



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA
ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN
McALEN, TEXAS, E.U.A.**

**TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN
CON ESPECIALIDAD
EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

PRESENTA:

CAROLINA COBOS MERÁZ

DIRECTORA: DRA. FRANCISCA ROBLES



CIUDAD UNIVERSITARIA.

MÉXICO, 2008



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Le doy gracias a Dios por permitirme cerrar este círculo para disfrutar los caminos trazados y construir nuevos.

Este sueño convertido en realidad te lo dedico a ti mami

Adela Meráz Zepeda

Gracias por ser madre, padre y amiga. Y por tu ánimo a seguir siempre adelante y estar en movimiento, nunca detenerse, y sobreponer la verdad ante todo.

Papi: por tu ánimo de ser mejores cada día

A mis hermanos: Porque no existen ni existirán distancias o personas para separarnos y son uno de mis regalos que me ha dado la vida.

Jimmy: por tu corazón imbatible, paciencia, lealtad, fortaleza, por ser el soporte de muchos sueños.

César, Najshom: desde niños siempre hemos sido cómplices y amigos. Y esto es un reflejo de lo que tus palabras han motivado. Sigues tú hermanito.

A Elaine, Paola, Juan Carlos, Eric, Vardhini, José Luis, Sophie, Davis, Nubia, Héctor, Jonathan, Fer, Karla, Anatol, por su cariño, amistad, apoyo y ser parte de mi vida y mis recuerdos.

Al Maestro y amigo Efraín Pérez Espino, quien me motivo a irme a McAllen y ahora a China. Gracias.

Al Profesor Carlos León Molina, quién con sus clases de Geopolítica hizo que me interesara el mundo y la comunicación que en ella se da.

Al Profesor Guillermo Tenorio siempre exigente y dispuesto.

A la Maestra y amiga Francisca Robles por ser la guía de este proyecto y animarme a continuar y no detenerme hasta llegar para volver a partir.

INDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMUNICACIÓN EXTERNA	5
1.1 Tipos de Organización	6
1.2 Tipos de públicos	7
1.3 Comunicación Organizacional	9
1.4 Comunicación Externa y Relaciones Públicas	11
1.5 Tecnologías de la información	16
CAPITULO 2. CONSULADO DE CARRERA DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.	21
2.1 Antecedentes	22
2.2 Misión y Visión	24
2.3.2 Objetivos y Funciones	26
CAPITULO 3. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DEL CONSULADO DE CARRERA DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.	31
3.1 Análisis del Entorno	32
3.1.1 Geográfico	32
3.1.2 Demográfico	32
3.1.3 Social	34
3.1.4 Legal	34
3.1.5 Económico	39
3.1.6 Político	42
3.1.7 Cultural, educativo y asuntos comunitarios	44
3.1.8 Medios de Comunicación	47
3.1.9 Público Asistente	49
3.2 Análisis FODA	49
3.3 Cuestionario	53

CAPITULO 4.	
PLANEACIÓN DE LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN	55
4.1 Objetivo	56
4.2 Tiempo	58
4.3 Recursos	58
4.3.1 Preliminares	58
4.3.2 Humanos	59
4.3.3 Materiales	60
4.3.4 Tecnológicos	60
4.4 Medios y mensajes de difusión	64
4.4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS	64
4.4.1.1 Prensa	65
4.5.1.1.1 Alcances	65
4.5.1.1.2 Límites	66
4.4.1.2 Radio	66
4.4.1.2.1 Alcances	67
4.5.1.2.2 Límites	69
4.4.1.3 Televisión	69
4.4.1.3.1 Alcances	70
4.5.1.3.2 Límites	70
4.5 Alcances de proyecto	71
4.6 Costo	72
4.7 Calendarización de actividades/programa de trabajo	72
CONCLUSIONES	75
ANEXOS	81
Anexo I. Cuestionario y Gráfica Público Consulado Mc Allen	81
Anexo II. Cuestionario y Gráfica Consulados	88
BIBLIOGRAFÍA	96

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

INTRODUCCIÓN

La representación del Gobierno de México en otros países se encuentra en embajadas, misiones permanentes y oficinas consulares. Las embajadas constituyen la representación permanente de México frente a otros países. Y sus funciones principales son eminentemente políticas. Por otro lado las misiones son representaciones mexicanas ante organismos internacionales. Finalmente, las oficinas consulares constituyen el brazo protector de México hacia los connacionales que se encuentran en el extranjero.

Las oficinas consulares según su importancia se dividen en Sección Consular, Consulado General, Consulado, Agencia Consular y Consulado Honorario. Siendo su actividad principal la de fomentar relaciones comerciales, económicas, culturales y científicas.

La actividad consular que despliega el Gobierno de México ha establecido un marco normativo particular en Estados Unidos. Esto se debe a la diversidad cultural, la heterogeneidad de las instituciones sociales, jurídicas y administrativas y el incremento constante de la población mexicana en ese país. Con una población aproximada de 8 a 8.5 millones de connacionales y de 13 millones de mexicano – americanos, el Estado mexicano tiene el deber y la obligación de proteger a la población de origen mexicano proporcionándoles servicios documentales para que no queden en estado de indefensión – fomentando a la vez sus vínculos con México- , y velar por la protección de sus derechos e intereses, sobre todo, en sus relaciones con las autoridades estadounidenses.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Aunque se ha avanzado considerablemente, la creciente demanda de servicio, por parte de la comunidad mexicana, México – americana y estadounidense, va más allá de los recursos humanos y materiales con que disponen las oficinas consulares. El interminable flujo de mexicanos hacia el Norte y su asentamiento en todo el territorio estadounidense, obligan a pensar en diseñar estrategias para la optimización de recursos y mejora de servicios. Esto plantea una invitación abierta para encontrar formas creativas de conseguir y brindar información gubernamental en línea, a bajo costo.

Es notable que en la actualidad los cónsules juegan un papel mucha más activo que en años pasados. Ellos, ahora, se ven obligados a conocer y difundir aspectos comerciales, políticos, económicos y sociales de México con Estados Unidos y de su circunscripción. En este último aspecto, deben involucrarse de lleno en los problemas que diario afligen a la comunidad. Por lo tanto, si se desea mejorar la imagen de México en Estados Unidos, dignificar el esfuerzo y trabajo de nuestros compatriotas y, sobre todo, lograr el reconocimiento de sus aportaciones a la sociedad estadounidense, es necesario diseñar programas que incorporen métodos útiles en materia de difusión y retroalimentación de la información para lograr la comunicación deseada.

Es por ello que los Representantes Consulares deberán adoptar una actitud y mentalidad que permita la aplicación de propuestas creativas y novedosas. Ellas tendrán que trascender las funciones consulares tradicionales y servir como centros de información sobre temas que afecten directamente a la comunidad. Tales como acciones de orientación y capacitación en aspectos cívicos, culturales, educativos, laborales para el bienestar, defensa y expresión de la comunidad.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Los métodos que se deben de emplear son aquellos que permitan una audiencia amplia y una manera de llegar a ellas rápida y constante. Un medio electrónico permitiría formas más veloces y económicas para que el gobierno interactúe con los ciudadanos consumidores.

Todo esto se permitirá lograr difundir la información que poseen las Representaciones Consulares. Puesto que si lo que se desea es comunicarse más y de mejor maneja con la comunidad mexicana se deben de tener las herramientas apropiadas y emplear los medios que utilizan.

Para diseñar programas y establecer propuestas es necesario tomar en cuenta que la comunicación es básica para cualquier relación humana a establecer, dentro y fuera de las organizaciones. Al respecto Ramonet considera que, en la actualidad, la información se caracteriza por tres aspectos:

1. Es superabundante
2. Es extremadamente rápida
3. Es una mercancía

Considerando que la información es superabundante, la que se ofrezca deberá ser específica y útil para evitar la desinformación. En el segundo punto, se menciona que ésta es rápida, de manera tal que se deberá servir como centro informativo tanto para los connacionales como para las organizaciones que tratan de saber el punto de vista del gobierno mexicano. Esto se encuentra relacionado con el tercer punto, la mercancía. A pesar de que la razón de ser de las Representaciones Consulares no es vender la información esta deberá ser tratada como tal en el sentido que se ofertará lo que se demande.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

En primera instancia se realizará una distinción entre comunicación organizacional y externa, para posteriormente señalar a las tecnologías de la información como una herramienta de la comunicación externa.

A continuación encontraremos la descripción detallada de los objetivos y funciones de los consulados de carrera en Estados Unidos, en particular el Consulado de México en McAllen, Texas. En él se apreciarán las razones históricas que dieron lugar al nacimiento de esta representación. También se señalará la estructura orgánica, los servicios que ofrecen cotidianamente y los programas que en él existen.

Posteriormente, se realizará un análisis del entorno del Consulado de México. Este incluye aspectos como geográficos, legales, económicos, políticos, culturales, educativos, de medios de comunicación, entre otros, con instituciones y organizaciones federales, estatales y locales primordialmente de Estados Unidos. Este análisis es de suma importancia ya que las acciones estratégicas que sigue este consulado, del mismo modo que las realiza en lado de la frontera México – estadounidense procura realizarlas del otro para que tengan el efecto esperado. En este aspecto se aplicarán cuestionarios a los diferentes públicos externos con los que trabaja el consulado y al mismo consulado para proveernos de la información necesaria para realizar el análisis de comunicación externa.

Con estos datos, presentaré una propuesta de comunicación externa electrónica, basada en la creación de una Página de Internet que servirá a los fines de esa Representación Consular. Puesto que si estamos en la era de la información el gobierno debe emplear nuevas tecnologías para penetrar en un público más amplio.

CAPITULO 1.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMUNICACIÓN EXTERNA

El término organización proviene del griego *organon*, que significa instrumento; por lo tanto, etimológicamente la organización es un medio para hacer algo. Un organismo está compuesto de partes o funciones diversas que se coordinan para desarrollar una tarea o fin común. “La organización, por lo tanto, es un sistema social en el que la acción coordinada y la interrelación de los individuos conducen, mediante la división del trabajo, a la consecución de fines comunes. En el concepto de organización se identifican los siguientes elementos: el ser humano, la realización de actividades, la división del trabajo o especialización, el intercambio de información, la jerarquización y los objetivos comunes”¹.

La mayor parte de la actividad humana se desarrolla a través de la comunicación, en cualquiera de sus cuatro niveles: intrapersonal, interpersonal, grupal o colectiva. Y “coordinar la acción conjunta se debe a los procesos de comunicación que se producen entre los protagonistas de dicha acción”². En el ámbito de las organizaciones, “el desarrollo de la comunicación no ha sido simultáneo al avance y complejidad de las organizaciones”³. “La optimización de los procesos comunicativos incide de manera importante en la productividad y en el logro de la solidaridad de propios y extraños con los objetivos organizacionales”⁴.

¹ BONILLA Gutiérrez, Carlos. *La comunicación. Función básica de las relaciones públicas*. Editorial Trillas. México, 1999. p. 16.

² Ibid. p. 29.

³ Ibid. p. 30.

⁴ Ibid. p. 31.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Antes de comenzar a considerar las definiciones más importantes, es importante señalar que la comunicación organizacional en algunas definiciones se atribuye, al igual que lo hace las relaciones públicas, el control sobre los públicos. Una segunda característica compartida es el interés por ser considerada como una actividad que tiene mayor jerarquía sobre la otra, considerándola dependiente de ella.

Al respecto, es importante señalar que las organizaciones necesitan ser sistemas abiertos, tal y como propone la teoría de sistemas, para que puedan interactuar con el medio que las rodea. Esta interacción se logra mediante el flujo comunicativo entre la organización y las organizaciones que forman parte de su núcleo societario, sin importar que las relaciones públicas ejerzan mayor presión sobre la comunicación organizacional y que ésta tenga que ser congruente con las metas, criterios y propósitos de las relaciones públicas, o viceversa. Lo necesario es que las necesidades de información de los públicos, tanto internos como externos, sean satisfechas mediante estrategias y acciones programadas.

1.1 Tipos de organización

Las organizaciones básicamente se dividen en formales e informales. Aquellas que son formales están constituidas bajo manuales de organización y organigramas que indican la clase de relación de relación entre sus miembros. Mientras que las informales mantienen interrelaciones al margen de las funciones que desempeñan los miembros de ellas.

Los miembros de las organizaciones formales tienen actividades predeterminadas y coordinadas para lograr un objetivo. Las funciones que cada uno desempeña obedecen a la jerarquización, delegación y responsabilidad de actividades, dirección y mecanismos de control.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Estas a su vez, obedecen a una división: instituciones, las empresas y los organismos intermedios o representativos. La institución es aquella en donde un grupo de personas se unen y organizan para conseguir un propósito determinado. Las empresas tienen la característica de ser creadas con fines de lucro y estar reguladas por las leyes. Estas empresas pueden ser comerciales industriales o de servicio, según el giro. Los organismos representativos son agrupaciones de personas, empresas, instituciones, corporaciones u organizaciones con intereses comunes, cuyo propósito principal es obtener beneficios para sus agremiados. Influyen poderosamente en la toma de decisiones relacionadas con su ámbito de operación. Entre estos organismos se encuentran los sindicatos, las cámaras y las asociaciones en general, de cualquier tipo y tamaño”⁵.

Mientras que aquellas personas que pertenecen a organizaciones informales no tienen un propósito consciente de pertenencia, puesto que el objetivo no estaba determinado cuando se agruparon. “El comportamiento es espontáneo, la interrelación es voluntaria y con las personas que se elija”⁶.

1.2 Tipos de públicos

Los públicos además de ser todos los receptores potenciales de un mensajes, son aquellas personas que mantienen un “interés común permanente y tienen una capacidad real de participación y de integración en objetivos comunes, en intereses convergentes y en tareas o propósitos de desarrollo solidario”⁷. Ellos, tienen derechos y responsabilidades al ser considerados como tales.

Cada mensaje se estructura en función del impacto que pretende causar y la reacción que se espera de los receptores potenciales y, por lo tanto, es necesario conocer sus características, marco de referencia, el nivel de relación que tienen con la organización emisora de los mensajes y el entorno para ubicar a los diferentes

⁵ Ibid. p. 19

⁶ Ibid p. 16

⁷ Ibid. p. 71.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

grupos con quienes se tiene un trato cotidiano. A partir de este marco de referencia se crean mecanismos de comunicación se promueven acciones orientadas al desarrollo comunitario.

Los públicos tienen que ser delimitados y clasificados para el aprovechamiento particular de sus características. Tales como el sondeo para conocer su comportamiento respecto a un tema. A partir de ello, y del pleno conocimiento de sus receptores potenciales, se planeará una estrategia para incrementar el nivel de penetración y de respuesta efectiva.

“Los públicos se encuentran divididos en:

- a. Internos. Individuos que militan en la organización (empleados, mandos intermedios, directivos, etc.).
- b. Mixtos. Sectores cuyos intereses están estrechamente ligados a la organización y que, en consecuencia, se ven directamente afectados por todo lo que ocurre en ella (distribuidores, proveedores, etc.)
- c. Externos. Constituido por grupos con vinculación indirecta, se ven afectados por los acontecimientos que en ella se produzcan de manera mediata (clientes o usuarios, organizaciones similares, organismos gubernamentales, medios informativos, instituciones científicas y de enseñanza, comunidad en general)”⁸.

La presente clasificación la considero adecuada para organizaciones privadas. Sin embargo, en el ámbito gubernamental los públicos externos son la razón de ser de los servicios que prestan.

⁸ ALCANTARA Martínez, Metzli Arendi. Propuesta de una guía de comunicación organizacional. México, 2003. p. 78.

1.3 Comunicación Organizacional

“La teoría de la comunicación organizacional se enfoca básicamente al ámbito interno: proporciona elementos para mejorar el funcionamiento de la organización al ocuparse de la optimización de los flujos de comunicación internos para así hacer posible la acción de todos sus integrantes”⁹.

La comunicación organizacional es una “disciplina que proporciona elementos para optimizar el flujo de comunicación, tanto interna como externa, y vincularlo a la filosofía y objetivos particulares de cada institución.

Para Katz y Kahn “la comunicación organizacional consiste en el intercambio de información y la transmisión de significados, lo cual producirá la naturaleza, la identidad y el carácter de un sistema social o de una organización”¹⁰.

Gerald Goldhaber considera a la comunicación organizacional como el “flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes”¹¹. Así como un intercambio cotidiano y permanente de información dentro del marco de una compleja organización. Su percepción de campo, incluye la comunicación interna, las relaciones humanas, las relaciones gerenciales – sindicatos, la comunicación ascendente, descendente y horizontal, las facultades para lograr la comunicación (hablar, escuchar, escribir) y los programas que evalúan la comunicación desarrollada.

⁹ Ibid. p. 41.

¹⁰ RAMOS Padilla, Carlos G. *La comunicación. Un punto de vista organizacional*. Ed. Trillas, México, 1991. p. 15.

¹¹ Goldhaber, Gerald. *Organizational Communication*. Brown Communications. 6^a.ed. Estados Unidos, 1993. p. 23.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Zelko y Dance definen a la comunicación organizacional como un “fenómeno interdependiente entre la comunicación interna (ascendente, descendente y horizontal) y la comunicación externa (Relaciones Públicas, Ventas y Publicidad). Lesikar añade una tercera dimensión: “la comunicación informal de ideas y sentimientos entre las personas de una organización”¹².

Thayer define a la comunicación organizacional como “el flujo de datos que sirven en la organización a los procesos comunicativos y de intercomunicación. En ese ámbito identifica a tres sistemas de comunicación: operacionales, reglamentarios y de relaciones públicas.

Fundamentalmente, la comunicación organizacional tiene por objeto transmitir a los interesados un mensaje en cuyo contenido se exprese:

- a. qué es ejecutar un trabajo eficazmente
- b. que cooperar con los otros le permite obtener para si mismo la satisfacción del deber cumplido”¹³.

“A la ordenación de sistemas de comunicación , al manejo de conocimientos bajo normas racionales y, muy particularmente, a la obtención y logro de los objetivos previstos”¹⁴

¹² LESIKAR, Raymond Vincent, FLATLEY, Marie Elizabeth. *Basic Business Communication*. McGraw-Hill. Estados Unidos, 2001. 482-483.

¹³ THAYER, Lee, BARNETT, George. *Organization – Communication: Emerging Perspectives, Volume 5: The Renaissance in Systems Thinking*. Greenwood Publishing Goup. Estados Unidos, 1997. p. 145.

¹⁴ RAMOS Padilla, Carlos G. *Op. cit.* p. 15.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

“En la comunicación organizacional se estudia el flujo de mensajes en las organizaciones. Estos siguen caminos dentro del espacio organizacional denominados redes de comunicación. Gran parte de estas redes son conocidas como líneas formales de comunicación”¹⁵.

Es la “creación, coordinación, análisis, desarrollo, difusión y control de toda gestión informativa, interna y externa (noticia – actualidad), que diariamente se produce en una institución tanto a nivel de actividades, servicios o productos, que afecten a un determinado público o colectivo social, y que se transmite a través de los medios de comunicación”¹⁶

1.4 Comunicación Externa y Relaciones Públicas

La comunicación fuera de las organizaciones es tan necesaria que sin ella no se sabría qué es lo que produce una empresa o, simplemente, dónde podemos encontrar determinado servicio. Su construcción requiere de un análisis estratégico, puesto que se deben elegir los medios adecuados, los soportes, los destinatarios y, ante todo, buscar la retroalimentación de sus públicos. Y de ella depende el éxito sobre los públicos, posicionando los servicios que ofrece.

La comunicación externa es la que se origina entre uno o varios miembros de la organización con las personas que no pertenecen a ella. Esta comunicación puede efectuarse dentro o fuera de las instalaciones de la organización como ejemplos pueden citarse la edición de revistas promocionales, comunicados de prensa, campañas de publicidad, invitaciones personales o grupales, proyección de audio visuales, etcétera.

¹⁵ RIVERA Ávila, María Guadalupe. *La comunicación Organizacional ¿una veta sin explotar?*. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. Escuela Nacional de Estudios Profesionales. Campus Aragón. México, 2004. p. 54.

¹⁶ MARTÍN Martín, Fernando. *Comunicación Empresarial e institucional*. Madrid, España, Universitaria, 1998, p. 23.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Se entiende como comunicación externa al “conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos y proyectar una imagen favorable o promover sus actividades, productos y servicios”¹⁷.

C. Regouby¹⁸ considera que existen tres tipos de discursos en la comunicación exterior:

- a. Discurso de Personalidad. Se refiere al efecto de garantía que la organización ofrece por sus productos y la imagen que se forma el público de la traducción de sus mensajes.
- b. Discurso Fáctico. Describe la forma de operar de la organización, innovaciones, transacciones y tecnología.
- c. Discurso Cultural. Manifiesta valores, se vincula con el proyecto de dirección de la organización.

Las instituciones gubernamentales emplean la comunicación externa, constantemente, al crear nuevos productos que pretenden satisfacer necesidades ya existentes en la sociedad. En ella, pretende dar a conocer cómo los puede adquirir, en dónde se encuentran, qué requisitos existen para obtenerlos, etcétera. Sin embargo, la comunicación externa no debe de existir sólo para anunciar lo ya existente o los logros obtenidos, sino que debe servir también para estar en contacto con los públicos a los que debe su razón de ser.

Los públicos que se relacionan con una institución gubernamental son diversos, a diferencia de los roles que la organización pretende asignarle; todo dependerá de la relación ganancia – pérdida o beneficio – perjuicio que se vaya a establecer y de la importancia del rol que esa organización vaya a tener en el futuro para el gobierno.

¹⁷ Ibid. p.23.

¹⁸ REGOUBY, Christian. *La communication globale: comment construire le capital image de l'entreprise*. Les éditions d'organisations. Paris, 1988. p. 55.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Annie Bartoli¹⁹ considera tres tipos de dimensiones

DIMENSIÓN	REFERENTE
Operativa	Miembros de la organización con sus distintos interlocutores. Son representantes de la organización, portadores de la imagen y nombre de ésta.
Estratégica	Se enfoca a la creación de redes que fomenten relaciones positivas con cargos municipales, con las instituciones de asuntos de trabajo, dirigente de clubes u organizaciones homólogas, etc. Se dirige también a la formación de captadores de información estratégica. La importancia de esta dimensión consiste en obtener información útil lo antes posible.
Notoriedad	Es aquella en donde la organización provee información hacia el medio, tal como la publicidad, promociones, donaciones, patrocinios, intervenciones en manifestaciones, coloquios, artículos publicados sobre la organización, difusión sobre los miembros destacados, demostraciones, visitas, presencia en escuelas y universidades, ferias y exposiciones, etc.

Tabla basada en el libro Comunicación y Organización

Las organizaciones gubernamentales deben de tomar en cuenta lo que ha sucedido en el mundo de los negocios. Considerando el hecho de que la digitalización ha cambiado completamente la forma en que se hacen negocios, y en particular la manera en que la hacen los americanos. Antes los cuatro pilares de la comunicación eran la radio, la televisión, los periódicos y las revistas. Ahora, con el surgimiento de la información y el entretenimiento interactivos en línea, existe un quinto pilar, o un quinto medio.

¹⁹ BARTOLI, Annie. *Comunicación y Organización: la Organización comunicante y la comunicación organizada*. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1992. p. 71.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

En un informe, el gobierno de Estados Unidos listó siete claves estratégicas que deben ser consideradas cuando se planea una entrega electrónica de información del gobierno y servicios:

1. “El desarrollo de rutas de acción para ciudadanos locales y receptores de servicios.
2. El desarrollo de infraestructura en la comunidad, incluyendo escuelas, bibliotecas, centros comunitarios, agencias locales involucradas en el entrenamiento, ecuación e implementación.
3. Motivación para la innovación por empleados gubernamentales, clientes y otros participantes.
4. Creación de directorios electrónicos de agencias de servicios gubernamentales.
5. Creación de nuevas ideas de entrega o distribución electrónica – embonando las oportunidades electrónicas con las misiones de agencias gubernamentales.
6. Compañerismos estratégicos involucrando: compañías federales, estatales, locales, voluntarias, no lucrativas, filantrópicas y comerciales.
7. Un examen o prueba preoperacional de los sistemas electrónicos, con atención a la evaluación del consumidor y el desarrollo político”²⁰.

Relaciones públicas

“Las relaciones públicas se describen como una disciplina socio- técnico-administrativa mediante la cual se analiza y evalúa la opinión y actitud de los públicos de una organización y se lleva a cabo un programa de acción planificado, continuo y de comunicación, basado en el interés de la comunidad y destinado a

²⁰ Data of Unites States Department of Justice, Immigration and Naturalization Services. McAllen Sector of intelligence, U.S. Poder Patrol.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

mantener una afinidad y solidaridad de los públicos con la organización, para promover el desarrollo recíproco. (...) Ayudan a promover su adopción al medio ambiente, la modificación en la conducta organizacional y la respuesta a las exigencias de cambio que le impone su ambiente exterior. Todos los procesos de comunicación, tanto los que se generan y desarrollan dentro de la organización, como aquellos entre las entidades del entorno organizacional y la empresa o institución, constituyen el ámbito de las relaciones públicas. (...) Las relaciones públicas involucran la vida de relación total de la organización en su contexto comunitario; representa la necesidad de estructurar una conducta permanente y positiva para con los grupos sociales o económicos correlativos; conduce a identificar los denominadores comunes del interés comunitario y a armonizarlos con los intereses vitales de la organización en un proceso de interacción constante”²¹.

“Las relaciones públicas tienen la función de orientar y vigilar la “conducta social” de las organizaciones, en un marco pragmático insoslayable, apoyado en el concepto de “responsabilidad social”, intransferible”²².

Como parte integrante de las relaciones públicas se encuentra a la comunicación externa. Ella de manera general puede ser considerada como la totalidad de los mensajes emitidos por la organización hacia sus distintos públicos. La ventaja de ella es que guiará a los públicos al área, que a consideración de la organización, merece en ese momento mayor atención, orientando a los públicos a centrarse en las áreas primordiales.

²¹ BONILLA Gutiérrez, Carlos. *Op. cit.* p. 41.

²² *Ibid.* p. 69.

1.5 Tecnologías de la información

“Las llamadas sociedades de la información pretenden basar su valor justamente en la información que son capaces de obtener, clasificar, sistematizar, difundir y aprovechar. Cada vez resulta más relevante un alto nivel de penetración de las tecnologías digitales, entre ellas la conectividad a internet y el alfabetismo informático, entre otros factores. Siendo la brecha digital un indicador de progreso”²³.

Las mejoras en las tecnologías de la información han incrementado su distribución al grado tal que los usuarios pueden distinguir entre aquella información que puede ser aprovechable y aquella inservible. También ha contribuido a crear nuevas configuraciones de control, cooperación y coordinación entre organizaciones de todo el mundo.

Las organizaciones han tenido que cambiar su papel para ser negociadoras y no solo detentar el poder de la información que antes tenían. Desde finales del siglo pasado, el concepto de naciones industrializadas comprende también el de naciones digitalizadas, que hace énfasis en la amplitud, intensidad y penetración de las tecnologías de la información y la comunicación en una economía y en una sociedad.

“La organización tradicional, jerárquica y burocrática, está siendo sustituida por otra más real, basada en las relaciones interpersonales y cuya representación gráfica refleja el flujo de información que se genera en ella, y adopta la forma de red. Es decir, la organización es concebida como una red de relaciones y de contactos (de comunicación, en suma) entre personas y grupos de trabajo”²⁴.

²³ Entrevista al Dr. Raúl Trejo Delarbre, Instituto de Investigaciones Sociológicas, 20 mayo de 2004.

²⁴ ELÍAS, Joan, MASCARAY, José. *Más allá de la Comunicación Interna*. Gestión 2000, Barcelona, 1998. p. 35.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

“Las organizaciones deben utilizar las tecnologías de la información para situarse estratégicamente en el siglo XXI y, de esa manera, romper las estructuras jerárquicas tradicionales por funciones, consiguiendo una organización tipo red, que consiste en una conexión punto a punto, que sustituye a la jerarquía para identificar y compartir los conocimientos entre todos los integrantes”²⁵.

Las tecnologías de la información han provocado que el Estado “experimente una gran transformación al interior de sus estructura cultural, energética y emocional, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realizan entran en una nueva fase de extensión geométrica que da origen a una faceta del poder: el moderno Estado Ampliado”²⁶. “A mayor producción de máquinas culturales, mayor expansión del Estado Ampliado; y a menor desarrollo de las tecnologías de comunicación, menor ampliación del Estado extenso”²⁷.

Las tecnologías de la información sirven para que la reproducción de la sociedad se realice de manera más rápida, eficiente, continua y extensa. Estas tecnologías realizan “tareas tales como:

1. Integración y cohesión cultural de la población alrededor de un programa de identificación nacional.
2. La conservación y transmisión del acervo histórico (tradición, cultura, formas organizativas y operativas) como factor de cohesión, equilibrio y continuidad de la continuidad de la sociedad.
3. Incorporación de las nuevas generaciones a la sociedad establecida, por medio de la asimilación de los valores predominantes, de la enseñanza de solidaridades entre individuos y grupos, y de éstos con la sociedad y el Estado.

²⁵ Ibid., p. 36.

²⁶ ISLAS, Octavio, et al. *Internet: el medio inteligente*. Grupo Patria Cultural. México, 2000. p. 202

²⁷ Ibid. p. 203.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

4. La elevación de la gran masa de la población a un determinado nivel de educación técnico, cultural y moral que corresponda a las necesidades de desarrollo del sistema y a los intereses de la fracción hegemónica
5. La movilización colectiva de la sociedad en función de las necesidades económicas, políticas y culturales que exige cada coyuntura social.
6. Socialización e internacionalización de los valores y normas que fundamentan y posibilitan la producción y reproducción del sistema, y el cambio del mismo.
7. La educación y organización política de la sociedad según los requerimientos de cada coyuntura social.
8. La regulación ideológica de los conflictos que amenazan la renovación hegemónica de la sociedad.
9. La creación y consolidación del conformismo general, como modo de refuerzo de la legitimidad y del consenso a favor del Estado, y de la aceptación de la hegemonía de ciertas fracciones y clases sobre otras.
10. La contribución a la emergencia y mantenimiento de un prototipo de personalidad básica²⁸.

El Ingeniero Oscar Robles Garay, Director del NIC (Network Information Center), considera que es “competencia de los gobiernos el impulsar condiciones propicias para el óptimo desarrollo de tecnología de información, como el Internet, las cuales repercutirán en beneficio de las economías regionales”²⁹

²⁸ Ibid. p. 206-207.

²⁹ Entrevista realizada el 24 de mayo de 2004 en el NIC.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Según Javier Esteinou Madrid, existen cuatro generaciones de aparatos de comunicación. Estas se dividen en:

Periodo	Aparato de comunicación	Función
1907 - 1930	Radio de amplitud modulada	Portavoces de las tareas que ejerce cada aparato estatal de regulación social, elaboración de proyectos de unión y extensión ministerial.
1940 - 1950	Televisión, aparatos portátiles, radio en frecuencia modulada	Mayor difusión de información a todos los sectores sociales, mayor participación social. Se elabora una nueva identidad del Estado basada en los proyectos de homogeneización y masificación cultural de la población.
1950 - 1990	Cablevisión, satélites, videodisco, teletexto, computadoras, sistemas de video	El Estado entra en un proyecto multinacional y nacional a través de los medios de comunicación.
1990 a la fecha	En particular con el surgimiento de Internet y fenómenos interactivos derivados	Transformación gradual de la anterior estructura cultural y comunicativa de la sociedad, dando origen a un nuevo modelo de comunicación.

Tabla basada en El estudio materialista de la comunicación de masas³⁰

Internet es el medio más representativo de la cuarta etapa, éste es considerado por Abraham Nosnik Ostrowiak, como un “extraordinario desarrollo tecnológico”³¹. Él considera que debe de ser estudiado desde el enfoque llamado Teoría de la Comunicación Productiva. Esta teoría considera necesario “expandir el conocimiento de la comunicación al tratar de rebasar el horizonte o frontera conceptual cuyo límite es la retroalimentación; y explicar fenómenos novedosos como el surgimiento de nuevas tecnologías que crean ambientes de información

³⁰ ESTEINOU Madrid, Javier, *El estudio materialista de la comunicación de masas*, Cuadernos del TICOM No. 1, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, marzo de 1979.

³¹ Martínez de Velasco, Alberto, NOSNIK Ostrowiak, Abraham. *Comunicación organizacional práctica, manual gerencial*. Trillas, México, 1988.p. 65.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

más ricos y que polarizan las relaciones entre la población cuyo rezago tecnológico es importante y aquella que tiene acceso y genera beneficios y ventajas de tecnologías”³².

“La comunicación productiva pretende crear plataformas de productividad para beneficio de todo tipo de grupos que buscan lograr todo tipo de objetivos (políticos, económicos, tecnológicos, materiales, espirituales, sociales, artísticos, culturales, laborales y de trabajo en general). Estas plataformas son de tres clases: generación o transmisión de información; difusión o distribución de la misma; y el uso o utilización de la propia información en beneficio del grupo que se organiza alrededor de una serie de objetivos o propósitos”³³.

Tipos de plataformas De productividad	Niveles de comunicación	Sustento teórico	Supuestos
Generación o transmisión de información	Lineal	Teoría del funcionamiento de la tecnología de la información. “Estandarizar para poder masificar”	La tecnología es todopoderosa; los destinatarios son una masa; quienes tienen acceso a la tecnología con peligrosos y amenazantes a la sociedad.
Difusión o distribución de la información	Dinámico	Retroalimentar busca poder asegurar que la intención de influir se cumpla	Los destinatarios son receptores; el receptor selecciona algunos medios de comunicación, percibe solo algunos mensajes; y retiene o memoriza solo algunos; puede existir retroalimentación.
Uso o utilización de la información en beneficio del grupo que se organiza alrededor de una serie de objetivos o propósitos	Productivo	Construir lo máximo y destruir lo mínimo posible	La naturaleza de la comunicación y del ambiente de información depende de la misión del sistema que persigue determinado grupo humano. La misión genera objetivos y estrategias, las estrategias generan la estructura del sistema y esta su funcionalidad. Todo esto son condiciones ideológicas que influyen en el ambiente de información. Este ambiente de información aumenta su potencial de efectividad como plataforma de apoyo a la operatividad de dicho sistema y a la identificación de sus miembros en el propio sistema.

Tabla basada en la teoría de comunicación productiva de Abraham Nosnik

³² ISLAS, Octavio, et al. *Op cit.* p. 147.

³³ Ibid. p. 147.

CAPITULO 2.

CONSULADO DE CARRERA DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

En el presente capítulo se encuentran señaladas las funciones y actividades de los distintos departamentos que conforman el Consulado de México en McAllen, Texas. La información que se encuentra contenida en las distintas tablas fue obtenida mediante entrevistas con los respectivos encargados del área. Se presenta una propuesta de clasificación de sus funciones para una mejor ubicación de las funciones por departamento.

Las Oficinas Consulares se encuentran divididas en Sección Consular, Consulado General, Consulado, Agencia Consular y Consulado Honorario. Todas ellas responden a una determinada Circunscripción Consular que se entiende como el “territorio atribuido a una oficina consular para el ejercicio de las funciones consulares”³⁴.

La Sección Consular hace alusión a la oficina de una embajada que realiza funciones consulares y su circunscripción es todo el país acreditante. El Consulado General es la oficina a cargo de un funcionario consular, generalmente con el rango de Cónsul General y dependen de él, los consulados y agencias consulares que se localicen en su circunscripción.

El Consulado es la representación de México en un país extranjero, responsable de ejecutar las funciones consulares dentro de una circunscripción específica de conformidad a los principios normativos que establecen las leyes mexicanas y el derecho internacional. De esta Representación pueden depender algunas agencias consulares. Las Agencias Consulares también se encuentran a cargo de un funcionario consular, sin embargo su jerarquía es menor debido a que su circunscripción es muy limitada.

³⁴ Ley del Servicio Exterior Mexicano. Texto Vigente. Última reforma aplicada 15/01/2002.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Entre los cónsules se ha distinguido a los de carrera y los honorarios. Los primeros son funcionarios públicos del Estado que los designa y poseen su nacionalidad; sus honorarios son cubiertos por el Estado que los envía. Los cónsules honorarios pueden ser súbditos del Estado que los designa o bien extranjeros, y ejercen el comercio u otras profesiones; sus servicios son gratuitos, aunque pueden recibir ciertas subvenciones".³⁵

Los Consulados Honorarios son oficinas a cargo de un cónsul honorario, sin importar que éste sea nacional o extranjero, en la que se realiza funciones consulares limitadas sin remuneración.

2.1 Antecedentes

El Consulado de México en McAllen, Texas se estableció con base a que era el centro más importante de la región, por sus vías férreas y carreteras, todos los hombres de negocios tenían que pasar por ahí, porque ahí convergían todos los caminos, y consecuentemente, todos los hombres de negocios tenían que pasar por ahí. Por lo que en el año de 1922 y 1923 los C.C. Cónsules Francisco Pérez y Renato Cantú Lara, solicitaron se trasladara el Consulado en Hidalgo a la ciudad de McAllen con base en el poco movimiento y escasa importancia de Hidalgo.

En 1930, por instrucciones del Departamento Consular, el Visitador General de Consulados presentó a la Secretaría de Relaciones Exteriores un informe especial para fusionar los Consulados de Río Grande City y el de Hidalgo para establecer un Consulado en McAllen, sugiriendo que la expedición de tarjetas de turista y las de

³⁵ ORTIIZ AHLF, Loretta. *Derecho internacional público*. Ed. Oxford University Press. reimp. 3ª. México. 1999. p. 140-141.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

residentes locales, así como las franquicias aduanales por repatriaciones podrían encomendarse a las autoridades de migración mexicana. Señalaba, además, que las actividades de los dos Consulados eran casi nulas por la supresión de facturas comerciales.

El visitador concluye que se clausure la Representación en Hidalgo, se deje la de Río Grande City que ofrece la ventaja de una próxima construcción de un Puente Internacional de donde la carretera San Pedro – Monterrey tendrían un recorrido de 96 millas, lo cual ofrecerá un buen campo de acción a Río Grande City, con la ventaja de que las autoridades estadounidenses de migración consideran válidas las tarjetas que se extienden a los residentes mexicanos limítrofes para dirigirse a la zona fronteriza norteamericana y considerando a McAllen como puerto fronterizo, sugiere al mismo tiempo que el Consulado de Río Grande City, dado su mínimo movimiento, pudiera convertirse en Consulado Honorario bajo la vigilancia del Consulado en Mcallen.

En noviembre de 1930, el Cónsul General de México en san Antonio, Texas, hizo conocimiento de las autoridades de McAllen y de su Cámara de Comercio, el proyecto de establecer un Consulado de México, haciéndoles sentir que ello era una distinción especial para McAllen y para fomentar su desarrollo económico, encontrando por parte de éstas entusiasmo, interés, empeño y cooperación para ayudarles a encontrar el local adecuado y auxiliar al personal que se comisionara,

Finalmente, en noviembre de 1930, la Oficialía Mayor comunicó al Consulado General de México en San Antonio, Texas, la clausura de la “Agencia Consular” en Río Grande City y que la establecida en Hidalgo, Texas, se trasladara con categoría de Consulado de Carrera a McAllen, Texas quedando como encargado del mismo el C. Cónsul Lauro Izaguirre y el C. Escribiente de Tercera Mariano García, quien se encontraba comisionado en Hidalgo, Texas.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

A partir del 1º. De enero de 1931, quedó instalado el Consulado de Carrera de McAllen, habiéndole sido asignados los Condados de Hidalgo, Starr y Brooks.

2.2 Misión y Visión

Misión. Ser instrumento de ejecución de la política exterior mexicana, de acuerdo a los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo y de conformidad con las directrices diseñadas para tal fin, y garantizar el respeto de los derechos humanos y garantías individuales de la comunidad mexicana que radica en el gobierno de McAllen, Texas. Servir de enlace con las distintas oficinas consulares, tanto nacionales como extranjeras en los casos en que se requieran trámites. Atender a las necesidades de documentación tanto para nacionales mexicanos como extranjeros que desean viajar a México. Fomentar las buenas relaciones entre México y el gobierno de McAllen, Texas, a través de las autoridades y oficinas locales en los ámbitos económico, político, cultural y social.

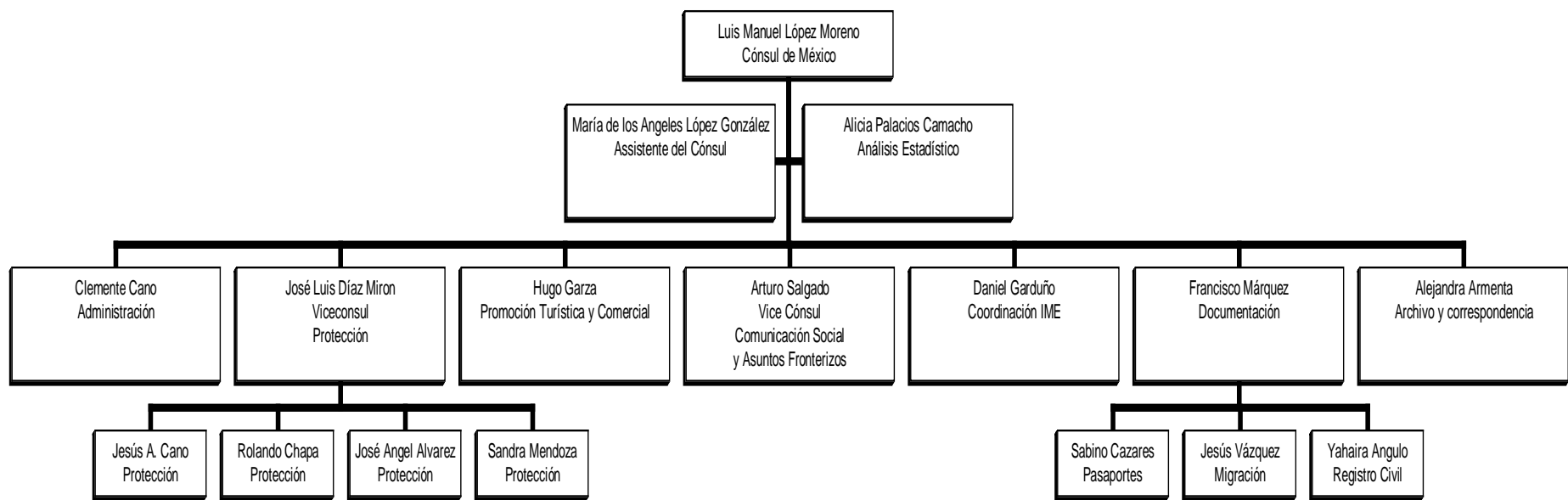
Visión. Lograr que mediante planes de corto, mediano y largo plazo, se resuelvan las demandas prioritarias de la comunidad, siendo efectivos en el establecimiento de buenas relaciones con las autoridades locales. Colaborar con el desarrollo social y económico de los mexicanos, tanto los que se encuentran en territorio nacional, como aquellos que viven en el gobierno de McAllen, Texas”³⁶.

³⁶ Descripciones realizadas durante la entrevista sostenida con el C. Cónsul Luis Manuel López Moreno, el día 10 de febrero de 2004.

2.3 Estructura orgánica

2.3.1 Organigrama³⁷

Organigrama del Consulado de México en McAllen, Texas



³⁷ Realizado el 13 de mayo de 2004, con información dada por las autoridades consulares.

2.3.2 Objetivos y Funciones

Cónsul Titular

Representar a la Administración Pública del Estado Mexicano ante las autoridades locales del país receptor; promover en todo momento los intereses de México y los derechos de los mexicanos en su respectiva circunscripción, de conformidad con el Derecho Internacional; mantener informada a la Secretaría de Relaciones Exteriores de la condición en la que se encuentren los nacionales mexicanos, particularmente en los casos en que procesa una protección especial.

Análisis Estadístico

Proporcionar al Cónsul Titular, información actualizada de los servicios que se ofrecen en esta Representación; elaborar y mantener actualizados los documentos de análisis y estadísticos que sean requeridos por el Titular y, evitar el retraso en la elaboración de los informes que con instrucciones del Titular se generen en esta Oficina.

Administración

Organizar y controlar los recursos humanos, financieros y materiales de la Representación, impulsando la vocación de servicio del personal y el trato cuidadoso, amable y diligente hacia todos cuando acuden a las oficinas consulares y especialmente respecto a los connacionales.

Jurídica y de Protección

Proteger, de conformidad con los principios y normas del Derecho Internacional, la dignidad y los derechos de los mexicanos en la circunscripción y ejercer las acciones encaminadas a satisfacer sus legítimas reclamaciones.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Promoción turística y comercial

Mantener informada a la Secretaría de Relaciones Exteriores sobre las condiciones y la evolución de la vida comercial y económica de la circunscripción. Asimismo, fomentar el desarrollo de las relaciones comerciales, económicas y turísticas de nuestro país en la jurisdicción.

Comunicación social y Asuntos Fronterizos

En apoyo al Cónsul Titular, mantener y promover las buenas relaciones de los funcionarios de ambos lados de la frontera que tiene bajo su responsabilidad asuntos fronterizos tales como el área migratoria aduanal, investigación de crimen organizado, salud, etc. Así como también fortalecer las relaciones con los medios de comunicación, promoviendo la buena imagen de México, así como de la representación consular.

Coordinación Instituto de los Mexicanos en el Exterior

Mejorar e incrementar las relaciones con los mexicanos y la población de origen mexicano que vive fuera del país, mediante la promoción de la educación, la vivienda, la salud, el deporte y el acceso a la justicia, así como proyectos concretos de interés y beneficios mutuos.

Documentación

- a. Documentos a Mexicanos. Expedir documentos de viaje y de identidad a mexicanos.
- b. Documentos a Extranjeros. Documentar a los extranjeros que pretendan internarse a México

Archivo y correspondencia

Archivar la documentación en forma correcta y ordenada en base a lo dispuesto por el Cuadro de Clasificación Decimal, recibir, registrar, clasificar y distribuir la correspondencia de la oficina y controlar su despacho.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Departamento	FUNCIONES						
	Planear	Organizar	Dirigir	Controlar	Relaciones Públicas	Recursos Humanos	Ejecutivo
Cónsul Titular	Proyectos de manuales por departamento. Programas anuales de trabajo. Medidas de seguridad para el Consulado. Proyecto del Programa Presupuestal y sus reportes.	Delegar facultades en subalternos Consejos para negocios con empresas mexicanas.	Actividad del Consulado	Información a SRE sobre la vida política, migratoria, económica, social, cultural, científica, actividades y temas de interés. Cumplimiento de las funciones delegadas a funcionarios subalternos . Evaluar y hacer reportes del desempeño de los miembros del SEM. Registrar, controlar y dar trámite de quejas, denuncias y sugerencias de ciudadanos mexicanos y extranjeros.	Atender y brindar apoyo necesario a funcionarios, delegaciones y hombres de negocios mexicanos en actividades oficiales. Fomentar buena imagen de México y promover clima para la inversión extranjera. Promover intereses, presencia y reconocimiento de derechos de mexicanos en distintos ámbitos y con la comunidad mexicana. Contacto con representantes de gobierno, sector privado, ONG'S, clubes de oriundos. Dar a conocer el Programa del IME. Informar a autoridades estadounidenses sobre el desarrollo de México en las distintas áreas.		Proteger y velar los intereses de México. Funciones de Juez de Registro Civil, notario público. Ayudar en las tareas que le pidan las autoridades judiciales mexicanas.
Análisis estadístico	Proyectos de manuales, medidas de organización, reorganización o actualización de las del Consulado.			Actualizar hojas de requisitos de los Servicios Consulares que presta la Representación. Realizar informes periódicos, información estadística.		Informar al personal sobre cambios en servicios y temas de interés. Sustituir ausencias.	Llevar a cabo tareas encomendadas por el Cónsul.
Administración	Anteproyecto de presupuesto para cada ejercicio para someterlo a la aprobación de las autoridades correspondientes	Nómina de los empleados auxiliares. Contratos y finiquitos al personal auxiliar.	Trámites de prestaciones al personal. Acciones necesarias para el mantenimiento del edificio, adquisición de mobiliario y equipo.	Recursos financieros según la calendarización autorizada por SER. Control de cuentas bancarias. Reportes mensuales de recursos. Tener vigente seguro de gastos médicos mayores, de vehículos, mantenimiento del inmueble. Control de asistencia, ausencia y retardo del personal.			Formular documentos necesarios en el cambio de Cónsul Titular.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Departamento	FUNCIONES						
	Planear	Organizar	Dirigir	Controlar	Relaciones Públicas	Recursos Humanos	Ejecutivo
Jurídico y de protección		Acciones con autoridades correspondientes para la repatriación. Los valores entregados por particulares y/o autoridades.	Dar abogados competentes a connacionales que sus casos así lo requieran. Defensa de mexicanos y trato. Orientación a instituciones jurídicas nacionales en actos legales en el extranjero.	Actualización del registro de nacionales mexicanos residentes. Seguimiento a violaciones de derechos humanos por autoridades extranjeras. Informes mensuales sobre casos de protección e informes especiales.	Hacer Programas de protección preventiva. Visitas y entrevistas a mexicanos en centros de detención, cárceles estatales o federales.	Asistir a mexicanos al comparecer ante tribunales extranjeros.	Documentos de presunción de nacionalidad. Funciones de Registro Civil, notario público. Mediador ante problemas entre mexicanos. Trámite de exhortos, averiguaciones previas, extradiciones y peticiones de información de autoridades administrativas y judiciales. Representar a mexicanos discapacitados o ausentes. Apoyar a mexicanos en estado de desgracia, hospitalización o detención. Traslado de mexicanos fallecidos. Entregar valores a beneficiarios de la circunscripción.
Promoción Turística y Comercial		Participación de México en eventos de negocios que se celebren en el extranjero.			Servir de enlace entre instituciones de comercio gubernamentales y privadas. Atender solicitudes de posibles inversionistas en adquirir productos mexicanos. Promover lugares de interés turístico		
Comunicación Social y Asuntos Fronterizos		Información sobre temas de frontera para SRE	Dirigir asuntos y/o áreas de trabajo designadas por el Cónsul.	Notas periodísticas de interés a la Cancillería, Direcciones Generales y oficinas que tengan competencia. Informes mensuales a la Dirección General de Protección y asuntos Consulares.			

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Departamento	FUNCIONES						
	Planear	Organizar	Dirigir	Controlar	Relaciones Públicas	Recursos Humanos	Ejecutivo
Coordinación Instituto de los Mexicanos en el Exterior	Planear, apoyar y asistir al Cónsul en la coordinación, organización, realización de eventos de distinta índole.		Coordinar, apoyar y supervisar programa de alfabetización para niños y adultos. Orientar sobre el sistema educativo mexicano. Coordinar convenios de colaboración educativa entre ambos países.		Promover y facilitar proyectos de diversa índole, sirviendo de enlace entre comunidades, personas e instituciones mexicanas. Promover una buena imagen de México a través de actividades. Promover instalación de círculos de lectura y de estudio en español, actividades deportivas y recreativas. Difundir entre las comunidades mexicanas el reconocimiento de la historia, tradiciones y cultura, fomentando el respeto y trato digno de los connacionales a través de distintas actividades. Fomentar relaciones con educadores bilingües, autoridades, padres de familia, etc.		Editar documentos para preservar el interés de los mexicanos y mexicanos de origen por México. Instrumentar ejecución del Programa Paisano.
Documentación a mexicanos				Registro y base de datos de mexicanos residentes en la circunscripción. Informe mensual de documentos expedidos. Informes de recaudaciones consulares mensuales, anuales.			Expedir pasaportes, matrículas consulares, documentos de presunción, certificados de nacionalidad mexicana, solicitudes de arraigo, visados de menaje de casa. Auxiliar en distintos trámites del Servicio Militar Nacional. Expedir a extranjeros permisos de internación y de cortesía, visas ordinarias y no ordinarias, tarjetas de turista, certificados de armas a turistas cinegéticos, confirmaciones de regresos a estudiantes extranjeros.
Archivo y correspondencia	Propuestas para mejorar el desarrollo en procedimientos y actividades del Departamento.			Mantener y depurar archivos y correspondencia del personal del SEM y Auxiliar. Operar los programas de medios electrónicos de comunicación, valija diplomática y correspondencia.			

CAPÍTULO 3.

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DEL CONSULADO DE CARRERA DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

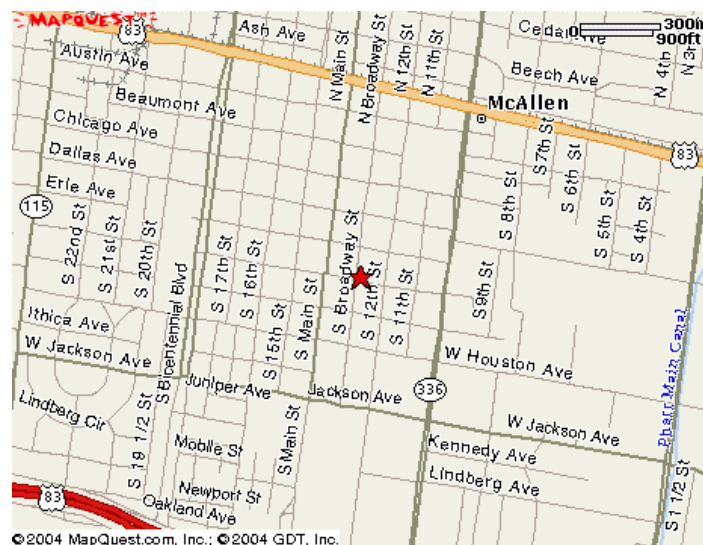
En el presente capítulo se dará un aproximación de las características particulares del Consulado de México en McAllen, Texas. La información que a continuación se presenta fue recabada durante el periodo de estancia en el Consulado. Se realizaron dos encuestas en este tiempo: la primera de ellas al público que asiste al Consulado y la segunda de ellas a Consulados Mexicanos en Estados Unidos para conocer las diferencias entre ellos. Los resultados de estas encuestas se presentan en gráficas, al tiempo que se hace un breve comentario de la razón de ser de cada una de las preguntas de la encuesta. Finalmente, se presenta el análisis de las Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) que este Consulado, visto como una organización pública, posee.

El *microambiente* de una organización está formado por los aspectos geográficos, los aspectos demográficos de la población, los valores sociales y estilos de vida, la legislación y regulación gubernamental, los factores tecnológicos, así por el entorno inmediato en el que se desenvuelve y el sector al que pertenezca la organización. El *macroambiente* incluye todas las fuerzas relevantes que están fuera de los límites de la organización; relevantes en el sentido de que son lo suficientemente importantes como para tener un peso en las decisiones de la organización cuando plantea sus planes o estrategias anuales.

3.1 Análisis del Entorno

3.1.1 Geográfico

La extensión territorial de la circunscripción abarca 9, 678.83 kilómetros cuadrados y comprende 132 Km. de franja fronteriza³⁸. Se encuentra localizado en la calle Sur Broadway 600 en la Ciudad de McAllen , Texas.



3.1.2 Demográfico

La comunidad mexicana es una minoría étnica con gran importancia en Estados Unidos y en México por su crecimiento acelerado. La importancia de los migrantes para México, además de las económicas, son electorales y para el financiamiento de sus lugares de origen. El migrante mexicano es considerado el más pobre y el menos educado de todos los grupos de migrantes que alberga Estados Unidos.

³⁸ Información proporcionada por la Oficina del Secretario del Condado de Hidalgo.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Es considerado el más eficiente en términos económicos por su aportación de mil 500 millones de dólares a la economía de Estados Unidos.

Según el Instituto Nacional de Migración esta tendencia no desaparecerá en 20 años, considerando escenarios como el de una posible recesión estadounidense o la expansión de la economía mexicana. De aquí la importancia de los migrantes y, por lo tanto, de los consulados.

“La población del Estado de Texas corresponde a 20, 861, 040 y en el área de la circunscripción (Starr, Brooks e Hidalgo) existen 530, 889 habitantes de origen mexicano (de nacionalidad o de ascendencia mexicana), cerca de 90% del total de la población.

Las ciudades de mayor crecimiento económico de la región del valle de Texas, están ubicadas en la frontera del Condado de Hidalgo, Texas, y vinculadas por el comercio y los intercambios, la Ciudad de Reynosa, Tamaulipas. Por lo que aparte de ser una zona que atrae un amplio número de connacionales para contratarse en las maquiladoras instaladas del lado mexicano, se ha convertido en un importante cruce de migrantes que desean internarse a los Estados Unidos. La región de McAllen es un importante corredor para el cruce indocumentado más incluso que el antiguo ubicado en Brownsville”³⁹.

Tipo de Población	2000	2002
	Condados de Brooks, Hidalgo y Starr	
Población Total	631,036	677,866
Población Latina	562,682	610,350
Población Mexicana	483,845	589,472

³⁹ Census State Population, 2002, Texas, Estados Unidos, 2003.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Para ubicar la importancia de la región como zona de cruce basta mencionar que la Patrulla Fronteriza cuenta con más de 1,700 agentes en el Sector McAllen y se espera un mayor crecimiento.

Los connacionales que intentan ingresar sin documentos migratorios a Estados Unidos, proviene principalmente de Tamaulipas, Nuevo León, San Luis Potosí, Veracruz, Guanajuato y Coahuila, entre otros.

La población fronteriza del lado mexicano, principalmente en Reynosa, se ha registrado un incremento. Este aumento ha ido provocando problemas de asentamientos humanos irregulares y demanda de servicios públicos. La población sufrirá, según estadísticas nacionales, un crecimiento humano natural superior al 3.8%.

3.1.3 Social

El tipo de público que se atiende en este Consulado fronterizo son documentados (personas que su estancia en Estados Unidos es conforme a derecho), turistas centroamericanos, casos de protección (nacionales mexicanos indocumentados). Se mantiene relación con clubes de Rotarios de ambos lados de la frontera, otras son de tipo binacional en cuestiones como educación, apoyo en caso de desastres, de salud, entre otros.

3.1.4 Legal

El marco jurídico en el que está sustentado el Consulado de Carrera de México en McAllen, Texas, E.U.A. es el siguiente:

- "Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Diario Oficial de la Federación (D.O.F.) 5 Febrero de 1917. Reformas y Adiciones D.O.F. 14 de junio 2001

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

- Ley forestal y su Reglamento
- Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito
- Ley General de Sociedades Mercantiles
- Ley de Vías Generales de Comunicación
- Ley del Servicio Militar
- Ley Federal de Caza
- Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado
- Ley Federal del Trabajo
- Ley Federal de Armas de Fuego y Explosivos
- Ley General de Población
- Ley de Extradición Internacional
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal
- Ley del Notariado
- Ley Federal de Derechos
- Ley general de Bienes Nacionales
- Ley federal de Responsabilidades de Servidores Públicos
- Ley General de Salud
- Ley sobre el Uso del Escudo, la Bandera y el Himno Nacional
- Ley sobre la Celebración de Tratados
- Ley Agraria y su Reglamento
- Ley Federal de Turismo
- Ley de Sanidad Animal
- Ley General de Educación
- Ley de Comercio Exterior
- Ley de Inversión Extranjera
- Ley de Navegación
- Ley del Servicio Exterior Mexicano
- Ley de Sanidad Vegetal
- Ley Aduanera
- Ley de presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal
- Ley Orgánica de de la Procuraduría General de la República
- Ley de Nacionalidad

CÓDIGOS

- Código civil para el Distrito Federal en Materia Común y para la República en Materia Federal
- Código Penal para el Distrito Federal en Materia de Fuero Común y para toda la República en Materia de Fuero Federal
- Código de Procedimientos Penales para el Distrito Federal
- Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal
- Código Federal de Procedimientos Penales
- Código Federal de Procedimientos Civiles
- Código de Comercio

REGLAMENTOS

- Reglamentos que fija las bases a que se sujetará la Inspección Sanitaria de los Animales y de sus Productos en la Importación y Exportación
- Reglamento Federal de Cementerios, Inhumaciones, Exhumaciones, Conservación y Traslación de Cadáveres
- Reglamento de Yates
- Reglamento de la Ley del Servicio Militar
- Reglamento para el Abanderamiento y Matrícula de los Buques Mercantes Nacionales
- Reglamento para Agencia de Inhumaciones
- Reglamento de la Ley de Armas de Fuego y Explosivos
- Reglamento de la Ley del Registro Federal de Vehículos
- Reglamento del Registro Público Marítimo Nacional
- Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Sanidad Internacional
- Reglamento de la Ley Orgánica del Banco Nacional de Comercio Exterior
- Reglamento para el Transporte Multimodal Internacional
- Reglamento de la Ley Federal de Turismo
- Reglamento de la Ley del Servicio Exterior Mexicano
- Reglamento de la Ley Aduanera

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

- Reglamento a la Ley Orgánica de la Procuraduría General de la República
- Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras
- Reglamento de la Ley General de Población
- Reglamento de Escalafón de la Secretaría de Relaciones Exteriores
- Reglamento de Pasaportes

TRATADOS, ACUERDOS, CONVENIOS Y CONVENCIONES

Todos los Tratados, Acuerdos, Convenios y Convenciones concertados por el Gobierno de México con otros Gobiernos y Organismos Internacionales, en los términos establecidos por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

OTROS ACUERDOS

- Acuerdo para el que se revalidan los estudios realizados en el Extranjero por los miembros del Servicio Exterior Mexicano, sus dependientes, familiares y sus empleados.
- Acuerdo por el que se establece la Comisión para adecuar las Disposiciones Normativas, los Procedimientos Administrativos y la Operación de los Servicios que presta la S.R.E.
- Acuerdo que fija el Procedimiento para que las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal obtengan la autorización previa para la adquisición de bienes de procedencia extranjera
- Acuerdo mediante el cual se crea el Comité de Monumentos y Bienes de Acervo Cultural de Patrimonio Federal Bajo la Administración o en custodia de la S.R.E.
- Acuerdo por el que se delegan facultades en los servidores públicos que se indican de la Secretaría de Relaciones Exteriores y del Servicio Exterior Mexicano

CONVENCIONES

- Convención de Viena sobre Relaciones Diplomática
- Convención de Viena sobre Relaciones Consulares

DECRETOS

- Decreto por el que se expide la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos y se reforman la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y la Ley de Coordinación Fiscal.
- Decreto que rige el Ceremonial Diplomático
- Decreto del 7 de enero de 1936 que exceptúa de todo impuesto a los equipajes, menajes de casa, vehículos y demás objetos de uso personal que importen los Representantes Diplomáticos
- Decreto por que se crea la Comisión de los Estados Unidos Mexicanos para la UNESCO

MANUALES

- Manual de Conciliación a extranjeros
- Carpeta sobre Disposiciones Migratorias enviadas en Circular
- Manual de Valija Diplomática
- Manual de Donaciones
- Manual de actas de Entrega y Recepción de Oficinas
- Manual de Políticas y Normas Presupuestales para las Representaciones de México en el Exterior
- Manual de Correo Electrónico Institucional Virtual
- Manual de Procedimientos para la Declaración de Nacionalidad Mexicana en la Representación de México en el Exterior
- Manual para la elaboración de las Actas Administrativas de Entrega – Recepción del Despacho y Asuntos a cargo de los Servidores Públicos de la Secretaría de Relaciones Exteriores
- Guía para la Elaboración de los Manuales de Organización para las Unidades Administrativas de la Secretaría de Relaciones Exteriores”⁴⁰.

⁴⁰ Manual de Organización del Consulado de México en McAllen, Texas.

3.1.5 Económico

De acuerdo con informes de la Corporación para el desarrollo de McAllen (MEDC), el estado de Texas maneja el 44% de todas las exportaciones de Estados Unidos a México. Históricamente, esta zona se consideraba dentro de una de las áreas económicamente más deprimidas y en desventaja con respecto al resto de las ciudades de Estados Unidos. Sin embargo, como consecuencia del intercambio comercial generado por el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), la región ha cambiado el tipo de desarrollo y reconvertido su capacidad agrícola al comercio y al desarrollo de la industria maquiladora instalada localmente o al envío de las partes que requieren las maquiladoras ubicadas en Reynosa. La zona, por tanto, se ha beneficiado de manera significativa y crecido de manera constante. El Valle del Río Grande constituye el quinto mercado hispano más importante de Estados Unidos.

Aun con esta situación, en el lado mexicano se presenta el problema de que existe infraestructura deficiente para atender una población cada vez mayor que procede de estados del centro de la República Mexicana, así como impactos ecológicos irreversibles.

La estructura económica de los tres condados de la circunscripción consular se encuentra diversificada en actividades agrícolas e industriales.

Las actividades de la rama industrial están ubicadas en las siguientes áreas:

- Comercio detallado o venta al menudeo
- Comercio de venta al mayoreo
- Manufactura de productos terminados
- Manufactura de partes para ensamblado
- Servicios a la industria de manufactura (Agencias Aduanales, almacenaje de mercancía, etiquetado de mercancía, transporte de mercancía, contabilidad, etc.)

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

- Turismo (principalmente en el rubro de hotelería, restaurantes, etcétera, que atienden a la población permanentemente, así como a la población temporal de visitantes, en este último renglón se encuentran los compradores mexicanos y los denominados “Winter Texans” o Texanos de invierno, que provienen del norte de Estados Unidos y sur de Canadá y que la cifra aproximada se calcula en 270,000, los cuales permanecen en el Valle de octubre a marzo)

Pero, a raíz de la aplicación de una vigilancia más rigurosa en los puertos de entrada ha hecho más lento el cruce y obligado al sector comercial fronterizo a manifestarse contra las medidas, pues se han visto disminuidas considerablemente sus expectativas de ventas.

La Ciudad de McAllen, Texas, lugar donde se asienta el Consulado cuenta con un aeropuerto internacional llamado “McAllen Millar Internacional Airport”, donde operan dos aerolíneas (Continental y American Airlines) que conectan directamente a las ciudades de Houston, Austin, Dallas, Texas y a la Ciudad de México.

En cuanto a los servicios financieros existen sucursales de bancos nacionales, algunos de ellos de alcance internacional como Wells Frago, Chase Bank, Bank of America. Así como bancos estatales como Laredo Nacional Bank, Internacional Bank of Comerse, Frost Bank y Coastal Bank. Otros bancos son regionales como Texas State Bank, Lone Star Bank y McAllen Nacional Bank.

Los servicios que ofrecen son amplios y variados. Entre ellos destacan servicios de apoyo al comercio internacional, servicios bancarios de inversión, banca de desarrollo. También existen casas de cambio y empresas de reenvío de remesas.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Respecto a servicios de salud en McAllen, se encuentra la más grande concentración de servicios de salud que en cualquier otra comunidad del Valle del Río Grande. Lo que representa el 65% de las admisiones en los hospitales del área, los cuales brindan servicio completo de hospitalización. Existe también un hospital especializado en cardiología y cirugía cardiovascular.

En la Ciudad de McAllen existe un flujo importante de mexicanos que realizan compras durante los fines de semana, así como del interior de la República en temporada de vacaciones y de Navidad.

Existen también hermanamientos económicos que muestran el interés por llevar a cabo intercambios comerciales y culturales.

Ciudad	Acuerdo de hermanamiento con:
McAllen	Irapuato, Guanajuato (1961)
McAllen	Cd Guadalupe, Nuevo León (1989)
McAllen	Tampico, Tamaulipas (1991)
McAllen	Reynosa, Tamaulipas (1992)
McAllen	García, Nuevo León (1996)
McAllen	Acapulco – Taxco – Ixtapa (1997)
McAllen	Cadereyta, Querétaro (1998)
McAllen	Monterrey, Nuevo León (1999)
Pharr	Veracruz (1999)
Pharr	Hualahuis, Nuevo León (1999)
Roma	Miguel Alemán, Tamaulipas (1999)
Roma	Agualeguas (2001)

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Según un reporte de la Reserva Federal que cita un informe de la Oficina Estatal "Texas Comptroller of Public Accounts", los problemas que se han agudizado en la región fronteriza estos años son:

- a. Fuerza Laboral Escasamente entrenada y educada
- b. Inadecuados programas de desarrollo educativo y de fuerza laboral
- c. Bajo nivel de condición ambiental y de salud

La región tendrá mayor importancia económica si se concreta el proyecto de la construcción de la carretera I-69 (Interstate 69) que será un corredor de transporte carretero que unirá Canadá, Estados Unidos y México.

3.1.6 Político

El Gobernador del Estado de Texas, E.U.A es Rick Perry, pertenece al Partido Republicano. El régimen político de la Ciudad de McAllen, lugar donde está establecido el Consulado es mediante Alcaldías y Cabildos

En términos **federales** existe relación con:

- Distrito del Servicio de Migración y Naturalización de los Estados Unidos, ubicado en Harlingen, Texas. Existen fuertes restricciones para permisos humanitarios, se han cancelado permisos para intercambio en materia cultural y académica. Se emplea los Mecanismos de Enlace Fronterizo para solucionar problemas específicos e intercambiar información.
- Patrulla Fronteriza Sector McAllen. Existen reuniones en y fuera de los Mecanismos de Enlace Fronterizo. Se presenta, en ocasiones, abuso de autoridad de miembros de la agrupación para connacionales. Sin embargo, hay acuerdos de repatriaciones seguras, dignas y ordenadas, para el adulto vulnerable, el menor no acompañado y excarcelados.
- Servicio de Aduanas de los Estados Unidos Americanos. Se presentan reuniones para platicar sobre temas comunes y darles solución. Brindan información de detenciones de connacionales, decomiso de narcóticos, armas de fuego o dinero, recuperación de pertenencias de detenidos.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

- Alguacil Federal (U.S.Marshall). Brindan información sobre detenidos por delitos federales.
- Juzgado Federal. Proporcionan información sobre procesos de connacionales y escuchan opiniones al respecto.
- Buró Federal de Investigaciones (FBI, por sus siglas en inglés). Se intercambia información y existe apoyo en investigaciones. Invitación a participar en algunos cursos de entrenamiento.
- Departamento del Trabajo. Contacto con funcionarios de la oficina de la Ciudad de McAllen y la de San Antonio, Texas.

En términos **estatales** existe relación con:

- Procuraduría General de Texas (División Pensiones Alimenticias)
- Administrador Regional. Auxilio en acciones para impartición de justicia en ambos alados de la frontera.
- Departamento de Protección al Menor del Estado de Texas (Texas Child Protective Services). Gestión de estudios socioeconómicos e en apoyo a juicios de custodia de menores, entre otros.

En términos **municipales** existe relación con:

- Alcaldías. Comunicación permanente con alcaldes de las principales ciudades de la circunscripción. Apoyo en consultas de detención a connacionales, actividades comerciales, culturales, educativas, etcétera.
- Juzgados. Hay constante comunicación con los abogados para conocer la situación legal de las sentencias de connacionales.
- Autoridades policiales. Se ha incrementado el contacto entre estas autoridades y las de Reynosa, el Servicio de Aduanas. Se organizan cursos de entrenamiento en vigilancia e identificación de criminales y en salvamento.
- Cárceles. Hay visitas calendarizadas a ellas para conocer el estado de los connacionales.

3.1.7 Cultural, educativo y asuntos comunitarios

En febrero de 1990, el Gobierno de la República creó el Programa Comunidades Mexicanas en el Extranjero (PCME). Éste fue diseñado para servir como una estrategia de política exterior, con la misión de mejorar e incrementar las relaciones con los mexicanos y la población de origen mexicano que viven fuera del país, mediante la promoción de proyectos de interés y beneficio mutuos.

El objetivo de este Programa era fomentar y facilitar la realización de proyectos conjuntos, así como servir de enlace entre las comunidades mexicanas y de origen mexicano en los Estados Unidos con personas e instituciones nacionales, tanto públicas como privadas. Además de mejorar la imagen de México en el exterior y de los mexicano – americanos en nuestro país, a través de una adecuada difusión de sus luchas y logros, e impulsar el conocimiento, respeto y trato digno que merecen nuestros connacionales⁴¹.

“A partir del 11 de abril de 2003, se estableció el Instituto de los Mexicanos en el Exterior (IME) por decreto presidencial como miembro desconcentrado de la SRE. Este Instituto sustituiría al PCME en funciones. Además de que sería el órgano ejecutor y operativo del Consejo Nacional para las Comunidades Mexicanas en el Exterior, encabezado por el Presidente de la República e integrado por los Secretarios de Relaciones Exteriores; Gobernación; Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; Economía; Hacienda y Crédito Público; Educación Pública; Desarrollo Social; Trabajo y Previsión Social; Salud; Turismo; y Medio Ambiente y Recursos Naturales. Contaría con un Consejo Consultivo integrado por 152 miembros, representantes de la comunidad mexicana y mexicano-americana en Estados Unidos”⁴².

⁴¹ <http://www.sre.gob.mx> enero , mayo 2004.

⁴² Entrevista con el Cónsul Luis Manuel López Moreno el 10 de febrero de 2004.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

En el año de 1994, se inauguró el Centro Cultural Mexicano en el Valle de Texas. En un principio sus funciones se realizaban dentro del Consulado de México, hasta el año de 1998, cuando por gestiones de la Representación Consular, la Ciudad de McAllen acordó otorgar anualmente \$20,000.00 dls. Para cubrir la renta del local que actualmente ocupa.

Este espacio se reinauguró en mayo de este año, puesto que por malas gestiones administrativas tuvo que cerrar. En la actualidad, se pretende impartir clases en diversas áreas tales como inglés y manualidades, entre otras. Además de servir como sala de exhibición para artistas y artesanos, cuenta también con una tienda de artesanías que renta a los Artesanos Emprendedores de México, A.C., realiza las reuniones de la mesa directiva y otras reuniones de trabajo. El Consulado, en este sentido solo sirve como medio de enlace y coordinación de actividades.

También en materia cultural y educativa se implementan los programas que el IME pide que se coordinen en la circunscripción, tales como:

- a. “Difusión del Programa del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA). Se distribuyen entre las organizaciones que dan apoyo, principalmente, a las comunidades marginadas de la circunscripción denominadas “colonias”, libros para alfabetización primaria y secundaria en español para adultos.
- b. Programa de Intercambio de Maestros. El Consulado participa en la coordinación y arreglos necesarios para que durante las vacaciones de verano, maestros mexicanos visiten por un período de dos a tres semanas a maestros de escuelas de Estados Unidos, a fin de compartir experiencias y metodologías de enseñanza, así como fomentar las relaciones profesionales y personales de los mismos. Asimismo, maestros estadounidenses de las escuelas de la circunscripción visitan a sus contrapartes en México bajo este programa.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

- c. Distribución de libros de texto gratuito. Cada año se distribuyen estos libros a las escuelas primarias públicas y privadas de la circunscripción y se promueve su uso. El objetivo de este programa es difundir el idioma, la historia y la cultura de México.
- d. Expedición de documentos de transferencia de estudios de primaria y secundaria. Se proporcionan a estudiantes que han acudido a escuelas de Estados Unidos en la circunscripción y que se integran a escuelas mexicanas. Este trámite equivale a la revalidación de estudios y no requiere traducción, legalización para que sea aceptado por escuelas mexicanas.
- e. Concurso de dibujo infantil “Este Es Mi México”. Orientado a promover el acercamiento a las raíces mexicanas entre los menores.
- f. Talleres comunitarios. Se imparten en los centros comunitarios del Programa “las colonias” del Center for Housing and Urban Planning (CHUD) de la Universidad de Texas A&M, así como en otras organizaciones civiles comunitarias.
- g. Iniciativa de salud en diabetes. Es un interés por promover un programa común entre el estado de Tamaulipas y Texas para atender y mejorar la atención de la diabetes en esta región. Están involucrados South Texas Center for Rural Public Health Texas A&M, gobiernos estatales, locales, organizaciones civiles, comunitarias y privadas que atienden esta enfermedad.

Otra figura a resaltar son los clubes de oriundos. Ésta en un principio era una tarea fundamental, sin embargo con el paso del tiempo se ha dejado de tener interés para su creación. Se pretende que se vuelvan a fomentar su relación con ellos. En algún momento se trabajo con clubes de oriundos de los estados de Coahuila, Distrito federal, Durango, Guanajuato, Querétaro, San Luis Potosí y Veracruz. Siendo el de Querétaro el que a la fecha todavía mantiene alguna relación con el Consulado”⁴³.

⁴³ Información recabada durante las actividades realizadas en la Coordinación de Instituto de los Mexicanos en el Exterior.

3.1.8 Medios de Comunicación

Se les convoca constantemente para participar en acciones de protección preventiva, tanto a medios como de McAllen como de Reynosa. La información generalmente está al acceso de la comunidad. Sin embargo, existe falta de control hacia las entrevistas que se dan para la televisión y, en general, para todos los medios. El personal del Consulado frecuentemente no está enterado de los artículos que se emitieron días previos, generando que la gente acuda a pedir información sobre determinado asunto o actividad y no se les pueda proporcionar una información inmediata al respecto.

La política que se mantiene con ellos según opinión del Vicecónsul es “de puertas abiertas. Se acude una vez al mes a la estación Radio Esperanza, que es una emisora cristiana. El área de cobertura de esta estación es Monterrey, Tamaulipas y parte del territorio de Texas hasta San Antonio.

En televisión existe una mejor cobertura. Con Univisión las entrevistas son de índole comunitario. En KBT existe un programa conocido como “Usted que opina” la cual hace llamadas al Consulado para que se dé a conocer la postura del gobierno mexicano respecto a determinado tema de supuesto interés para la comunidad. Se tiene una muy buena relación con ellos, en particular con el canal 40 y el 48 en McAllen.

En la prensa la relación es buena ya que si se les pide que saquen un artículo sobre determinado asunto generalmente lo hacen. Siguiendo esta línea en el periódico “El Mañana” de Reynosa aparecen artículos sobre protección preventiva. Existe estrecho contacto con “The Monitor”. Otro periódico en donde, ocasionalmente, se publican artículos es el “U.S.A.”⁴⁴.

⁴⁴ Entrevista realizada al Vicecónsul Arturo Salgado el día 25 de marzo de 2004 en las instalaciones del Consulado de México en McAllen, Texas.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Lista de los principales Medios de Comunicación ⁴⁵

MEDIO	NOMBRE
PRENSA	The Monitor (Diario)
PRENSA	San Antonio Express (Diario)
PRENSA	Associated Press (Diario)
PRENSA	The Edinburg Daily Review (Diario)
PRENSA	El Clamor (Diario)
PRENSA	El Americano News (Quincenal)
PRENSA	El Periódico (Quincenal)
PRENSA	The Valley Town Crier (Semanal)
PRENSA	UTPANAM (Semanal)
PRENSA	El Mañana (Diario/ Reynosa)
PRENSA	Prensa de Reynosa (Diario/ Reynosa)
RADIO	Radio Única (AM – 840) McAllen)
RADIO	KURV 710 TAL KRADIO
RADIO	KKPS
RADIO	KGBT & KIWW (96.1)
RADIO	KIRT 1530 AM, “Nosotros El Pueblo”
RADIO	Radio Esperanza, 88.5 FM
RADIO	KBOR – La más buena (+ 3 repetidoras FM y AM)
RADIO	La M, La Mejor, 102.1 FM
TELEVISION	Canal 4
TELEVISION	UNIVISION CHANNEL 48
TELEVISION	Canal 5, KRGV-TV
TELEVISION	TELEMUNDO, McALLLEN, CHANNEL 40
TELEVISION	MCN CHANNEL 12, McALLEN
TELEVISION	CITY OF McALLEN
TELEVISION	TELEVISA NORESTE (Matamoros / Reynosa)
TELEVISION	TV AZTECA (Matamoros / Reynosa)
TELEVISION	TELEMUNDO (Nacional E.U.A.)

⁴⁵ Lista creada durante el seguimiento de medios de comunicación en el Consulado.

3.1.9 Público Asistente

La población que asiste al Consulado de McAllen es prioritariamente masculina en un 65% y el resto mujeres y niños. Destacando la población de origen centroamericano además de la mexicana. El grado de escolaridad promedio responde a elemental. Las actividades que desempeñan son industriales. Y el rango de edad se ubica entre los 18-60 años. A continuación se muestran algunas de las preguntas realizadas a un público muestra de 100 personas para conocer su opinión respecto al tema en cuestión.

Además se aplicó un cuestionario a todos los consulados de México en Estados Unidos⁴⁶ con el objetivo de obtener información sobre la política de comunicación que prevalece en los demás consulados y si existe una homogeneidad en las percepciones hacia sus públicos. Además de permitirnos conocer qué impacto han tenido aquellos con páginas web. Ambos cuestionarios se encuentran en la sección de Anexos para ser consultados.

3.2 Análisis FODA

Todas las organizaciones públicas operan dentro de una comunidad muy amplia en la sociedad. Las estrategias en general, en nuestro caso particular las de comunicación externa, deben de considerar el *microentorno* y *macroentorno* en el que se encuentran.

Las políticas, prácticas, tradiciones, creencias filosóficas y las formas de hacer las cosas de una organización se crean una cultura distintiva. Por ende, existen organizaciones que poseen una determinada reputación como de líderes en su ramo, dedicación, negociación, ambiente laboral agradable, comunicación con su público y medios, satisfacción, etc.

⁴⁶ La encuesta fue remitida a todos los Consulados de México en Estados Unidos. No fue condición determinante que contarán con página web. De los 39 consulados existentes en Estados Unidos, 26 cuentan con este servicio.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

“Como regla la estrategia de una organización debe basarse en sus fortalezas de recursos y en lo que sabe hacer bien (sus competencias y capacidades competitivas) (...) es importante considerar que también la actitud hacia el riesgo tienen una gran influencia sobre las estrategias. Quienes evitan el riesgo se sienten inclinados por estrategias conservadoras que minimizan el riesgo, tienen un rendimiento rápido y producen utilidades seguras a corto plazo”⁴⁷.

“Las oportunidades particulares de las organizaciones y los amenazantes desarrollos externos a los cuales se enfrentan, son influencias clave sobre la estrategia. (...) La estrategia de una organización debe estar orientada en forma deliberada a aprovechar sus mejores oportunidades de crecimiento, en especial, aquellas que ofrezcan una mayor promesa para el desarrollo de una ventaja competitiva sustentable y que mejoren la rentabilidad”⁴⁸.

La evaluación de las fortalezas y debilidades de los recursos de una organización, así como de sus oportunidades y amenazas externas proporciona, según Thompson, una buena perspectiva para saber si la posición de la organización es firme o endeble. Es esencial una perspectiva clara de las capacidades y deficiencias de recursos de la compañía, así como de sus oportunidades y de las amenazas para su bienestar futuro.

“Una **fortaleza** es algo en lo cual es competente una compañía, o bien, una característica que le proporciona una competitividad mejorada. Puede asumir varias formas:

1. Una habilidad o pericia importante.
2. Activos físicos valiosos.
3. Activos humanos valiosos.
4. Activos organizacionales valiosos.
5. Capacidades competitivas.

⁴⁷ THOMPSON, Arthur A., STRICKLAND III A.J. *Administración estratégica*. Edit. McGraw Hill. México, 2004. p. 64

⁴⁸ Ibid. p. 63.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

6. Un logro o un atributo que coloquen a la organización en una posición de ventaja en el sector.
7. Alianzas⁴⁹.

Una debilidad es alguna “carencia de la organización, algún bajo desempeño (en comparación con otras) o una condición que la coloca en desventaja. Las debilidades internas se pueden relacionar con:

1. Deficiencias en habilidades o pericia que sean competitivamente importantes o en capital intelectual de uno u otro tipo.
2. Una carencia de activos físicos, humanos, organizacionales o intangibles.
3. Capacidades competitivas ausentes o débiles en áreas clave.

Por consiguiente, las debilidades internas son deficiencias en la dotación de recursos de una compañía⁵⁰.

Las oportunidades dependerán del sector en el que se encuentre una organización. Ya que no es lo mismo que en el sector, en este caso gubernamental, existan oportunidades, a que el Consulado de México tenga la oportunidad de hacer algo. Las oportunidades más pertinentes son aquellas “que ofrecen facilidades importantes para un crecimiento rentable, en donde la organización tiene el mayor potencial de adquirir una ventaja competitiva, y las que se ajustan bien a las capacidades de recursos financieros y organizacionales de la organización (...).

A menudo, hay ciertos factores en el ambiente externo de una organización que plantean una amenaza para su rentabilidad y su bienestar competitivo⁵¹.

⁴⁹ Ibid. p. 120.

⁵⁰ Ibid. p. 121.

⁵¹ Ibid. p. 128-129.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Fortalezas (I)	Oportunidades €	Debilidades (I)	Amenazas €
<p>Creación e implementación de sistemas estadísticos para medir la efectividad de los departamentos. Imagen “adecuada” del Consulado ante organizaciones y organismos. Capacidad de respuesta de las personas del departamento de Protección a los casos que se les presentan.</p>	<p>Apoyo SRE para promover consulta de información mediante las páginas web de los consulados. Amplio sector mexicano y estadounidense muestra interés en actividades, información del consulado pero no se enteran a tiempo, o la está información incompleta. El empleo de Internet en Estados Unidos es uno de los más altos en el mundo. Gran cantidad de información requiere ser transmitida al público en general. Diferentes áreas requieren difundir su información al exterior a través de medios interactivos.</p>	<p>Carencia de una política activa de comunicación externa, de estrategias e implicaciones de la comunicación. Ausencia de medios interactivos de comunicación externa con el público en general. Sobreexplotación de la imagen del Vicecónsul para evitar desgaste de imagen del Cónsul. Imagen frente a cierto sector de mexicanos que viven en el área de ser parte del gobierno estadounidense. Falta de pericia para proporcionar de una manera consistente un buen servicio al público, carestía de talentos que capte un público masivo que participe en eventos coordinados por el Consulado. Insuficiencia de conocimiento actualizado en algunas áreas y de conocimiento organizacional colectivo. Empleados sin capacidad real y desinterés de personal a cargo de creación de estrategias de vinculación y promoción de actividades. Preferencia por ciertos empleados. Necesidad de espacio físico para dar conferencias a medios.</p>	<p>Organizaciones se atribuyen responsabilidades inherentes al consulado y pueden desinformar a público. Desinformación del público mexicano que acude con personas para solicitar ayuda en vez del consulado. falta de conocimiento de los servicios que presnta el Consulado.</p>

3.3 Cuestionario

La metodología es considerada por Alfredo García Áviles como la “reflexión crítica encargada de estudiar el surgimiento, desarrollo y validez de los métodos empleados”⁵². El mismo hace referencia que otros autores la entienden como “el conjunto de métodos que se emplean en el proceso del conocimiento. (...) nosotros consideramos que la postura correcta es la que señala que la metodología constituye una teoría acerca del Método, cuya finalidad específica es: reflejar las regularidades de la realidad objetiva y del conocimiento y, de ese modo, orientar a los hombres en el proceso de su actividad cognoscitiva y práctica, la metodología posee una finalidad concreta: la búsqueda y fundamentación teórica de los métodos adecuados para una ciencia dada, la formulación de reglas para operar con ellos, la determinación de sus posibilidades cognoscitivas y su esfera de aplicación”⁵³.

La técnica empleada para obtener los datos fue la de Campo, puesto que no existía análisis sobre la comunicación, ni interna ni externa del Consulado. Las estadísticas que se realizan se refieren al nivel de casos que cada una de las personas en el Departamento de Protección, atiende a la semana y al mes, y su conclusión. Los otros departamentos no son evaluados mediante estadísticas sino a juicio personal del Cónsul.

⁵² GARCÍA Áviles, Alfredo. *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Editorial Plaza y Valdés. México, 1997. p. 65.

⁵³ Ibid. p. 68.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Por lo tanto, en esta tesis se aplicó la técnica de Campo como “procedimiento por medio del cual obtenemos y registramos la información que buscamos, directamente en el lugar en el que ocurren los hechos que investigamos y es de uso principal de las ciencias sociales”⁵⁴.

En primera instancia se seleccionó una muestra representativa de la población que acude al Consulado. En el caso de los consulados, se empleo solamente aquellos que se encuentran en estados Unidos. Se aplicó la encuesta cómo técnica para hacer preguntas a una “fracción representativa de una comunidad objeto de estudio con el objeto de indagar sobre fenómenos, acciones, actitudes, entre otros, presenciados por grupos numerosos de personas. Con los resultados de la encuesta se pueden elaborar estadísticas, gráficas o relaciones de datos porcentuales de carácter descriptivo”⁵⁵.

⁵⁴ Ibid. p. 204.

⁵⁵ Ibid. p. 206.

CAPITULO 4.

PLANEACIÓN DE LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Esta propuesta está basada en el empleo de la tecnología como medio para dar estabilidad a las organizaciones y, por lo tanto, permanencia. Las condiciones tecnológicas disponibles establecerán los límites que puede adoptar el Consulado de México en McAllen, Texas, en el futuro.

La comunicación se ha convertido en un sector estratégico en lo político, cultural y económico. La tecnología y la comunicación se unen en el internet creando ese proceso circular característico de la comunicación al ser posibilitado por las herramientas tecnológicas. Se considera también la “interinfluencia entre sujetos donde lo saliente refiere *cómo* las cogniciones y los sentimientos de unos son modificados por la presencia, ausencia o acción del otro y viceversa, de manera continua. La conducta de retorno es la que confiere la interacción”⁵⁶.

La presente propuesta incluye en la calendarización de actividades la creación de un programa de promoción de la consulta de la página web del Consulado. La promoción se realizará a través de medios tradicionales como la prensa, la radio y la televisión. Se emplearán los elementos positivos de cada uno de ellos, eliminando, en la medida de lo posible, los negativos. En uno de los siguientes apartados, se da a conocer los límites y alcances que cada uno de ellos posee.

⁵⁶ FAINHOLC, Beatrice. *La interactividad en la ecuación a distancia*. Editorial Paidós. Argentina, 1999. p. 57.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

4.1 Objetivo

Lograr un acercamiento real con el público, cautivo y potencial, del Consulado de México en McAllen, Texas, para dar a conocer a los servicios y actividades que realiza en la circunscripción. Además de promover las ofertas que brinda México en diversos campos. Haciendo accesible aquella información proporcionada por esta Representación Consular, las 24 horas del día y los 365 días del año.

Servirá como medio complementario para organizar y cohesionar a los mexicanos en función del proyecto de desarrollo del Consulado para las comunidades mexicanas de la circunscripción. Trabajando de manera más unida con aquellas organizaciones que han mantenido un interés permanente en apoyar a este grupo social.

El objetivo de la información será hacerla funcional, jerarquizada según la información y el uso, tratando de evitar, en la medida de lo posible, las restricciones. Ante todo será indispensable la claridad y el flujo oportuno de la información para lograr una verdadera comunicación.

Entre los objetivos adicionales que se pretenden alcanzar se encuentran:

1. Prestigio o una imagen favorable y sus beneficios
2. La buena voluntad de las comunidades en donde el consulado está presente
3. Modificación de malos entendidos y prejuicios sobre el consulado
4. Educación del público sobre el uso del servicio ofrecido
5. Formulación de estrategias y políticas de la organización
6. Modificación de la opción de un grupo activista sobre un aspecto determinado

La reputación o prestigio del consulado es su activo más valioso. La imagen es determinada por seis factores fundamentales:

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

1. La realidad del consulado mismo. Su importancia intrínseca
2. La medida en que el consulado y sus actividades hagan noticia
3. Su diversidad. Mientras más diversificada, más difícil será la unificación de sus mensajes
4. Sus esfuerzos de comunicación: resultado directamente proporcional
5. El tiempo: proceso de edificación
6. El desvanecimiento de la memoria. La tendencia del público a olvidar es más rápida de lo que suele imaginarse

Los objetivos previstos en la comunicación organizacional son:

1. Contribuir a la formación de una imagen favorable del consulado entre sus empleados de todos los niveles, así como entre todos los públicos externos que son de su interés
2. Difundir entre el personal la Misión, la Filosofía, los Valores, los Objetivos, las Políticas y las Estrategias a través de los diferentes medios internos de comunicación y contribuir, de esta manera a la mayor integración del empleado a la organización
3. Fomentar, incrementar y mantener un flujo constante de información sobre la organización en ambos sentidos, así como propiciar un entendimiento mutuo entre cónsul y subordinado
4. Incrementar, fortalecer y mantener la integración del personal entre las diferentes áreas, a través de proporcionar a los miembros de la organización una información clara, precisa, veraz y oportuna de los sucesos de interés, logros, planes y proyectos de la organización, a través de los medios internos de comunicación adecuados
5. Fomentar el intercambio de información entre Cónsul y subordinados, de tal manera que los empleados conozcan las expectativas que la organización tiene de ellos, lo que su jefe inmediato espera de su desempeño y se les informe oportunamente del grado de satisfacción acerca de su trabajo

4.2 Tiempo

La construcción de esta página tendrá una duración aproximada de un mes.

4.3 Recursos

“Los recursos son aquellos requerimientos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para desarrollar cualquier actividad”⁵⁷.

4.3.1 Preliminares

Los requerimientos materiales para llevar a cabo esta propuesta serán:

- “Información referente a leyes, reglamentos, tratados, decretos, acuerdos, circulares y disposiciones normativas de la organización”⁵⁸. En este caso aquellos con respecto a los materiales a utilizar tales como la música mexicana, imágenes e información autorizada para dar a conocer al público.
- “Información sobre el campo de trabajo, tal como organigramas, manuales, catálogos de formas, estadísticas y, en general, toda clase de documentación relacionada con el factor de estudio”⁵⁹. Será información proporcionada por los departamentos tales como de protección, documentación, promoción turística y comercial, comunicación social y asuntos fronterizos, coordinación del IME, entre otros.
- Información de otras organizaciones con las que se tendrá vínculos de enlace. Ésta será de organizaciones civiles, no gubernamentales, gubernamentales y todas aquellas que podrían ser de utilidad.

⁵⁷ FRANKLIN Fincowsky, Enrique Benjamín. *Organización de Empresas. Análisis, diseño y estructura*. McGraw Hill. México, 2001. p. 165.

⁵⁸ Ibid. p. 10.

⁵⁹ Ibid. p. 10.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

- Información específica sobre niños, adultos mayores, mujeres y discapacitados.

- Antecedentes de intentos de creación de página web para el Consulado.

- Información complementaria: material e investigaciones que pueden servir como elementos de apoyo.

4.3.2 Humanos

Se requerirá para su creación la asesoría de un webmaster, el mismo que será empleado para la actualización diaria, cuando así sea requerido por el Consulado para dar a conocer las últimas noticias, y mensual.

En cuanto a los recursos sociales humanos que se refieren al “clima empresarial, la presencia de colegios, universidades, organizaciones que generan innovaciones, al nivel educativo de la población, la centralidad del área urbana con respecto a su región y la calidad de vida en general”⁶⁰.

La educación del área de circunscripción consular comprende la académica y la religiosa. La ecuación escolar básica hasta la preparatoria está dirigida por los Distritos escolares, que a su vez agrupan a todas las escuelas de la región. Existe tan sólo una universidad llamada “University of Texas Panamerican”, es filial directa de University of Texas. Ésta coordina parte de la vida cultural y académica de la región, al igual que el “South Texas Community College”. En ambas se encuentra concentrado la educación escolar universitaria. Además, se encuentran con escuelas que brindan educación religiosa los días sábado y domingo, generalmente.

⁶⁰ HALL, Richard H. *Organizaciones. Estructura y proceso*. Prentice Hall. 3ª. edic. México, 1992. p. 221.

Este aspecto es fundamental puesto que nos permite ubicar con que recursos materiales se convertirán en humanos para diseminar la información contenida y así, generar mayor conocimiento sobre el consulado, los servicios que en el se ofrecen, llegando a la página web, como medio primordial para que ellos se enteren de forma permanente de las actividades que se realizan en él. Es importante considerar que existe un alto porcentaje de búsqueda de información por parte de la población estudiantil, en el amplio sentido. La creación de este sitio representaría llevar las cosas al lugar donde se ocupan para que estos, posteriormente, sirvan como difusores.

4.3.3 Materiales

Los recursos materiales serán aquellas herramientas que permitirán el acceso a la información de la página web del Consulado. Ellos comprenderán los datos que tendrán que ser recopilados y, posteriormente, puestos a disposición del público. Las herramientas tecnológicas se dividirán en aquellas necesarias para crear la página web y las que los usuarios utilizarán para poder acceder a esta información.

4.3.4 Tecnológicos

La tecnología se refiere a la “sistematización de los conocimientos y prácticas aplicables a cualquier actividad”⁶¹.

“Hickson, Pugn y Pheysey subdividen el concepto de tecnología en tres componentes: tecnología de operaciones, de materiales y de conocimientos. La primera, se refiere a las técnicas utilizadas en las actividades del flujo de trabajo y que van desde el equipo automatizado hasta bolígrafos y lápices, incluye la idea del grado de automatización del equipo, la rigidez de la secuencia de las

⁶¹ *Gran Diccionario Enciclopédico Salvat. Ilustrado en color.* Editorial Salvat. México, 1997. p. 1310.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

operaciones y la especificidad de la evaluación de las operaciones. El segundo, hace mención a los materiales procesados en el flujo de trabajo. Y finalmente, el tercero, trata sobre las características del conocimiento empleado en el flujo del trabajo⁶².

Para poder ver de manera ágil los contenidos de la página web se requerirán 57 kb para la navegación. Es frecuente el uso de Windows XP en Estados Unidos, sin importar la región geográfica. Nuestra versión de página electrónica se podrá ver contando con Windows '98. Es posible también verla con anteriores, sin embargo, la velocidad de navegación y las imágenes que en él serán puestas, no podrían ser vistas en su totalidad.

Estas cuestiones técnicas se encuentran ampliamente cubiertas siendo que en el año de 1996 la conexión a Internet se realizaba mediante marcación a través de línea telefónica y representaba las $\frac{3}{4}$ partes, o sea el 74%. Pero en el 2000, se comenzó a utilizar formas de conexión más rápidas como de 56 kb, T1/DS1, T1 fragmentado, T3/DS3 y líneas T3 fragmentadas.

Antes el 70% de las personas conectadas a Internet empleaban líneas para conectarse, el 11% conexiones telefónicas (no continuas) y el 24% algún tipo de conexión permanente que incluían las ISDN, inalámbricas y los módems de cable. Además de que según el nivel de educación de la persona era la cantidad de tiempo invertido en el empleo de esta herramienta. Ahora esta tendencia se ha ido modificando según datos del Departamento de Educación, permitiendo que más personas, aún sin contar con estudios accedan y se interesen por el uso de esta tecnología.

⁶² HALL, Richard H. *Op. cit.* p. 100.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Se consideró que el grupo al que estará dirigido la página web será el que presenta una mayor afluencia al Consulado de México en McAllen, Texas, puesto que este es el que puede servir de promotor en su comunidad. Nuestra encuesta realizada en el mes de junio mostró que el público que más acude es aquel que comprende entre los 17 y 55 años de edad. El idioma en el que se expresan, entienden, leen y escriben es el español, aunque la gran mayoría habla correctamente el inglés. No todos ellos son ciudadanos americanos ni residentes legales. La gran mayoría de ellos no conocen sus derechos ni los servicios que el Consulado ofrece para ellos.

El gobierno de Estados Unidos, a partir del año de 1996, implementó el Programa *“No Child Left Behind”* que existen en Estados Unidos para incrementar el empleo de las tecnologías de la información en la población menor. Este programa está dirigido a niños, y al mismo tiempo a sus padres, que habitan en zonas rurales. La importancia de este plan es el acceso a las tecnologías como el Internet.

Sumada a esta acción de desarrollo existe el Programa Educación Bilingüe en la frontera de Estados Unidos con México. Este ha sido creado para generar un competencia lingüística mayor entre estos habitantes, que tienen origen mexicano o son mexicanos. Puesto que cerca del 90% de la población que habita en la circunscripción es de origen latino.

Aunado a la política creada por el gobierno de Estados Unidos, existe una gran cantidad de Centros Comunitarios, Organizaciones Civiles, Organizaciones No Gubernamentales en el área de la circunscripción de Texas. Estas organizaciones también solicitan información para que sea dada en sus instalaciones. Sin embargo, no siempre brindan toda la información que el Consulado les podría

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

ofrecer. Para el Consulado también resulta un problema tener que desplazar a funcionarios que ahí laboran para atender, en ocasiones, a un grupo reducido de 10 personas. Con esta página estos centros podrán brindar toda la información necesaria, las preguntas de las personas podrán llegar a las manos del encargado de esos asuntos y brindarle la atención requerida. Evitando también que se cobre a personas por servicios que el Consulado ofrece gratuitamente, tales como asesoría jurídica o educativa, entre otros.

Según una entrevista sostenida con el Dr. Fernando Herrera Rodríguez, encargado de Asuntos Consulares de la Secretaría de Relaciones Exteriores no existe un reglamento creado por la cancillería que obligue a los consulados a tener una página web. Sin embargo, se ha visto que aquellas Representaciones Consulares que cuentan con una presentan un público que pregunta por aquellas actividades o servicios que ella se ofrecían. Además de querer conocer más a su país.

En entrevista, también mencionó que a pesar de no contar con un marco normativo sobre ellas, es necesario que cumplan con requisitos tales como:

- Ella debe de tener información fidedigna
- Información no de uso interno
- No decir mentiras
- Igualdad
- Parecido a la página de la Secretaría de Relaciones Exteriores

Además de que se otorga libertad a los consulados en el diseño de la página.

4.4 Medios y mensajes de difusión

Considerando que “los medios son un elemento que forma parte del subsistema cultural subordinado al sistema político-económico dominante en la sociedad y están a su servicio”⁶³. Además que, según Sánchez Noriega, constituyen instituciones con fuerza suficiente como para mantener cierta independencia respecto a otros poderes y por ello pueden contribuir al cambio social. Pero que estos y el sistema político-económico interactúan en el espacio social según dinámicas de colaboración, complementariedad o conflicto con resultados diferentes según los casos, considero necesario su apoyo para la promoción de una página en beneficio de una comunidad.

Es por ello que evaluar su alcance y limitaciones es primordial para conocer la manera en que ellos nos pueden ayudar a cumplir con nuestro objetivo. El alcance se referirá al área de uso que cubre en términos geográficos y de las organizaciones o personas que lo emplean. Las limitaciones serán todos los aspectos que quedan fuera de él.

4.4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS

Se cree que cada medio genera un tipo particular de comportamiento y transmite determinada información. Las funciones que los medios cumplen, o deberían cumplir, son: el informar, formar y entretener. Sin embargo, al parecer, esta jerarquía se ha invertido. Es difícil concebir a un medio como objetivo, desinteresado y que integre la realidad. Al respecto, realizaré una breve reseña de los medios que han poseen gran significado para la humanidad. Ellos representan el fin de una etapa para dar inicio a otra.

⁶³ SÁNCHEZ Noriega, José Luis. *Crítica de la seducción mediática*. Editorial Tecnos, Madrid, 1997. p. 49.

4.4.1.1 Prensa

La impresión como tal se inventa aproximadamente en “el año 1450 en Europa con tipos metálicos móviles. En China y en Japón, ya hacía mucho tiempo que se practicaba la impresión – desde el siglo VIII, si no desde antes -, pero el método más empleado era el conocido como <<impresión en bloque>>, en el que el bloque de madera tallado se utilizaba para imprimir una sola página de un texto específico. A comienzos del siglo XV, los coreanos inventaron una forma de tipo móvil. La práctica de la impresión se difundió por toda Europa gracias a la diáspora de los impresores alemanes”⁶⁴

4.5.1.1.1 Alcances

- La información o hechos ocupan un mayor espacio que aquel que se le destina al entretenimiento
- Posee un lenguaje y estilo propios, según el periódico que se trate.
- “La palabra escrita puede expresar una mayor profundidad, complejidad, cambio de estado de ánimo, sutileza, detalle y otros. La palabra escrita se puede comunicar más exactamente que con la palabra hablada”⁶⁵.
- “La gente busca la opinión de un periodista porque la considera honesta y satisfactoria”⁶⁶.
- “El periodismo busca hacer entender a la gente la complejidad de las decisiones que ellos tomarán y que afectarán sus decisiones políticas y sociales. La gente busca la opinión de los periodistas porque necesitan que hagan parte del trabajo analítico por ellos”⁶⁷.

⁶⁴ BRIGGS, Asa, et al. *De Gutenberg a Internet*. Ed. Taurus, España, 2002, p. 27.

⁶⁵ IGLESIAS, Francisco. *La televisión dominada*. Ediciones Rialp. España, 1990.p. 50.

⁶⁶ FULLER, Jack. *News values. Ideas for an Information Age*. University of Chicago Press. Estados Unidos, 1997. p. 29.

⁶⁷ Ibid. p.30

4.5.1.1.2 Límites

- Fácilmente se puede alterar la objetividad y la imparcialidad sesgando la información.
- “La primera noticia es la vencedora y la incontrolable. Existe un gran interés por dar el primer golpe”⁶⁸.
- Hay fenómenos macroscópicos que se incuban y pasan inadvertidos por mucho tiempo hasta que alguien los descubre.
- “Tiene dificultad para presentar la personalidad vital de las personas de las que habla”⁶⁹
- El periodismo de investigación ya no es tan frecuente y ahora puede servir a intereses políticos o económicos.
- Las habladurías en todos los campos están disipando la atención del lector de información relevante y que afecta directamente sus vidas.
- Hay que leer varios periódicos para estar “informados”. Se da, por lo tanto, una lectura superficial.

4.4.1.2 Radio

“En junio de 1896, Guglielmo Marconi llegó a Gran Bretaña para exhibir lo que él llamaba progresos en la transmisión de impulsos y señales eléctricas. Un año antes ya había empezado a experimentar con la radio con flota británica. En 1897, fundó Wireless Telegraph & Signal Company para diseñar y vender en gran escala aparatos de radio a clientes comerciales y gubernamentales”⁷⁰.

⁶⁸ BETTETINI, Gianfranco, FUMAGALLI, Armando. *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*. La Crujía Ediciones. Argentina, 2001. p. 23.

⁶⁹ Ibid. p. 50.

⁷⁰ BRIGGS, Asa, et al. *Op. cit.* p. 176.

Hacia 1922, “en Estados Unidos se produjo un notable *boom* de la radio. Aparecieron estaciones de todo tipo, algunas asociadas a periódicos, otras a organizaciones minoristas algunas a ciudades, otras a escuelas y universidades. (...) En 1925 cerca de la mitad mundial, 5 millones, se encontraba en Estados Unidos”⁷¹.

4.4.1.2.1 Alcances

- La radio es un medio que permite llevar a cabo otras actividades al mismo momento que se le está escuchando. Esto es una característica inherente al medio al que nos referimos. Contrario a la prensa o a la televisión que captan toda nuestra atención y no nos permiten desempeñar otras acciones al mismo tiempo.
- Este medio, como tal, es cómodo en el sentido que puede ser escuchado en cualquier parte, ambiente, situación, etcétera, tan sólo con algunas adecuaciones tales como pilas o, bien, conectando a cualquier fuente de energía, tal como un carburador, como se acostumbraba en regiones solitarias.
- Es un medio al que no distingue entre tamaño, grupo social, ya que puede ser accesible a cualquier persona o nivel.
- Cuenta con credibilidad y está en gran medida vinculada a la gente. Y existe gran interacción entre el público y los locutores (la voz de la radio).
- “Posee la característica de permitir la segmentación de sus radioescuchas. Puesto que dentro de un mismo grupo como niños, jóvenes, adultos o adultos mayores, se pueden dar segmentaciones más específicas, tales como en determinado tipo de música, de temas, tipo de locutores, área geográfica, etcétera.

⁷¹ Ibid. p. 183.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

- Permite una mayor división de programación. Esta puede ir de los más sofisticado a temas generales. Como en el caso de la medicina holística, herbolaria, acupuntura, música tibetana, entre otros temas, hasta temas políticos, feministas, culturales, o bien, de entretenimiento.
- Posee la característica de no ser un medio costoso. Los programas se pueden realizar en condiciones de escasa tecnología, sin computadoras o sin consolas de sonido.
- En este medio lo más importante es el talento, la creatividad y la imaginación.
- Lo más importante, al no tener imágenes para distraer, es el contenido. O sea, tener algo que decir, el cómo decirlo para atrapar la atención del escucha.
- Al ser unidireccional, permite recrear la imaginación, los ambientes, la atmósfera, los personajes, entre otras cosas.
- Los programas son atemporales. Esto se ha visto con programas que eran de la década de los cincuenta y que aún ahora se puede utilizar una fórmula similar, pero con contenido adecuado a la realidad actual.
- Tiene una mayor inmediatez respecto a la televisión. Existe la posibilidad de enterrarse de las cosas en el momento que están ocurriendo⁷².

⁷² Entrevista con el Profesor y Locutor Luis Carrasco García en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, el día 3 de junio de 2004.

4.5.1.2.2 Límites

- Algunos sectores le han perdido el respeto que se merece como medio de comunicación que llega a más gente y a diferentes públicos
- “Existe la creencia que cualquiera puede hacer radio, aún sin contar con la preparación académica adecuada y necesaria. Además de hacer programas sin contenido, sin importar el aspecto social, el impacto que tendrá en el público, perdiendo sentido su transmisión y la vinculación locutor – sociedad.
- Los locutores se rebajan al nivel de la gente para tratar de llegar a un mayor número de personas, evitando que la gente procure un aprendizaje y elevación cultural.
- Existe un mayor número de programas superficiales que profundicen sobre temas que realmente impacten a la población. Muchos tienden a ser amarillistas, dedicándose al chisme y a la farándula”⁷³

4.4.1.3 Televisión

En 1923, Vladímir Zworykin patentó con éxito un sistema eléctrico completo de televisión”⁷⁴. Este constituye uno de los de mayor repercusión en las sociedades de la edad contemporánea de todo el planeta. Incide en el ámbito de la cultura, la educación y el cuerpo entero social.

⁷³ Entrevista Luis Carrasco.

⁷⁴ Ibid. p. 197.

4.4.1.3.1 Alcances

- La imagen es elocuente, constituye una auténtica forma de lenguaje humano.
- Los personajes políticos cuando necesitan relevancia pública acuden a ella y, casi de inmediato, sus ideas son sobresalientes.
- Se logran grandes niveles de audiencia cuando las transmisiones son en vivo y directo.
- “Genera dinámicas de signo positivo que contribuyen al conocimiento y mejor uso de la propia lengua en su dimensión oral”⁷⁵.

4.5.1.3.2 Límites

- Según Giovanni Sartori, en su libro *Homo Videns*, la televisión modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo humano
- La primacía de la imagen, lleva a un ver sin entender que ha acabado con el pensamiento abstracto, con las ideas claras y distintas.
- Generalmente se emplea como medio de entretenimiento que como medio formativo o informativo. Busca generar y satisfacer deseos de evasión y entretenimiento.
- Cuenta más lo que se ve que lo que se oye.
- Los hechos que son transmitidos están descontextualizados y sin antecedentes.
- El espectador no percibe fácilmente la diferencia entre realidad y ficción.

⁷⁵ IGLESIAS, Francisco. *Op. cit.* p. 55.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

- Genera conformismo, pasividad, provoca espejuelos de vida inalcanzables y nuevas formas de analfabetismo.
- Los problemas que en él se transmiten, generalmente, tienden a ser ignorados por el grueso de la población
- Reúne a la familia físicamente pero los incomunica verbalmente. Se va perdiendo la sociabilidad, solidaridad entre las personas.
- Los datos importantes o informativos son invitados.
- Existe una gran tendencia a la superficialidad y generalidad.
- Posee grandes limitaciones de tiempo, hora de emisión, área de señal, elementos visuales y culto a la personalidad.
- Los contenidos dramáticos son los que la gente más retiene en su memoria.

4.5 Alcance del proyecto

- Podrá ser consultado por público en general, incluyendo organizaciones estadounidenses con las que se guarda relación, mexicanas, organismos públicos, civiles mexicanos, inversionistas, etcétera.
- Servirá como complemento permanente a los actuales canales de comunicación.
- La información se actualizará cada vez que se emita un nuevo comunicado.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

- Podrán tener acceso a la información que el mismo Consulado de a conocer, sin tener que acudir a fuentes secundarias. Evitando la desinformación o la sobreinformación.
- El usuario tendrá la posibilidad de elegir la información que requiere en el momento.
- Se potenciarán los lazos existentes con organizaciones con las que ya se tiene relación. Se ampliará la comunicación para generar nuevos.
- Se lograrán nuevos intercambios. Entre ellos con instituciones mexicanas gubernamentales, tales como Canal 22, Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Cineteca Nacional, entre otras.

4.6 Costo

El costo estimado se calcula en el tiempo horas hombre de trabajo que se le pagaría a un diseñador de la página y al webmaster que sería el encargado de mantener la actualización de esta página.

4.7 Calendarización de actividades/ programa de trabajo

Proyecto	Descripción y Justificación	Fecha tentativa
Impacto	Se medirá qué repercusiones y aportaciones puede tener en la población mexicana de la circunscripción y en las organizaciones el contar con un este medio de comunicación para sus funciones.	1ª. semana
Creación	A partir de este estudio se analizará qué contenidos son los que se requirieren y se expondrá en un mapa sugiriendo los temas.	1ª. Semana

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Recopilación de datos	Descripción y Justificación	Fecha tentativa
Investigación Documental	Seleccionar y analizar escritos que contengan datos de interés relacionados tales como bases jurídico-administrativas, diarios oficiales, oficios, etc.	1ª. Semana
Consulta a sistemas de información	Acceder a información y recursos de apoyo para obtener información de sistemas externos del Consulado.	1ª. Semana
Entrevistas	Obtener información más completa, precisa y obtener comentarios de cónsules, encargados, empleados, etc.	2ª. Semana
Cuestionarios	Obtener información de consulados que ya implementaron este medio de comunicación y del público al que se le va a ofrecer este servicio.	2ª. Semana

Análisis de Datos	Descripción y Justificación	Fecha tentativa
Segmentación según área	División de la información obtenida según área y nivel de confidencialidad.	3ª. Semana
Transcripción de datos	Descripción y justificación	Fecha tentativa
Html	Webmaster transcribe la información obtenida en formato html para su posterior publicación.	3ª. Semana

Creación de página web	Descripción y Justificación	Fecha tentativa
Html	Reunión de para diseñar la página web con el equipo de comunicólogo, diseñador y webmaster. Se resaltan aspectos de jerarquía de la información, claridad en el manejo de la información, empleo de imágenes, entre otras.	3ª. - 4ª. Semana

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Creación de campaña de Promoción	Descripción y Justificación	Fecha tentativa
Medios	Con el análisis previo realizado sobre los alcances y límites que cada medio tiene, la orientación que cada uno de ellos posee, se escogerán aquellos que tengan objetivos que nos sean útiles. Se realizará una rueda de prensa en las instalaciones del Consulado a la cual se invitarán los medios más sobresalientes por el nivel de penetración que tienen en su ramo (radio, prensa, televisión).	4ª. Semana
Consulado	Dentro de las instalaciones se promoverá el empleo de la página, colocando durante una semana una computadora en donde se pueda tener acceso libre al portal de la página del Consulado, para que la gente lo conozca.	4ª. Semana
Organizaciones	Se les invitará a que conozcan este nuevo servicio enviándoles una invitación para que estén en la inauguración de este nuevo servicio que les permitirá estrechar lazos con el Consulado y mejorar su actuación con la población a la que ellos dirigen sus actividades.	4ª. Semana

Evaluación	Descripción y Justificación	Fecha tentativa
Puesta en línea	Se subirá a la red para que pueda ser consultada.	4ª. Semana
Evaluación	Se realizará la medición del impacto en la comunidad con una encuesta, el número de visitantes a la página cada semana durante un periodo de 2 meses desde el periodo de puesta en línea.	5ª. - 12ª. Semana
Mejoramiento	Se tendrán en cuenta los espacios que más ha visitado el público para continuar poniendo atención en ellos y se incrementará la difusión de los otros para que también sean conocidos.	8ª. - 12ª. Semana

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

CONCLUSIONES

A lo largo del presente se mostraron la conformación de un consulado, se analizaron las características particulares del Consulado de Carrera de México en Mcallen, Texas, E.U.A, con el objeto de hacer una propuesta de comunicación electrónica. Esta propuesta se baso en las áreas que el público necesita estar mayor informado, además de las tradicionalmente hechas con el fin de dar a conocer cuáles son los requisitos para obtener algún documento.

El público al que atienden los consulados no siempre se refiere a personas que requieren de protección, sino también aquellos que pretenden invertir de alguna manera en México a través del turismo, comercio, importación de mercancía, etcétera. Ambos públicos son igual de importantes y justifican la existencia del Consulado.

Considerando que el Consulado de México en Texas tiene a su cargo la circunscripción de Starr, Brooks e Hidalgo, áreas en donde más del 80% de la población que ahí habita es mexicana o mexicana de origen, resulta necesaria una mayor comunicación con ellos. Además del rápido desarrollo de las áreas que cubre la circunscripción.

Este Consulado se apoya en algunos medios de comunicación para difundir parte de los servicios que presta. Sin embargo, esta información no siempre está disponible al público por razones diversas, tales como la falta de tiempo, el desconocimiento de los servicios, los horarios de atención y la desconfianza que en algún momento pudieran sentir los mexicanos o mexicanos de origen de acercarse por considerar que se les puede perjudicar de alguna manera en vez de ayudarlos.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

En años próximos se continuará construyendo la carretera Interestatal 69 que unirá los Canadá, Estados Unidos y México. Se tiene previsto que con su creación aumente el flujo de comercio y turismo a nuestro país, siendo McAllen, Reynosa y Matamoros el paso obligado para el ingreso a México. Se necesitará que exista mayor comunicación con el público y la población para aumentar el nivel de credibilidad del gobierno mexicano representado por los consulados ubicados en esa zona. Si bien es cierto que existen y se emplean los medios de comunicación para difundir cierta información la gente requiere tener comunicación con él.

Además es necesario recalcar que las páginas de Internet representan, para el público usuario, la primera impresión y, por lo tanto, su opinión sobre el la organización. Al contar con una página, la impresión que se está generando es de atraso y falta de actualización. En consecuencia, el público que busque mantener relación con México se desplazara a organizaciones que le permitan obtener datos relativos a lo que necesita. Siendo el Consulado una víctima de su propio atraso.

El Consulado emite lo que considera la gente puede necesitar, bloqueando la posibilidad de que la gente proponga los temas de los que tiene interés por conocer, provocando que se especule sobre el tema en cuestión, generándose gran desconfianza hacia el personal y el Consulado como Institución. Esto repercute en los diversos programas que la Secretaria de Relaciones Exteriores y el Instituto de los Mexicanos en el Exterior generan de manera continua, produciendo que el nivel de participación sea muy bajo por desconocimiento de quién es el organizador, de lo que pretende y si realmente esos programas o concursos son favorables.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Este problema se ha tratado solucionar con el apoyo de Centros Comunitarios, Organizaciones No Gubernamentales, Organizaciones Gubernamentales de ambos lados de la frontera, con el objetivo de realizar las acciones en espejo. Es una estrategia que ha beneficiado a la población a la que se llega aunque la mayor parte de aquellos que también lo necesitan ni siquiera se enteren que pueden contar con el Consulado para solucionar algunos de sus problemas.

El apoyo de Centros Comunitarios, que se encuentran en su mayoría en zonas de extrema pobreza, promueven el empleo de Internet para buscar solución a sus problemas o dudas. A pesar de que estos centros cuentan con servicios de atención y están en comunicación con el Consulado la respuesta no es siempre inmediata. Esto se debe a que el desplazar personal del Consulado a brindar pláticas informativas implica gran cantidad de tiempo, empleo de recursos físicos y humanos. A estas pláticas o acercamientos con la comunidad, generalmente asisten en promedio de cinco a diez personas de la comunidad, contra tres del Consulado. Razón, por la cual, a estos centros se acude muy ocasionalmente, al igual que a escuelas.

Las inquietudes de los mexicanos en el extranjero por el trabajo y el debate político sobre sus derechos puede ser considerado uno de los aspectos más importantes al planear y realizar un medio de comunicación cuyo objetivo principal será incrementar el flujo de información y, por ende, de comunicación entre el Consulado y el público mexicano y de origen mexicano.

Existe dentro de la sociedad en general una gran preocupación, que deviene su impacto en las personas, por la salud y nutrición, la prevención y abuso del alcohol y de las drogas, el control de las armas, el tabaquismo y el acoso sexual, entre otros temas de suma importancia. Existen ya organizaciones mundiales, estadounidenses y locales que han tratado de hacer énfasis sobre las

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

repercusiones de estos problemas. Pero el interés de las autoridades mexicanas no ha logrado repercutir en la generación de estrategias que se acerquen de manera permanente a la población, sin que ésta se sienta en desventaja frente a los miembros del Consulado que acuden a brindarles información.

Los mecanismos planteados por el Consulado, en gran medida, se basan en trabajos institucionales representados por Semanas de Salud. Estas son coordinadas junto con autoridades estadounidenses locales y, cuando son realizadas en México, con las autoridades estatales de Reynosa, para servir de medio de enlace entre unas y otras.

Es esencial llevar a cabo de manera permanente un seguimiento sobre cuestiones de salud y mostrar a la población los avances. Si bien no es posible que el discurso del Consulado se enfoque únicamente a problemas de salud es factible que un mismo medio coincidan diversos temas, todos con igual impacto.

Abarcando el sector extranjero, en particular el estadounidense, se requiere hacer énfasis en las vías de inversión, sector de crecimiento consolidado y potencial, y un área prioritaria de atracción, para la población en general, como el turismo.

Esta estrategia de comunicación permitirá que sea socialmente responsable al cumplir con los cinco puntos propuestos por Thompson y Strickland. “La tarea de lograr que la estrategia de una organización sea socialmente responsable significa:

- 1) Llevar a cabo las actividades organizacionales dentro de los límites de lo que se considera benéfico para el público en general.
- 2) Responder de una manera positiva a las prioridades y las expectativas que surgen en la sociedad.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

- 3) Demostrar la disposición de emprender una acción anticipándose a una confrontación reguladora.
- 4) Equilibrar los intereses de la organización con los de la sociedad como un todo.
- 5) Ser buenos ciudadanos en la comunidad.”⁷⁶

Al llevar a cabo un análisis sobre la comunicación externa del Consulado resaltó que:

En este Consulado no existe un programa de comunicación diseñado para atender las demandas de las personas. Tampoco cuenta con un espacio propio para difundirla de manera permanente y eficaz. Los actuales medios que emplea se refieren a las entrevistas que realizan los reporteros después de un evento en donde participó el Consulado, principalmente televisión, una vez al mes con radio Esperanza, estación cristiana que brinda ese espacio, y los periódicos que publican notas ocasionalmente sobre asuntos que así les es pedido. Apartándose de lograr una verdadera retroalimentación con el grueso de la población que en algún puede necesitar sus servicios.

En repetidas ocasiones, al no estar presente la persona encargada del área, es poco factible que otra le pueda auxiliar. Con la creación de esta página, al menos la información básica, siempre estará disponible al público. Abarcando ramos desde las oportunidades de inversión, de negocios, hasta casos que requieren la protección de los indocumentados.

Ahora bien, es en esta clase de lugares donde las personas que no tienen acceso a internet pueden asistir a obtener toda la información que necesiten. De esta manera, se emplearán los espacios ya creados complementándolos con información fidedigna del Consulado.

⁷⁶ Ibid. p. 60.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Con el análisis realizado se puede apreciar que El Consulado de México en McAllen, Texas, E.U.A tendrá una mayor importancia en los próximos años. Puesto que, se encuentra ubicado en una de las rutas de acceso que los indocumentados han escogido para internarse a los Estados Unidos.

Por otra parte encontramos al sector que pretende invertir en México a través de las numerosas actividades que se realizan por el sector extranjero y, también, nacional. Actividades como el educación, turismo, inversión económica, comercio, importación, entre otros, emplean solamente la información que el Consulado puede brindar. En este sentido el Consulado necesita ampliar su papel de mediador y remitir a todas las personas interesadas en alguna de estas actividades al proveedor principal de información como las secretarías estatales o federales y organizaciones que se dedican a la materia en cuestión.

El Consulado necesita emplear un canal de comunicación efectivo que le permita estar en contacto directo con ambas clases de público. Un espacio que sea la imagen propia de lo que quiere dar a conocer el Consulado de sí mismo sin tener que valerse de fuentes secundarias. Estas fuentes secundarias se complementarán con lo que lo que esta institución gubernamental emita.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

6. Señale la razón por la que no ha empleado otros servicios.

Desinterés	
Desconocimiento	
Temporada del año	
Marginación socioeconómica	
Falta de tiempo	
Analfabetismo	
Desconfianza	
Apatía	

7. ¿Cómo considera usted la atención recibida por el personal del Consulado?

Muy satisfactoria () Satisfactoria () No satisfactoria ()

8. La información proporcionada por el personal del Consulado cubrió sus necesidades de manera

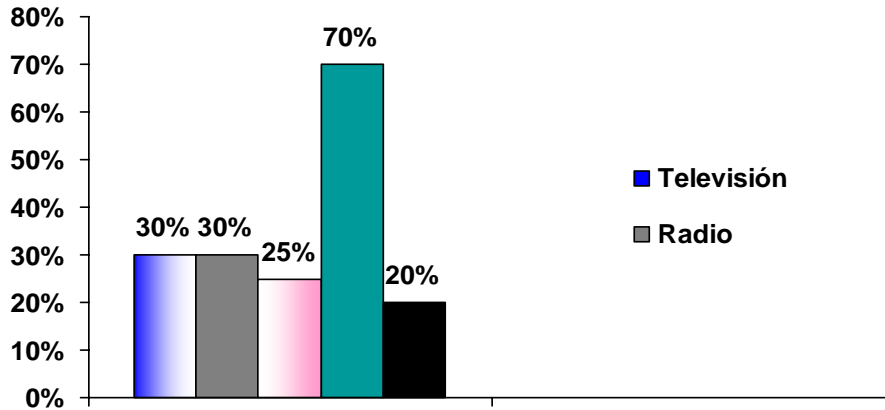
Total () Parcial () Nula ()

9. Considerando Internet un medio de comunicación fácil de utilizar, rápido y confiable, usted lo emplearía para hacer uso de la información que el Consulado pone a su disposición y así ahorrarse tiempo

SI () NO ()

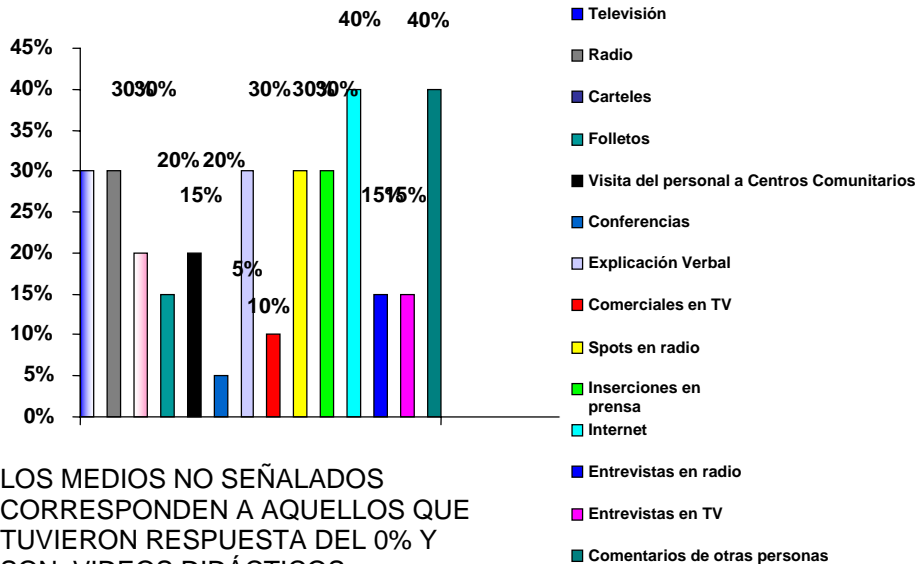
PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

1. ¿Cómo se enteró de la existencia del Consulado?



Sirve para conocer cuál es medio más frecuente por el que el Consulado penetra en la vida de las personas

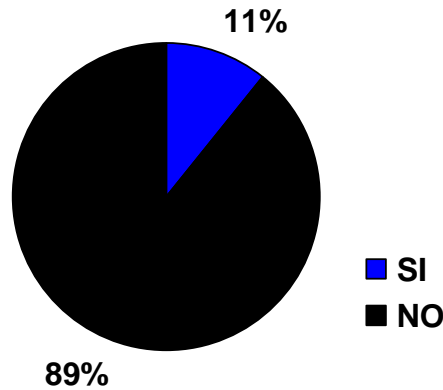
2. Marque con una cruz el medio por el que usted se enteró de los servicios y actividades que proporciona el Consulado



LOS MEDIOS NO SEÑALADOS CORRESPONDEN A AQUELLOS QUE TUVIERON RESPUESTA DEL 0% Y SON: VIDEOS DIDÁCTICOS, ESPECTACULARES, CORREO POSTAL, CORREO ELECTRÓNICO Y REVISTAS

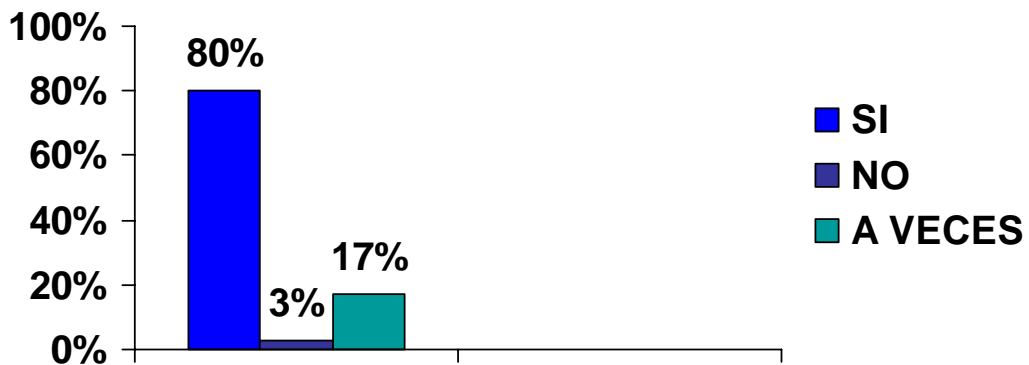
Se utilizó para saber en qué lugar se les proporcionó información relativa al Consulado

3. ¿Reconoce usted algún programa o medio de comunicación permanente del Consulado hacia el público?



Sirvió para considerar la percepción del público sobre la efectividad de los medios de comunicación que permanentemente emplea el Consulado y así medir el grado de efectividad de ellos.

4. ¿Considera usted que hace falta comunicacion entre el Consulado y su público?

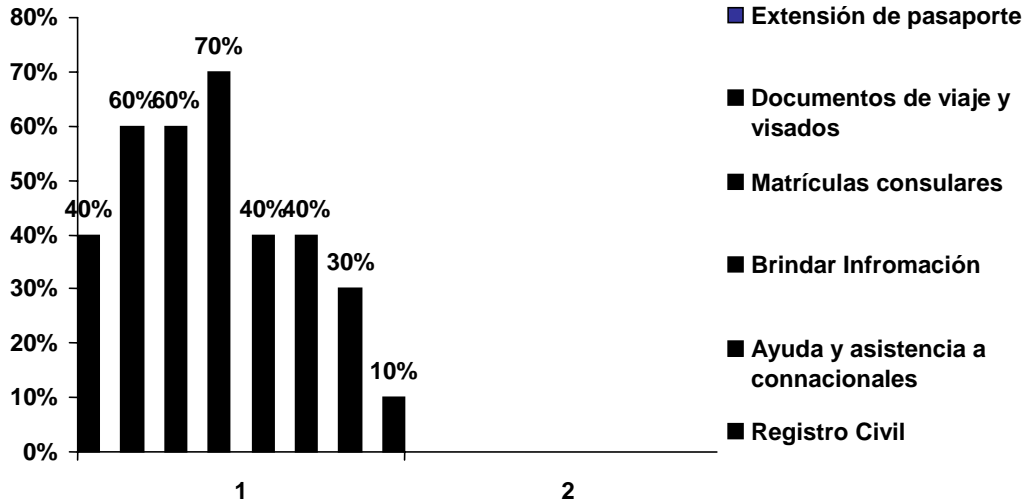


Nota: el 17% de las personas encuestadas manifestaron que “a veces” falta información sobre los temas de su interés.

Se empleó para conocer la opinión que tiene la gente sobre la comunicación que existe entre el Consulado y ellos.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

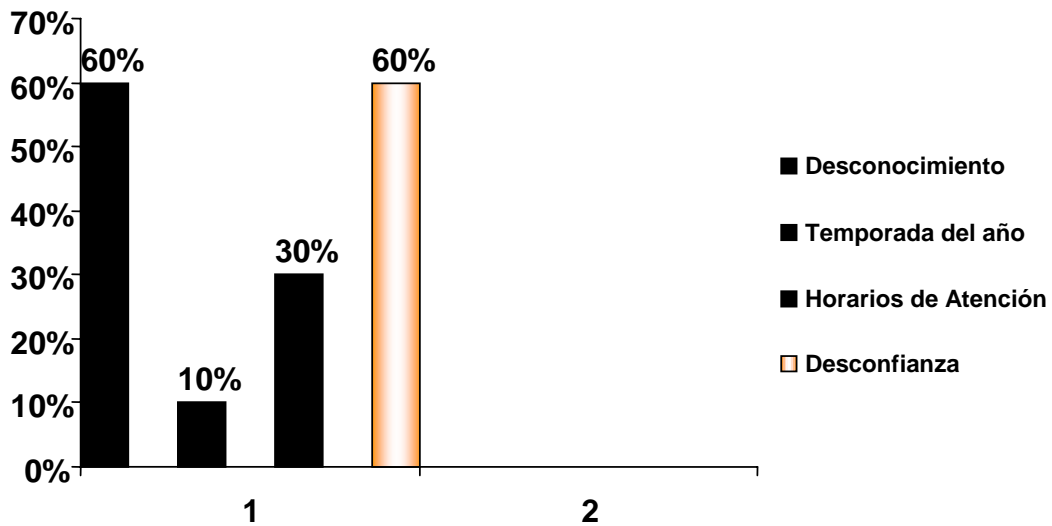
5. Marque qué servicios ha empleado del Consulado



Nota: el 17% de las personas encuestadas manifestaron que "a veces" falta información sobre los temas de su interés.

Fue eficaz para saber si el público realmente conoce todos los servicios que se ofrecen.

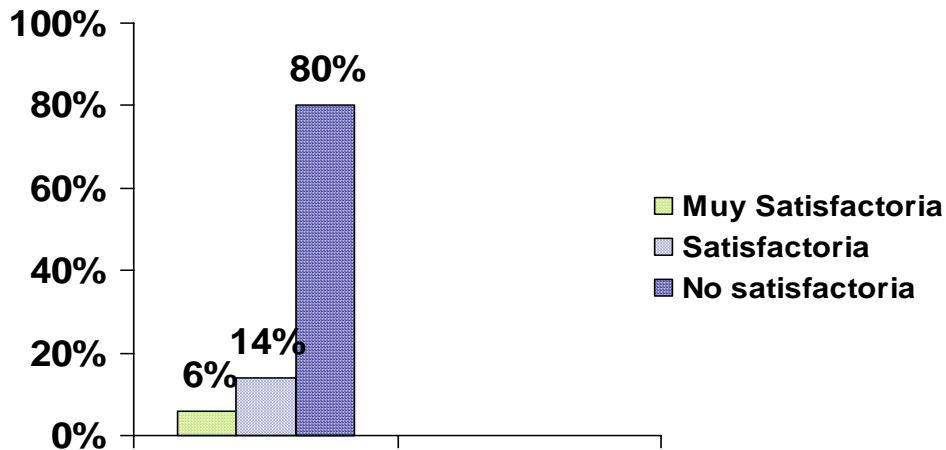
6. Señale la razón por la que no ha empleado otros servicios



Otras opciones de respuesta fueron: desinterés, marginación socioeconómica, analfabetismo y apatía. Estas presentaron 0%, razón por la cual no se graficaron.

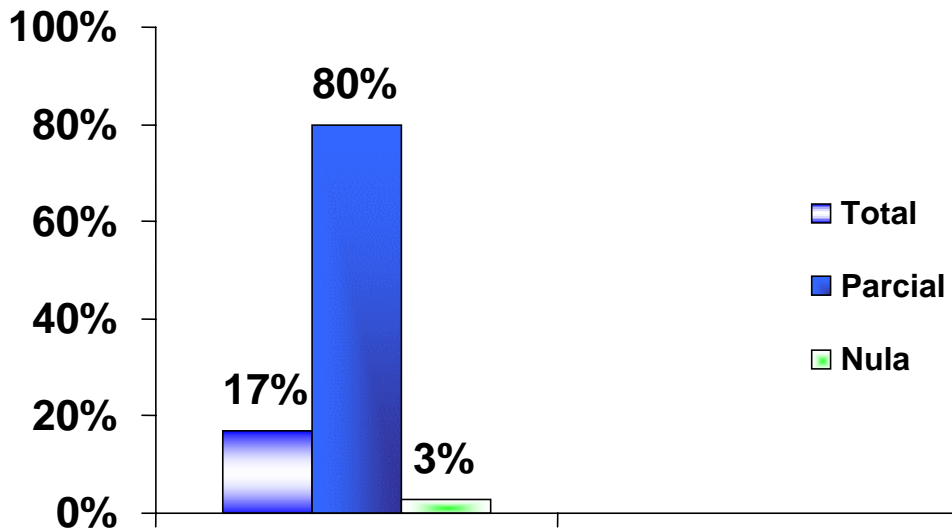
Esta pregunta representa una auto evaluación para el público para que ellos sepan y nos transmitan cuál es la razón de no emplear todos los servicios será útil para ayudar a promover una cultura de acercamiento al Consulado.

7. ¿Cómo considera usted la atención brindada por el personal del Consulado?



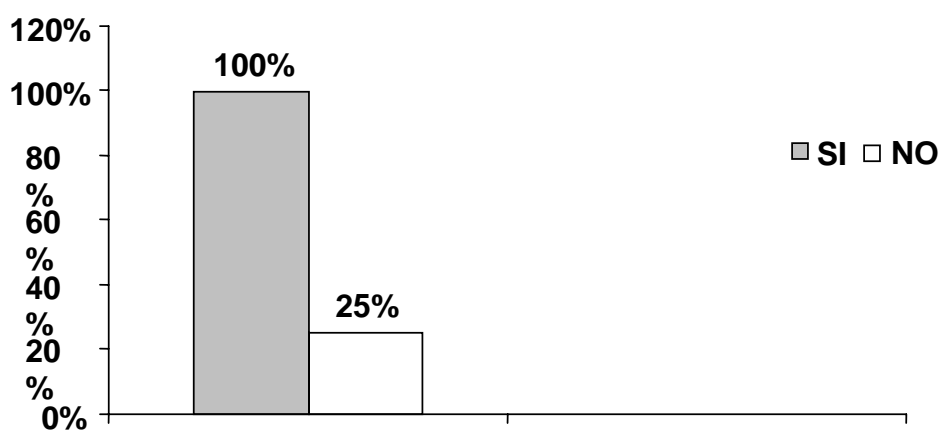
Fue necesario que el público evaluara la atención recibida para considerar si la atención que se les está brindando es lo suficientemente responsable y atenta.

8. La información proporcionada por el personal del Consulado cubrió sus necesidades de manera:



El propósito de esta pregunta fue analizar el grado en que la información llena las expectativas de la gente en cuanto a información.

9. Considerando Internet, un medio de comunicación fácil de utilizar, rápido y confiable, usted lo emplearía para hacer uso de la información que el Consulado pone a su disposición y así ahorrarse tiempo.



Se empleó para reconocer la aceptación que tendría un medio interactivo de comunicación entre el público.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

5. Señale el medio que utiliza el Consulado para difundir servicios y actividades al público.

medio	
Carteles	
Folletos	
Conferencias	
Explicación verbal	
Comerciales en TV	

Spots en radio	
Vídeo didáctico	
Inserciones en prensa	
Internet	
Espectaculares	
Correo postal	
Correo	

electrónico	
Teléfono	
Entrevistas en radio	
Entrevistas en TV	
Revistas	

6. Marque qué servicios ofrece el Consulado

SERVICIO	
Protección intereses nacionales y de connacionales	
Fomento relaciones comerciales	
Fomento relaciones económicas	
Fomento relaciones culturales	
Fomento relaciones científicas	
Difusión actividades educativas	
Extender pasaportes	

Extender documentos de viaje	
Extender visados	
Extender matrículas consulares	
Brindar información	
Prestar ayuda y asistencia a connacionales	
Registro Civil	
Actuar en calidad de Notario	
Comunicar decisiones judiciales, extrajudiciales y diligencias, comisiones rogatorias	

7. ¿Cuáles son los más solicitados?

8. ¿A qué le atribuye usted que los otros servicios no sean tan solicitados?

Desinterés ()
 Desconocimiento ()
 Temporada del año ()
 Marginación socioeconómica ()

Falta de tiempo ()
 Analfabetismo ()
 Desconfianza ()
 Apatía ()

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

9. ¿El Consulado tiene algún programa permanente de comunicación externa? ¿En qué consiste?

SI () NO ()

10. ¿Cómo contacta el Consulado a las organizaciones privadas y públicas con las desea relacionarse?

Entrevistas ()

Recomendaciones ()

Solicitud de servicio ()

Llamada telefónica ()

Correo electrónico ()

Visita a instalaciones ()

Otra ()

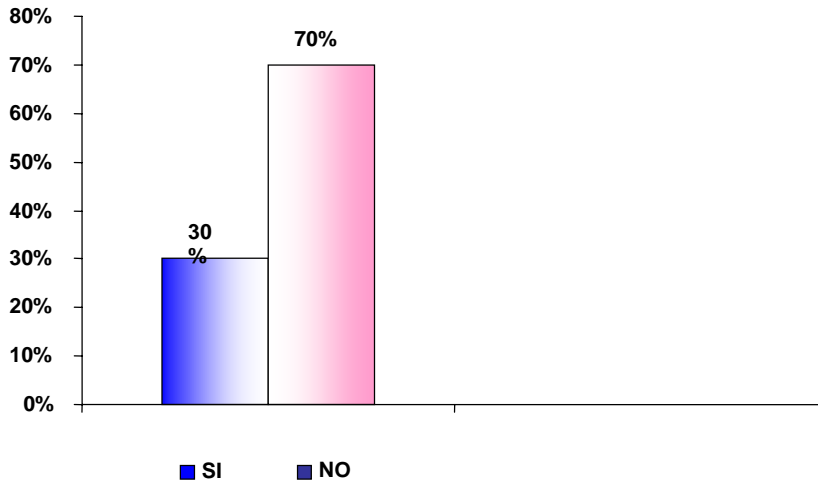
Especifique: _____

11. El Internet es una forma de comunicación externa idónea por su rapidez, nivel de penetración, número de usuarios. ¿Cómo lo usa el Consulado? y ¿en qué casos? .

Muchas gracias por su colaboración

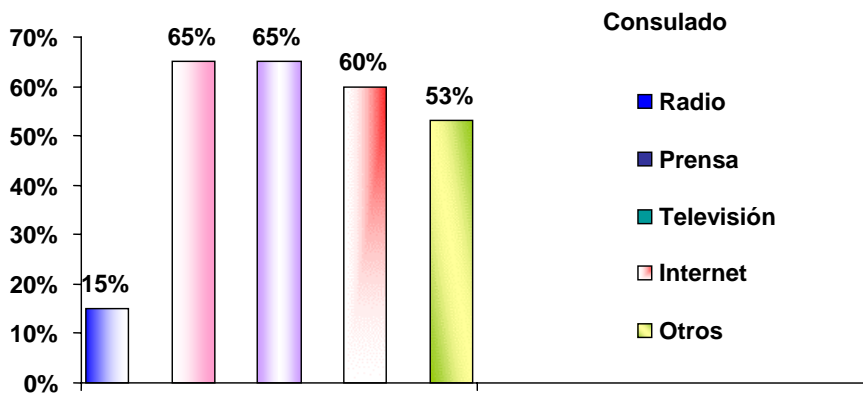
Elaboró: Carolina Cobos Meráz

1. ¿Existe en su Representación Consular el Departamento de Comunicación Social o Relaciones Públicas?



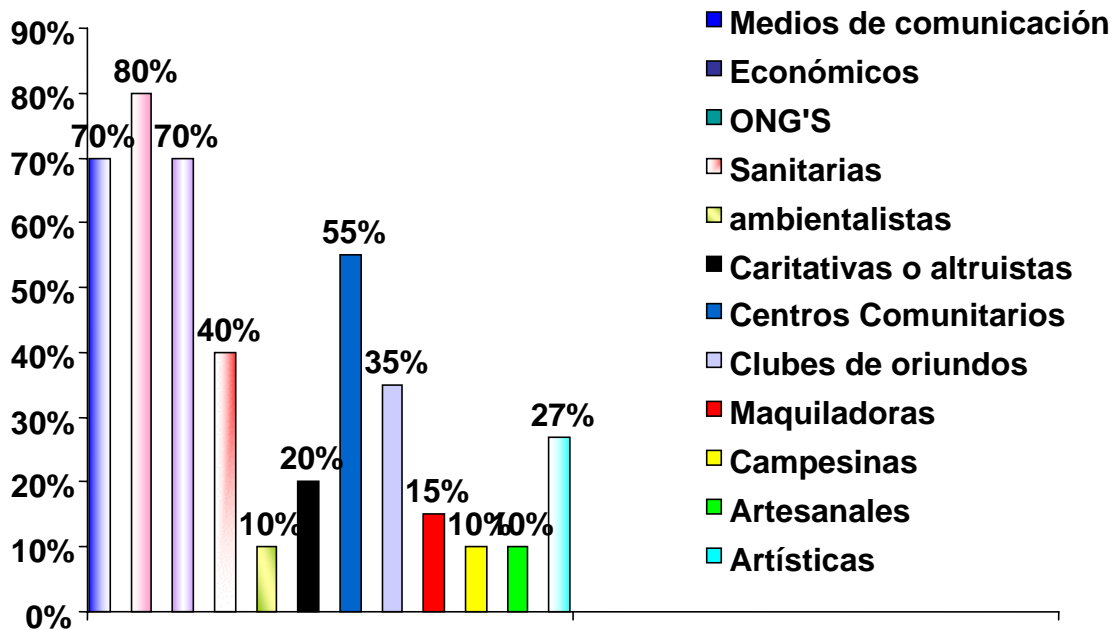
Servirá para conocer qué nivel de importancia le dan a la comunicación en las Representaciones Consulares.

2. Marque con una cruz qué medios de comunicación emplea el Consulado



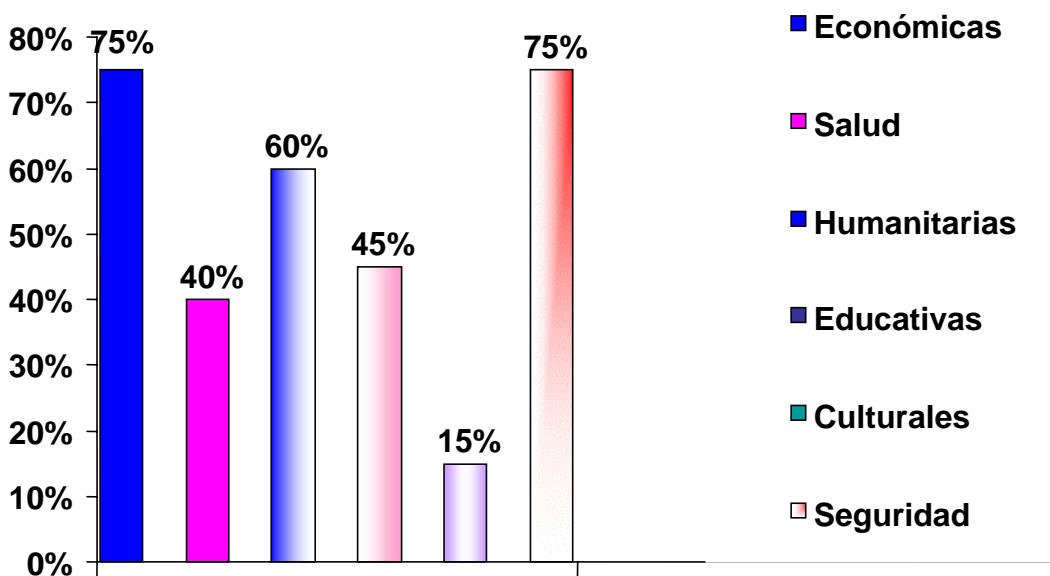
Es una pregunta que indica qué medios le son más atractivos a las Representaciones y si en general existe una tendencia para su empleo.

3. Marque con una cruz las organizaciones privadas con las que el Consulado mantiene mayor contacto



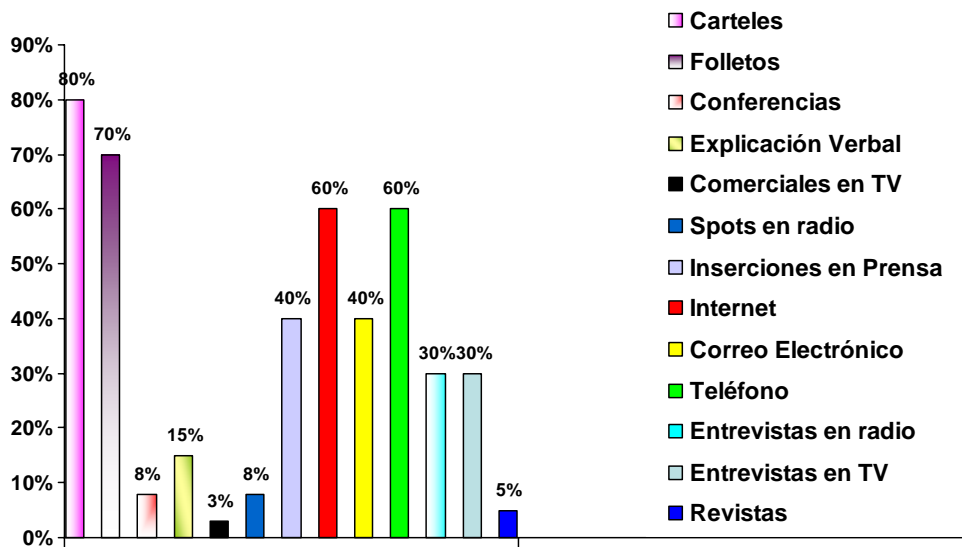
Las organizaciones privadas muestran un punto importante de comunicación con la comunidad pues son estas las que tienen un mayor contacto con la gente y con la que la gente tienen mayor nivel de confianza.

4. Marque con una cruz las organizaciones públicas con las que el Consulado mantiene mayor contacto



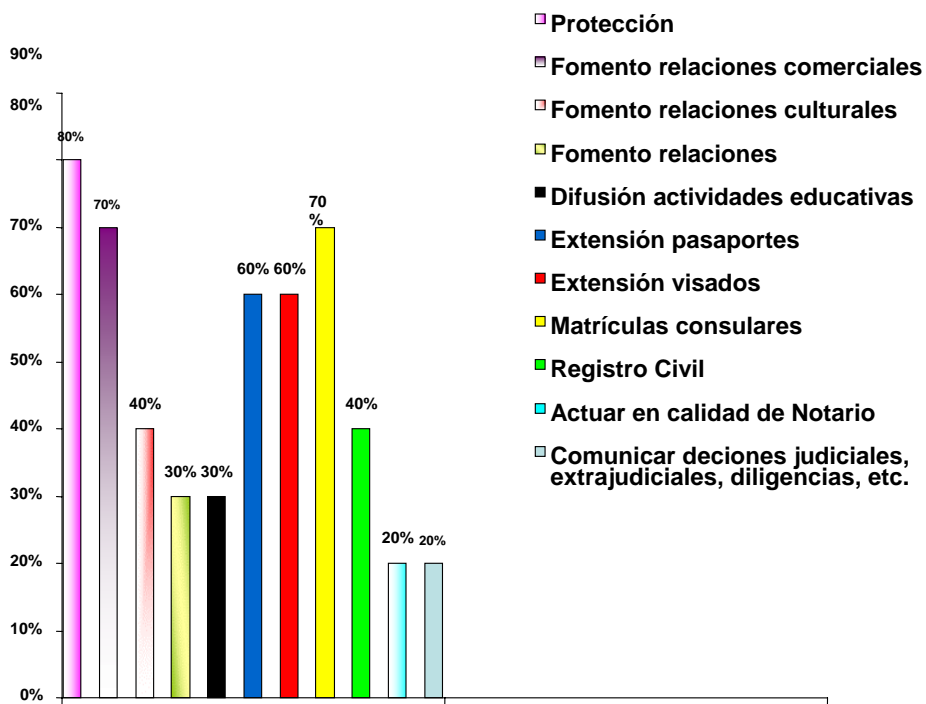
Las organizaciones públicas sirven para mantener cooperación binacional. El objetivo era conocer si la ubicación geográfica del Consulado establece una tendencia de comunicación hacia determinadas organizaciones, o no.

5. Señale el medio que utiliza el Consulado para difundir los servicios y actividades al público



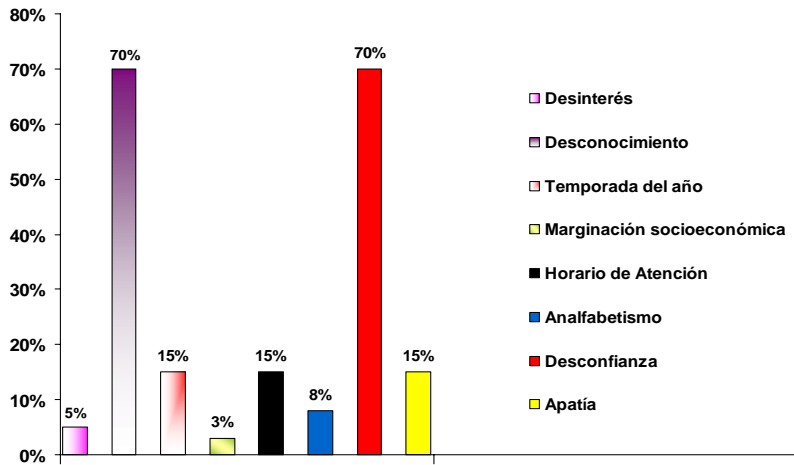
El fin de conocer esto es ampliar nuestro conocimiento es sobre los medios que emplea el Consulado para dirigirse a su público

6. Marque qué servicios ofrece el Consulado



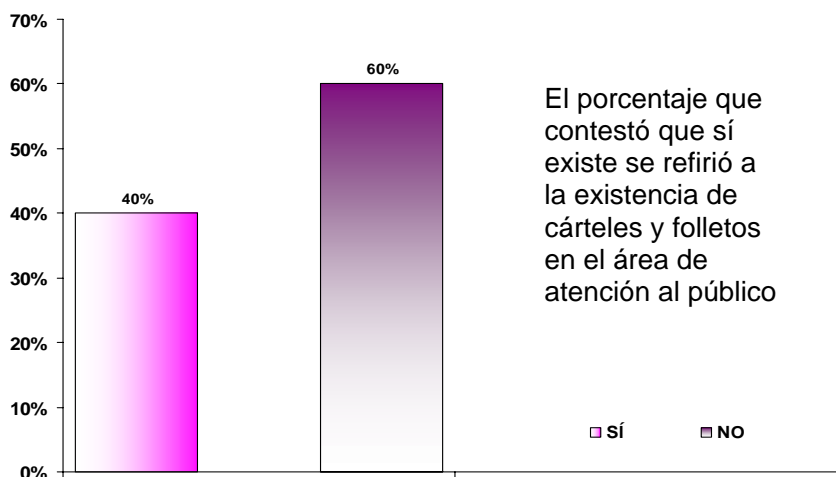
Los servicios del Consulado pueden ser los mismos en todas las áreas. Sin embargo, existirá una ligera variación dependiendo del área en que se localice.

7. ¿A qué le atribuye usted que los otros servicios no sean tan solicitados?



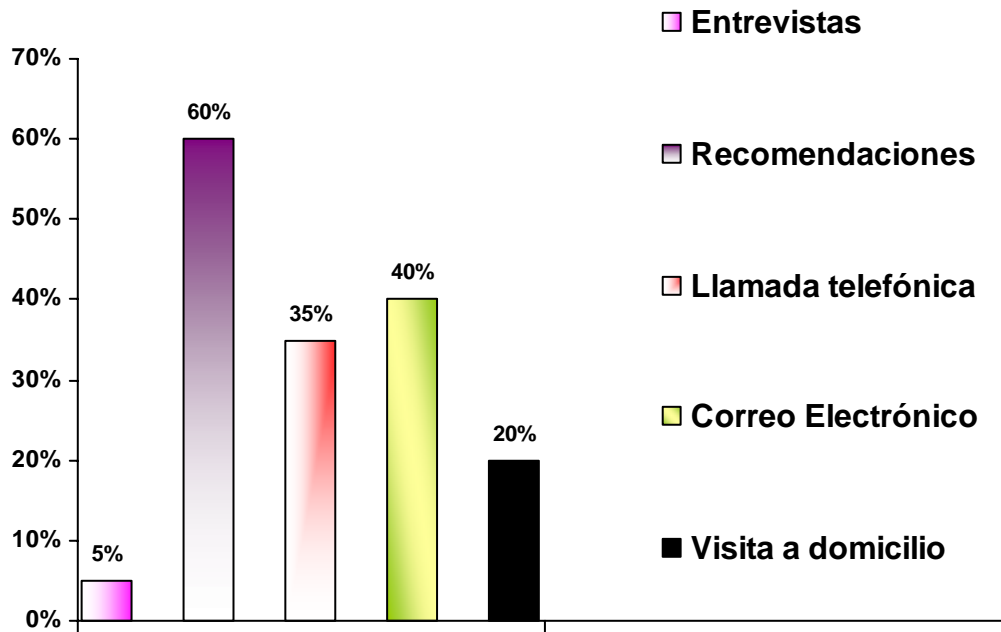
Sirve para que se realice un auto evaluación de las razones que pueden ser las causantes de este tipo de actitud o comportamiento.

8. ¿El Consulado tiene algún programa de Comunicación Externa Permanente?



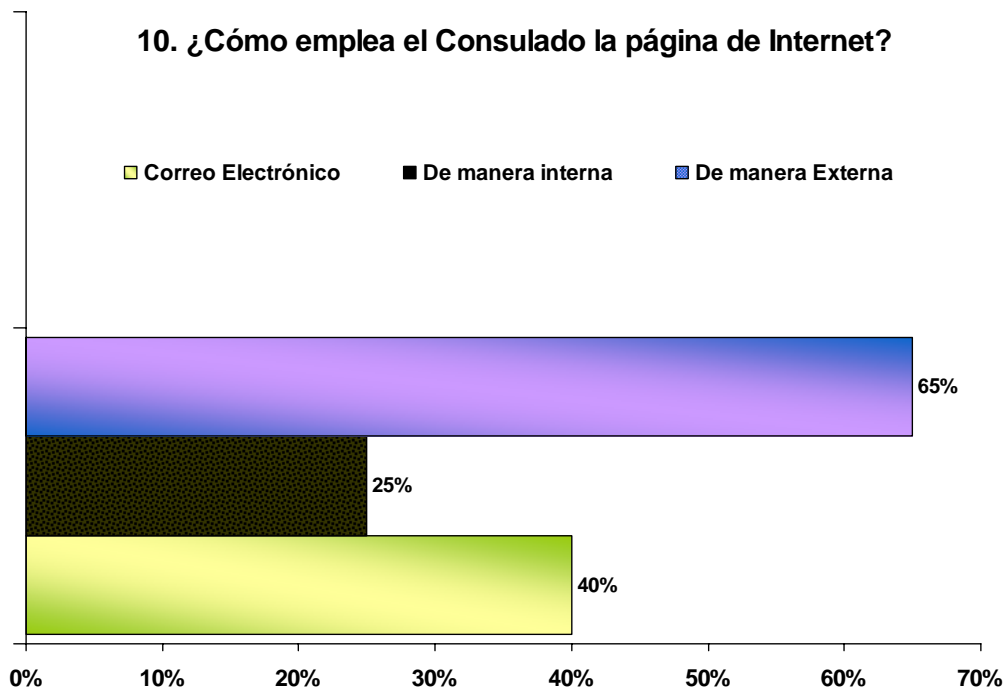
Es importante saber qué medios conforman el programa de comunicación que cada consulado tiene. además de contar con el Internet.

9. ¿Cómo contacta el Consulado a las Organizaciones Privadas y Públicas con las que desea relacionarse?



Nos servirá para considerar si existe algún esfuerzo o no de darse a conocer en el exterior y entablar relaciones perdurables.

10. ¿Cómo emplea el Consulado la página de Internet?



De manera Interna se emplea para comunicarse con la Secretaría de Relaciones Exteriores, Representaciones Consulares y Embajadas. De manera externa, con el público en general, la información que proporcionamos suele ser insuficiente.

Sirve para conocer la opinión que tienen de la comunicación electrónica actual y las necesidades que ésta cubre.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

BIBLIOGRAFÍA

BARTOLI, Annie. *Comunicación y Organización: la Organización comunicante y la comunicación organizada*. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1992. 224 p.

BENJAMÍN Franklin, Enrique. *Organización de Empresas. Análisis, diseño y estructura*. McGraw Hill. México, 2001. 342 p.

BETTETINI, Gianfranco, FUMAGALLI, Armando. *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*. La Crujía Ediciones. Argentina, 2001. 320 p.

BONILLA Gutiérrez, Carlos. *La comunicación. Función básica de las relaciones públicas*. Editorial Trillas. México, 1999. 168 p.

BRIGGS, Asa, et al. *De Gutemberg a Internet*. Ed. Taurus, España, 2002, 425p.

ELÍAS, Joan, MASCARAY, José. *Más allá de la Comunicación Interna*. Gestión 2000, Barcelona, 1998. p. 313.

FULLER, Jack. *News values. Ideas for an Information Age*. University of Chicago Press. Estados Unidos, 1997. 251 p.

Goldhaber, Gerald. *Organizational Communication*. Brown Communications. 6ª.ed. Estados Unidos, 1993. 461p.

IGLESIAS, Francisco. *La televisión dominada*. Ediciones Rialp. España, 1990. 117 p.

ISLAS, Octavio, et al. *Internet: el medio inteligente*. Grupo Patria Cultural. México, 2000. 202p.

LESIKAR, Raymond Vincent, FLATLEY, Marie Elizabeth. *Basic Business Communication*. McGraw-Hill. Estados Unidos, 2001. 592 p.

MARTÍN Martín, Fernando. *Comunicación Empresarial e institucional*. Madrid, España, Universitaria, 1998. 162 p.

RAMONET, Ignacio. *La tiranía de la comunicación*. Editorial Debate. Madrid, 1998. 222p.

RAMOS Padilla, Carlos G. *La comunicación. Un punto de vista organizacional*. Ed. Trillas, México, 2000. 152 p.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

REGOUBY, Christian. *La communication globale: comment construire le capital image de l'entreprise*. Les éditions d'organisation. Paris, 1988. 189 p.

SÁNCHEZ Noriega, José Luis. *Crítica de la seducción mediática*. Editorial Tecnos, Madrid, 1997. 473 p.

THAYER, Lee, BARNETT, George. *Organization – Communication: Emerging Perspectives, Volume 5: The Renaissance in Systems Thinking*. Greenwood Publishing Group. Estados Unidos, 1997. 145 p.

THOMPSON, Arthur A., STRICKLAND, III A.J. *Administración estratégica*. Edit. McGraw Hill. México, 2004. 447 p.

TESIS

ALCANTARA Martínez, Metzli Arendi. Propuesta de una guía de comunicación organizacional. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México, 2003. 132 p.

RIVERA Ávila, María Guadalupe. La comunicación Organizacional ¿una veta sin explotar? Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. Escuela Nacional de Estudios Profesionales. Campus Aragón. México, 2004. 184 p.

HEMEROGRAFÍA

DEL TORO, Jesús. Las naciones digitalizadas. Periódico Milenio Secc. Cibersivo. Miércoles 12 de mayo de 2004. pág. 2.

LOAEZA, Enrique. Migración y Protección Consular: acciones y reacciones. Revista Responsa. CUMDES, Escuela de Derecho. Año 4. Mayo, 1996. Bimestral. Núm. 5. Págs. 21-22.

QUILANTÁN, Arenas Rodolfo. La actividad consular mexicana en Estados Unidos a finales del siglo XX. Revista del Honorable Tribunal Superior de Justicia del Estado de Oaxaca. Revista Trimestral. Enero- marzo, 2001. Oaxaca, México. Págs. 24 – 28.

PLANES Y MANUALES

Carpeta Informativa Básica Consular (CIBAC), McAllen, Texas, E.U.A.

Manual de Organización del Consulado de Carrera de México en McAllen, Texas, E.U.A. Vigente a partir de Diciembre de 2001.

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA ELECTRÓNICA PARA EL
CONSULADO DE MÉXICO EN McALLEN, TEXAS, E.U.A.

Manual de Organización del Consulado de Carrera de México en McAllen, Texas, E.U.A. Vigente a partir de Febrero de 2003.

United States Department of Justice, Immigration and Naturalization Service. McAllen Sector Intelligence. U.S. Border Patrol.

Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006

CENSOS

Census State Population 2001, Texas, E.U.A.

ENTREVISTAS

Arturo Salgado, Vicecónsul del Consulado de México en McAllen, Texas, E.U.A. 25 de marzo de 2004.

Elaine Hernández, Directora del Lower Río Grande Valley Development Council, McAllen, Texas, E.U.A. 20 abril de 2004

Fernando Herrera Rodríguez, Licenciado encargado del Departamento de Asuntos Consulares de la Secretaría de Relaciones Exteriores. 13 de mayo de 2004

Luis Manuel López Moreno, Cónsul Titular del Consulado de México en McAllen, Texas, E.U.A. 10 de febrero de 2004.

María Allen, Doctora y Coordinadora de acciones contra la Diabetes en Río Grande, Texas, Estados Unidos. 28 abril de 2004.

Oscar Robles Garay, Ingeniero Director del Network Information Center, 24 mayo de 2004.

SITIOS DE INTERNET

<http://www.sre.gob.mx> , mayo, 2004

<http://nces.ed.gov/pubs2001/InternetAccess/4.asp> ,2 de junio, 2004.

<http://www.ed.gov/searchResults.jhtml?ct=316499980&cl=1> , 3 de junio, 2004