.

No establece colaboración con el Poder Legislativo y el Senado de la República.

En comunicación social, tiene un amplio espacio, en donde le dan importancia a las primeras planas de los diarios del DF en una marquesina desplazante. También se puede consultar los boletines de prensa, los discursos del secretario,

entrevistas, archivo fotográfico, así como una síntesis informativa nacional y otra internacional.

SECRETARÍA DE ECONOMÍA www.se.gob.mx

La Secretaría de Economía, al frente de Luis Ernesto Derbez, despliega un mapa de sitio para mejorar su navegación. Se difunde sólo en español y no muestra las fechas de inicio y actualización. Publica sus objetivos, los nombres de sus funcionarios así como el organigrama de la Institución.

La página maneja datos históricos y estadísticos en todas sus formas, así como documentos oficiales. Se contacta con el usuario por medio de un buzón de sugerencias y comentarios y no posee un motor de búsqueda.

En su diseño presenta un estilo moderno en azul, blanco y amarillo, sin usar el audio y el vídeo. No tiene contador de visitas y se actualiza diariamente. Se enlaza con 1182 sitios del exterior, como secretarías de Estado, gobierno de los estados, organismos nacionales e internacionales, universidades y medios de comunicación.

Se enlaza con el Poder Legislativo y la Cámara de Senadores.

En lo relativo a comunicación social, es demasiado sobrio, porque sólo cuenta con un pequeño enlace a boletines de prensa y discursos del secretario.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES www.sct.gob.mx

La Secretaría que dirige el Arq. Pedro Cerisola, cuenta con mapa de sitio para un manejo más ágil del sitio. Exhibe su fecha de inicio, que fue el 1 de junio de 1999, y se difunde sólo en español. Establece sus objetivos y nombre de los funcionarios que integran la secretaría, así como su estructura orgánica.

Pone a disposición del cibernauta documentos oficiales y un legado de su historia, establece contacto con el exterior a través de un buzón de sugerencias y tiene un motor de búsqueda para mejorar la usabilidad.

Por lo que respecta a su diseño éste es moderno, en colores azul y blanco y despliega animados y ligas gráficas. Se actualiza diariamente y tiene un contador de visitas que registró en octubre de 2001, 640071 consultas al sitio. Usa el audio pero no el vídeo y se vincula con 16 enlaces del sector.

No tiene liga al Poder Legislativo, y al Senado de la República.

En lo que respecta a comunicación social, cuenta con un pequeño apartado de prensa, en donde se dan a conocer boletines de prensa, discursos así como los boletines meteorológicos.

SECRETARÍA DE LA CONTRALORÍA Y DESARROLLO ADMINISTRATIVO

www.secodam.gob.mx

La secretaría que encabeza Francisco Barrio, no tiene fecha de inicio ni de actualización. Se publica sólo en español. Muestra sus objetivos, y el organigrama de la institución, sin embargo no señala el nombre de sus autoridades. Existe un buzón de sugerencias y un motor de búsqueda. No dispone de datos estadísticos e históricos, pero sí de documentos oficiales.

El diseño es sobrio en colores azul y blanco y se actualiza diariamente. No destaca un contador de visitas y utiliza gráficos animados. No usa el audio y el video y se enlaza por medio de 23 ligas al exterior.

No establece una relación electrónica con el Poder Legislativo, ni con el Senado de la República.

Por lo que respecta a comunicación social, tiene un apartado específico dirigido a los periodistas, en donde pone a su disposición: comunicados de prensa, una línea de locución (sic) y un correo para comentarios a comunicación social.

La secretaría en que despacha Reyes Tamez Guerra, no tiene fechas de inicio ni actualización. Define los objetivos de la secretaría y el organigrama de la dependencia, así como el nombre de las autoridades que laboran en ella. Contiene datos estadísticos e históricos de la secretaría y del edificio que la alberga. Dispone de documentos oficiales para su consulta y cuenta con un buzón de sugerencias para tener interacción con los usuarios web. Además tiene un buscador de palabras, tema o fecha para facilitar la consulta.

En tanto, el diseño se inicia con la animación del águila estilizada como introducción. Muestra un estilo sobrio en blanco y verde, con fondo de los antiguos libros de texto gratuito. No tiene contador de visitas y dispone de gráficos, maneja el audio y el video y presenta una visita virtual al edificio de la dependencia.

En cuanto a los enlaces destaca 71 ligas a las secretarías, gobiernos de los estados, universidades e instituciones dependientes de la SEP.

Establece vínculo con el Poder Legislativo y la Cámara de Senadores.

En comunicación social, pone a disposición del usuario comunicados de prensa y discursos del secretario.

El sexenio anterior, la página de comunicación social tenía amplio espacio, mostraba discursos, boletines, fotografías y ligas a los medios de comunicación, audio y video y visita virtual.

SECRETARÍA DE SALUD www.ssa.gob.mx

La Secretaría de Salud, donde labora Dr. Julio José Frenk Mora, cuenta con un mapa de sitio que mejora la navegación en el sitio. No da a conocer la fecha de inicio y actualización. Se difunde únicamente en español. Presenta los objetivos a disposición del público, así como el organigrama de la dependencia y los nombres de los funcionarios. Pueden consultarse en el sitio, datos estadísticos, históricos y documentos oficiales. Establece contacto a través de un buzón de sugerencias y comentarios y cuenta con un buscador de temas y palabras para facilitar el acceso a la información deseada.

Su diseño es moderno en colores azul y blanco, y se actualiza diariamente. No despliega un contador de hits y utiliza las tecnologías de sitio en audio y vídeo. Muestra una encuesta en su página principal para conocer la opinión de sus visitantes.

Tiene 32 ligas referentes a las diferentes secretarías de Estado, gobiernos estatales, organismos nacionales e internacionales, pero específicamente circunscritas al tema de salud.

No dispone de liga con el Poder Legislativo y la Cámara de Senadores.

En materia de comunicación social, tiene un apartado, en donde muestra a los cibernautas los discursos del secretario, los comunicados de prensa y una galería fotográfica de las actividades más sobresalientes de la Institución.

SECRETARÍA DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL www.stps.gob.mx

La secretaría que encabeza Carlos María Abascal Carranza, no muestra fecha de inicio y actualización. Da a conocer los objetivos en el sitio, y presenta la estructura orgánica, así como el nombre de sus autoridades. Pone a disposición del público cibernauta la historia de la secretaría y los documentos oficiales, así como datos estadísticos para consulta. También establece ligas a instituciones de interés en el tema.

Por lo que se refiere a su diseño, este es moderno en azul y blanco y con animación del águila estilizada. No exhibe contador de hits y hace uso del audio y el vídeo, así como ligas animadas.

Establece 99 enlaces al exterior, entre secretarías, medios de comunicación, instituciones nacionales e internacionales, universidades y secretarías de Trabajo en el mundo.

Se liga al Poder Legislativo y a la Cámara de Senadores.

En comunicación social, tiene un amplio espacio, en donde se muestra la currícula del Director de Comunicación Social, Herminio Rebollo Pinal y facilita la consulta de discursos del secretario, boletines de prensa, entrevistas y ligas a los medios de comunicación.

SECRETARÍA DE LA REFORMA AGRARIA www.sra.gob.mx

El sitio de la secretaría que dirige María Teresa Herrera Tello, registra su fecha de inicio, siendo el 12 de febrero del 2001. Se publica en español. Presenta los objetivos de la institución, el organigrama y los nombres de las autoridades que la conforman. Es posible consultar datos estadísticos e históricos en todas sus modalidades, además de poner a disposición del usuario los documentos oficiales de la Institución.

Mantiene la interacción a través de un buzón de sugerencias, pero no cuenta con motor de búsqueda.

En el diseño, se destaca la fecha de su última actualización el 21 de noviembre del 2000, y registra 84645 visitas en su contador de hits. Utiliza gráficos, pero falta de audio y video. Posee un estilo moderno en azul, gris y blanco. Destaca ligas

con las secretarías de Estado, el sector central, paraestatal, y gobiernos estatales.

Se enlaza al Poder Legislativo y al Senado de la República.

En Comunicación Social, tiene un amplio espacio para la difusión, con una página que facilita los boletines de prensa, noticias de lo más reciente, comunicados de prensa, entrevistas, discursos del secretario, archivo fotográfico y temas de análisis. La prensa tiene un amplio apoyo en el sitio web de la secretaría.

SECRETARÍA DE LA DEFENSA NACIONAL www.sedena.gob.mx

El sitio web de la Secretaría de Defensa Nacional, que encabeza el Gral. Gerardo Clemente Ricardo Vega García, no muestra su fecha de inicio y de actualización. Se difunde sólo en el idioma español y no dispone de documentos oficiales. Están a la vista los objetivos de la secretaría, así como sus datos históricos, pero no se pueden consultar datos estadísticos. Posee un buzón de sugerencias y comentarios del sitio, pero no dispone de motor de búsqueda, para facilitar la navegación.

En tanto, el diseño es sobrio y austero en colores gris, verde y azul, con animaciones gráficas y el escudo nacional de fondo en su página principal. No registra sus visitas al sitio y no usa el audio ni el video. En su página de inicio

cuenta con los iconos de los planteles militares y carreras del ejército. Establece ligas a 17 secretarías de Estado.

No mantiene vínculo con el Poder Legislativo, y el Senado de la República.

Por lo que respecta a comunicación social, no tiene un apartado al respecto.

SECRETARÍA DE MARINA www.semar.gob.mx

En este sitio web de la secretaría que encabeza el Almirante Marco Antonio Peyrot González contrastando con el anterior castrense, es un sitio dinámico e interactivo. Da a conocer su fecha de inicio que fue el 10 de marzo del 2001, y sólo se difunde en español. No dispone para consulta de documentos oficiales. Sin embargo, especifica claramente al usuario de la red los objetivos de la secretaría, los nombres de las autoridades y el organigrama que lo conforma. Presenta datos históricos en forma interactiva. Dispone de un buzón de sugerencias para contactar con la ciudadanía, pero no dispone de un motor de búsqueda.

En cuanto a su diseño, es funcional y moderno en colores azul cielo, dinámico e interactivo. Su página inicial cuenta con los iconos principales en forma de un timón y un motor fuera de borda, en movimientos del software denominado "Flash 4.0" bastante ágil. Se actualiza diariamente y muestra su contador de visitas que hasta octubre del 2001, sumaban 65388 hits. Contiene 51 ligas con el exterior, con

los organismos nacionales e internacionales, las secretarías de Estado y con los medios de comunicación.

No se vincula con el Poder Legislativo y la Cámara de Senadores.

En el rubro de comunicación social, le brinda un amplio espacio, presenta los avances o entradas de las principales notas del día o de la semana, con sus ligas para mayor información en su página inicial. Dispone de una página donde se consultan los boletines de prensa, y la revista interna, denominada "Marina".

PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA www.pgr.gob.mx

El sitio de la Procuraduría General de la República al frente del general Rafael Macedo de la Concha, tiene su fecha de inicio, el 1 de abril de 1997, y sólo se publica en español. Muestra al cibernauta los objetivos de la institución y el organigrama conjuntamente con el nombre de sus autoridades. Se pueden consultar datos estadísticos del combate a la delincuencia y a las drogas, así como documentos oficiales y datos históricos de la procuraduría. Establecen contacto con los usuarios por medio de un buzón de sugerencias y comentarios. Dispone de un buscador por palabras, temas o fecha de la información para hacerlo más accesible.

El diseño es sobrio, en colores v blanco y gris y dos barras verde y blanco en forma de la bandera nacional con el logotipo de la Institución en su página inicial. Se actualiza diariamente y registra sus visitas que sumaba en octubre de 2001, 941353. No utiliza tecnologías de sitio de audio y video, pero muestra gráficos en su página de inicio. Sus enlaces al exterior son 26 y sólo para el sector judicial, destacando las ligas a las procuradurías de justicia de los estados.

No subraya liga al Poder Legislativo y a la Cámara de Senadores.

En lo que respecta a comunicación social, además de tener en su página de inicio los boletines más importantes del día, muestra una página destinada a comunicación social, en donde pueden consultarse los boletines emitidos por la dependencia, los comunicados y los informes de prensa.

SECRETARÍA DE TURISMO www.sectur.gob.mx y

www.mexico-travel.com

La Secretaría de Turismo encabezada por Leticia Navarro, tiene su sitio con dominio gubernamental bloqueado.

Por otra parte, posee un sitio alternativo, que no tiene fecha de inicio. Se difunde sólo en idioma español. No da a conocer los objetivos de la secretaría, y no publica el

nombre del titular. No dispone de documentos oficiales e históricos de la institución.

No establece contacto con el usuario a través de un buzón de sugerencias y comentarios y sólo muestra el correo electrónico del Webmaster, que es el proveedor comercial del sitio.

En diseño, es plano y demasiado modesto, en colores blanco y azul. La página de inicio está saturada de ligas hacia documentos no oficiales y un gráfico que es lento para aparecer en la pantalla. No registra fecha de actualización, y no contabiliza las visitas a su sitio. No establece vínculos al exterior a través de ligas.

No destaca enlaces con el Poder Legislativo y a la Cámara de Senadores. Este sitio no contiene apartado para comunicación social.

2.8.- Los sitios web del Poder Legislativo

En este trabajo de análisis de los sitios web del Estado, se incluyen los del Poder Legislativo, conformado por los sitios de la Cámara de Diputados, la de Senadores, que se abordará en el último capítulo y la Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

Es importante el esfuerzo que realizan las dependencias para establecer un sitio de información y de difusión a los usuarios de Internet. Sin embargo, al cambio de las administraciones, la continuidad se rompe y se inician los cambios. Algunos en beneficio del sitio, otros en perjuicio. Depende del manejo coordinado del contenido por parte de comunicólogos y de la parte técnica por el lado de los especialistas en informática. Es evidente cuando no existe dicha coordinación, minimizando la labor del área de comunicación social, reflejándose en la usabilidad del sitio web.

Para abordar los sitios legislativos utilizamos los mismos conceptos y resultó lo siguiente:

CÁMARA DE DIPUTADOS www.camaradediputados.gob.mx

Este sitio web de la Cámara de Diputados inicio en 1995 diseñado por el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey. Estableció desde el inicio, que el contenido de la página estuviera a cargo del área de comunicación social, y el mantenimiento bajo la supervisión del área informática, además de que se incluyera en la estructura administrativa de la Cámara, el responsable del sitio web. Lo que ha perdurado al paso ya de 7 años.

Este sitio no muestra su fecha de inicio. Se difunde sólo en español y se pueden consultar los objetivos de la institución. Da a conocer el nombre de los diputados

integrantes de la legislatura, el directorio de las Comisiones existentes en dicho órgano legislativo, además del directorio de las autoridades administrativas.

Pueden consultarse documentos estadísticos y oficiales. Establece contacto con los usuarios a través de un buzón de sugerencias y comentarios y posee un motor de búsqueda por palabra o tema, para agilizar la consulta de la información.

Su diseño es sobrio y muestra en color verde con fondo blanco, una fotografía del salón de sesiones de la Cámara de Diputados como fondo. Se actualiza diariamente y no registra sus visitas en su página principal. Utiliza las tecnologías de sitio, para captar el audio y el vídeo. Pone a disposición del cibernauta una visita virtual al recinto legislativo y así como la historia del mismo.

En su página inicial tiene 10 iconos de acceso a las páginas que conforman el sitio y que son: Legislación en la materia, la conformación de la Mesa Directiva y de la Junta de Coordinación Política, las fracciones parlamentarias que conforman los grupos parlamentarios y un apartado de comunicación social, entre otras.

Muestra 98 ligas entre los que destaca, el directorio de comunicación social que edita la Presidencia de la República, a organismos nacionales e internacionales, secretarías de Estado, gobiernos estatales, y 60 enlaces de los principales parlamentos del mundo.

Este sitio por haber sido diseñado por los mismos que realizaron la página del Senado de la República, cuenta con liga a la Cámara de Senadores.

En el apartado de comunicación social, la página es amplia. Da a conocer las facultades que confiere la Ley Orgánica del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos en materia de comunicación social. Pone a disposición de los usuarios las ligas a los principales medios de comunicación. También presenta un enlace a los boletines de prensa de 1998 al 2001, un monitoreo de radio y el archivo de las versiones estenográficas de las sesiones legislativas.

La página tiene para consulta los archivos de los informes de gobierno desde el ex presidente Ernesto Zedillo hasta el actual del presidente Vicente Fox. Asimismo está a disposición de los cibernautas, el directorio de los integrantes de la legislatura, las comisiones y las autoridades administrativas de la Cámara de Diputados.

ASAMBLEA LEGISLATIVA DEL DISTRITO FEDERAL www.asambleadf.gob.mx

El sitio de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, tiene su página de inicio en donde eliges la opción, para seleccionar en versión texto o animada la visualización del sitio. Sin embargo, el diseño es sobrio y austero y su contenido es mínimo. No muestra fecha de inicio y actualización. Se difunde sólo en español y da a conocer los objetivos que persigue la Asamblea Legislativa. Se pueden consultar las currículas de los diputados locales que la conforman, ya sea por

partido político, por elección mayoritaria o por circunscripción. También pone a disposición del usuario el directorio de las autoridades administrativas y la historia de la Asamblea Legislativa.

El sitio da a conocer las leyes y reglamentos que rigen al Distrito Federal. Establece contacto a través de un buzón de sugerencias y comentarios.

Respecto al diseño, la versión texto es en colores blanco y negro, y en la animada, es moderna en colores azul, verde y rojo y utiliza gráficos animados que la hacen ver dinámica en el diseño, pero sobria en su contenido. No se apoya en el audio y el video.

En las 134 ligas que posee, enlazan con secretarías de Estado, gobiernos estatales, delegaciones, organismos nacionales e internacionales. Sin embargo, le falta actualizarse, porque hay ligas que ya no existen como el de SECOFI. No mantiene liga con el Poder Legislativo y la Cámara de Senadores.

Por lo que respecta a comunicación social, no tiene apartado alguno, a pesar de contar con una moderna sala de prensa. Nada en la red para la difusión de información.

En la página inicial, se pone a disposición del usuario, las versiones estenográficas de las sesiones de la Asamblea Legislativa.

Después de analizar las páginas web del Estado, podemos concluir que éstas mantienen un espacio dirigido a comunicación social y a la difusión de las actividades de cada Institución. Esta a disposición del usuario de la red, la información del Estado, en la consulta de boletines de prensa, discursos y fotografías para mantener informada a la población y, también, como complemento de las actividades periodísticas.

En este trabajo, se destacó el lugar preponderante de las páginas de comunicación social o difusión para subrayar la importancia de la difusión de la información vía Internet. No obstante la brecha digital existente, es gradual la integración a la consulta de información por la red.

Se dio especial importancia a las ligas al Senado de la República tomando como marco referencial, lo señalado por Steve Jones, en su trabajo denominado "Doing Internet Research"⁷² en el sentido que "un sitio web, tiene aceptación en la medida de sus ligas al exterior o bien los enlaces que tengan otros sitios de él".

⁷² Doing Internet Research, Steve Jones compilador, Saga publications, 1999. Páginas 192,193 y 194.

CAPÍTULO III
Internet y el Senado

3.1.-El Senado de la Republica en la red. Origen y evolución

El sitio web del Senado de la República dio inicio en enero de 1998, bajo la presidencia de la Gran Comisión del Senador, Genovevo Figueroa y el Coordinador General de Comunicación Social del Senado, Néstor Martínez Cristo, encomendando lo concerniente de los preparativos a la Dirección de Publicaciones, siguiendo los pasos de la Cámara de Diputados y del también naciente Sistema Internet de la Presidencia de la República.

Anteriormente, el Senado de la República contaba con una modesta página de Internet, manejada por la Dirección de Informática del entonces Centro de Investigaciones Legislativas del Senado de la República, donde se mostraba el diseño de hojas blancas con tipografía negra y con información únicamente de la historia de la Cámara de Senadores. El dominio en la red permaneció incierto o tenía hospedaje en un servidor anfitrión que se desconoce.

De enero a abril de 1998, el diseño y el mantenimiento de la página se encomendó al equipo de trabajo del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, que dirigió el Dr. Octavio Islas, Fernando Gutiérrez, responsable del sitio en la Cámara de Diputados y Cristina Gómez Ardila, en el piso 9 del edificio de la Torre Caballito.

El contrato original establecía el desarrollo de un diagnóstico-investigación de las necesidades en la materia de la Coordinación de Comunicación Social del Senado, el diseño de las páginas web, la administración, mantenimiento y desarrollo de páginas web, hasta un máximo de 350 páginas mensuales e impartir talleres de capacitación al personal del Senado, en el manejo de herramientas de Internet como WWW, FTP, Usenet, e-mail, Telnet, Internet Relay Chats, entre otros.

El sitio se subió a la red oficialmente el día 28 de abril de 1998, con un servidor central instalado en el edificio albergado por el Senado en Patriotismo 115, planta baja, con un enlace en forma T1 y con los servicios de Internet de la Compañía American Telephone & Telegraph, ATT. El sitio se visualizó con el dominio adquirido www.senado.gob.mx, el cual permanece hasta la fecha (2002).

El sitio contiene un diseño sobrio y funcional en fondo blanco y colores grises y con el grafico en su página principal del salón de sesiones de la Cámara de Senadores. A los lados de la imagen se presentan 10 niveles de acceso en iconos color verde que permiten la entrada a las páginas que conforman el sitio web.

En 1998, cuando la proliferación de los sitios web del gobierno crecía en forma exponencial, el domingo 28 de mayo de 1998, la página fue invadida por un grupo de hackers que se denominan "X-Ploit", insertando en el podium del salón de

sesiones una caricatura de la coneja "Jessica Rabbit" y colocando insultos con tipografía graffiti en las fotografías del sitio.

De la misma manera los archivos del servidor central, fueron dañados e infectados con virus los correos electrónicos asignados a los senadores. La página salió fuera de la red por espacio de un mes, para darle corrección y mantenimiento a los daños perpetuados por los hackers. Se adquirió una firewall ó sistema de seguridad cibernética y se reforzaron las medidas de seguridad para que el proyecto continuara en forma normal.

El inicio de la administración de la página de Internet del Senado de la República, corrió a cargo de la Dirección de Publicaciones de la Coordinación de Comunicación Social del Senado en cuanto a su contenido, coordinándose con las áreas de Apoyo Parlamentario, actualmente Secretaría General de Servicios Parlamentarios y el aspecto técnico a cargo de la Dirección de Informática. Se cumplió el requisito solicitado por el Proyecto Internet del Tecnológico, un comunicólogo administraría el contenido y un técnico en informática el diseño del sitio web senatorial.

Posteriormente vendría el cambio de Legislatura, quedando al frente María de los Ángeles Moreno y en la Coordinación de Comunicación Social del Senado, Luis Ángeles Ángeles, manteniendo el impulso a la página web y difundir su utilización. Se creó un banco de direcciones de los correos electrónicos de los principales

diarios del interior de la República y del DF. Asimismo, direcciones electrónicas de columnistas, además se contó con un estrecho contacto con los sitios de los gobiernos de los estados. De igual forma, se envió información en forma paralela a los medios tradicionales y las citas en los medios web de la página de Internet del Senado crecían.

Sin embargo, en marzo de 1999, se relegó de la administración del sitio a comunicación social, quedando únicamente como proveedor de información en el apartado de comunicación y la administración se formalizó a través de un "Comité Editorial" coordinado por la Oficialía Mayor, actualmente Secretaría General de Servicios Administrativos, Apoyo Parlamentario, actualmente Secretaría General de Servicios Parlamentarios y la Dirección de Informática. La labor de difusión se vio minimizada.

En el año 2001, se modificó la estructura administrativa del Senado y en la línea de mando se estableció una Mesa Directiva y una Junta de Coordinación Política conformada por los líderes de los partidos políticos que integran la Cámara de Senadores. La Coordinación General de Comunicación Social la encabezó, René Hernández Cueto y el nombre de la Dirección de Publicaciones, se modificó por el de Dirección de Medios y Enlace. Continúan las labores en el sitio web del Senado por parte de comunicación social, sin embargo, en los últimos años el sitio y sus páginas han quedado estáticas.

En 3 años han sufrido modificaciones mínimas y las ligas son obsoletas, porque en octubre-noviembre del 2001, todavía permanecía en sus sitios de interés, secretarías como SECOFI, SEMARNAP, SAGAR Y SSA, ya modificadas en su nombre y funciones, además de que algunos enlaces ya no accesan a los sitios señalados, o no corresponden a ellos.

En enero de 2001, el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, dejó de prestar sus servicios a la Cámara de Senadores y se hizo cargo del mantenimiento técnico, la Unidad de Informática, con sede en el edificio de las oficinas del Senado en Patriotismo 115. En el contador de visitas del sitio se inicia una nueva cuenta de visitas: el 24 de enero del 2001. La administración ejecutiva, hasta octubre de 2001, permanecía en la misma forma a través de un "Comité Editorial".

3.2.-Descripción del sitio Web senatorial

El sitio web de la Cámara de Senadores cuenta, en su página principal, con 10 niveles de navegación que se encuentran en iconos color verde a los costados de una fotografía al centro del Salón de Sesiones de la Cámara. Los accesos son:

| | |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| 1- LVIII Legislatura | 6 -Publicaciones |
| 2- Mesa Directiva | 7 -Comunicación Social |
| 3- Junta de Coordinación Política | 8 -Sitios de Interés |
| 4- Legislación | 9- Visita Virtual |
| 5- Hoy en el Senado | 10- Mujeres en la Legislación |

En la parte superior una barra en color verde degradado con la Leyenda del Senado de la República y abajo la palabra "Bienvenido".

En la parte inferior de la misma página de inicio, alrededor de un logotipo estilizado del Senado de la República en la LVIII Legislatura, se tiene seis niveles de acceso a:

| |
|------------------------------|
| Gaceta Parlamentaria |
| Comisión Permanente |
| Comisiones |
| Gaceta Comisión Permanente |
| Última Versión Estenográfica |
| Último Boletín de Prensa |

En la parte más baja de la página, se encuentra el contador de visitas desde el 24 de enero del 2001 y finalmente el icono del buzón de sugerencias y comentarios, además de la dirección y teléfono de la Institución.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Por razones establecidas en el contrato inicial, se mantiene el crédito del Tecnológico de Monterrey en el diseño y desarrollo del sitio.

El diseño es sobrio y no posee interacción con el visitante a la página. Sin embargo, el acceso es ágil, y tiene un aplicación técnica denominada "Apple" al abrir la página que muestra lo más importante que puedes consultar en el sitio.

Se realizó una descripción de las páginas que integran el sitio del Senado. En la parte inferior de cada página se muestra el mapa de sitio de la página de Internet y el crédito de los diseñadores.

LVIII LEGISLATURA.- Referente a la LVIII Legislatura, existe un diseño funcional en colores blanco y gris y la fotografía de la fachada principal del edificio de Xicoténcatl número 9. Así como ligas referentes a la presentación de la página, los antecedentes históricos del Senado, la semblanza curricular de los senadores de la LVIII Legislatura, el Directorio e Integrantes de la Legislatura.

De la misma manera, se lee el directorio de los Grupos Parlamentarios que conforman el Senado, las Comisiones y su integración, así como el directorio de las áreas administrativas y un apartado para todos aquellos que deseen realizar el servicio social en la Institución.

MESA DIRECTIVA:- En esta página se muestra el directorio fotográfico de los integrantes de la Mesa Directiva, sin que se expliquen sus funciones, la característica de su integración que es en forma plural y de acuerdo a la Ley Orgánica del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos.

JUNTA DE COORDINACIÓN POLÍTICA.- En esta página se muestran las fotografías de los integrantes de la Junta de Coordinación Política, sin dar al usuario una explicación, de lo que es esta forma de gobierno en la Cámara, ni como se conforma.

LEGISLACIÓN.- En este apartado con la imagen del mural ubicado en la planta baja del edificio del Senado, denominado "Autores de la Restauración del Senado", obra de Jorge González Camarena, nos muestra 5 ligas a la Legislación Mexicana, el Proceso Legislativo, los Tratados Internacionales y Convenciones Diplomáticas, la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, así como el Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos.

HOY EN EL SENADO.- Ilustrado con la fotografía de los muros laterales del edificio del Senado, denominado "Cubo Artístico", en donde se muestran diversos pasajes de nuestra historia. Ubicado en las escaleras centrales de acceso, al salón de sesiones del Senado de la vieja casona de Xicoténcatl número 9. Destacan 5 ligas a los dictámenes aprobados e iniciativas presentadas; iniciativas

en proceso; el federalismo en la reforma del Estado mexicano y los tratados, convenios y nombramientos diplomáticos ratificados por el Senado de la República durante las LVI y LVII Legislaturas.

PUBLICACIONES.- Esta página es ilustrada con la reproducción tallada en madera del escudo nacional, ubicado en el presidium del salón de sesiones. Hay ligas a las publicaciones del Instituto de Investigaciones Legislativas del Senado de la República, los galardonados con la "Medalla de honor Belisario Domínguez"; una página de la biblioteca de la "Melchor Ocampo" y el apartado de la revista del Senado de la República.

COMUNICACIÓN SOCIAL.- El apartado de la Coordinación General de Comunicación Social, es el más completa del sitio web. Ilustrado por la fotografía del fragmento del mural que representa el Senado de la Antigua República de Tlaxcala, en la época prehispánica, se muestran los enlaces a la síntesis informativa diaria del Senado de la República; el último boletín de prensa, las versiones estenográficas, y un archivo de los boletines de prensa, desde 1998,1999, 2000 y 2001. Asimismo se puede consultar las versiones estenográficas de las sesiones desde 1998,1999,2000 y 2001; el corte fotográfico del día; el directorio de los senadores integrantes de la LVIII Legislatura. También exhibe ligas a los medios con páginas web, y el directorio de comunicación social de la Presidencia de la República, así como algunos columnistas que disponen de correo electrónico.

SITIOS DE INTERES.- Con el mural "creadores de la República y el Senado", obra de Jorge González Camarena, ubicado en el lado izquierdo de la escalera principal de acceso al salón de sesiones, se presentan los enlaces al exterior, como son ligas con el sector público, secretarías de Estado y organismos paraestatales, gobiernos de los estados. Igualmente facilita el vínculo con 66 parlamentos de otras naciones. En septiembre de 2001, se le añadieron ligas con las representaciones diplomáticas y embajadas en el exterior, que se encuentra en el sitio web de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

VISITA VIRTUAL.- Con la ilustración del techo del "Cubo Artístico", que simboliza la pugna del día sobre la noche, de la luz sobre la oscuridad, la lucha entre un águila y un ocelote, se invita a una visita virtual al edificio histórico del Senado, el antiguo Hospital de los Betlemitas, con tecnologías de sitio, en Audio Player de Windows ó Real Player.

La visita es al recinto del Senado, producto del libro editado por el Senado en 1990, "El Recinto del Senado de la República", realizado por los historiadores Patricia Galeana y Lorenzo Meyer del Colegio de México.

MUJERES EN LA LEGISLACIÓN MEXICANA.- Esta página fue realizada en el año 2000, por el parlamento de mujeres de México, y nos muestra información legislativa del género. Con enlaces a la legislación federal, las convenciones internacionales suscritas por México, relativas a las mujeres, la legislación local,

novedades, y un libro de visitas. Además cuenta con un correo electrónico para interactuar con la página.

BUZON ELECTRÓNICO.- Se anuncia virtualmente con un icono modesto en la página principal y con un hipervínculo en el mapa de sitio, sin embargo, no se difunde ni se invita al usuario, a interactuar con el sitio.

En la parte inferior de este apartado, se muestra una ventana desplegable, para seleccionar si el correo electrónico es de consulta, queja, sugerencia. Sin embargo, no especifica como solicitar información al Senado, al Webmaster o a los senadores.

Hasta 1999, existía una oficina de comunicación social, que verificaba el seguimiento de los correos electrónicos. En los cuestionarios aplicados no se especifico el procedimiento de respuesta a los correos electrónicos enviados por los usuarios y sus estadísticas.

Considero fundamental el correo electrónico para conocer los alcances, la utilidad y la justificación de la página de Internet.

En los enlaces inferiores del sitio web del Senado, tenemos:

GACETA PARLAMENTARIA.- Con un fondo del salón de sesiones en marca de agua, se muestra una Gaceta Parlamentaria con información precisa, concisa y actualizada, de las actividades legislativas, de la orden del día en las sesiones y de los temas abordados en la mismas, además, de los dictámenes aprobados.

Ante el reducido manejo de la información de las actividades legislativas, este apartado se ha convertido en el último trimestre del 2001, en punto de apoyo de la información periodística, según una encuesta realizada, para efectos de este trabajo, en octubre de ese año.

GACETA PARLAMENTARIA DE LA COMISIÓN PERMANENTE.- Con la imagen de fondo del edificio administrativo del Senado, localizado en Donceles 14, la Gaceta Parlamentaria de la Comisión Permanente, nos muestra detalladamente las actividades legislativas, en los periodos de receso, en que se nombra la Comisión Permanente del Congreso de la Unión.

COMISION PERMANENTE.- Esta página está ilustrada con un fragmento del mural que alude a los tres momentos cumbres de nuestra historia: La Independencia, la Reforma y la Revolución. Funciona de enero a marzo y de mayo a agosto de cada año. Tiene 2 enlaces que nos lleva al marco jurídico y ofrece una explicación de lo que es la Comisión Permanente.

Considero que debe seguirse el mismo procedimiento en los apartados destinados a la Mesa Directiva y a la Junta de Coordinación Política, localizadas en la página principal.

COMISIONES.- En este apartado de las comisiones auxiliares que conforman la estructura de trabajo del Senado de la República. Destaca los enlaces donde se informa quienes la presiden, como se conforman y donde se ubican físicamente.

De las 49 Comisiones, en el año 2001, sólo dos contaban con página electrónica.

ÚLTIMA VERSIÓN ESTENOGRÁFICA: - En esta página se facilitan las versiones estenográficas de las sesiones del Senado. El documento que se presenta es íntegro, sin ediciones, ni corrección alguna.

ÚLTIMO BOLETÍN DE PRENSA.- En este apartado se muestra para consulta, el último boletín de prensa emitido por la Coordinación General de Comunicación Social.

A partir de Septiembre del 2001, estos últimos apartados se presentan con una herramienta técnica denominada "Apple de Java" que se muestra al abrir la página del Senado. Asimismo, lo más interesante a consultar en el día, y una innovación: el resumen de la sesión y los temas tratados en ella.

3.3.-El sitio web senatorial, en contenido y diseño.

En cuanto a los elementos de contenido y diseño, la página no muestra fecha de actualización, pero si de inicio, siendo ésta el 24 de enero del 2001. Da a conocer los objetivos de la Institución, y el nombre de los senadores integrantes de la LVIII legislatura, además de las comisiones que integran. De la misma forma, se puede consultar, el directorio de las autoridades administrativas, pero no presenta el organigrama de la Cámara. Subraya sus datos históricos en forma sencilla, y no pone a disposición del público documentos oficiales, ni datos estadísticos.

Tiene un buzón de sugerencias para establecer contacto con los usuarios de la red, y aún no integra un motor de búsqueda para agilizar la consulta de información.

El diseño es sobrio, en colores blancos, verde y gris, registra sus visitas al sitio a través de un contador, que en octubre de 2001, visualizaba 317269 hits.

Anteriormente manejaba el audio y el video, sin embargo, en octubre del 2001, estaba fuera de uso. Por lo que respecta a las ligas con el exterior, tiene 96 con el sector central, el paraestatal, los gobiernos de los estados y organismos nacionales. Establece vínculos por medio de las 60 ligas a los parlamentos de otros países.

Con relación a los enlaces, debe actualizarse, porque tiene ligas que son obsoletas, y no aparece la página.

Durante un registro diario de las visitas al sitio web del Senado, durante 5 meses, de junio a octubre del 2001; se contabilizaron 157, 935 hits, lo que dio un acceso mensual a la página de 31587 registros o 1052 visitas diarias. El perfil promedio, del visitante al sitio son los estudiantes de preparatoria o licenciatura, interesados en cursar la carrera de Relaciones Internacionales, por los temas en los que tiene injerencia la Cámara de Senadores.

3.4.-La política de comunicación social en el Senado

Para René Hernández, Coordinador General de Comunicación Social del Senado de la República, la utilización de Internet ha resultado positivo en la difusión de la información de las actividades diarias legislativas.

No obstante, en la presentación de la "Página del Senado de la República en Internet"⁷³ en su sitio web, de sus 350 palabras, sólo dos veces, menciona la palabra Internet y no propone objetivos. Únicamente señala lo mismo que Presidencia de la República en su política comunicacional: Internet, es un esfuerzo de transparencia hacia la sociedad.

⁷³ www.senado.gob.mx/legislatura/docs/presentacion.html

En otra parte del documento electrónico, agrega que "se habla con énfasis y se ejerce la democratización de la información, es decir, todos sin importar origen partidista, debemos tener las mismas oportunidades de acceso a la información".

Se asegura en la presentación del sitio web, que "con la modernización tecnológica se cumple el anhelo de los electores y los legisladores: Tener acceso, sin cortapisa, a la información, a la recopilación de sus leyes y en general al acervo parlamentario y cultural del Senado".

Finaliza estableciendo que "los tres partidos políticos que tienen mayoría en el Senado, ofrecen la presencia del Senado de la República a México y al mundo vía Internet. Un paso más en la democratización de México".

Por otra parte, respecto a los objetivos establecidos en la política de comunicación social, la coordinación encargada, cumple su labor de difusión de las actividades legislativas en " un estricto apego a la integración democrática y plural de la institución a la que sirve, y tiene la responsabilidad de asumir un trabajo ético y profesional, que con sentido republicano y al margen de cualquier tendencia ideológica y partidista de los grupos parlamentarios que integran el Senado, de cuenta, día a día del trascendente trabajo que desarrolla en beneficio de México"⁷⁴

⁷⁴ Política de Comunicación Social del Senado de la República, documento impreso, México octubre del 2001, página 1.

Define en su documento la oficina de comunicación social, que su objetivo primordial es: **“Hacer del conocimiento de la opinión pública a través de los medios de comunicación, la información institucional derivada de los trabajos discutidos y consensuados en las Comisiones; así como de los asuntos que conoce y vota el Pleno de la Cámara de Senadores”**.⁷⁵

La política de comunicación social que se lleva a cabo en el 2001, se realiza en tres vertientes: **Información, Difusión y Publicaciones**.

En lo que respecta a la Información: Se establecen los lineamientos para que se atienda la información oficial que generan las comisiones y el pleno, así como los compromisos institucionales adicionales, como conferencias de prensa, foros de consulta y reuniones interparlamentarias, además de propiciar entrevistas a los Senadores en prensa, radio y televisión, respecto a temas de interés.

En el rubro de Difusión: Se propician espacios para dar a conocer contenidos de interés para la Institución, buscando siempre la proyección equilibrada del trabajo parlamentario.

Por lo que concierne a las Publicaciones: Se edita la Gaceta Parlamentaria y contenidos diversos, emanados del trabajo en comisiones; ordenamientos

⁷⁵ Opus citus, página 2

jurídicos y piezas diversas como carteles y folletos en apoyo al desempeño Institucional.

No obstante que en los objetivos definidos en la política de comunicación social del Senado de la República, no se considera la difusión vía Internet, en la práctica su utilización e impulso, está funcionando a través de una estructura administrativa específica.

3.5.-La difusión de comunicación social del Senado por Internet.

La difusión por Internet en la Cámara de Senadores, ha generado acciones tendientes para difundir la información de la institución por la red.

En 1999, se efectuó la modernización de la sala de prensa del Senado, acondicionando a cada periodista que cubre la fuente de la Cámara de Senadores, de equipo de cómputo y cuentas de correo electrónico a su disposición para que se les facilitara el trabajo y envío de información a sus medios de comunicación.

Paralela a subir la información periodística en el sitio web del Senado, se impulsó la digitalización de la información, en todos sus ámbitos, entregándose por las dos vías, en impreso o en disquete. Se buscó el acceder a audio boletines y a vídeo boletines de prensa, para que los medios de comunicación del interior de la

República hicieran uso de ellos, sin embargo, la falta de utilización y aprovechamiento de las tecnologías de sitio, frustraron el intento.

También se solicitó la colaboración con la Dirección General de Servicios y Computo Académico, DGSCA, de la UNAM, para la transmisión en tiempo real de las sesiones del Senado de la República, de igual manera que se realiza en los sitios web de España, Estados Unidos, Italia y Francia, sin embargo, la falta de visión en materia de comunicación por parte de las autoridades administrativas, lo impidieron. Se realizó la demostración en la sala de prensa del Senado, con costos económicos mínimos y amplios beneficios en todos los aspectos, pero no fructificó la alianza, Senado-UNAM.

Debemos reconocer la adaptación de los reporteros a la utilización de las nuevas tecnologías al trabajo periodístico. Gradualmente de 1998 a 2001, se han integrado totalmente al uso de la computadora y la digitalización de la información, así como a la consulta de datos vía la web y en algunos casos en el envío de datos y notas a sus medios de comunicación.⁷⁶

La modernización de la sala de prensa ha optimizado el trabajo de los periodistas, en el sentido de que al elaborar una nota tienen a su disposición, los archivos o antecedentes o los archivos de sus notas publicadas, a través de Internet. Es sustancial la optimización de su trabajo al facilitar el envío de información a través

⁷⁶ Encuesta realizada a los periodistas de la fuente en septiembre-octubre de 2001

del correo electrónico, sobre todo en los casos en los que tienen que cubrir una gran cantidad de eventos.

En entrevistas⁷⁷ a René Hernández y Guillermo Macías, en octubre de 2001, Coordinador General de Comunicación Social y Subdirector de Medios de Enlace del Senado, respectivamente, se aclara que "pese a que no esta oficialmente en sus lineamientos, ya en la práctica tienen como objetivo comunicar a los usuarios de la web, especialmente a los jóvenes, las actividades que se realizan en el Senado de la República, las funciones y atribuciones y las gestiones que realizan los senadores".

Consideran primordial el envío de información vía Internet a los medios del interior de la República, que son pequeños, porque al no tener recursos para el envío y mantenimiento de correspondientes en la ciudad de México, reciben la información del sitio web o de los boletines que distribuye periódicamente comunicación social.

En la Coordinación de Comunicación Social, están seguros de la utilidad de la Página de Internet del Senado, para la difusión de la Información, y gradualmente los reporteros y el público interesado, poco a poco visita el sitio para consultar la información a su alcance.

⁷⁷ Entrevista realizada al responsable de la subdirección de medios cibernéticos y al Coordinador general de Comunicación Social, Lic. Guillermo Macías, y René Hernández Cueto, respectivamente., 3 de Octubre del 2001.

La utilidad del sitio web del Senado de la República es amplia y se incrementa en forma constante. Sin embargo, debe actualizarse y realizar un óptimo desarrollo en el aprovechamiento de las nuevas tecnologías. Una capacitación constante al personal que labora en el área de comunicación social, una eficiente administración del sitio web del Senado y sobre todo la decisiva participación del área de comunicación social en la administración del sitio, para canalizar las necesidades de los periodistas o del público ávido en información de las actividades del Senado de la República.

La digitalización de la información del Estado, no podría quedarse a la zaga con la llegada de Internet y específicamente de la web como una herramienta de difusión, nacional e internacionalmente. También el quehacer periodístico se ha transformado. En el año 2001, el uso de Internet se ha generalizado, las páginas web son ya citadas como marcos de referencia en trabajos de investigación, notas periodísticas o libros, de la misma forma que se hace con citas bibliográficas o hemerográficas. En el futuro para un ciberperiodista existirá un ciberoficina de prensa. Difícil Pensarlo hace 5 años.

3.6.-La utilidad del sitio web del Senado, para los periodistas de la fuente política.

Para el periodista que cubre la fuente política del Senado de la República, es evidente la utilidad del sitio web de la Cámara. Lo mismo les sirve para confirmar

un dato o para corroborar una intervención y hasta obtener la fotografía del día. Navegar por los medios de comunicación o los parlamentos del mundo. Sin restar importancia para aquellos que no les sirve para algo útil o sólo curiosarse, debido al rechazo tecnológico que les causa la integración al ambiente Internet.

Durante la realización de entrevistas de observación participante con los periodistas que diariamente cubren la fuente del Senado, así como el llenado en forma personal de cuestionarios elaborados para este trabajo, en los meses de octubre y noviembre de 2001, se dieron resultados como los siguientes:

El 90 por ciento de los 40 periodistas que cubren la fuente del Senado manifestaron que si utilizan la página web como referencia en el desempeño de su trabajo periodístico. Un 10 por ciento restante no le interesa, sin embargo la visita. Todos utilizan el correo electrónico, para enviar y solicitar información.

Respecto al material informativo necesario para el desempeño de su trabajo periodístico, el 96 por ciento solicita las iniciativas de ley para apoyar sus notas. Entre las peticiones se encuentran, la Ley Indígena o la Nueva Hacienda Pública Redistributiva. También requieren de la agenda del día o la publicación de entrevistas con los presidentes de comisiones o de la Mesa Directiva o , la Junta de Coordinación Política, para conocer su posición respecto a los problemas nacionales que se van presentando.

Los periodistas piden que se den a conocer los eventos de la semana, las posturas de los partidos políticos a través de sus representantes en el Senado, en temas diversos como la guerra en Afganistán, la actitud del Canciller en el caso de las relaciones con Cuba; la solicitud de modificaciones a la Ley Indígena.

Los reporteros requieren igualmente la publicación de los dictámenes aprobados, y una mayor difusión de los reglamentos que rigen a la Cámara, así como los procedimientos legislativos. De la misma forma, consideran necesario subir a la página de Internet, una excelente síntesis informativa, para consultar las notas del día.

En cuanto a la utilidad de la página en la difusión de la información del Senado de la República, el 100 por ciento estuvo de acuerdo, por las siguientes razones:

- Porque es accesible desde cualquier parte del mundo,
- Porque Internet ahora es básico en el trabajo periodístico,
- Además de consulta se pueden enviar datos a la redacción,
- Puede ser consultado por todos,
- Porque es un medio de difusión,
- Porque el correo electrónico facilita mucho el trabajo,
- Porque precisa datos,
- Es de fácil acceso,
- Es una buena fuente de consulta, al no poder cubrir la información,

-
- Provoca mayor difusión de las labores del Senado,
 - Es una herramienta con múltiples posibilidades para el manejo informativo,
 - Agiliza el trabajo de la sala de prensa y los reporteros.
 - Aún cuando no se ha desarrollado la cultura de Internet y la población no tiene acceso por falta de recursos económicos, es útil en la difusión de información.

Consultar un medio de difusión, como Internet, es complejo, sabemos que en nuestro país existe una brecha digital considerable, no obstante, considero que Internet puede ser una herramienta alterna, para la difusión en la comunicación social del Estado.

Cada medio de comunicación tiene su espacio ganado y su historia es sólida. En este trabajo de investigación se pretende reconocer un nuevo medio que ha permitido una mayor difusión de la información, y en particular, el Estado ha hecho uso de esta herramienta. Se explicó las características, los usos y las limitaciones de Internet, por ello, considero también, que el uso de esta herramienta se complementa y fortalece con los medios ya existentes. La historia nos demuestra que no ha surgido un nuevo medio para surgir otro. La prensa primero, la radio, después y finalmente la televisión. Pronosticaron que se acabaría el cine, los libros y los periódicos. Lo mismo sucede con Internet. La historia ha demostrado la complementariedad de los medios de comunicación.

Internet es un nuevo medio de difusión, que llega a amplios sectores de la población, sin embargo, dista aún de ser un medio de masas. En el caso que nos ocupa, el Estado mexicano ha utilizado un recurso tecnológico que es útil para difundir sus actividades y que le ha dado resultados a tal grado que ya esta incluido en sus programas de desarrollo y gobierno. Ya se como forma de transparencia en las relación Estado-Sociedad o en la difusión de la información.

En el Senado de la República, el proyecto surgió como una inercia en el ámbito gubernamental de los sitios web del Estado. En 1998, las secretarías de Estado, los gobiernos estatales, los poderes Legislativo y Judicial incursionaron en la web, todos están en Internet. Aprovechar al máximo los recursos tecnológicos innovadores existentes es el reto.

El sitio web del Senado de la República es necesario actualizarlo, para impulsar aún más la utilidad de la difusión de la información, la información de las funciones que tiene la Cámara de Senadores y proponer la transparencia de las acciones de los legisladores. Legislar con responsabilidad. Cumplir con la función social de la Cámara: Legislar a favor de los sectores más necesitados y en beneficio de la nación. Es imperativo desterrar el estereotipo del legislador "con línea" e irresponsable. Una de alas acciones es la transparencia y la difusión de sus actividades. Las nuevas tecnologías están al alcance.

Por otra parte, se requiere de la coordinación entre contenido-diseño en el aprovechamiento de la página web de la Cámara de Senadores. Con un sitio funcional se han cumplido los objetivos. Sin embargo, necesario el aprovechamiento de los recursos existentes y elevar la calidad del sitio, para estar a la altura de los sitios web de los Senados de Brasil, el más completo, de Francia, muy interactivo, de Italia, en contacto con sus legisladores. No se requiere mayor inversión económica, sino creatividad. Los recursos ya existen.

En el año 2001, se percibe un alto en el camino en el sitio del Senado, incluso en el Sistema Internet de la Presidencia que comenzó su gestión con muchos bríos, sin embargo cumplir con el objetivo de hacer transparente la gestión del Estado, informar a la sociedad y difundir la información, es obligación de quienes tienen la responsabilidad de servir. Debe seguir impulsando el uso de Internet.

Una página moderna, funcional, con un sustancioso contenido, y un diseño ágil, coadyuvaría al cumplimiento de los objetivos trazados en la Política de Comunicación Social del Senado de la República, por ello se establecen las bases para realizar las siguientes propuestas al sitio.

3.7.-Perspectivas del sitio web de la Cámara de Senadores

Según las perspectivas oficiales, el sitio web de la Cámara de Senadores tiende a modernizarse y a insertar un motor de búsqueda en el que ya sea por palabras,

temas o fechas, se pueda acceder a la información generada por las actividades legislativas del Senado.

Se pretende incluir las demandas de iniciativas de Ley, dictámenes aprobados y Tratados internacionales celebrados por México con el Mundo. Se buscará una mayor agilidad en la información que se disponga y una actualización más periódica y constante.

El sitio web del Senado, esta incluido en la reorganización administrativa que se lleva a cabo en la institución, pero debe cumplirse. Pasar de las promesas a los hechos. Los partidos políticos en el Senado, han rebasado en la publicación de sus sitios web a la página oficial. Cuentan con mayores recursos interactivos, con los mismos recursos económicos.

3.8.-Propuestas

En el sitio del Senado de la República es urgente y de vital necesidad, la modernización del diseño y recursos tecnológicos que impulsen la interacción con la misma. Es decir, colocar encuestas de opinión, chats de carácter periodístico, con senadores e inyectarle dinamismo al correo electrónico.

También se requiere la colocación de información de actualidad e interés, como son las leyes que están a discusión o las que ya se aprobaron. Asimismo se

sugiere la colocación visible de la agenda del día de las sesiones de la Cámara, que ya se encuentra en la Gaceta Parlamentaria, esta demasiado escondida para consultarla.

Ejemplo de la importancia de la información lo constituyó la aprobación de la Ley Indígena en el Senado el 21 de marzo del 2001 y no existía ni siquiera la versión preliminar de la misma. Contrariamente la Nueva Hacienda Pública Redistributiva, estaba en los sitios web de la Presidencia, Hacienda, y el portal Precisa, en versiones texto y Power Point, no encontrándose en los sitios web ni en Cámara de Diputados, ni en la de Senadores, instancias facultadas para su discusión y aprobación.

Se sugiere la difusión de la página en los otros medios tradicionales y la transmisión en tiempo real de las sesiones legislativas.

Los sitios web de los Senados de Brasil, Francia, España, Estados Unidos e Italia, nos dan un marco de acción, es por ello que se sugiere la explicación de las funciones y el marco jurídico de las Mesa Directiva y de la Junta de Coordinación Política, además de su integración. De igual forma una pequeña presentación, del presidente del Senado en turno.

CONCLUSIONES GENERALES

En el presente trabajo de investigación se fundamenta en la tesis de que la utilización de la página de Internet del Senado de la República en forma eficaz y como auxiliar en el trabajo de los periodistas que cubren la fuente política, *incrementará la difusión de información en la red y fortalecerá el cumplimiento de las políticas y estrategias de comunicación social de la Institución.*

Además, el uso óptimo de la infraestructura tecnológica con que cuenta la institución facilitará y mejorará la generación y distribución de la información generada producto de las actividades del Senado de la República.

Generando las siguientes conclusiones:

- A. Que el uso de la página de Internet del Senado de la República, agiliza y facilita el trabajo periodístico de los reporteros que cubren la fuente de la Cámara de Senadores.
- B. Que el sitio Web es útil y eficaz para la difusión de la información de la comunicación social del Estado.
- C. Que producto de lo anterior, todas las dependencias del Estado, cuentan con un sitio web como coadyuvante a la difusión de su información y al desarrollo de la implementación de sus políticas de comunicación social.

-
- D. Que en la política de comunicación social del Estado mexicano, ya incluye la difusión vía Internet como acciones tendientes a la transparencia y a la difusión informativa con la sociedad.
- E. Que en el Senado de la República, se intensifican acciones vía Internet, para acceder a los sectores informáticos, que aunque son pocos, crecen gradualmente.
- F. Que al igual que los periodistas al adaptarse a las nuevas tecnologías, las oficinas de prensa del Estado mexicano se integran gradualmente al uso y difusión de información a través de la red.
- G. Que Internet, con sus características, sus usos y alcances es un importante medio de difusión y sigue en proceso para convergir en un medio de comunicación.
- H. Que la utilidad de un sitio web, reside esencialmente en un diseño funcional y moderno, sencillo y ágil, al alcance de todos y un contenido de interés y de calidad que sirva como marco de referencia a la sociedad.
- I. Que es indispensable la simbiosis comunicación-informática en la administración de un sitio web, para conjuntar los alcances y habilidades comunicacionales con los recursos técnicos.
- J. Que la utilización de Internet como herramienta de difusión en la comunicación social del Estado, es positiva y se incrementa gradualmente, como una acción coadyuvante en el logro del cumplimiento de las metas en materia de difusión y comunicación social.

Es evidente la utilidad de los sitios web del Estado mexicano, y específicamente del Senado de la República, en el cumplimiento de los objetivos previstos en sus políticas de comunicación social. Muestra de ello es la modificación de sus políticas comunicativas y sus estructuras administrativas, además del impulso y difusión que se ha dado a los sitios web.

Asimismo, es evidente la aceptación de las fuentes de información de Internet, denominadas cibergrafías, en las notas periodísticas o trabajos de investigación. Es notable en el quehacer periodístico que, además de checar la fuente, los boletines de prensa y las actividades de la institución, verifican la página de Internet para buscar información de primera mano. Por ello, Internet es utilizada como herramienta auxiliar en la difusión de la información del Estado.

La transparencia y el acceso a la información son dos de las premisas que intentar cumplir actualmente el uso de la web en los sitios del Estado mexicano. La difusión de información será otros de los puntos a prever. Esa es la razón de este trabajo.

BIBLIOGRAFÍA.

- Armañanzas Emy, Díaz Noci Javier y Meso Koldo. "El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio". Editorial Ariel Comunicación. España, 1996.
- Bobbio Norberto." El Estado, Gobierno y Sociedad. Por una Teoría General de la Política". Editorial Fondo de Cultura Económica. México, 1884.
- Castells Manuel. "La era de la información. La sociedad red. Volumen I. Editorial Siglo XXI. México, 1999.
- _____"La era de la información. El poder de la identidad. Volumen II. Editorial Siglo XXI. México, 1999.
- CONEICC. "Anuario de Investigación de la Comunicación. Universidad Iberoamericana. México, 1999.
- Davis Richard. "The Web on the politics. The Internet impact on the American Political System". Editorial Oxford University Press. Estados Unidos, 1999.
- Echeverría Javier. "Telepólis y el tercer entorno". Editorial Destino. España, 2000.
- Flores Olea Víctor y Gaspar de Alba Rosa Elena. "Internet y la revolución cibernética". Editorial Océano. México, 1997.
- Islas Carmona Octavio y Gutiérrez Fernando. "Internet, el medio inteligente". Editorial Patria. México, 2000.
- _____."Temario de curso avanzado de Internet". Maestría en Comunicación, Proyecto Internet del Instituto

Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México. México, 1997.

- Jones Steve. "Doing Internet Research". Editorial Saga. Estados Unidos, 1999.
- Kaplan Marcos. "Estado y Sociedad". Editado por la Universidad Nacional Autónoma de México. México, 1987.
- Leer Anne. " La visión de los líderes en la era digital". Editorial Prentice Hall. México, 2001.
- Martín Serrano Manuel. "La producción social de la comunicación". Editorial Alianza. España, 1994.
- Mattelart Armand. "La comunicación mundo". Editorial Siglo XXI. México, 1996.
- Miége Bernard. "El pensamiento comunicacional". Editado por la Universidad Iberoamericana. México, 2000.
- Moragas Miquel de. "Teorías de la comunicación". Editorial Gustavo Gili. España, 1981.
- Nora Simón y Minc Alain. "La informatización de la sociedad". Editorial Fondo de Cultura Económica. México, 1992.
- Trejo Delarbre Raúl. "La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes". Editorial Diana. México, 1996.
- Wolton Dominique. "Internet y ¿Después?". Editorial Gedisa. México, 2000.

-
- _____ "Sobrevivir a Internet. Conversaciones con Oliver Jay".
Editorial Gedisa. México 2000.

CIBERGRAFIAS

- Algunos apuntes para discutir en México la red de redes, en la página www.arnal.es/cys
- ¹ Breve Historia de la World Wide Web.
<http://html.conclase.net/articulos/historia> y
http://ei.cs.vt.edu/~wwwbtb/book/chap1/web_hist.html History of the World Wide Web
- Estadísticas de usuarios de Internet en México por NUA
www.nua.ie/surveys/how_many_online/s_america.html
- Forum hacia el 2004. La sociedad de la comunicación. Miquel de Moragas
www.blues.uab.es/incom/2004/cas/marcas2-1.html.
- JCK Licklider, ver página:
<http://cerebro.cem.itesm.mx/publicaciones/articulos/intimc.html>
- La Política de Comunicación del Nuevo Gobierno
www.presidencia.gob.mx/?Orden=Leer&Tipo=PP&Art=68
- NIC-México
www.nic.mx/nic/plsql/nic_Estadistica_Crecimiento.nic_Estadistica_General?h_accion=1
- Página de Estadísticas informáticas INEGI:
www.inegi.gob.mx/informatica/espanol/informatica.html
www.inegi.gob.mx/informática/espanol/estadisticas/ecomer/gusunet.html
- Página de Presentación del sitio web del Senado:
www.senado.gob.mx/legislatura/docs/presentacion.html
- Página de E-méxico: www.e-gobierno.gob.mx y www.sct.gob.mx
- Página de la NIC-México: <ftp://ftp.nic.mx/pub/history.txt> y <http://www.nic-mexico.com.mx>

-
- Razón y Palabra: www.razonypalabra.org.mx y
 - Senado de la República www.senado.gob.mx
 - <http://www.cerebro.cem.itesm.mx/publicaciones/articulos/intimc.html>
 - Una década de Internet en México, Revista Mexicana de la Comunicación, No. 56. Octavio Islas y Fernando Gutiérrez
www.fundaciónbuendía.org.mx/rmc/rmc56/internet.html
 - Revista Mexicana de la Comunicación Número 55 Octavio Islas, Fernando Gutiérrez y Leonardo Peralta <http://www.razonypalabra.org.mx/>
-

REFERENCIAS HEMEROGRÁFICAS:

- Diario "La Jornada". Entrevista con Martha Sahagún. 31 de mayo de 2001, página 3.
- Revista Mexicana De la Comunicación, Número 55. "Edición especial sobre medios e Internet". Fundación Manuel Buendía. México 2000.
- Revista Mexicana de la Comunicación, No. 56. "Una década de Internet en México". Fundación Manuel Buendía. México, 2000.
- Revista Nexos, número 274. "El abismo digital", Delia Covi. Editorial Vuelta. México, septiembre 2000.
- Revista Etcétera. "La comunicación social del nuevo gobierno". Raúl Trejo Delarbre. México, diciembre de 2000.
- Revista Milenio, Entrevista con Martha Sahagún. Ciro Gómez Leyva, 30 abril de 2001, páginas 28 y 29
- Revista Mundo Internet. "Fox en la red". Entrevista a Alberto Bolaños. Cuauhtémoc Valdiosera. México, Abril 2001, página 36.

DOCUMENTOS VARIOS:

- “La Política de Comunicación Social del Senado de la República”, versión fotostática, Cámara de Senadores. México, octubre del 2001.página 1.

CUESTIONARIOS Y ENTREVISTAS DE OBSERVACIÓN PARTICIPANTE EN EL SENADO DE LA REPÚBLICA

- Cuestionario aplicado a los periodistas de la fuente en septiembre-octubre de 2001. Sala de prensa de la Cámara de Senadores.
 - Entrevistas realizada al responsable de la subdirección de medios cibernéticos y al Coordinador General de Comunicación Social, Lic. Guillermo Macías y Rene Hernández Cueto, respectivamente, Octubre del 2001.
-

ANEXOS METODOLÓGICOS

ANEXO NÚMERO 1.- FORMATO PARA ANÁLISIS DE PÁGINAS WEB, CON BASE EN SU CONTENIDO.

| Secretaría De Estado | Fecha De Inicio | Idiomas | Objetivos | Nombre De Autoridades | Datos Estadísticos | Datos Históricos | Prensa Y Com. Social | Documentos Oficiales | Buzón De Sugerencias |
|----------------------|-----------------|---------|-----------|-----------------------|--------------------|------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1PRESIDENCIA | SI | I/E/F | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 2GOBERNACIÓN | NO | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 3SRE | NO | I/E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 4SHCP | 1-ENE-2000 | I/E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 5SEDESOL | NO | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 6SEMARNAT | NO | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 7SENERGIA | NO | I/E | SI | SI | SI | NO | SI | NO | SI |
| 8SAGARPA | NO | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 9SECONOMIA | NO | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 10SCT | 1-JUN-99 | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 11SECODAM | NO | E | SI | NO | NO | NO | NO | SI | SI |
| 12SEP | NO | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 13SS | NO | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 14STPS | NO | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 15SRA | 12-FEB-01 | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 16SEDENA | NO | E | SI | SI | SI | SI | NO | NO | SI |
| 17SMARINA | 10-MAR-01 | E | SI | SI | SI | SI | SI | NO | SI |
| 18PGR | 1-ABR-97 | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 19TURISMO | NO | E | NO | SI | SI | NO | NO | NO | NO |
| 20DIPUTADOS | NO | E | SI | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 21ASAMBLEA | NO | E | SI | SI | SI | SI | SI | NO | SI |
| 22 SENADO | 28-AB-98 | E | SI | SI | NO | MINIMO | SI | SI | SI |

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ANEXO NÚMERO 2.-FORMATO PARA ANÁLISIS DE PÁGINAS WEB, CON BASE EN SU DISEÑO

| Secretaría De Estado / Legislativo | Última Fecha De Renovación | Contadores | Gráficos | Ligas Con Otras Instituciones | Audio /video | Organigramas | Multi-media | Tipo de diseño |
|------------------------------------|----------------------------|------------|----------|-------------------------------|--------------|--------------|-------------|-----------------------|
| 1PRESIDENCIA | DIARIO | NO | SI | SI | SI | SI | SI | Funcional / moderno |
| 2GOBERNACION | DIARIO | NO | SI | SI | SI | SI | SI | Funcional/ moderno |
| 3SRE | DIARIO | NO | SI | SI | SI | SI | SI | Funcional / sobrio |
| 4SHCP | DIARIO | 3369717 | SI | SI | NO | SI | SI | Funcional / sobrio |
| 5SEDESOL | DIARIO | NO | SI | SI | NO | SI | SI | Funcional / moderno |
| 6SEMARNAT | DIARIO | NO | SI | SI | NO | SI | SI | Sobrio |
| 7SENERGIA | DIARIO | NO | SI | SI | NO | SI | NO | Sobrio |
| 8SAGARPA | DIARIO | 9516 | SI | SI | NO | SI | SI | Sobrio |
| 9SECONOMIA | DIARIO | NO | SI | SI | NO | SI | SI | Funcional / moderno |
| 10SCT | DIARIO | 640071 | SI | SI | NO | SI | SI | Funcional / moderno |
| 11SECODAM | DIARIO | NO | SI | SI | NO | SI | SI | Sobrio |
| 12SEP | NO | NO | SI | SI | NO | SI | SI | Funcional / moderno |
| 13SS | DIARIO | NO | SI | SI | NO | SI | SI | Funcional / moderno |
| 14STPS | DIARIO | NO | SI | SI | NO | SI | SI | Funcional / moderno |
| 15SRA | DIARIO | 84645 | SI | SI | NO | SI | SI | Sobrio |
| 16SEDENA | NO | NO | SI | SI | NO | SI | SI | Sobrio |
| 17SMARINA | DIARIO | 65388 | SI | SI | SI | SI | SI | Moderno / interactivo |
| 18PGR | DIARIO | 941353 | SI | SI | NO | SI | SI | Funcional |
| 19 TURISMO | NO | NO | NO | SI | NO | NO | NO | Plano |
| 20DIPUTADOS | DIARIO | NO | SI | SI | NO | SI | NO | Funcional |
| 21ASAMBLEA | NO | NO | SI | SI | NO | SI | SI | Sobrio |
| 22SENADO | NO | 317219 | SI | SI | NO | SI | NO | Funcional |

ANEXO NÚMERO 3.-GUÍA DE CUESTIONARIO PARA LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

NOMBRE: _____

CARGO: _____

1. Cuales son los objetivos de la Política de Comunicación Social del Senado de la República.
2. En materia de Internet, cuales son las metas y objetivos
3. Considera que Internet pueda ser auxiliar en la difusión de información de las oficinas de prensa, concretamente del Senado.

¿Por qué?

4. Considera a la Página de Internet del Senado, como útil en la difusión de la información.

¿Por qué?

5. Considera que la modernización de la sala de prensa del Senado, ha optimizado el trabajo de los periodistas

¿Por qué?

6. Existe una mejor y mayor difusión de la información con las nuevas tecnologías o resulta igual que con las formas tradicionales

¿Por qué?

7. En el desempeño periodístico en la sala de prensa , existe resistencia o adaptación al uso de Internet como auxiliar en la difusión de información

¿Por qué?

8. Respecto a la página de Internet, cree que le sea útil a los periodistas para acopiar información de las actividades senatoriales.

9. Desde el punto de vista de comunicación social, que le haría falta a la página de Internet, para que pudiera convertirse en fuente de información en el trabajo de los periodistas.

10.-¿Existe capacitación técnica y periodística al personal encargado de la página por parte de su área y a los periodistas, en el uso de nuevas tecnologías?
¿De que forma?

11.-Cuales son las perspectivas de la página de Internet del Senado .

-----ooo0ooo-----

**ANEXO NÚMERO 4.-GUÍA DE CUESTIONARIO PARA PERIODISTAS QUE
CUBREN LA FUENTE DEL SENADO DE LA REPUBLICA**

NOMBRE: _____

MEDIO: _____

¿CUÁLES HERRAMIENTAS DE INTERNET UTILIZA?

CORREO ELECTRÓNICO _____
TRANSFERENCIA DE ARCHIVOS _____
IMÁGENES _____
SONIDOS _____
CHAT _____
OTRAS _____

¿UTILIZA LA PAGINA DE INTERNET DEL SENADO, COMO REFERENCIA EN
EL DESEMPEÑO DE SU TRABAJO PERIODÍSTICO? SI _____ NO _____
¿POR QUÉ?

¿QUÉ INFORMACIÓN CONSIDERA NECESARIA EN LA PÁGINA DE
INTERNET DEL SENADO, QUE PUEDA SER ÚTIL EN EL TRABAJO
PERIODÍSTICO?

¿ COMO CONSIDERA LA SALA DE PRENSA DEL SENADO? :
MODERNA _____ OBSOLETA _____ ¿POR QUÉ?

5.-¿CONSIDERA QUE INTERNET PUEDE SER UTIL EN LA DIFUSIÓN DE
INFORMACIÓN DEL SENADO DE LA REPUBLICA?
SI _____ NO _____ ¿POR QUÉ?

**ANEXO NÚMERO 5.-GUÍA DE CUESTIONARIO PARA EL RESPONSABLE
TÉCNICO DE LA PÁGINA DE INTERNET DEL SENADO**

NOMBRE _____

CARGO _____

¿Cuál es la política editorial y técnica del mantenimiento de la Página de Internet?

¿Cuántas visitas registra diario y/o mensualmente?

¿Cuál es la página del sitio del Senado más visitada?

¿Cuál es el perfil promedio del visitante al sitio web del Senado?

¿Quién decide la información que debe ser subida a la página y bajo que parámetros?

¿Con que periodicidad se actualiza?

¿Existe coordinación con el Sistema Internet de la Presidencia, para actualizaciones técnicas o políticas?

¿Existe capacitación permanente al personal técnico para el mantenimiento de la página? Sí____ No____ ¿de qué tipo?

¿Cuántas personas y que especialidad tienen quienes realizan el mantenimiento de la página del Senado?

¿Qué áreas intervienen en la entrega de la información?

¿Qué perspectivas tiene la Página del Senado, en materia técnica?

¿Considera necesaria alguna actualización de diseño y contenido?
Sí____ No____ ¿de qué tipo?