



**UNIVERSIDAD DE LA SERENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA DE PERIODISMO**

# **LA PÁGINA WEB COMO TECNOLOGÍA DE COMUNICACIÓN QUE FACILITA LA ENTREGA INFORMATIVA SOBRE LA GESTIÓN MUNICIPAL. ESTUDIO DE CASO: MUNICIPALIDADES DE LA SERENA, OVALLE Y CANELA**

**SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROFESOR GUÍA:** Marcela Poblete Ibaceta

**INTEGRANTES:** Daniela Flores Rivas

Camila Kyonen Burgos

**JULIO DE 2014  
HOJA DE CALIFICACIÓN**

<b>NOMBRES</b>	<b>CALIFICACIÓN INFORME 40%</b>	<b>CALIFICACIÓN INDIVIDUAL 60%</b>	<b>NOTA FINAL</b>
<b>Daniela Flores Rivas</b>			
<b>Camila Kyonen Burgos</b>			

**MG. MARCELA POBLETE IBACETA  
PROF. GUÍA  
DEPTO. DE CS. SOCIALES**

**DR. FABIÁN ARAYA PALACIOS  
DIRECTOR  
DEPTO. DE CS. SOCIALES**

**FECHA DE PRESENTACIÓN: 25 DE JULIO 2014**

**UNIVERSIDAD DE LA SERENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE PERIODISMO**

**JULIO DE 2014**

Durante esta etapa que culmina fue fundamental contar con el apoyo de algunas personas que nos ayudaron a crecer personal y profesionalmente.

En primer lugar le damos gracias a Dios por ayudarnos espiritualmente a seguir siempre adelante sin bajar los brazos, gracias por tu fuerza y amor.

Agradecemos a nuestros seres queridos, familiares y amigos quienes nos ejercían presión constantemente y nos preguntaban “¿ya terminaste la tesis?” a ellos hoy les decimos “sí ,lo hicimos” y estamos muy contentas ya que en el camino de esta investigación pudimos ver el esfuerzo y constancia que requiere esta hermosa profesión.

También queremos agradecer a nuestra profesora guía Marcela Poblete Ibaceta, quien con mucha paciencia nos apoyó y enseñó durante este proceso. Sus conocimientos nos permitirán ser mejores profesionales, por lo que para nosotras fue un honor que ella nos haya guiado.

Nos sentimos gratamente acogidas por la escuela de Periodismo de La Universidad de La Serena, sus funcionarios y nuestros profesores que nos educaron en todos los años de la carrera.

Daniela Flores Rivas.

Camila Kyonen Burgos.

## ÍNDICE

Introducción	8
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</b>	<b>9</b>
1. Comunicación	10
1.1 Definición	10
1.2 Antecedente Histórico: Teoría Matemática de la Comunicación	14
1.3 El proceso de la comunicación de David Berlo	15
1.3.1 La Fuente – Encodificadora	15
1.3.2 El Mensaje	17
1.3.3 El Canal	18
1.3.4 Receptor – Decodificador	18
1.4 Propósito de la Comunicación	19
1.5 Las siete C (7C) de una buena Comunicación	20
2. Periodismo	22
2.1 Definición	22
2.2 Periodismo y Ética	25
2.3 Periodismo Cibernético	25
3. Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)	29
3.1 Historia	29

3.2 Uso	30
3.3 Desarrollo de las TIC's en Chile	34
3.4 EL Rol de las Redes Sociales en los organismos públicos	37
3.5 Algunas TIC's	38
4. Políticas Públicas	41
4.1 Definición	41
4.2 Políticas Públicas en Chile	46
<b>CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL</b>	50
1. Organización	51
1.1 Definición	51
1.2 Características de las Organizaciones	52
1.3 Instituciones públicas	53
2. Municipalidad	54
3. Ley N° 18.695	55
3.1 Organización de la norma	56
4. Ley N° 20.285	61
4.1 Organización de la norma	61
5. Ley N° 19.733	63
5.1 Organización de la norma	64

<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>66</b>
1. Clasificación Disciplinaria	67
2. Objetivo General	68
3. Objetivos Específicos	68
4. Pregunta de Investigación	69
5. Identificación de variables	69
6. Definición conceptual y operacional	69
7. Hipótesis	70
8. Justificación de la Investigación	70
9. Alcances y Diseño de la Investigación	71
10. Procedimientos, técnicas y métodos para obtener los datos	73
10.1 Clasificación por Provincias	73
10.2 Clasificación por tamaño	74
10.3 Uso de la página web institucional	75
10.4 Entrevista	76
11. Tipo de estudio	81
12. Universo y muestra	81

<b>CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>83</b>
1. Diseño en la página web	87
1.1 Clasificación según el diseño de las páginas web	89
1.2 Tipos de página web	94
2. Contenidos	96
3. Doce elementos claves que debe contener un sitio web	102
<b>CAPÍTULO V: ANÁLISIS COMPRATIVO DE LAS PÁGINAS WEB</b>	<b>106</b>
Calendarización	107
1. Diseño	109
1.1 Estática	109
1.2 Dinámica	112
1.3 Profunda	115
2. Contenido	120
2.1 Claridad	120
2.2 Consistencia	123
2.3 Contenido	126
3. Evaluación según diseño visual, contenido significativo e información de contacto	129
3.1 Diseño Visual	129

3.2 Contenido significativo	135
3.3 Información de contacto	138
Conclusiones	142
Bibliografía	152
Glosario	157
Anexos	163

## **Introducción**

La información resulta ser la base del ciudadano a la hora de participar activamente en el proceso de participación y formación de opinión. En este contexto, Internet se ha convertido en un instrumento que permite el diálogo entre los ciudadanos y los municipios, ya que según el Artículo 1° de la Ley 18.695 Orgánica Constitucional de Municipalidades “su finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas”, contribuyendo a fomentar su participación en el desarrollo social.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) tienen como ventaja disminuir los espacios físicos entre organización y público, ya que integran un sistema de información interconectado y complementario. El uso de éstas puede aportar a las distintas gestiones que se realizan en estos organismos, así como a la difusión de la información de las acciones respectivas, por lo que el siguiente estudio analiza el correcto (o incorrecto) uso de las páginas web municipales y el uso efectivo de las ventajas tecnológicas que proveen las páginas web.

A lo anterior, se agrega la obligatoriedad establecida en la Ley 20.285 Sobre Acceso a la Información Pública, que en su Artículo 2° determina que los ministerios, las intendencias, las gobernaciones, los gobiernos regionales, las municipalidades, las Fuerzas Armadas, de Orden y Seguridad Pública, y los órganos y servicios públicos creados para el cumplimiento de la función administrativa, “deben mantener a disposición permanente del público, a través de sus sitios electrónicos, determinados antecedentes actualizados, al menos, una vez al mes. Entre ellos su estructura orgánica; facultades, funciones y atribuciones de cada una de sus unidades u órganos internos; marco normativo aplicable; personal de planta, a contrata y a honorarios, con las correspondientes remuneraciones; contrataciones para el suministro de bienes muebles; trámites y requisitos que debe cumplir el interesado para tener acceso a los servicios que preste el respectivo órgano; mecanismos de participación ciudadana, en su caso; información presupuestaria asignada y ejecutada. En todo caso deberán estar disponibles permanentemente, en sitios web, los actos y documentos que han sido objeto

de publicación en el Diario Oficial y aquellos que digan relación con las funciones, competencias y responsabilidades de los órganos de la Administración del Estado.”

Según la revista The Economist (2000) existen cuatro etapas en el establecimiento de un sistema de administración electrónica. La primera es la **Etapa de la Información** en la cual el gobierno, a través de Internet, entrega datos sobre sí mismo al público en general. La segunda es la **Etapa de la Comunicación Bidireccional**, que permite al público usuario remitir vía electrónica información propia; **la tercera es la Etapa de Intercambio entre el gobierno y los administrados**, permitiendo, por ejemplo, la obtención de un certificado vía electrónica; **y la cuarta es la Etapa de los Servicios Gubernamentales Integrados** en un solo portal, que debiera reunir condiciones de funcionalidad y además facilitar la información en forma completa sobre el gobierno.

El desarrollo y uso creciente de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, están ejerciendo un gran impacto en todos los ámbitos de la sociedad y pueden convertirse en un aliado del gobierno municipal para aproximarse a la ciudadanía, generando una cultura de transparencia y de información que permita y facilite a los ciudadanos ejercer una democracia participativa.

Por ello, el uso creciente de Internet ha influido no sólo en la sociedad, sino también en los organismos públicos. En la actualidad, es frecuente constatar que las instituciones utilizan esta herramienta, con el propósito de llegar a las personas de una sociedad y entablar una relación eficiente con ellos sin necesidad de estar físicamente en el lugar.

Esto ha traído como consecuencia que, tanto institución como público, puedan establecer un vínculo más cercano y eficiente de comunicación que, a pesar de no ser personalizado, permite al usuario interactuar con la organización mediante la retroalimentación.

El uso constante de Internet lleva a las personas a adquirir o desarrollar nuevas técnicas y habilidades. Así lo reafirman los autores Shetzer y Warschauer (2000) al referirse de la “literalidad informativa” y dicen que “la tecnología obliga principalmente a ser capaz de

encontrar la información que realmente deseamos dentro del inmerso mar que puede ser Internet”.

Navegar en la web reduce el tiempo de búsqueda de información de los visitantes y también ayuda a las organizaciones a mostrar los productos y servicios que ofrecen a la comunidad, por lo que resulta de gran utilidad para las instituciones y empresas si se utiliza con el fin de informar. Así como lo afirma Castells (2000), “vivimos en un mundo interdependiente, conectado mediante redes de información y de dinero que están fundadas en sistemas electrónicos de comunicación basados en la generación de conocimiento y procesamientos de información y codificación culturales”.

En Chile, el uso de las TICS ha contribuido al progreso y desarrollo de diferentes comunas y a su vez, es una herramienta que funciona como apoyo en las múltiples actividades que se realizan en los municipios, tal como se muestra en la siguiente investigación. Es por ello que el uso de las nuevas tecnologías en el periodismo actual es fundamental, ya que no sólo permite la rápida difusión en las diversas plataformas sociales, sino que también los usuarios pueden interactuar y mostrar sus opiniones con respecto a los temas contingentes.

La Mg. Marcela Poblete Ibaceta en su publicación “Periodismo y Políticas Públicas una acción conjunta para el bien común”(2002) señala que la influencia que ejerce el periodismo en la sociedad es evidente y su deber de transmitirla a la ciudadanía es irrenunciable, por ello la preocupación por la ética periodística es muy importante. Por ello es esencial que el periodismo se base en el correcto manejo de las nuevas estrategias de contenidos y el uso de un lenguaje apropiado y entendido para todo segmento social.

Los autores Leñero y Marín (2007) explican que “Como toda actividad intelectual, el periodismo cumple su función en la medida en que se desarrolla no solamente con relativa libertad sino como un ejercicio de liberación tanto de quien lo practica como quien lo digiere”. Y añade que “por su propia dinámica, el periodismo opera como estimulante y no como sedante del cambio social”.

Las nuevas tecnologías han permitido que las instituciones públicas se beneficien con las amplias herramientas comunicacionales que pueden utilizar para llegar a diversos sectores de la sociedad, ya que internet se ha masificado a tal magnitud que, según informó El Mercurio (2012), el 80% de la población puede acceder al uso de ésta.

En este estudio se analizará si las herramientas de comunicación que utilizan algunas de las Municipalidades de la región de Coquimbo (La Serena, Ovalle y Canela) en sus páginas web son apropiadas para las antes citadas y si presentan falencias en su diseño y contenido en el uso de las nuevas tecnologías. Por ello, para este proyecto de tesis, las Municipalidades son organismos públicos que utilizan las TICS como herramientas de comunicación, con el fin de entablar una relación con el público y hacer efectiva la retroalimentación entre ambos, educando a la comunidad a través de la información integrada en la página web.

# **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

## 1. Comunicación:

### 1.1 Definición:

La Real Academia de la Lengua Española (RAE) en su vigésima segunda edición define comunicación como:

(Del lat. *communicatĭo*, *-ōnis*).

1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.
2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.
3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
4. f. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.
5. f. Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas.
6. f. Papel escrito en que se comunica algo oficialmente.
7. f. Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión.
8. f. *Ret.* Figura que consiste en consultar la persona que habla el parecer de aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio.
9. f. pl. Correos, telégrafos, teléfonos, etc.

El concepto de comunicación tiene diversas definiciones. Uno de los autores expertos en este tema es David Berlo, quien en su libro “El Proceso de la Comunicación” de 2002, establece claras ideas acerca de esta Teoría que permite mejorar el manejo de los vínculos entre personas e instituciones.

Según Berlo (2002:6) Aristóteles “dejo muy claramente asentado que la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista”.

Para el autor (2002:10), la finalidad de la comunicación “es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea. Más exactamente, nuestro principal propósito es reducir las probabilidades de ser un sujeto a merced de fuerzas externas, y aumentar las probabilidades de dominarlas. Nuestro objetivo básico en la

comunicación es convertirnos en agentes efectivos. Es decir, influir en los demás en el mundo físico que nos rodea y en nosotros mismos, de tal modo que podamos convertirnos en agentes determinantes y sentirnos capaces de tomar decisiones, llegado el caso.” El propósito de toda comunicación es generar una respuesta específica en los individuos, y para ello es necesario que la persona que comunica utilice el mensaje apropiado para expresar dicho propósito. Si el mensaje es entendido correctamente, se logrará una comunicación eficiente y efectiva.

Para Joan Costa (1999:62) “la comunicación es la acción de transferir de un individuo (o un organismo), situado en una época y en un punto dado, mensajes e informaciones a otro individuo (u otro sistema) situado en otra época y en otro lugar, según motivaciones diversas y utilizando los elementos de conocimientos que ambos tienen en común”.

Esto significa que los procesos de la comunicación giran alrededor del principio general de acción, pues la acción de comunicar es un proceso de duración relativo que se sustenta en la interactividad y retroalimentación a través de la cual se produce la transferencia de mensajes. Estos serán recibidos por un individuo situado en un lugar y en un momento dado, quien de acuerdo a motivaciones que le afectan de diferentes formas, entregarán respuestas instantáneas o diferidas. La comunicación es acción porque esencialmente su mecanismo funciona a través de actos. Por ejemplo la transferencia es el acto mismo de emisión o recepción y un acto de contacto entre individuos que viven en sociedad.

El autor Yves Winkin, citando a Paul Watzlawick y John Weakland, en su libro “La nueva Comunicación” (1994:23) se refiere a que “la comunicación es, pues, un proceso social permanente que integra múltiples modos de comportamiento: la palabra, el gesto, la mirada, la mímica, el espacio interindividual, etc. No se trata de establecer una oposición entre la comunicación verbal y la comunicación no verbal: la comunicación es un todo integrado”.

Es decir, no se puede separar cada componente del sistema global de comunicación. Sin embargo en el contexto que se den los diferentes modos de comunicación relacionado a su vez con el contexto de interacción, puede adquirir sentido la significación.

Por lo tanto, Winkin (1994:163) concluye que(...) “la comunicación puede definirse como el sistema de comportamiento integrado que calibra, regulariza, mantiene y, por ello, hace posibles las relaciones entre los hombres. En consecuencia, podemos ver en la comunicación el mecanismo de la organización social, de la misma manera que la transmisión de la información es el mecanismo del comportamiento comunicativo”. Éste también explica que (1994:21) “la concepción de la comunicación entre dos individuos como transmisión de un mensaje sucesivamente codificado y después decodificado, reanima una tradición filosófica en la que el hombre se concibe como un espíritu enjaulado en un cuerpo, que emite pensamientos en forma de palabras, salen por un orificio ad hoc y son recogidas por embudos igualmente ad hoc que las envían al espíritu del interlocutor, el cual las analiza y extrae sus sentido. Según esta tradición, la comunicación entre dos individuos es, pues, un acto verbal, consiente y voluntario”.

De lo anterior se deduce que los individuos se comunican para influir y para afectar intencionalmente a los demás, es decir, la importancia de la comunicación radica en la función unificadora que desempeña al tratar cualquier tema que incluya relaciones interpersonales.

Para el autor Yves Winkin citando a Gregory Bateson (1994: 77) “un individuo no se comunica, sino que toma parte en una comunicación en la que se convierte en un elemento. Puede moverse, producir ruido..., pero no se comunica. En otros términos, no es el autor de la comunicación, sino que participa en ella. La comunicación en tanto es un sistema que no debe pues concebirse según el modelo elemental de la acción y reacción, por muy complejo que sea su enunciado. En tanto que sistema, hay que comprenderla a nivel de un intercambio”

En síntesis, el análisis del mensaje no se centra en el contenido del intercambio, sino en el sistema que ha hecho posible el intercambio. Este sistema es la comunicación que recibe una prioridad conceptual sobre el sujeto que se inserta en ella.

Winkin (1994: 6) se refiere que “la comunicación se concibe como un sistema de canales múltiples en el que el autor social participa en todo momento, tanto si lo desea como si no: por sus gestos, su mirada, su silencio e incluso su ausencia... en su calidad de

miembro de cierta cultura, forma parte de la comunicación, como el músico forma parte de la orquesta”.

La existencia de este sistema múltiple permite comprender como se ha establecido entre los individuos de la sociedad un mismo modelo de comunicación, a pesar de la diversidad de disciplinas que representan.

La comunicación es un acto fundamental entre los seres humanos y en este sentido, las instituciones públicas como organizaciones que trabajan con personas, están plenamente afectadas por ella; motivo por el cual se utilizan estrategias de comunicación que permiten establecer una empatía con el público externo para transmitir el posicionamiento y una adecuada imagen a todos los grupos de interés que pueden afectar al funcionamiento normal de la empresa. Asimismo, gracias a la comunicación interna, se puede conseguir la comprensión por todos los miembros acerca de la misión, la visión, la cultura empresarial y los objetivos de la institución, y favorecerla comunicación interna permitirá a la organización reaprender continuamente de las mejores prácticas y mejorar su funcionamiento.

## **1.2 Antecedente histórico: Teoría Matemática de la Comunicación**

Uno de los modelos más utilizados fue desarrollado por el matemático Claude Shannon en 1947 y puesto al alcance de todos por Warren Weaver. Para Berlo (2002:26) “Shannon y Weaver ni siquiera se referían a la comunicación humana; hablaban de comunicación electrónica. En realidad, Shannon trabajaba para el Laboratorio Telefónico Bell. Sin embargo, hubo científicos de la conducta que descubrieron que el modelo de Shannon y Weaver resultaba útil para describir la comunicación humana”.

Claude E. Shannon, en su artículo, Teoría matemática de la comunicación (1948), expresa que el primer componente es una fuente de información (emisor) que produce un mensaje o información que será transmitida. El segundo es un transmisor que convierte el mensaje en señales electrónicas o electromagnéticas. Estas señales son transmitidas a través de un canal o medio, que es el tercer componente. Este canal es especialmente susceptible a interferencias procedentes de otras fuentes, que distorsionan y degradan la señal. El cuarto componente es el receptor, como por

ejemplo el de radio, que transforma de nuevo la señal recibida en el mensaje original. El último componente es el destinatario.

El concepto de fidelidad se relaciona estrechamente con el concepto de ruido introducido por Shannon y Weaver en su Teoría de la Información. La fidelidad se refiere al grado en que el comunicador ha logrado afectar, según su propósito, al receptor. El ruido puede afectar la fidelidad porque introduce distorsiones en el mensaje enviado. La eliminación del ruido aumenta la fidelidad y, por lo tanto, la efectividad de la comunicación dependerá de la medida en que se pueda aislar el ruido. Dos de las principales preocupaciones en la teoría de la información son la reducción de errores por interferencias en los sistemas de comunicación y el uso más eficiente de la capacidad total del canal.

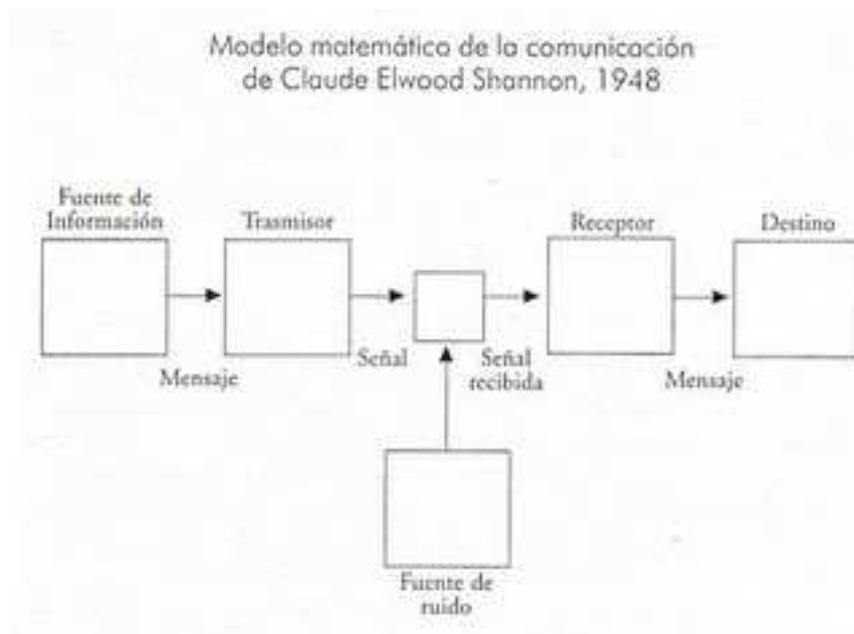


Fig.1 Esquema de un sistema de comunicación según Shannon. (297,p.69)

### 1.3 El proceso de la comunicación de David Berlo

El modelo de Berlo supone que la comunicación constituye un proceso, una estructura cuyos elementos se interrelacionan en forma dinámica y mutuamente influyente, estas son:

**1.3.1 La Fuente-Encodificadora** que, según Berlo es (2002:38) “una fuente de comunicación, después de determinar la forma en que desea afectar a su receptor encodifica un mensaje destinado a producir la respuesta esperada.” Además, (2002:58) “como fuente encodificadora tenemos que decidir en qué forma habremos de canalizar los mensajes para que nuestro receptor pueda decodificarlos; para que pueda verlos, oírlos, tocarlos y, en ocasiones, hasta gustarlos y olerlos. En otras palabras, podemos considerar los canales de comunicación como las habilidades motoras del encodificador y como las habilidades sensoriales del decodificador”. En la comunicación de persona a persona, la fuente y el encodificador pueden ser agrupados, así como pueden serlo el receptor y el decodificador. La fuente encodifica un mensaje y lo coloca en un canal de manera que pueda ser decodificado por el receptor. Una fuente de comunicación, después de determinar la forma en que desea afectar a su receptor, encodifica un mensaje destinado a producir la respuesta esperada.

Berlo define cuatro factores que aumentan o disminuyen la fidelidad de la comunicación.

- a) Habilidades en la Comunicación, que se refieren a la capacidad analítica de la fuente para conocer sus propósitos y para encodificar los mensajes que expresen su intención. Berlo (2002:38) indica la existencia de “cinco habilidades verbales en la comunicación. Dos de estas son encodificadoras: hablar y escribir. Dos son habilidades decodificadoras: leer y escuchar. La quinta es crucial, tanto para encodificar como para decodificar: la reflexión o el pensamiento.” La fidelidad de la comunicación aumentará en la medida que la fuente posea las habilidades comunicativas necesarias para encodificar con exactitud sus mensajes y expresar así sus propósitos.

- b) Las Actitudes, según el autor (2002:41) “afectan las formas en que se comunica”. Existen las actitudes hacia sí mismo, actitudes hacia el tema que se trata y actitudes hacia el receptor. Mientras más positivas y congruentes sean las actitudes, mayor será la fidelidad, puesto que la fuente mostrará confianza en sí misma y valorará su mensaje, mientras que el receptor, al percibir una actitud positiva de la fuente aceptará óptimamente el mensaje enviado.
- c) Nivel de Conocimiento que posee la fuente (2002:43, 44) “no se puede comunicar lo que no se sabe; no se puede comunicar, con el máximo contenido de efectividad, un material que uno no entiende. (...) El conocimiento del proceso de la comunicación sí afecta la conducta de la fuente. Lo que ésta comunica y la forma en que lo hace depende de su capacidad para llevar a cabo el tipo de análisis descrito”.
- d) Sistema Sociocultural: (2002:44) “Los sistemas sociales y culturales determinan en parte la elección de las palabras que la gente usa, los propósitos que tiene para comunicarse, el significado que da a ciertos vocablos, su elección de receptores, los canales que utiliza para uno u otro tipo de mensaje, etc.”

**1.3.2 El Mensaje.** Para Berlo (2002: 48) es “el producto físico verdadero del emisor–Encodificador. Cuando hablamos, nuestro discurso es el mensaje; cuando escribimos, lo escrito; cuando pintamos, el cuadro; finalmente, si gesticulamos, los movimientos de nuestros brazos, las expresiones de nuestro rostro constituyen el mensaje”.

El autor expone que dentro del mensaje existen tres factores importantes:

- a) Código del mensaje (2002:50), “éste puede definirse como todo grupo de símbolos que puede ser estructurado de manera que tenga algún significado para alguien. (2002:52). “Cada vez que codificamos un mensaje hemos de tomar ciertas decisiones con respecto al código que habremos de usar”

- b) Contenido del mensaje, definido como (2002: 52)“el material del mensaje que fuera seleccionado por la fuente para expresar su propósito. Tanto el contenido como el código poseen ambas cosas: elementos y estructuras. Si tratamos de presentar tres informaciones es necesario hacerlo en determinado orden: una tiene que ver primero, otra al final. Las formas que elegimos para disponer las afirmaciones determinan, en parte, la estructura del contenido”.
  
- c) Tratamiento del mensaje, explicado como las decisiones que toma la fuente de comunicación al seleccionar y estructurar los códigos y el contenido. David Berlo lo señala como (2002:53) (...) “el tratamiento de un mensaje como las decisiones que toma la fuente de comunicacional seleccionar y estructurar los códigos y el contenido”.

**1.3.3 Canal.** Según el autor (2002: 57) “los tres principales significados de la palabra “canal” en la comunicación son los siguientes: forma de encodificar y decodificar mensajes (muelles); vehículos de mensajes (embarcaciones), y medio de transporte (agua)”. La función del canal es permitir la comunicación al unir las fuentes con el receptor. La fidelidad de la comunicación será mayor si se eligen los canales apropiados para el mensaje.

**1.3.4 Receptor-Decodificador.** Posee las mismas características de la fuente-encodificadora. Berlo (2002: 46, 47) indica que “si limitamos nuestra exposición a la comunicación efectiva, el receptor es el eslabón más importante del proceso de la comunicación. Si la fuente no llega a alcanzar al receptor con su mensaje, es lo mismo que si se hubiera hablado así misma. Uno de los puntos más importantes de la teoría de la comunicación es la cuestión relacionada con el individuo que se haya al otro extremo de la cadena de comunicación: es el receptor”. Aquel individuo que en un momento dado hace de receptor, se puede transformar en fuente en el momento siguiente. Por lo tanto, todas aquellas características mencionadas de la fuente, se aplican también al receptor.

## **1.4 Propósito de la Comunicación**

Para David Berlo una vez establecido el objeto de la comunicación, es decir el quién del propósito, se establece la pregunta de como la fuente o el receptor intencional logran afectar a la conducta y que tipo de efecto desea producir en ella.

Hay dos tipos de propósitos para el autor que son el consumatorio y el instrumental.

El primero de ellos (2002:15) “sugiere la posibilidad de que los individuos se sientan recompensados en forma inmediata al recibir o emitir cualquier mensaje. Por ejemplo, un artista compone una obra musical y se haya satisfecho con el mero proceso de la comunicación. Puede presentar luego su obra al público creyendo que éste comparte su satisfacción. Estas dos fases de una misma intención ilustran propósitos consumatorios, es decir, cuyo objetivo obliga a la consumación de algo”.

En el segundo (2002:15) “la intención de este artista también puede ser la de componer y presentar su música no intentando producir ante todo una respuesta primaria, sino con la esperanza de hacer algo que agrade suficientemente a la gente como para que esta compre sus obras. En este caso está utilizando su composición como un propósito instrumental; la respuesta favorable producida así en el público es instrumental al provocar por su parte, una conducta posterior (...)”

La elección de los propósitos antes mencionados dependerá de la respuesta del mensaje en el momento de su consumación.

## **1.5 Las siete C (7C) de una buena comunicación:**

Scott Cutlip, Allen Center y GlenBroom en el libro *Relaciones Públicas Eficaces* (2001) entregan siete categorías denominadas 7C, que son la base de cualquier programa de comunicación que se aplica a una organización. Estas categorías son esenciales para los mensajes que entrega la institución a sus públicos, sean eficaces y perfectamente comprendidos por ellos. Las siete c de la comunicación son:

### **1) Credibilidad**

Consiste en el clima de confianza que la organización genera, a través de su accionar, lo cual refleja la fuerte intención de servir tanto a sus usuarios como a las instituciones asociadas. Según los autores mencionados anteriormente (2001, 508), “los receptores deben tener confianza en el emisor y tener una buena consideración acerca de la competencia en la materia de la fuente”.

### **2) Contexto**

Corresponde a la realidad y al entorno de la institución, los cuales deben ser coherentes con los lineamientos y objetivos de esta.) “El contexto debe fomentar la participación y la reproducción. Debe confirmar y no contradecir al mensaje”(2001, 508).

### **3) Contenido**

El emisor de la organización debe configurar su mensaje de acuerdo al público al cual se dirige, y para ello, tiene que adecuar el contenido tanto en la significación como en la escala de valores del usuario de la institución. “En general, las personas seleccionan aquellos ítems informativos que les ofrecen mayores recompensas” (2001,509).

### **4) Claridad**

El mensaje debe ser elaborado de la manera más simple posible. De tal modo que el significado de las palabras sea compartido por el emisor y el receptor de la institución.

Los autores (2001, 509) especifican que “una organización debe hablar al unísono, no a través de varias voces a la vez”.

5) Continuidad y Consistencia

“Dado que la comunicación es un proceso continuo, necesita de la repetición para poder ser efectiva, de acuerdo con los objetivos de la institución. Así mismo, aquello que se comunica debe ser sólido y completo en términos comunicativos” (Scott Cutlip, Allen Center y Glen Broom 2001)

6) Canales de comunicación

Para llegar de manera más efectiva a sus públicos específicos, la institución debe utilizar canales reconocidos y avalados por ellos. Es decir “canales que los receptores utilicen y respeten”. (2001, 509).

7) Capacidad del público

Se refiere al esfuerzo que deben hacer los receptores para entender y comprender los mensajes que provienen de la institución.” Mientras menos esfuerzo les tome comprender la información, más efectiva será la comunicación” (2001, 509)

## **2. Periodismo:**

### **2.1 Definición:**

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE) en su segunda vigésima edición define periodismo como la “captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades”.

Vicente Leñero y Carlos Marín en su libro *Manual de Periodismo* (2007: 17) lo definen como “una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público”. Sin el periodismo, el hombre conocería su realidad únicamente a través de versiones orales, resúmenes e interpretaciones históricas y anecdóticos. A la vez “el periodismo ofrece verdades, ciertamente. De primera instancia, creencias que se entienden y aceptan por ser de voz corriente o común, del tan debatido y aceptado sentido común” (2007:14).

El periodismo resuelve de manera habitual, adecuada y verosímil la necesidad que tiene el ser humano de saber qué ocurre en su alrededor, ya sea en su ciudad, en su país o en el mundo, debido a que son los hechos que, de alguna manera repercuten en la vida personal y colectiva.

Según los autores Leñero y Marín (2007:18) “Como toda actividad intelectual, el periodismo cumple su función en la medida en que se desarrolla no solamente con relativa libertad sino como un ejercicio de liberación tanto de quien lo practica como quien lo digiere”. Y añade que “por su propia dinámica, el periodismo opera como estimulante y no como sedante del cambio social”.

El periodista Héctor Vera en su libro “*Periodismo e Ingeniería Social*” (2008) declara que “el periodismo es una opción de información experta en la sociedad de la información y del conocimiento, lo que exige una fuerte formación en metodología, teoría social y empleo de nuevas tecnologías de infocomunicación”. Además añade “entendemos aquí por paradigma comunicacional al sistema o al modelo dominante desde donde se desarrollan las acciones de comunicación humana, que a su vez, están vehiculadas por

diferentes dispositivos tecnológicos de difusión de mensajes y que afectan la vida de las sociedades actuales desde la invención de la imprenta, de la radio, del cine, de la televisión, de internet y del conjunto de los dispositivos multimediales en uso en la actualidad”.

Es esencial que el periodismo se base en el correcto manejo de las nuevas estrategias de contenidos y el uso de un lenguaje apropiado y entendido para todo segmento social. Según expresa Alex Grijelmo en su texto “El Estilo del Periodista” (2008: 23) “las nuevas tecnologías han acabado con los intermediarios entre el periodista y el comprador del diario. Antes, los artículos eran reproducidos por los linotipistas, o, años después, por los teclistas; profesionales todos ellos con grandes conocimientos gramaticales y de cultura general”.

Grijelmo también señala que “los antiguos procesos técnicos de los periodistas se han resumido todavía más en los diarios electrónicos, donde la información se publica al instante”. Por ello es necesario que la información que se entrega por medio de internet sea obtenida de fuentes confiables y esté en constante actualización.

El periodismo se transmite mediante variadas formas de expresión que se denominan géneros, y se distinguen entre sí por su carácter informativo, interpretativo o de opinión. Para Abraham Santibañez (1994: 91) “es evidente que debe haber una gran cantidad de estilos, tanto en los propios periodistas como en los distintos medios (...). De acuerdo al medio será el lenguaje que se utilice. Pero en ningún caso puede entenderse que hay licencia para la falta de profesionalismo y la desidia”. Además añade que “la multiplicidad de medios informativos ha llevado en la práctica a una saturación que desborda las posibilidades reales del público de estar al día”.

La base del periodismo es la noticia, pero abarca otros géneros como la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión. Para Martínez (1997), citado por Corona y otros (2005) la importancia de los géneros periodísticos radica en las “diferentes modalidades de creación lingüística que son canalizadas a través de los medios de

difusión masiva, con el fin de relatar los acontecimientos y emitir los juicios valorativos que estos provocan”.

El periodismo profundiza en detalle los hechos que tienen mayor relevancia local y mundial, a la vez que denuncia diferentes acontecimientos que afectan a la sociedad. En el libro “Los cinco sentidos del Periodista” de Ryszard Kapuscinski (2003: 40) el autor se refiere a que “el nuevo periodismo nació de la combinación de dos ámbitos diferentes: uno, los acontecimientos y las personas reales que nutrían al periodismo tradicional; el otro, las herramientas y técnicas de la ficción que enriquecían la descripción de esos acontecimientos y personas”. Además recalca que (2003: 17) “escribir periodismo es una palabra sumamente delicada. Hay que medir las palabras que usamos, porque cada una puede ser interpretada de manera viciosa por los enemigos de esa gente. Desde este punto de vista nuestro criterio ético debe basarse en el respeto a la integridad y la imagen del otro”. Por lo tanto es necesario utilizar correctamente el uso de las palabras en un discurso público ya que lo que el periodista escribe se mantiene en el tiempo.

Para Kapuscinski (2003: 17) “conviene tener presente que trabajamos con la materia más delicada de este mundo: la gente. Con nuestras palabras, con lo que escribimos sobre ellos, podemos destruirles la vida”.

La influencia que ejerce el periodismo hacia la sociedad es evidente y su deber de transmitirla a la ciudadanía es irrenunciable, así lo afirma Santibañez citando a John C. Merrill (1994:141) “la preocupación por la ética es muy importante. El periodista que tiene esta preocupación se interesa obviamente por las acciones buenas o malas; tal preocupación indica una actitud que abarca tanto la libertad como la responsabilidad personal”, además añade que “el periodista desea descubrir normas de acción que le sirvan como principios guía o como directivas específicas para lograr el tipo de vida que le parece más significativo y satisfactorio”.

## **2.2 Periodismo y Ética**

El Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile indica que “quienes ejercen el periodismo y los medios de comunicación social son importantes agentes socializadores. Tienen influencia en la formación de valores, creencias, hábitos, opinión y conductas de los distintos estamentos de la sociedad. La información en periodismo se entiende como bien social y no como un producto, lo que significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida y es responsable, no sólo ante quienes controlan los medios, sino principalmente ante el público”. Además agrega que “el masivo acceso a la información cierta, confiable, oportuna, permanente y sin censura, incide en la mantención y elevación de la dignidad y calidad de vida de las personas y permite a todos los estratos de la ciudadanía, informarse, optar y participar con igualdad de oportunidades en la toma de decisiones y actuaciones de la Nación”. Es por ello que el buen ejercicio del periodismo se debe comprometer con la verdad absoluta y transmitirla a los ciudadanos es irrenunciable. A la vez se debe impedir que bajo ninguna circunstancia se altere la información, ya que “la acción profesional del periodista se entiende como un aporte al bien social y no como un producto neutro en el mundo de las comunicaciones”.

## **2.3 Periodismo Cibernético:**

La relación entre el periodismo y la tecnología digital ha desencadenado una transformación radical en los medios y en los modos clásicos de transmitir la información. Koldo Meso Ayerdi explica que (2006: 149) “Parece lógico pensar que si en su momento la radio y la televisión crearon un nuevo tipo de profesional, Internet, quizá más como un nuevo soporte que como una herramienta de trabajo, ha creado un nuevo tipo de Periodismo y un nuevo prisma de ejercicio profesional”.

La incorporación de la tecnología digital a los quehaceres cotidianos, está modificando los procesos tradicionales de investigación y difusión de los mensajes periodísticos. Tal como añade el autor citado anteriormente (2006: 153) “poco a poco la relación entre el poseedor de información y el resto de la sociedad, entre el emisor y el receptor, comienza a cambiar cuando las nuevas tecnologías de la información aportan un

elemento nuevo: la interactividad. La línea divisoria entre detentadores de la información y la audiencia es cada vez más difusa y compleja”.

Con la llegada de internet ciertas características de los medios de comunicación cambian, entre ellos la verticalidad de flujos que hace referencia a que la comunicación deja de ser unidireccional ya que permite la participación e interacción del usuario.

Como define Ramón Salavarría “el periodismo electrónico (2003:17), periodismo multimedia, o también llamado periodismo digital se refiere “al periodismo hecho en, con y mediante recursos y redes digitales”. A la vez, el autor amplía el concepto de ciberperiodismo, describiéndolo como “aquella especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos”.

El autor (2003: 16) en el libro Manual de Redacción Ciberperiodística hace referencia a esta nueva modalidad de transmitir la información. “la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad son, precisamente, los rasgos que quizá mejor caracterizan a esta joven expresión del periodismo frente a modalidades precedentes. Gracias a la tecnología digital y a las redes telemáticas, con Internet como principal exponente, este tipo de periodismo ha incorporado a sus procesos y productos posibilidades descuidadas o, a menudo, inalcanzables en el periodismo impreso, radiofónico y televisivo”. Además agrega “uno de los rasgos del nuevo lenguaje ciberperiodístico es la posibilidad de combinar no sólo palabras, sino también elementos icónicos y sonoros en mensajes informativos unitarios”.

El mensaje periodístico en los medios digitales puede presentarse en dos tipos de soportes, con o sin conexión a la Red. Así lo afirma Salavarría (2009: 89) “En el primer caso, se encuentran formatos que no permiten actualización aunque si hacen usos de los rasgos propios del soporte digital: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad. En el segundo, se añade un factor esencial del ciberperiodismo: la posibilidad de actualización constante de la información”.

Los periodistas de todos los medios, ya sean análogos o digitales, necesitan internet, así como también la red necesita de los periodistas. Como indica Santiago Tejedor en su libro “La enseñanza del ciberperiodismo” (2007: 10) “la digitalización nos ha colocado ante una nueva generación de productos mediáticos: numéricos, modulares, variables, escalables, automatizables y, en términos generales, adaptables o personalizables a cualquier usuario que ofrecen al ciberperiodismo innumerables oportunidades que el periodismo ligado a los medios de difusión clásicos no tenía”.

Hoy en día no solo se puede mantener una lectura lineal, ya que se cuenta con un gran número de textos que son interactivos, es decir, que exigen respuestas del lector donde su participación es crucial con el uso de los cibernautas en Internet.

Así, como lo indica Juan De Pablos (2001: 247) “la Red se convierte en una enorme hemeroteca que conserva lo publicado por un medio sin que se pongan más límites que aquellos que quiera establecer el difusor de la información. Por tanto, la perdurabilidad de la información es posible en la medida en que haya voluntad del emisor o del receptor por conservarla”.

El periodista español Quim Gil (1999), en su artículo “Diseñando el periodista digital (I)”, señala que el verdadero periodismo digital rompe con la comunicación lineal y unidireccional de un emisor a un receptor. Es decir, se redefine la relación entre emisor - receptor y da paso a una retroalimentación real y permanente.

En internet se puede conocer la información al mismo tiempo que su autor la está introduciendo en la Red y, por el contrario, puede acudir a los cibermedios para conocer una información habiendo transcurrido ya un tiempo desde su emisión.

John V. Pavlick (2005: 301) ha señalado cinco ámbitos en que las nuevas condiciones tecnológicas están transformando el periodismo:

1. La recopilación y elaboración de informaciones.
2. El almacenamiento, la indexación y recuperación de la información.
3. El procesado, la producción y la redacción.
4. La distribución y la publicación.
5. La presentación, la visualización y el acceso.

Como consecuencia de todo ello, el ciberperiodismo contribuye a mejorar la interacción entre organismos públicos y la sociedad de la información, asimismo la vinculación temporal de la información en el ciberperiodismo es una de las claves que ha modificado la visión sobre el periodismo con la introducción de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

### **3. Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's)**

A más de un siglo de la revolución industrial, el mundo está viviendo otra revolución, protagonizada por la tecnología y caracterizada por su uso masivo en la obtención de información. Su principal exponente es Internet, red que el autor Koldo Meso Ayerdi (2006, 19) describe como “atractiva de por sí como fuente de información, pero quizá, y por encima de eso, el principal interés que ofrece es que permite la comunicación”. Su impacto se ha medido en aspectos de la vida cotidiana como recoge Antonio Montecinos (1999) “esa necesidad vital de entrar en contacto, de compartir experiencias y de conocer personas, hoy es posible a una escala nunca antes conocida (...)” además internet ha hecho familiar la cultura de redes y se muestra constantemente en rutinas, discursos y hábitos, como explica Castells (2008, 77) “desde el ordenador en nuestras casas buscamos una serie de servicios, entre los que destacan principalmente, juegos; procesar textos; gestión de la propia casa (...); pago de facturas; temas de educación; trabajo en casa; asuntos de oficina y hobbies. Hoy en día, todos estos servicios los cubre internet”.

#### **3.1 Historia**

Esta red tuvo su inicio en 1969 gracias al trabajo desarrollado por la Agencia de Proyecto de Investigación Avanzada (DARPA) del Departamento de Defensa de Estados Unidos. Como detalla el autor Manuel Castells (2008, 384) “cuando a finales de los años cincuenta el lanzamiento del primer Sputnik alarmó al sector militar de alta tecnología estadounidense, DARPA emprendió diversas y arriesgadas iniciativas (...) una de esas estrategias, que desarrollaba una idea concebida por Paul Baran en Rand Corporation, fue diseñar un sistema de comunicaciones invulnerable al ataque nuclear. (...) la universalidad del lenguaje digital y la pura lógica de funcionamiento en red del sistema de comunicación crearon las condiciones tecnológicas para la comunicación horizontal y global”. La tecnología de red es tan amplia, que se hace muy difícil censurarla o fiscalizarla ya que el sistema de redes es necesario en el mundo actual para canalizar toda clase de información.

Para Castells (2008) la red ARPANET se abrió a los centros de investigación que colaboraban con el Departamento de Defensa estadounidense, pero los científicos comenzaron a usarla para toda clase de propósitos comunicativos. Diez años después, en 1979, esta red informática “puso los medios tecnológicos a disposición de todo aquel que poseyera los conocimientos técnicos y la herramienta informática, un ordenador personal, que pronto iniciaría un espectacular progresión hacia su aumento de potencia y la disminución de su precio al mismo tiempo”. A partir de ese momento y hasta la actualidad, el proceso de formación de internet determino para siempre la estructura del nuevo medio de comunicación.

### **3.2Uso**

Mario Urzúa Aracena (2005: 11) expone que “en las últimas décadas se designa como “era de la información” a esta etapa post industrial, donde el conocimiento se ha transformado en la materia prima básica para el progreso. La experiencia del siglo XX indica que en la medida en que la democracia alcanza a todos los miembros de la sociedad, en que las instituciones y los poderes públicos se ajustan al estado de derecho, se adquiere una mayor transparencia informativa, de más y mejor información acerca de los procesos que se desarrollan dentro del medio social”.

Sin embargo se hace necesario adquirir el conocimiento adecuado acerca del uso de las nuevas Tecnologías de la Información para así aprovechar los múltiples beneficios que, gracias a su mayor rapidez, permiten agilizar distintos aspectos de la vida cotidiana.

Para el mismo autor (2005:18) (...) el desarrollo de los medios de comunicación ha ido asociado directamente con los avances tecnológicos, por lo que el periódico como fenómeno masivo y de influencia social solo alcanza su consolidación durante el siglo XIX, mientras que la radio y la televisión, y actualmente internet, son propios del siglo XX”.

Al desaparecer las fronteras entre informadores e informados nace la comunidad digital que son un conjunto de usuarios que interactúan en un determinado lugar de Internet y que se reúnen porque tienen intereses en común.

Para MerceGisbert (1999) citado por Koldo Meso Ayerdi (2006: 154) “Internet encarna una utopía comunicativa en la que toda la información está al alcance de cualquier persona en cualquier momento y en cualquier lugar, una comunicación virtual que puede comunicarse sin, prácticamente, otra limitación que su imaginación”.

El uso de esta herramienta presenta complejos desafíos y oportunidades para las diferentes organizaciones mundiales que se ven obligados a interactuar con los usuarios de esta nueva modalidad de acceso a la información. Se trata de una revolución tecnológica en marcha que tiene impactos generales en todos los aspectos de la vida económica, social y cultural, lo que permitirá avanzar con mayor rapidez hacia la sociedad de la información y el conocimiento.

Para Joan Costa(1999: 22) “la comunicación, (...) fue el origen de todos los desarrollos y diversificaciones que en nuestra cultura han dado lugar a tan fulgurantes tecnologías como las de telecomunicaciones, la informática, la inteligencia artificial y finalmente, la noción crucial de información, incluida en todas las formas de significación y, por lo tanto, en todos los procesos y tecnologías de comunicación”.

La comunicación unida a las tecnologías facilitó el intercambio de información con otros seres humanos, creando una mejor retroalimentación entre el público y los organismos gubernamentales.

Gianfranco Bettetini y Fausto Colombo (1995: 19) exponen que “estamos afrontando el universo de los nuevos media que en los últimos años han modificado sensiblemente nuestro modo de comunicarnos y desarrollar numerosas actividades creativas, lúdicas y profesionales. (...) los nuevos medias son manifestaciones que hoy caracterizan el entorno comunicativo en el que vivimos; sin embargo, si consideramos su historia, nos damos cuenta que estos son a menudo el resultado de tendencias, investigaciones y manifestaciones vivas en nuestro contexto cultural a partir de los años sesenta”.

De lo anterior se puede poner en relevancia un rasgo fundamental de las nuevas tecnologías, que consiste en la expresión de instancias y de exigencias, que el hombre

va situando en un contexto cultural que ya está dado y por otra parte, responde a parámetros que ya están presentes y transforman el contexto y el entorno. Muchas de las técnicas de los media actuales han surgido de las investigaciones desarrolladas en los años sesenta, ya que hasta la década anterior, los ordenadores habían sido elaborados como instrumentos de cálculo, mientras que en la década ya citada empezaron a ser utilizados como instrumentos que pueden acceder a todo tipo de información.

Según Manuel Castells (2008, 88-89) “la primera característica del nuevo paradigma es que la información es su materia prima: *son tecnologías para actuar sobre la información*, no sólo información para actuar sobre las tecnologías, como era el caso en las revoluciones tecnológicas previas. El segundo rasgo hace referencia a *la capacidad de penetración de los efectos de las nuevas tecnológicas*. Puesto que la información es una parte integral de toda actividad humana, todos los procesos de nuestra existencia individual y colectiva están directamente moldeados (aunque sin duda no determinados) por el nuevo medio tecnológico. La tercera característica alude a *la lógica de interconexión* de todo sistema o conjunto de relaciones que utilizan estas nuevas tecnologías de la información. En cuarto lugar y relacionado con la interacción, aunque es un rasgo claramente diferente, el paradigma de La Tecnología de la Información, se basa en la *flexibilidad*. No sólo los procesos son reversibles, sino que pueden modificarse las organizaciones y las instituciones e incluso alterarse de forma fundamental mediante la ordenación de sus componentes”.

Sin embargo resulta esencial generar una distinción entre el surgimiento de nuevas formas y procesos sociales que han sido inducidos por las crecientes tecnologías y las consecuencias potenciales de tales desarrollos para la sociedad y los individuos, porque sólo a través de la observación se puede determinar el resultado de la interacción de las nuevas tecnologías y las formas sociales emergentes.

La introducción de las TIC's en la vida humana, permitió la aparición de innovadores servicios que llegarán a ser cada vez más interactivos, integrando todos estos en sus redes, ya sean de voz, datos, sonido o imagen.

Koldo Meso A. expone que (2006: 17) “el surgir de internet en el panorama de las nuevas tecnologías de la información, es la aparición de las primeras publicaciones erróneamente denominadas “electrónicas o digitales” (que no pasan de ser “en línea”) y su posterior consolidación, la aparición y desarrollo de la radio y la televisión en la red o el cada vez mayor protagonismo de nuevos modos de comunicación emergentes vinculados a la tecnología web que están cambiando las formas de comunicación humanas (...)” además explica que (2006:43) “de alguna forma se rompe el concepto de medio de comunicación de masas, como ya hemos expuesto. El receptor tiene así plena potestad para tomar decisiones, y configurar, dentro de unos límites amplios, su propio mensaje, así como para dialogar, de una forma u otra con el emisor. (...) los productos multimedia, y también los productos informativos multimedia, están concebidos de forma abierta, de tal manera que se ofrezca al receptor un abanico amplio de posibilidades, lo que posibilita que este ponga en marcha su capacidad de elección, su libertad en otras palabras”

Las responsabilidades del periodista en este terreno incluyen además, y lógicamente, otros aspectos más comunes, como los criterios de diseño y actualización de la web corporativa de la organización que permite que los miembros de la sociedad tengan conocimiento y participación retroactiva, y a la vez puedan acceder a la información actualizada de los organismos públicos.

Meso Ayerdi (2006:34) también hace referencia a que “ello ha motivado que cada vez se trate más de ofrecer un producto más individualizado, un producto que nos ofrezca más de un camino a seguir y en el que cada lector pueda adentrarse en función de sus gustos, intereses, etc. Y ello sobre todo cuando la cantidad de información que se maneja es tal que se impone que cada cual recupere solo aquella que realmente le interesa y lo haga siguiendo el camino, o la secuencia, que más le interesa”.

Sin embargo, en la era de las comunicaciones es fundamental adquirir destrezas mediante un proceso de formación tecnológica, apoyado en metodologías que permitan al usuario evolucionar desde un rol de receptor al del transmisor de conocimientos, por ello es fundamental que los organismos públicos cuenten con personas capacitadas en el

uso estratégicos de los diversos mecanismos tecnológicos que utilizan para llegar al público receptor. Además estamos inmersos en una sociedad donde los avances tecnológicos aportan nuevas formas de comunicación y relación que se suman a los procesos convencionales.

### **3.3 Desarrollo de las TIC's en Chile:**

Las Tecnologías de Información y Comunicación han sido consideradas desde comienzos del presente siglo como herramientas capaces de aportar al desarrollo, por la vía de su incorporación en el diseño e implementación de diversas políticas sociales como salud, educación y vivienda.

Considerando la importancia del impacto de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, el ex Presidente Eduardo Frei Ruiz- Tagle (1994 -2000) decidió constituir una "Comisión de Infraestructura Nacional de Información", creada en marzo de 1999 y cuya misión era apoyar el impulso propuesto para el uso de las TIC's en los Organismos Públicos. Esta comisión (1999, 68) propuso que "a través del uso de las tecnologías de información y comunicación, la gestión del Estado podrá crecer en transparencia y eficacia. De una parte, el acceso digital a información generada desde las instituciones públicas contribuirá a reforzar su credibilidad y transparencia, al tiempo que mejorará la respuesta a la legítima demanda ciudadana por información oportuna y confiable. De otra, las tecnologías digitales permiten realizar trámites administrativos en forma remota, con la consiguiente superación de restricciones impuestas por el tiempo y la distancia."

El uso de Internet permite a los servicios públicos mantener relaciones a la distancia con sus usuarios y a la vez facilita el acceso a una serie de recursos y servicios que ofrecen estas instituciones a sus públicos, resolviendo necesidades de información específica de un tema en particular.

El documento "Chile hacia la sociedad de la información" (1999, 52) distingue a Internet como "una red de redes, que se ha desarrollado en el contexto de la Ley General de Telecomunicaciones (Ley 18.168, 1982) como marco normativo. La provisión del servicio

Internet puede darse a través de redes que emplean mayoritariamente medios dedicados, o bien, como en el caso de la red pública telefónica, conmutados. Esta última red es hoy la principal forma de acceso a Internet disponible para las empresas y personas”.

Aquello implica que el uso de Internet se extenderá a todos los ámbitos de la vida económica y social, combinándose con otras tecnologías que potenciarán la unión entre conocimiento e innovación. Es decir, mientras más invierta el país en recursos humanos, mayor será su dominio sobre la tecnología y más amplio será su capacidad de innovar, generando nuevas bases de competitividad y bienestar social.

En el documento “Diseñando el Chile Digital del Bicentenario” (2005, 3- 4), elaborado por el Ministerio de Educación, la Subsecretaría de Economía y la Subsecretaría de Telecomunicaciones señala que “el fundamento de la sociedad de la información consiste en el nacimiento de este nuevo paradigma cuyo soporte básico lo constituyen las nuevas tecnologías que poseen las siguientes características: (...) implican la integración digital de sonido, datos e imagen(...), tienen un carácter genérico, puesto que sus usos alcanzan todos los ámbitos de la vida económica y social, a diferencia de otras tecnologías revolucionarias que limitan su esfera de acción a campos muy específicos(...), son tecnologías que tienen por objeto impactar directamente en la generación y distribución de información y conocimiento. (...) las nuevas tecnologías no sólo permiten difundir datos, textos a imágenes, sino que también facilitan la generación de nueva información y nuevo conocimiento, permitiendo así una sinergia sin fin entre innovaciones y los usos de estas innovaciones.”

Chile dispone de una gran oportunidad de avanzar tecnológicamente, producto de que se ha logrado un crecimiento sostenible y un desarrollo competitivo que le permite absorber y difundir las nuevas tecnologías de la información y las redes digitales.

En el documento “Diseñando el Chile Digital del Bicentenario” (2005, 3- 4), señala que “para la cristalización de un Chile desarrollado, se necesita alimentar y mantener en movimiento, el círculo virtuoso configurado por una plataforma de acceso a los recursos informáticos, además de población competente desde el punto de vista de las TIC, un

Estado socio-tecnológicamente apto para un mundo que demanda rapidez, eficacia y transparencia, y una revitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas; así como un marco normativo que examine, resuelva y/o avale el desarrollo de actos jurídicos en los planos social y económico nunca antes observados, lo anterior por la vía de la incorporación de referencias tecnológicas a la protección de datos, manejo de información y/o al rango de autenticidad de instrumentos públicos de uso corriente”.

Las nuevas herramientas de comunicación son fundamentales para lograr la modernización del Estado, también para mejorar la calidad de los servicios públicos y, por esa vía, facilitar la relación del Estado con los ciudadanos y las empresas, además favorece las comunicaciones simultáneas entre organismo y su público.

Esta revolución tecnológica resulta de la convergencia de diversos fenómenos, entre los que destacan la difusión mundial de redes de información y comunicación (como Internet), la informatización de bienes y procesos, la digitalización de la información y la creciente importancia del aspecto inmaterial de la riqueza producida. (Chile: hacia la sociedad de la información, 1999).

Es por esto que la verdadera revolución del siglo XX, debe ser considerada como una tendencia nacida desde el ámbito de las tecnologías de la comunicación. Las fronteras geográficas casi han desaparecido, dando paso a lo que McLuhan llamó la “aldea global”, un nuevo territorio en que las personas están informadas de todo lo que ocurre alrededor.

### **3.4 Rol de las Redes Sociales en los organismos públicos**

Las redes sociales son un gran espacio documental organizado, que ha evolucionado a través del tiempo con las sociedades y con las necesidades que estas tienen de buscar nuevas formas de información de algún determinado tema de interés personal.

Durante los últimos años, la incorporación de nuevas tecnologías en la vida cotidiana ha influido profundamente en la industria de las comunicaciones y de la sociedad. Se han producido cambios de gran importancia en el mundo y se ha desarrollado una creciente

interdependencia entre la tecnología, la información y las personas. Internet ha posibilitado que la información sea más accesible, a través de una enorme cantidad de medios digitales en los que convergen el texto, las imágenes y el sonido, los cuales satisfacen los intereses de cada usuario, transformándose en una herramienta de uso cotidiano y en una oportunidad para establecer un nuevo y efectivo canal de comunicación entre las instituciones públicas y los ciudadanos.

Gracias al desarrollo de internet y su creciente aceptación como medio de comunicación, nacen las redes sociales que según Cobo y Romaní (2007:13) son “todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social”. Debido a la gran influencia que tienen estos nuevos medios para comunicar, las organizaciones públicas han optado por trabajar con ellas, comenzando a interactuar con sus respectivos públicos a través de cuentas en Facebook, Twitter, además de la página web.

Elena Dabas (1998, 29, 30) afirma que “las redes han existido desde siempre, dentro de una realidad dinámica, cambiante. Esto implica que existen formas de relación, interacción, comunicación e intencionalidad, desarrolladas en el tiempo que, dependiendo de determinadas coyunturas y momentos históricos, asumen formas diferentes”.

La misma autora (1998, 42) se refiere a que la “red social implica un proceso de construcción permanente tanto individual como colectivo. Es un sistema abierto, multicéntrico, que a través de un intercambio dinámico entre los integrantes de un colectivo (familia, equipo de trabajo, barrio, organización (...)), posibilita la potencialización de los recursos que poseen y la creación de alternativas novedosas para la resolución de problemas o la satisfacción de necesidades”.

En la actualidad, esta herramienta es una nueva modalidad con que las instituciones trabajan para llegar al público e interrelacionarse con él, además ayuda a optimizar el tiempo de las personas que acceden a la búsqueda de información.

### 3.5 Algunas TIC's

- ❖ **Página web:** La real Academia de la Lengua Española (RAE) en su segunda vigésima edición define web como “documento situado en una red informática, al que se accede mediante enlaces de hipertexto”. Una página web es la tarjeta de presentación digital que poseen las personas, empresas, organizaciones o instituciones, con el fin de exponer al público sus ideas e informaciones.
  
- ❖ **Blog:** es un sitio web actualizado periódicamente por sus autores y que cuenta con hiperenlaces que permiten al internauta acceder a otras páginas para ampliar información allí presentada. También suelen disponer de un sistema de comentarios que permiten a los lectores establecer una comunicación con el autor las publicaciones. Generalmente se usan en muchas comunidades, sólo para manejo de noticias y artículos de interés.
  
- ❖ **Facebook y Twitter:** Son las redes sociales más usadas en la actualidad por diferentes grupos etarios, y como cada vez son más los ciudadanos que crean una opinión e interactúan a través estos sitios se hace necesario su uso en las instituciones públicas para informar a la comunidad. Facebook es un sitio web creado el año 2004 por Mark Zuckerberg y desde entonces ha crecido rápidamente siendo traducido a más de 70 idiomas, y transformándose en la red social más popular del mundo, alcanzando los 900 millones de usuarios. El estudio “El crecimiento de las Redes Sociales en América Latina” realizado por ComScore, líder mundial en medición del mundo digital, señala que (2011:19) “El gigante de redes sociales (Facebook) alcanzó al 90,9% de todos los chilenos online, posicionándose como el mercado de más alta penetración en América Latina y tercer mercado a nivel mundial para penetración de Facebook.com.”  
  
Twitter se creó en mayo del año 2006 por Jack Dorsey, definiéndose como una red de microblogging en la cual cada usuario puede expresarse sólo 140 caracteres. Esta red social fue adquiriendo cada vez mayor popularidad a nivel

mundial y en Chile actualmente se cuenta con cientos de cuentas pertenecientes a instituciones y autoridades del Gobierno: Ministerio de Educación, Ministerio de Salud, Ministerio de Obras Públicas, entre otros, como el Serviu e Injuv. En el Gobierno local también se ha hecho imprescindible la comunicación por esta vía por lo que la mayoría de las Municipalidades cuentan con un perfil de Twitter, entre ellos: Municipalidad de La Serena, Viña del Mar, Rancagua, entre otros. En 2011 Twitter alcanzó cerca de 1,2 millones de visitantes para ubicarse como el tercer destino de red social más grande en el mercado, según el documento “El crecimiento de las Redes Sociales en América Latina” (2011:19).

No cabe duda que las redes sociales son una actividad clave en América Latina, lo cual queda demostrado por el amplio alcance que han tenido entre la población. Además el uso por parte los ciudadanos de las redes sociales para relacionarse con autoridades de su entorno, no muestra signos de disminuir en el futuro cercano y continúa afirmándose en la web, ya que también ha reforzado la labor principal de informar que iniciaron los medios tradicionales, como lo son el periódico, radio y televisión.

Para algunos autores, estas nuevas tecnologías “permiten un rápido acceso a la información política y a sus representantes, lo que ayudaría a acercar a la población a esta materia” (Lupia y Philpot, 2005) y ahora el contacto con las autoridades e instituciones públicas es más directo, pues las personas pueden hacer publicar sus ideas, manifestar sus dudas, reclamos o aceptación frente a un tema, o simplemente conocer de una forma cercana su municipio, los programas implementados por éstas en beneficio de la comunidad, e informarse del acontecer noticioso en su localidad.

## **4. Políticas Públicas:**

### **4.1 Definición:**

Para Eugenio Lahera (2002) las políticas públicas son soluciones específicas sobre cómo manejar asuntos públicos y destaca que (2002, 31) “resultan útiles para estudiar el conjunto de la política, incluyendo la discusión de la agenda pública por toda la sociedad, las elecciones entre candidatos y sus programas, las actividades de gobierno y la oposición, así como los esfuerzos analíticos sobre estos temas”. Las políticas públicas tienen su máxima expresión en los planes de desarrollo y mediante su formulación surge la oportunidad para solucionarlas problemáticas de las comunidades y mejorarlos servicios para el ciudadano, creando canales para la transparencia, el control social y la participación.

En el documento “Reforma del Estado: un Enfoque de Políticas Públicas” de Eugenio Lahera (2000, 2) define las políticas públicas como “cursos de acción o flujos de información relativos a un objetivo público. Estos son desarrollados por el sector público con la frecuente participación de la comunidad o el sector privado. Las políticas pueden incluir orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, así como aspectos institucionales”. Sin embargo se hace necesario que las autoridades asignen recursos para el mejor cumplimiento de estas políticas, de acuerdo a su jerarquización, ya que según Lahera (2002) se trata de satisfacer múltiples objetivos con recursos escasos y éstos dependen de la situación de la caja fiscal y de la periodicidad con que es discutida la Ley de Presupuesto en el Parlamento.

El mismo autor (2002, 13) citando a IvesMeny y J.C. Thoening se refiere a que “las políticas públicas corresponden al programa de acción de una autoridad pública o al resultado de la actividad de una autoridad investida de poder público y de legitimidad gubernamental”. Lo anterior tiene que ver más con las acciones, decisiones y omisiones por parte de los distintos actores involucrados en los asuntos públicos y en respuesta a particulares circunstancias políticas o demandas sociales, ya que ayudan a organizar las metas o propósitos gubernamentales en torno a un objetivo determinado.

Para Peter de León, citando a Harold Lasswell (1951), las ciencias de las políticas públicas son el conjunto de disciplinas encargadas de explicar los procesos de formulación y ejecución de políticas, tanto como de obtener la información relevante para atender los problemas de las políticas públicas en un cierto momento. De esta forma, las políticas públicas se ocupan de resolver los problemas esenciales que surgen de la interacción humana dentro de la sociedad.

Los franceses Yves Mény y Jean Claude Thoenig (1992; 89) definen las políticas públicas como “actos y no actos comprometidos de una autoridad pública frente a un problema o en un sector relevante de su competencia” aunque también se remiten al concepto de Thomas Dye (1975) cuando advierten que se debe considerar como política pública también aquella decisión del Gobierno de no actuar frente a determinado problema.

Según la perspectiva de Kraft y Furlong (2007: 5) las Políticas Públicas son “un curso de acción o inacción gubernamental en respuesta a problemas públicos. La política pública se asocia con los objetivos y medios de políticas formalmente aprobados, también como con las regulaciones y prácticas de las instituciones públicas que implementan los programas. De esta forma, se resalta el comportamiento real de ejecución de las entidades y los funcionarios, y no solamente las declaraciones formales de objetivos y medios de políticas encontradas en las leyes y otras expresiones de políticas gubernamentales”

De acuerdo a los autores citados anteriormente una política pública es (2007: 4) “lo que los funcionarios públicos dentro del Gobierno, y por extensión los ciudadanos que ellos representan, eligen hacer o no hacer respecto a los problemas públicos”.

Por su parte Eduardo Sojo (2006: 47, 48) considera que las políticas públicas son el “conjunto de concepciones, criterios, principios, estrategias y líneas fundamentales de acción a partir de las cuales la comunidad organizada como Estado decide hacer frente a desafíos y problemas que se consideran de naturaleza pública”. El autor también agrega que las políticas públicas son “espacios de acción no sólo para el gobierno, sino también

para los actores ubicados en los sectores social y privado, y se expresan en decisiones adoptadas en forma de instituciones, programas, criterios, lineamientos y normas”.

Para la implementación de las políticas públicas, las TICs representan una herramienta fundamental para acercar a la comunidad a programas implementados por las organizaciones públicas para el beneficio de ésta y a la vez promover la accesibilidad a diversos beneficios sociales y culturales. Así lo señala Eugenio Lahera en su libro “Introducción a las Políticas Públicas” (2002, 14) al afirmar que “(...) los adelantos tecnológicos en información y las comunicaciones han favorecido un nuevo concepto de políticas públicas. Ellos han creado oportunidades para mejorar los servicios públicos, permitir un mejor acceso a la información del sector público y aumentar la participación ciudadana.”

En ese sentido, los caminos hacia las sociedades de la información son múltiples y dependen de los objetivos que tenga cada país. De acuerdo con la Declaración de Principios de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), “la comunidad internacional busca una sociedad centrada en la persona y la comunidad, inclusiva y orientada al desarrollo. En ella, todos deberían poder crear, consultar, utilizar y compartir información y conocimientos, permitiendo así que individuos, comunidades y naciones utilicen todo su potencial para promover el desarrollo sostenible y mejorar su calidad de vida. Los nuevos medios disponibles para crear, difundir y procesar información mediante redes y tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) abren esa posibilidad”. (Políticas Públicas para el desarrollo de sociedades de información en América Latina y el Caribe, 2005).

Igualmente como señala Lahera (2002, 21) “(...) las Políticas Públicas se caracterizan por la diversidad de agentes y recursos que intervienen en su cumplimiento. Esto es posible porque los medios con los que el sector público cumple sus objetivos han variado. Además de su intervención directa, las posibilidades de acción del Estado incluyen las de regular, contribuir a generar externalidades y a lograr masas críticas. También la de entregar información y señales a una comunidad cada vez mejor informada y responsable de sus propias acciones”. Así, el Estado o las diferentes

organizaciones públicas, pueden utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación como herramientas que entregan información eficiente, transparente y al servicio de la comunidad, ya que en la actualidad ésta se interesa y participa activamente en la búsqueda de soluciones, tanto a nivel nacional, regional o municipal.

Tal como afirma Mg. Marcela Poblete (2011: 21-22) "(...) las políticas públicas tienen incidencia directa en la sociedad, especialmente en aquellos grupos más vulnerables lo que pueden ser especialmente beneficiados con la implementación de las mismas". Sin embargo, para que exista una óptima comunicación entre organismo y sociedad, se deben establecer diferentes parámetros que permita a los individuos participar activamente en las distintas herramientas tecnológicas de las que hoy se cuenta.

Reafirmando lo anterior, Lahera (2002, 61) citando a Coase, indica "La participación se refiere a la posibilidad que personas o grupos tienen para influir, hacerse presente, en la determinación de la agenda pública y también en la formulación, ejecución y evaluación de las Políticas Públicas esto puede favorecer el tratamiento de los temas públicos al haber menos temas "no atribuibles" a algún grupo social".

Por ese motivo, es importante que existan programas donde se amplíe el conocimiento sobre los ámbitos de participación de la ciudadanía en sus organizaciones. A la vez que se generen capacitaciones a las personas para consolidar su participación y así fortalecer la relación entre organismo y su público.

La autora Susanne Bachmann (1992, 220) afirma que "los servicios públicos deberían diseñar diversas modalidades de información al usuario. Siempre en relación a la información, avanza el reconocimiento del derecho de cada parte en el procedimiento administrativo a examinar los expedientes o, en términos más generales, a obtener información de los entes administrativos". En este sentido, la información se vuelve indispensable para una correcta participación y creación de opinión pública, por lo que debe ser comprensible, además de tener libre acceso.

Para Mg. Marcela Poblete (2011:26)"(...) la masificación y diversificación de la información apoyadas por la tecnología han contribuido a una crisis del concepto

tradicional de las políticas públicas, porque los actuales destinatarios de esas políticas necesitan saber más de ellas, sus propósitos y sus funcionamientos”.

Trabajar con la incipiente modalidad de estas nuevas tecnologías de la información y comunicación es muy beneficioso tanto para institución pública como para la comunidad.

Sin embargo, hay que tener presente los principios en los que se desenvuelven las Políticas Públicas que son la responsabilidad política, ya que cada nivel político-administrativo debe y requiere diseñar y gestionar políticas públicas de acuerdo a las necesidades sociales; la transparencia, porque deben ser tomadas con total prescindencia de intereses privados; ecuanimidad, en el sentido que deben establecerse dentro de un marco que abarque el bien común de toda la comunidad, sin distinción de ideologías ni partidismo; y disciplina fiscal que impone un límite en el gasto público y regula las fuentes de financiamiento

#### **4.2 Políticas Públicas en Chile**

A partir de 1990 se rediseña la política privatista de los 80 y el país experimenta diversos cambios y reestructuraciones para el fortalecimiento de la sociedad civil.

La Concertación de Partidos por la Democracia planteó la necesidad de renovar la acción pública y lo hizo poniendo énfasis en el área social. Ello se expresó en el crecimiento sustancial del gasto social del sector público a partir de 1990 y la creación de nuevas instituciones, incluyendo un nuevo Ministerio de Planificación y Cooperación (MIDEPLAN). Por otra parte, se impulsó un proceso de descentralización de la inversión pública que transforma el panorama institucional del Estado Chileno.

En la Constitución Política de Chile, Capítulo I Bases de la Institucionalidad está establecido que (...) El Estado está al servicio de la persona humana y su finalidad es promover el bien común, para lo cual debe contribuir a crear las condiciones sociales que permitan a todos y a cada uno de los integrantes de la comunidad nacional su mayor realización espiritual y material posible, con pleno respeto a los derechos y garantías que esta Constitución establece”. Es deber exclusivo del Estado fomentar el cumplimiento del

Bien Común, para que así los diferentes Gobiernos puedan crear nuevas políticas estatales.

Asimismo, las políticas gubernamentales pueden cambiar dependiendo del grupo político que administra el país. Según Mg. Marcela Poblete en su cátedra “tratamiento informativo en el Gobierno regional y local” (2011) señaló que “así como en el Gobierno de la ex Presidenta Michelle Bachelet se potenció el concepto de Protección Social como política pública, en el Gobierno del Presidente Sebastián Piñera se ha velado por la reconstrucción luego del terremoto del 27 de febrero”.

Otras de las Políticas Públicas en las cuales se han enfocado en el mandato del Presidente Piñera son: “Política Pública de medio ambiente, Política Pública de participación ciudadana, Política Pública de seguridad ciudadana y Política Pública de protección social”.

La académica Mg. Marcela Poblete en la misma cátedra (2011) menciona y explica que, en toda norma jurídica que contenga una Política Pública deben existir los siguientes factores:

- “Un ámbito de alcance de especificidad variable; ya que se debe establecer para quién es la Política Pública, es decir, se debe precisar si va dirigida a la provincia, a la región o a un grupo etario. Por ejemplo: el INJUV es una Institución exclusivamente para los jóvenes entre 15 a 29 años.
- Un contenido taxativo que indique la forma de proceder: para postular a una vivienda el MINVU exige a las personas llenar ciertos requisitos en un formulario, donde se explica cómo proceder, cuándo se entregan los beneficios, etc.
- Un agente legitimador de la norma: hay un organismo del Estado que lleva a cabo la norma. Un ejemplo de ello es el SERNAC, que sólo es de uso exclusivo para servicios del consumidor y no se encarga de otros asuntos.
- Un interés explícito o implícito: es interés el Estado mejorar la educación, esto permitirá el mejoramiento de los estudiantes (explícito) y rendirán mejor (implícito).
- Un contexto: dependerá de la situación y del contexto de la Política Pública que se quiera crear, por ejemplo, dada las condiciones de insalubridad se construirá una nueva infraestructura en el Hospital de La Serena.

- Un proceso: se refiere a que las Políticas Públicas deben indicar los pasos necesariamente, explicar cómo procederá”.

Por su parte Gonzalo de la Maza (2005, 106) explica que “el rol de las Políticas Públicas son un factor relevante para definir y reconocer actores legítimos en el espacio público y para orientar sus roles y funciones, incidiendo de esta manera en el desarrollo general de la sociedad civil”. Además agrega (2005; 265) “el papel de la innovación quedó reducido a aspectos de gestión y desarrollo de procesos técnicos. Se ha planteado, por ejemplo, “acercar el Estado a la gente”; poner la información a disposición de las personas; disminuir la tramitación y la burocracia de la administración”.

De la Maza (2005; 105) añade que “la activación de las políticas públicas ha visto limitados sus efectos por la excesiva sectorialización y desarticulación del sector público y una relación instrumental con la sociedad civil”. El autor también recalca que “una autoridad social, el rediseño de varios de los mecanismos institucionales privatizadores y la institucionalización de nuevos mecanismos de participación, son algunos de los requisitos para un nuevo desarrollo de la sociedad civil”. De acuerdo a lo anterior, las políticas públicas, pues son un factor relevante para definir y reconocer actores legítimos en el espacio público y para orientar sus roles y funciones, incidiendo de esta manera en el desarrollo general de la sociedad civil, ya que la acción estatal sigue siendo altamente significativa para definir la dinámica social.

Es de gran relevancia mejorar la calidad de los servicios que entrega el Estado a la sociedad civil. Así lo afirma De la Maza (2005; 134) citando a Armijo (2001). “Más que la participación, mejorar la información y la atención a los usuarios de los servicios públicos, así como la entrega de información a la ciudadanía sobre el funcionamiento y resultados de la gestión pública”.

Para finalizar con la idea, Gonzalo de la Maza (2005; 136) concluye “las políticas y programas gubernamentales se han planteado específicamente la relación del Estado con la sociedad civil como un objetivo del quehacer estatal. Como se verá, esto no siempre se ha conceptualizado de este modo, siendo reciente la denominación de la

“sociedad civil” como un interlocutor gubernamental. Es por ese motivo que el autor afirma que se hace necesario revisar las diferentes instancias que se han estructurado en torno a las Políticas Públicas.

Las Políticas Públicas deben funcionar en un ambiente o contexto favorable donde es fundamental que la sociedad esté organizada, que esté dispuesta a los cambios y con la capacidad de mantener el control social. Sin embargo, como el autor citado anteriormente expone, la activación de las Políticas Públicas tiene sus efectos limitados por la excesiva sectorialización y desarticulación del propio sector público y por una relación desmedidamente instrumental con la sociedad civil.

Por su parte, Lahera (2002,110) declara que “una idea interesante es la de un portal gubernamental en el que puedan recibirse quejas y comentarios, los que podrían ser reenviados a las autoridades respectivas. Los gobiernos tienen la obligación de dar cuenta sobre la utilización que ellos realizan de los insumos aportados por la ciudadanía a través de feed back, consultas públicas y participación.”

De lo anterior es esencial establecer mecanismos estables y legítimos de participación ciudadana y continuar con la evaluación de las políticas, analizando sus resultados para que haya un manejo transparente y óptimo de estas en beneficio de la social.

El importante cambio que ha sostenido Chile provocado por la introducción y uso masivo de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) involucra al Estado por dos razones. En primer, lugar el sector público debe ser un actor importante en la transformación de la sociedad hacia un nuevo modelo de organización social y de productividad, basado en procesos y flujos intensivos de información y comunicación digitales. En segundo lugar, al digitalizar sus procesos, el sector público cambia su funcionamiento a la vez que incentiva al resto de la sociedad a adoptar las nuevas formas de interacción. Así, el Estado puede utilizar las TIC's como herramienta de transformación eficaz, transparente y al servicio de la sociedad democrática.

# **CAPÍTULO II:**

# **MARCO REFERENCIAL**

## **1. Organización**

### **1.1 Definición**

Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE) organización significa “asociación de personas reguladas por un conjunto de normas en función de determinados fines”.

Darío Rodríguez en “Gestión Organizacional” sostiene la premisa que prácticamente todas las funciones o necesidades de la sociedad moderna tienen una alternativa de solución generada por alguna organización, otorgando gran importancia al concepto. El autor (1996: 29), citando a Parsons, define el concepto de organización como “unidades sociales (o agrupaciones humanas) construidas en forma deliberada o reconstruidas para alcanzar fines específicos”.

Para Stephen Robbins (2004), la Organización es “una unidad social coordinada conscientemente, compuesta por dos o más personas, que funciona con una base de relativa continuidad para lograr una meta común o una serie de metas”. Mientras, Carlos Dávila (1997:5) se refiere al término como “Organizaciones productivas, de servicio, públicas y privadas, grandes, medianas y pequeñas, etc”.

Otra definición que complementa las anteriores es la de Richard L. Draft quien en su libro “Experiencia del Liderazgo” (2006), precisa las Organizaciones como: “1) entidades sociales, 2) dirigidas a metas, 3) diseñadas con una estructura deliberada y con un sistema de actividad coordinado y 4) vinculadas con el ambiente externo”.

Para Annie Bartoli en su libro “Comunicación y organización: la organización comunicante y la comunicación organizada” (1992), una organización como conjunto organizado corresponde a “cualquier grupo de hombres constituidos conscientemente con el propósito de alcanzar un determinado objetivo”. Sin embargo “una organización no se corresponde pues con cualquier grupo”. Por lo tanto, esta explicación remite a distinguir entre el ámbito privado y público, entendiendo este como aquellas organizaciones que no persiguen fines de lucro en sus objetivos”.

De todas las definiciones anteriores, se pueden identificar rasgos comunes en una organización:

- Grupo de personas estructurado y coordinado.
- Existen cursos de acción continuos.
- Debe haber una interacción permanente, en dos niveles: interno y externo.
- Hay metas y objetivos establecidos.
- Se busca mantener la vinculación con el entorno.

## **1.2 Características de las Organizaciones**

Las Organizaciones, según Darío Rodríguez en su libro “Organizaciones para la modernización” (2004), se determinan por lo siguiente:

- a) “Estar definidas y diseñadas en términos de una racionalidad de adecuación de medios afines, esto es, en ellas hay una división del trabajo que ha sido hecha en forma consciente como resultado del intento de buscar fines en la forma más racional posible
- b) El poder también queda dividido entre los distintos puestos, de tal manera de facilitar la coordinación y el control del cumplimiento de las distintas obligaciones laborales que se desprenden de la división del trabajo
- c) También la comunicación queda canalizada en forma subordinada a la mejor y más eficiente manera de conseguir una adecuada coordinación de las actividades tendiente al logro de los fines
- d) Las organizaciones existen en un entorno que es todo lo exterior a la organización: otras organizaciones, clientes, la sociedad global, la economía, el sistema legal, etc.
- e) También los miembros de la organización constituyen parte del entorno de ésta, su entorno interno”.

Para el autor (1996: 31), las organizaciones tienen una racionalidad distinta a la de los individuos que participan en ellas. Factores organizacionales tales como las reglas, tratan de ser determinantes en el comportamiento humano. “La organización entrena, adoctrina, convence y castiga o premia a sus miembros para que respondan y actúen de acuerdo a

lo esperado. Los individuos, por su parte, tratan de acomodar las reglas y condiciones organizacionales a sus propios interés y necesidades”.

Según Annie Bartoli (1992) existen ciertos factores distintivos que posee una organización, estos son los siguientes:

- “Posee una finalidad conocida por los miembros de ella.
- Hay distribución de roles y tareas a realizar.
- División de la autoridad y del poder formal.
- Duración indefinida en función de los objetivos.
- Tiene un sistema de comunicación y coordinación.
- Hay criterios de evaluación y control de resultados”.

### **1.3 Instituciones públicas**

Según Joan Elías y José Mascaray en “Más Allá de la comunicación interna” (2003: 43) existe un tipo específico de organización que corresponde a las instituciones públicas y privadas. Los autores sostienen que “durante mucho tiempo las administraciones públicas han representado el ejemplo as claro y definido de lo que es la organización burocrática, jerárquica y rígida”.

La diferencia esencial que existe entre las instituciones y las empresas radica en su misma concepción. Para los autores (2003:43), las instituciones carecen del elemento fundamental de las empresas, es decir, “su razón de ser”; la obtención de beneficios. Las instituciones, como es sabido, son organizaciones sin ánimo de lucro”. En palabra de los autores (2003: 43), tampoco se dan otros dos factores que “están actuando como motor de cambio en la empresa: la competencia y la atención al cliente; por la simple razón de que, en rigor, no tienen clientes ni, por supuesto, competencia”.

Otra diferencia fundamental consiste en el sistema de gestión. La función de las instituciones abarca la gestión de recursos, que vienen asignados por presupuestos, para de un servicio al propio Estado o a los ciudadanos, que está enmarcada por dos coordenadas: “el procedimiento burocrático: todo esta minuciosamente regulado por

normativas y procedimientos que ningún funcionario puede modificar y, por tanto no se dan las condiciones necesarias para que surjan y se desarrollen iniciativas de mejora”.

El peso de las instituciones en la sociedad y en la vida de un país es tan importante que de su correcto o deficiente funcionamiento depende, según los autores (2003: 45): “la vitalidad, la prosperidad y el que dicho país pueda alcanzar una posición de ventaja en el conjunto de países de similares características”.

## **2. Municipalidad**

Las municipalidades como instituciones públicas, se rigen por la LEY ORGÁNICA CONSTITUCIONAL DE MUNICIPALIDADES N° 18.695, donde se establecen sus funciones. Dichas entidades son definidas como “corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas” (Art 1°, título I DE LA MUNICIPALIDAD).

Asimismo, “los municipios, como órganos desconcentrados de la Administración del Estado, les corresponde observar los principios de la probidad y publicidad administrativa”. Para el desarrollo de sus funciones, los municipios pueden celebrar convenios con organismos públicos o privados.

Estas corporaciones autónomas, es decir, los municipios deberán “actuar, en todo caso, dentro del marco de los planes nacionales y regionales que regulen la respectiva actividad” (Art 9°, título I DE LA MUNICIPALIDAD).

La participación ciudadana también está regulada por esta normativa, de modo que la población pueda intervenir en ciertas decisiones que se toman a nivel comunal. El artículo N°93 señala que cada municipalidad es responsable de establecer la forma en que dicha participación se llevará a cabo, “teniendo en consideración las características singulares de cada comuna, tales como la configuración del territorio comunal, la localización de los asentamientos humanos, el tipo de actividades relevantes del quehacer comunal, la conformación etaria de la población y cualquier otro elemento que,

en opción de la municipalidad, requiera una expresión o representación específica dentro de la comuna y que al municipio le interese relevar para efectos de su incorporación en la discusión y definición de las orientaciones que deben regir la administración comunal” (Art 7°, Título IV DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA)

### **3. Ley Nº 18.695, ORGANICA CONSTITUCIONAL DE MUNICIPALIDADES**

**Fuente:** <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=251693>

Tipo Norma: Decreto con Fuerza de Ley 1

Fecha Publicación: 26-07-2006

Fecha Promulgación: 09-05-2006

Organismo: MINISTERIO DEL INTERIOR; SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO REGIONAL Y ADMINISTRATIVO

Id Norma: 251693

El objetivo de esta ley es “La administración local de cada comuna o agrupación de comunas que determine la ley reside en una municipalidad. Las municipalidades son corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas”. (Art. 1°, título DE LA MUNICIPALIDAD).

#### **3.1 Organización de la norma**

##### **TITULO I DE LA MUNICIPALIDAD**

###### **Párrafo 1° Naturaleza y constitución**

Art° 1

Art° 2

###### **Párrafo 2° Funciones y atribuciones**

Art° 3: a), b), c), d), e), f)

Art° 4: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k), l)

Art° 5: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k)

Art° 6: a), b), c)

Art° 7

Art° 8  
Art° 9  
Art° 10  
Art° 11  
Art° 12

### Párrafo 3° Patrimonio y financiamiento municipales

Art° 13: : a), b), c), d), e), f), g), h)  
Art° 14:  
Incisos 1, 2, 3, 4, 5, 6

### Párrafo 4° Organización interna

Art° 15 al Art° 19  
Art° 20: a), b), c)  
Art° 21: a), b), c), d), e), f), g)  
Art° 22: a), b), c)  
Art° 23: a), b)  
Art° 24: a),b), c), d), e), f), g)  
Art° 25: a), b), c), d), e), f), g), f)  
Art° 26: a), b), c), d)  
Art° 27: a), b), c), d), e), f)  
Art° 28  
Art° 29: a), b), c), d), e)  
Art° 30 al Art° 39

### Párrafo 6° Personal

Art° 40 al Art° 49

### Párrafo 7° Fiscalización

Art° 49 al Art° 55

## TITULO II DEL ALCALDE

### Párrafo 1° Disposiciones generales

Art° 56 al Art° 59

Art° 60: a), b), c), d)

Art° 61 al Art° 62

### Párrafo 2° Atribuciones

Art° 63: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k), l), ll), m), n), ñ)

Art° 64

Art° 65: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k), l), m), ñ), o), p), q)

Art°66

Art° 67: a), b), c), d), e), f), g)

Art°68 al Art° 70

## TITULO III DEL CONCEJO

Art° 71

Art° 72: a), b), c)

Art° 73: a), b), c), d), e)

Art° 74: a), b), c)

Art° 75: a), b)

Art° 76: a), b), c), d), e), f)

Art° 77 al Art° 78

Art° 79: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k), l), ll), m), n), ñ)

Art° 80 al Art° 81

Art° 82: a), b), c)

Art° 83 al Art° 92

## TITULO IV DE LA PARTICIPACION CIUDADANA

### Párrafo 1° De las instancias de participación

Art° 95: a), b), c), d)

Art° 96

Párrafo 2° De las audiencias públicas y la oficina de reclamos

Art° 97

Art° 98: a), b), c), d), e)

Párrafo 3° De los plebiscitos comunales

Art° 99 al Art° 104

## TITULO V DE LAS ELECCIONES MUNICIPALES

Art° 105 al Art°106

Párrafo 1° De la presentación de candidatura

Art° 107 al Art° 114

Párrafo 2° De las inscripciones a candidatos

Art° 115 al Art° 116

Párrafo 3° Del escrutinio en las mesas receptoras de sufragio

Art° 117 al Art°118

Párrafo 4° Del escrutinio general y de la clasificación de las elecciones

Art° 119 al Art° 122

Art° 123:

Incisos 1, 2, 3, 4, 5

Art° 124 al Art° 128

## TITULO VI DE LAS CORPORACIONES, FUNDACIONES Y ASOCIACIONES MUNICIPALES

Art°129 al Art° 136

Párrafo 2° De las asociaciones de municipalidades

Art° 137: a), b), c), d), e), f)

Art° 138: a), b), c), d)

Art° 139 al Art° 140

Párrafo 3° De la personalidad jurídica de las Asociaciones Municipales

Art° 141 al Art° 142

Art° 143: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k), l), m)

Art° 144 al Art° 150

## TITULO FINAL

Art° 151: a), b), c), d), e), f), g), h), i)  
Art° 152 al 156

## DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Art° 1 al Art° 5

### **4. Ley N° 20.285, SOBRE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA**

**Fuente:** <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=276363&buscar=20285>

Tipo Norma: Ley 20285

Fecha Publicación: 20-08-2008

Fecha Promulgación: 11-08-2008

Organismo: MINISTERIO SECRETARÍA GENERAL DE LA PRESIDENCIA

Título Ciudadano: Transparencia / acceso a la información pública. Id

Norma: 276363

La presente ley regula “el principio de transparencia de la función pública, el derecho de acceso a la información de los órganos de la Administración del Estado, los procedimientos para el ejercicio del derecho y para su amparo, y las excepciones a la publicidad de la información”. (Art. 1°, título I Normas Generales)

#### **4.1 Organización de la norma**

##### TITULO I Normas Generales

Art° 1

Incisos 1, 2, 3, 4, 5, 6

Art° 2 al Art° 4

##### TITULO II De la Publicidad de la Información de los Órganos de la Administración del Estado

Art° 5 al Art° 6

##### TITULO III De la Transparencia Activa

Art° 7: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k), l), m)

Art° 8 al Art° 9

TITULO IV Del Derecho de Acceso a la Información de los Órganos de la Administración del Estado

Art° 10

Art° 11: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k)

Art° 12: a), b), c), d)

Art° 13 al Art° 20

Art° 21

1 a), b), c)

Incisos 2, 3, 4, 5

Art° 22: a), b), c), d)

Art° 23 al Art° 30

TITULO V Del Consejo para la Transparencia

Art° 31 al Art° 32

Art° 33: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k), l), m)

Art° 34 al Art° 37

Art° 38: a), b), c), d)

Art° 39 al Art° 41

Art° 42: a), b), c), d), e), f), g)

Art° 43

Art° 44: a), b), c)

TITULO VI Infracciones y Sanciones

Art° 45 al Art° 49

TITULO VII Disposiciones Transitorias

Art° 1 al Art° 3

Artículo segundo

Inciso 1, 2

Artículo tercero

Artículo cuarto

Inciso 1, 2

Artículo quinto al Artículo sexto

Artículo séptimo: a), b)

Artículo octavo al Artículo noveno

Artículo décimo: a), b), c), d), e), f), g), h)

Artículo undécimo

## **5. Ley N° 19.733, SOBRE LIBERTADES DE OPINION E INFORMACION Y EJERCICIO DEL PERIODISMO**

**Fuente:** <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=186049&buscar=19733>

Tipo Norma: Ley 19733

Fecha Publicación: 04-06-2001

Fecha Promulgación: 18-05-2001

Organismo: MINISTERIO SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO Id

Norma: 186049

Esta ley tiene por objetivo “la libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, constituyen un derecho fundamental de todas las personas. Su ejercicio incluye no ser perseguido ni discriminado a causa de las propias opiniones, buscar y recibir informaciones, y difundirlas por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan, en conformidad a la ley” (Art° 1).

### **5.1 Organización de la norma**

TITULO I Disposiciones Generales

Art° 1 al Art° 4

TITULO II Del ejercicio del Periodismo

Art° 5 al Art° 8

TITULO III De las formalidades de funcionamiento de los medios de comunicación social

Art° 9 al Art° 10

Art° 11: a), b), c), d)

Art° 12 al Art° 15

#### TITULO IV Del derecho de aclaración y rectificación

Art° 16 al Art° 21

#### TITULO V De las infracciones, de los delitos, de la responsabilidad y del procedimiento

Párrafo 1° De las infracciones al Título III

Art° 22 al Art° 23

Art° 24: a), b), c), d), e), f)

Art° 25

Párrafo 3° De los delitos cometidos a través de un medio de comunicación social.

Art° 29

Art° 30: a), b), c), d), e), f)

Art° 31 al Art° 42

Párrafo 4° De los delitos cometidos contra las libertades de opinión y de información

Artículo 43: Derogado

Párrafo V De la responsabilidad y del procedimiento aplicables a los delitos de que trata esta ley

Art° 44 al Art° 45

Art° 46: a), b), c), d)

Art° 47 al Art° 48

# **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

## **1. Clasificación disciplinaria:**

Esta investigación tiene por fin establecer y definir cuáles son las herramientas tecnológicas de comunicación empleadas por tres municipalidades de la Región de Coquimbo: Ilustre Municipalidad de La Serena, Ilustre Municipalidad de Ovalle, Ilustre Municipalidad de Canela. El estudio abordados áreas: la comunicación social y el ciberperiodismo.

La comunicación social es un campo de estudio proveniente de la sociología, psicología social y semiología, que ofrece la posibilidad de que todo usuario pueda ser a la vez, emisor de información.

Toda persona o institución tiene la necesidad de difundir, expresar e informar los aspectos que considera relevantes para dar a conocer al entorno. Para David Berlo (2002) “la comunicación debe ser sencilla, coherente y dirigida a un solo objetivo. Ese objetivo consiste en provocar una determinada conducta. No se debe divagar o establecer la comunicación ambiguamente y esta comunicación debe hacerse de forma tal que seamos entendidos.”

El Ciberperiodismo es un término nuevo para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al Internet y el flujo constante de contenidos. A diferencia de otros formatos, el Periodismo Digital posee características diferentes a otros canales como una mayor inmediatez en la entrega de información; Sin embargo Ramón Salavarría (2010:247) en “¿Ciberperiodismo sin periodistas? Diez ideas para la regeneración de los profesionales de los medios digitales” señala que “es importante que se realice la implantación de manuales internos de estilo, que determinarán tanto los principios de actuación periodística como las normas de estilo, supondría un paso importante en el proceso de profesionalización de los cibermedios”. Además Salavarría aclara “que los libros de estilo existentes para medios impresos o audiovisuales no cubren, ni de lejos las necesidades de homogeneización procedimental formal que reclaman los cibermedios”.

Actualmente en las empresas es más recurrente dar a conocer sus servicios a través de la web, ya que internet es uno de los medios más cercanos al público. Este factor les permite a las instituciones lograr cercanía con el público, dado a que cuentan con una retroalimentación más rápida que otros medios.

Para Jesús Canga Larequi (2001) “el uso de internet ha de ser considerado como la aparición de un nuevo medio. La prensa, que en un principio solo busca un nuevo soporte de distribución, ha de adaptarse rápidamente a esta competencia entrando a la red con nuevos productos. La prensa y el nuevo medio son complementarios. La aparición de uno no tiene porque supone la desaparición del otro, ya que el negocio no es el soporte sino la información”.

## **2. Objetivo General:**

- ❖ Conocer las herramientas tecnológicas de comunicación web (TICS) que utilizan las Municipalidades de La Serena, Ovalle y Canela, para difundir su quehacer a la comunidad.

## **3. Objetivos específicos:**

- ❖ Identificar las herramientas tecnológicas de comunicación que aplican las tres Municipalidades antes mencionadas.
- ❖ Determinar si las herramientas de comunicación utilizadas por las Municipalidades seleccionadas son las adecuadas para la transmisión de información a la comunidad.
- ❖ Comparar el tipo de diseño y contenidos poseen los portales online de las Municipalidades de La Serena, Ovalle y Canela.
- ❖ Identificar los factores positivos y negativos que poseen las páginas web de las Municipalidades seleccionadas, según estándares informáticos como color,

diagramación e imágenes y establecer si la información entregada cumple con los parámetros de claridad, consistencia y contenido (7C).

#### **4. Pregunta de Investigación:**

- ❖ ¿Las municipalidades seleccionadas usan eficazmente las Tics para la difusión de sus actividades?

#### **5. Identificación de variables:**

- ❖ Comunicación
- ❖ Sector público

#### **6. Definición conceptual y operacional:**

##### Conceptual

- ❖ Comunicación: es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen reglas semióticas comunes.
- ❖ Sector público: enfocado al área municipal y a la difusión de políticas públicas a través de tecnologías actuales.

##### Operacional

- ❖ Comunicación: interacción que se da entre distintos entes que comparten signos y reglas comunes. Los indicadores son: redacción, uso de texto, fotografías.
- ❖ Sector público: Las Municipalidad de La Serena, Ovalle y Canela.

## **7. Hipótesis**

- ❖ La municipalidad es un actor trascendental en el escenario social del país, por lo tanto las páginas web de estas instituciones deberían tener contenidos informativos de calidad elaborados en estilo periodístico, presentados con un atractivo diseño, mediante una tecnología que facilite la comunicación con el público.

## **8. Justificación de la investigación**

- ❖ Este estudio pretende analizar y evaluar las herramientas de comunicación que utilizan las instituciones municipales de la Región de Coquimbo, a través de sus páginas web. La razón se origina por la utilidad que presenta la página web, la que permite informar periódicamente sobre las actividades cotidianas de las municipalidades y facilitar el acceso de los usuarios a la información. A lo anterior se agrega la Ley N° 20.285 “Sobre acceso a la Información Pública” que “regula el principio de transparencia de la función pública, el derecho de acceso a la información de los órganos de la Administración del Estado, los procedimientos del ejercicio del derecho y para su amparo, las excepciones a la publicidad de la información”.

Asimismo, las municipalidades son corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas.

Los beneficiados por este estudio de investigación son principalmente las tres Municipalidades seleccionadas de la Región de Coquimbo, ya que mediante a la recopilación de datos y análisis de los mismos, se podrán registrar falencias y desviaciones comunicacionales que se cometen en la difusión de la información a través de sus sitios virtuales. Esta observación y evaluación podría servir para que

otras municipalidades del país entreguen un trabajo de claridad y calidad comunicacional.

La sociedad a su vez, será un beneficiado secundario junto con las mismas municipalidades, puesto que a través de estas observaciones y análisis, la ciudadanía podrá observar y discernir, de acuerdo con la información y servicios que se les entrega mediante un soporte web de calidad. Es decir, el público finalmente podrá evaluar y opinar sobre la gestión municipal con conocimientos.

## **9. Alcance y diseño de la investigación**

Esta investigación posee un enfoque cualitativo, ya que como Hernández, Fernández y Baptista explican “las investigaciones cualitativas se fundamentan mas en un proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general”. Además como los mismo autores señalan es cualitativa porque constituye (2006: 9) “un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos”.

De lo anterior, los autores Hernández, Fernández y Baptista (2006, 10) citando a Grinnell (1997) y Creswell (1997), “describen a las investigaciones cualitativas como estudios: donde los significados se extraen de los datos y no necesitan reducirse a números ni deben analizarse estadísticamente”.

Según Mertens (2005), basado en el constructivismo de Emmanuel Kant y Max Weber, el enfoque cualitativo conlleva que “las percepciones de la realidad son modificadas a través del proceso del estudio. El conocimiento es construido socialmente por las personas que participan en la investigación” por lo que “el investigador y los individuos estudiados se involucran en un proceso interactivo”.

Para Hernández Etal, (2003:5) el enfoque cualitativo por lo común “se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y observaciones”.

En este tipo de enfoque se “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de investigación”, los resultados obtenidos fueron procesados de manera de obtener porcentajes, pero esta sigue siendo una investigación cualitativa, puesto que “proporciona profundidad de los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También aporta un punto de vista fresco, natural y holístico de los fenómenos, así como flexibilidad.

Una de las principales características de la investigación es que “el proceso de investigación cualitativa es flexible y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría (...) a menudo se llama holístico, porque se aprecia de considerar el todo, sin reducirlo al estudio de sus partes.

## **10.Procedimientos, técnicas y métodos para obtener los datos**

### **10.1 Clasificación por provincias:**

Según la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo del Ministerio del Interior, las provincias son las subdivisiones territoriales intermedias del país, inferiores a las regiones y superiores a las comunas y Chile posee 54 provincias, que se agrupan en 15 regiones. Por su parte, la Región de Coquimbo se compone de 15 comunas agrupadas en 3 provincias, de las cuales se escogió una ciudad de cada una para demostrar equitativamente el impacto que ha tenido el uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones en las Municipalidades respectivas.

Los siguientes datos corresponden al Instituto Nacional de Estadísticas (INE) del año 2002.

#### ❖ Provincia : Elqui

Comunas :

La Serena: 160.148 habitantes.

Coquimbo: 163.036 habitantes.

Andacollo: 10.288 habitantes.

La Higuera: 3.721 habitantes.

Paiguano: 4.168 habitantes.

Vicuña: 24.010 habitantes.

#### ❖ Provincia : Choapa

Comunas:

Illapel: 30.355 habitantes.

Canela: 9.379 habitantes.

Los Vilos: 17.453 habitantes.

Salamanca: 24.494 habitantes.

#### ❖ Provincia : Limarí

Comunas :

Ovalle: 98.089 habitantes.

Combarbalá: 13.483 habitantes.

Monte Patria: 30.276 habitantes.

Punitaqui: 9.539 habitantes.

Río Hurtado: 4.771 habitantes.

## **10.2 Clasificación por tamaño:**

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), una ciudad corresponde al conjunto de viviendas concentradas con más de 2.000 habitantes, o entre 1.001 y 2.000 habitantes, con el 50% o más de su población económicamente activa dedicada a actividades secundarias y/o terciarias.

Una ciudad puede reconocerse por las características de su estructura urbana y por las formas de vida de su población, la cual está determinada por la acción de varios patrones, entre los que destacan: posición, emplazamiento, forma del plano de las calles, construcciones, funciones, equipamiento, etc.

Con respecto a su tamaño, las ciudades chilenas se pueden dividir en:

- a) **Metrópolis:** Se habla de metrópolis en el caso de ciudades con millones de habitantes y que ejercen un gran predominio sobre el territorio circundante, ya sea nacional o internacional.
- b) **Ciudades grandes:** se consideran grandes cuando la ciudad posee sobre 100.000 habitantes.
- c) **Ciudades medianas:** son aquellas que tienen entre 20.000 a 100.000 habitantes.
- d) **Ciudades pequeñas:** son aquellas que tienen hasta 20.000 habitantes.

De acuerdo se eligió un municipio de cada provincia: Elqui (La Serena), Limarí (Ovalle) y Choapa (Canela) y se clasificó a las diferentes comunas basado en su densidad poblacional de orden decreciente, según estimó el censo 2002. La Serena se considera dentro de las ciudades grandes debido a que posee 160.148 habitantes, mientras que Ovalle se considera dentro de las comunas medianas, ya que posee 98.089 habitantes y Canela es considerada dentro de las comunas pequeñas con 9.379 habitantes.

- a) La Serena: se considera como ciudad grande debido a que posee 160.148 habitantes.
- b) Ovalle: se considera una comuna mediana porque a que posee 98.089 habitantes.
- c) Canela: se considera dentro de las comunas pequeñas ya que posee 9.379 habitantes.

### **10.3 Uso de la página web institucional**

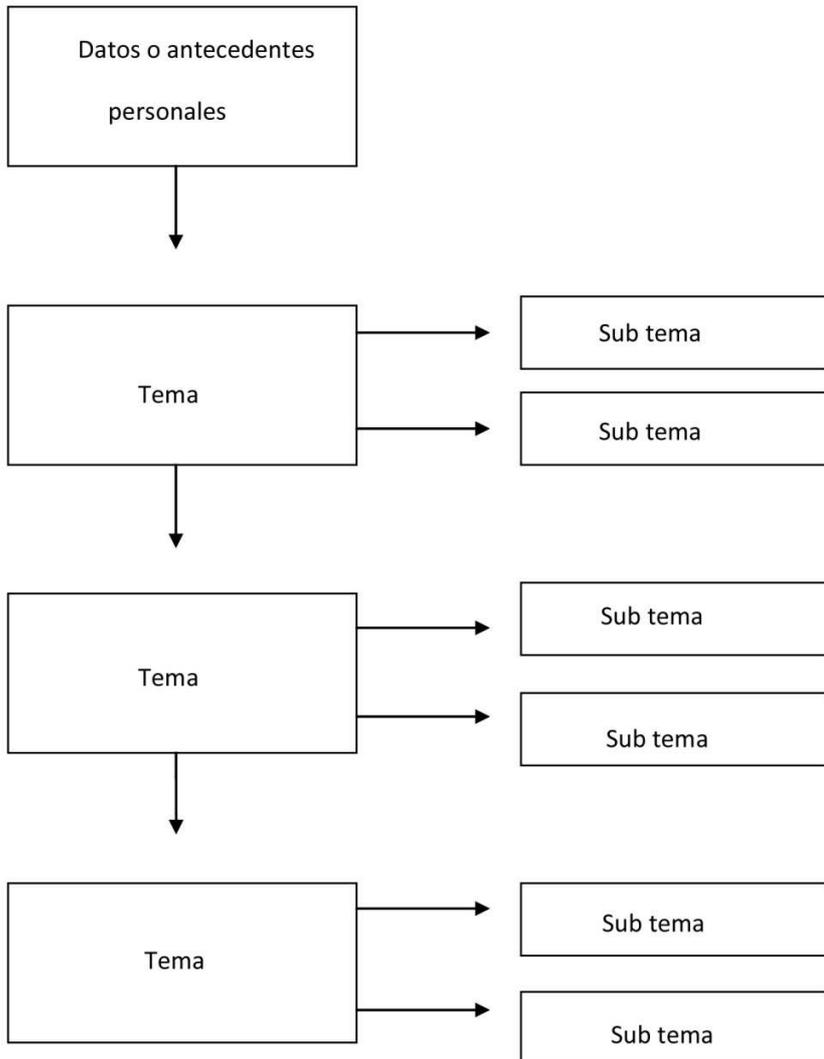
Permite a los usuarios publicar información a través de una interfaz web, utilizando formularios sencillos que permiten su almacenamiento en una base de datos. Su objetivo es alcanzar el grado más alto posible de accesibilidad, mejorando la calidad de la misma, posibilitando que sus servicios puedan ser utilizados por el mayor número de personas, independiente de sus limitaciones físicas, culturales o sociales. El uso de las páginas web municipales viene marcado tanto por la evolución de las TIC, como por el incremento de servicios demandados por el ciudadano y en particular, por el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento. Estos sitios son cada vez más importantes en el ámbito de los servicios educativos, profesionales, económicos, políticos y sociales, convirtiéndose en un medio habitual para el intercambio de información y conocimiento entre los miembros de una sociedad.

#### **10.4 Entrevista**

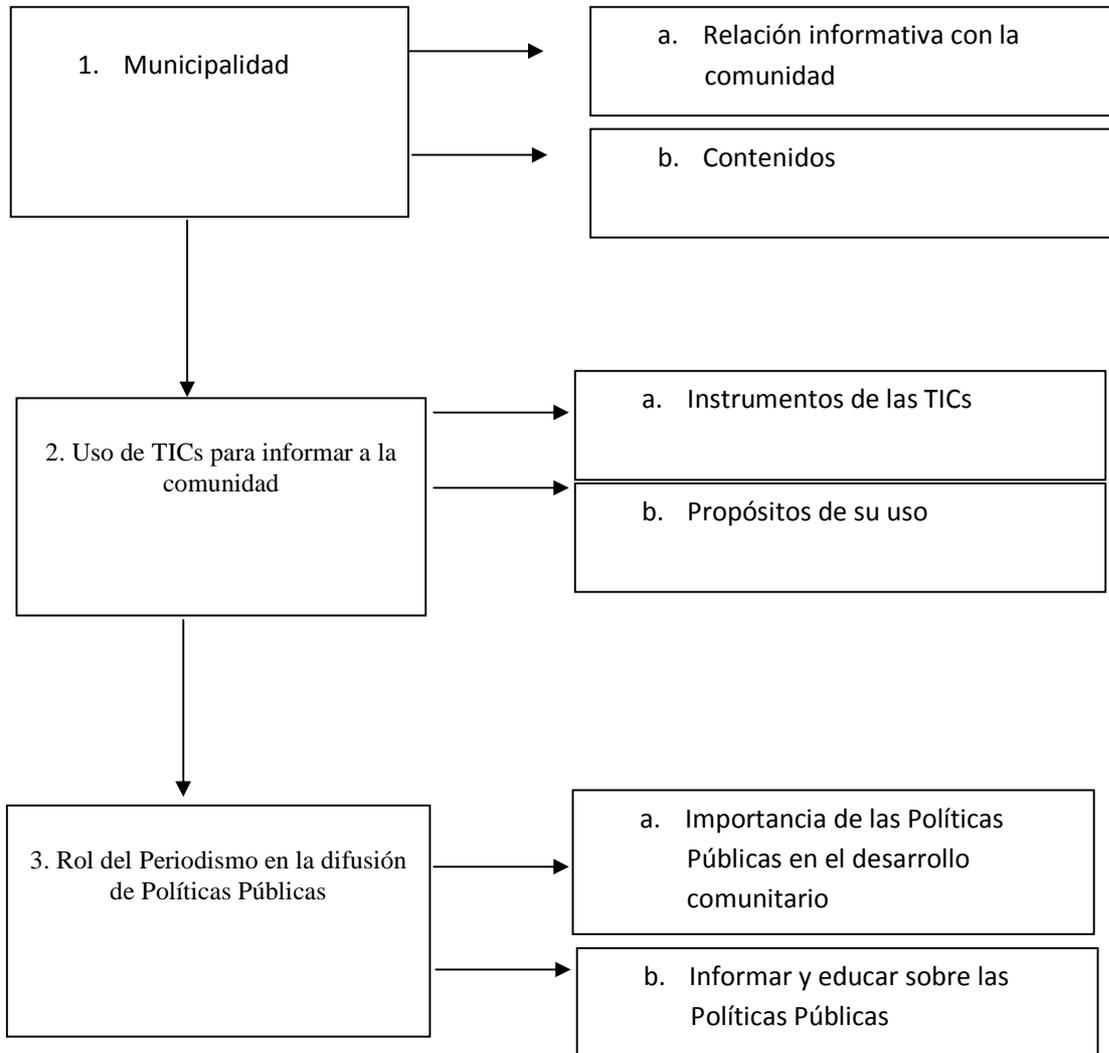
Se realizó una entrevista en profundidad, con el fin de conocer la relación informativa que tienen las Municipalidades de La Serena, Ovalle y Canela con su comunidad respectiva.

Para el desarrollo de la entrevista, se eligió la metodología establecida por Manuel Antonio Baeza (2002). Según explica el autor en su libro “de las metodologías cualitativas en investigación científico-social”, Universidad de Concepción (2002, 41) “la idea que se persigue con esta pauta es multifacética”, porque permite una acotación de los temas, los que a su vez, son subdivididos en subtemas de acuerdo a las necesidades de la entrevista en profundidad. Recomienda además que al usar esta guía “no abandonar cada subtema, antes de constatar que lo respondido en este ámbito preciso satisface las necesidades de la investigación”.

## Modelo de subsistema



De acuerdo con lo anterior, para efecto de esta tesis, se estableció la siguiente pauta de trabajo:



Siguiendo el modelo de Baeza (2002) se elaboró una entrevista a los periodistas encargados del área de comunicación de las diferentes Municipalidades investigadas: La Serena, Ovalle y Canela.

Temas y subtemas:

1. Municipalidad
  - a. Relación informativa con la comunidad
  - b. Contenidos
  
2. Uso de TICs para informar a la comunidad
  - a. Instrumentos de las TICs
  - b. Propósito de su uso
  
3. Rol del Periodismo en la difusión de Políticas Públicas
  - a. Importancia de las Políticas Públicas en el desarrollo comunitario
  - b. Informar y educar sobre las Políticas Públicas

Entrevista:

Se realizaron dos preguntas para cada subtema.

1. a ¿Los elementos utilizados en la página web facilitan la retroalimentación entre el municipio y la comunidad? ¿Por qué?
1. a ¿Qué beneficios informativos entrega la página web a los usuarios?
1. b ¿Cada cuánto tiempo se actualizan los contenidos y cuáles son los que se priorizan?
1. b ¿Con qué criterios se distribuyen los contenidos en la página web?
2. a ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades de la página web?
2. a ¿Resulta más efectivo la comunicación con la comunidad a través de la página web municipal o por medio de las redes sociales? ¿Por qué?
2. b ¿Cuál es el propósito que tiene la página web municipal hacia las personas de la comunidad?
2. b ¿Por qué el municipio ha incorporado el uso de las redes sociales en su página web como herramienta informativa?
3. a ¿Se informa a la comunidad para que tenga conocimiento de la existencia de la web municipal y de los beneficios que esta entrega?
3. a ¿Cuál es la prioridad con que publican la información destinada a beneficiar a la comunidad?
3. b ¿A través de que contenidos el municipio informa a la comunidad sobre las Políticas Públicas?
3. b ¿A través de qué medios se educa a la comunidad sobre las Políticas Públicas?

## **11. Tipo de estudio:**

La investigación corresponde a un estudio de carácter exploratorio en el cual “el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández, Fernández y Baptista. 2006, 100)

El hacer un estudio exploratorio es “como realizar un viaje a un sitio desconocido, del cual no hemos visto ningún documental ni leído algún libro, sino que simplemente nos hizo un breve comentario sobre el lugar” (notas prácticas para la investigación en la comunicación, María Isabel Quezada 1997).

## **12. Universo y muestra**

Piergiorgio Corbetta en su libro “Metodología y técnicas de investigación social” (2007: 271, 272) señala que “el muestreo es el procedimiento por el cual, de un conjunto de unidades que forman el objeto de estudio (la población), se elige un número reducido de unidades (muestra) aplicando unos criterios tales que permitan generalizar los resultados obtenidos del estudio de la muestra a toda la población”.

Asimismo afirma que “los motivos por los que se recurre al muestreo para realizar investigación social son obvios. La encuesta por muestreo: a) permite reducir los costes de la encuesta; b) permite reducir el tiempo necesario para la recogida y la elaboración de los datos; c) conlleva las ventajas de organización, en el sentido de que no es necesario reclutar, formar y dirigir a las legiones de encuestadores que son necesarias para la encuesta total; d) permite un estudio más profundo y esmerado, ya que los recursos se pueden concentrar en el control de la calidad de la encuesta”.

Para Hernández, Fernández y Baptista, una población es “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. El conjunto que comprende la totalidad de individuos que comparten o poseen la o las características o variables que nos interesa investigar es el universo de un estudio. En esta investigación el universo o población es la Ilustre Municipalidad de La Serena, de Ovalle y de Canela.

Según María Isabel Quezada “siempre que el universo sea demasiado numeroso, habrá que recurrir a seleccionar una muestra de él”. La muestra como dice Hernández,

Fernández y Baptista “es un subgrupo de la población”. En esta investigación la muestra seleccionada son los usuarios de las tres municipalidades anteriormente mencionadas.

Para efectos del estudio se determinó una muestra dirigida ya que las personas a investigar se seleccionaron de acuerdo a sus características representativas y a la información relevante que podían aportar a la investigación.

De acuerdo a lo expuesto, el universo en esta investigación son las Municipalidades de La Serena, Ovalle y Canela, mientras que la muestra son las páginas web que poseen las tres Municipalidades antes mencionadas.

# **CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **Introducción a las categorías de evaluación de las páginas web**

Internet es una plataforma fundamental para el desarrollo comunicacional entre las empresas y el público, un ejemplo de ello son los sitios web que poseen y administran las organizaciones para dar a conocer información fundamental.

Víctor Cárdenas, docente de la carrera de Técnico Universitario en Telecomunicaciones y Redes de la Sede Viña del Mar de la Universidad Santa María, explica que uno de los aspectos más importantes es el tiempo que demora el usuario en acceder a la página web "si el sitio demora en cargar el contenido, lo más probable es que el potencial cliente se aburra y no ingrese a su sitio web". Además, sostiene que "la página debe contener palabras claves relacionadas con el producto o servicio que se ofrece, esto permite que los motores de búsqueda se enganchen con estas palabras para así ubicarlos en las primeras preferencias".

Como Internet es una herramienta de gran utilidad, el experto citado anteriormente recomienda tener claridad en el mensaje y servicios que las organizaciones quieren ofrecer, apoyándose en esquemas, imágenes o videos.

Por lo general, la página de inicio o home es la más visitada y dentro de ella es importante transmitir el mensaje de forma rápida para luego dejar que los usuarios adquieran mayor información desde los links. Esta portada da al visitante una impresión inmediata acerca de la institución.

- ❖ Secciones básicas que debe contener un sitio web con la información mínima que debe incluirse en cada uno de ellas.
- Página inicial o homepage: esta sección es fundamental, ya que en función de lo que el visitante encuentre en ella, decidirá si continúa navegando en el o lo abandona. La página inicial debe ser clara y sencilla y contener enlaces a los servicios que se quiere destacar, los cuales serán aquellos de mayor interés para los visitantes. Es importante que en la página de inicio aparezca algún dato de contacto visible, pero sin entorpecer u obstaculizar el resto de los contenidos.
- Organización de contenidos: lo primero que se debe considerar para la organización de los contenidos en una página web, es el conjunto de servicios o

productos que se ofrecen y qué relación existe entre ellos. Si los servicios están claramente diferenciados, lo ideal es crear una sección para cada uno de ellos, con un texto explicativo no demasiado extenso, acompañado de una o varias imágenes. A su vez, debe ser claro y comprensible, por lo que no es recomendable abusar de palabras técnicas que dificulten la comprensión al lector.

- **Imágenes:** la imagen en un sitio web es un aspecto fundamental, ya que complementa todo el contenido escrito y permite al público captar el mensaje de forma inmediata. Se deben incluir imágenes de un tamaño adecuado y que no interfieran en la correcta visualización del contenido.
- **Actividades:** se debe incluir una sección dedicada a mostrar los servicios prestados a la comunidad y las acciones que realiza el municipio.
- **Datos y mapa de ubicación:** un aspecto que genera confianza al público es conocer la ubicación física de la organización, es decir, ciudad, calle, zona, puntos cercanos de referencia e incluir un mapa dinámico.
- **Contacto:** siempre se debe facilitar una vía de contacto a través de la página web, creando una sección específica para tal fin, la que debe contener email y teléfono, además de un formulario donde el visitante introduzca sus datos.
- **Enlaces y acceso a redes sociales:** en la página web se deben incluir enlaces a otros sitios que puedan complementar la información que se ofrece. Los enlaces deben abrirse en una nueva ventana, con la finalidad que el visitante no abandone la página principal durante el proceso de navegación. También se debe incluir el acceso a las principales redes sociales, con el fin que el usuario tenga otras opciones de acceder a la información.
- **Noticias:** permite ofrecer información reciente de las actividades y novedades que el municipio ha impulsado recientemente. La página web debe ser constantemente actualizada.

Todos estos aspectos permitirán que cualquier persona que acceda a la página web conozca las funciones, los servicios y actividades de forma clara, sencilla, dinámica y atractiva.

## **1. Diseño en la página web:**

Si el diseño web es aparentemente simple y los contenidos son completos, se logrará que la persona interesada encuentre lo que necesita. Por lo que es preciso que el diseño web potencie la llegada de usuarios, creando accesos alternativos que faciliten e identifiquen correctamente los contenidos.

La palabra diseño es de origen italiano (“Disegno”) y el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española en su Vigésima Segunda edición lo define como:

- 1.m. traza o delineación de un edificio o de una figura
- 2.m. Proyecto, plan. Diseño urbanístico.
- 3.m. Concepción original de un objeto u obra destinado a la producción en serie. Diseño gráfico de modas, industrial.
- 4.m. Forma de cada uno de estos objetos. El diseño de esta silla es de inspiración modernista.
- 5.m. Descripción o bosquejo verbal de algo.
- 6.m. Disposición de manchas, colores, o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

El diseño web es una actividad que consiste en la planificación e implementación de sitios electrónicos. Para ello se debe considerar la navegabilidad, entendida como la facilidad con la que un usuario puede desplazarse por todas las páginas que componen un sitio web, la interactividad implica que el último mensaje se relaciona con mensajes anteriores a su vez relativos a otros previos, la usabilidad se refiere a la facilidad con que las personas pueden utilizar una herramienta particular con el fin de alcanzar un objetivo concreto, la arquitectura de la información consiste en la disciplina, análisis, organización, disposición y estructuración de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen, enlaces y vídeo.

La unión de un buen diseño con una jerarquía adecuada de contenidos, aumenta la eficiencia de la web como canal de comunicación e intercambio de datos e información.

Para el diseño de páginas web, se deben cumplir tres etapas:

- a. El diseño visual de la información que se desea editar. En esta etapa se trabaja distribuyendo el texto, los gráficos y los vínculos a otros documentos u otros objetos multimedia que se consideren pertinentes. Es importante que, antes de trabajar sobre el computador, se realice un boceto o prediseño sobre el papel, lo que facilitará tener un orden claro sobre el diseño.
- b. Estructura y relación jerárquica de las páginas del sitio web. Una vez diseñado el boceto, el siguiente paso es escribir la página web. Para esto y fundamentalmente para manejar los vínculos entre documentos, se creó el lenguaje de marcación de hipertexto o HTML.
- c. Posicionamiento en buscadores o SEO. Esta consiste en optimizar la estructura del contenido para mejorar la posición en que aparece la página en determinada búsqueda.

Las principales características que debe tener una página web para conseguir audiencia son:

- Alto posicionamiento en los principales buscadores.
- Mapas interactivos.
- Vista en 360 grados.
- Menús y estilos posicionables.
- PopUps integrados.
- Interacción entre la web y software empresarial.
- Campaña de Backlinks.

## 1.1 Clasificación según el diseño de las páginas web

Una página web tiene como finalidad mostrar el trabajo de una institución, empresa u organización. De acuerdo al propósito de esta investigación, la clasificación que más se ajusta es aquella que considera la forma como se presenta el contenido. Las subcategorías son:

### a. Página Web Estática:

Es aquella página compuesta de una serie de archivos que contienen el código HTML el cual constituye la página en sí permitiendo mostrar los textos, imágenes y videos que conforman su contenido.

Estos archivos se almacenan en el servidor de Hosting en formato HTML, junto con los archivos de imágenes (comúnmente en formato JPG, GIF o PNG) y los videos contenidos en el sitio.

Para la modificación de estas páginas, los archivos deben ser descargados del servidor con algún software, usando un programa de edición de páginas web como el Dreamweaver.

Las páginas web estáticas debieran poseer las siguientes características:

- Sitios enfocados principalmente a mostrar una información permanente, donde el navegante se limita a obtener dicha información, sin que pueda interactuar con la página Web visitada.
- Construidas principalmente con hipervínculos o enlaces (links) entre las páginas web que conforman el sitio.
- Ofrecen una descripción de su empresa, como por ejemplo: quiénes somos, dónde estamos, servicios, etc.
- De fácil creación, sin necesidad de tener ningún tipo de programación especial.
- No requiere de muchas actualizaciones constantes.

- Destaca por su sencillez, rapidez, comodidad y sobre todo, por ser la forma más económica de tener una página web profesional.

b. Página Web Dinámica:

Este tipo de web hace referencia a que la página se construye al momento en que es visitada por el usuario. Este último aprende y modifica el sitio tras conocerlo e interactuar con él.

Para realizar este tipo de página, se necesita tener conocimientos de programación, manejo de bases de datos y software, dado que la información suele estar almacenada en la base de datos, sin embargo no es esencial ser programador o diseñador gráfico para modificarlas.

Las páginas web dinámicas debieran tener las siguientes características:

- Gran número de posibilidades en su diseño y desarrollo.
- El visitante puede alterar el diseño, contenidos o presentación de la página a su gusto.
- En su realización se utilizan diversos lenguajes y técnicas de programación.
- El proceso de actualización es sumamente sencillo, sin necesidad de entrar en el servidor.
- Permite un gran número de funcionalidades tales como bases de datos, foros, contenido dinámico, etc.
- Pueden realizarse íntegramente con software de libre distribución.
- Existe una amplia comunidad de programadores que brinda apoyo desinteresado.
- Cuenta con un gran número de soluciones prediseñadas de libre disposición.

El concepto de página Web dinámica se ha impuesto en el mundo del diseño y de la empresa en Internet. Páginas como Yahoo!, Google, Amazon e incluso las actuales redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube, Blogs, Tumblr, permiten interactuar con

el visitante y ofrecen al público la posibilidad de incluir sus propias ideas, buscar según criterios determinados, participar en discusión, entre otros.

Las páginas dinámicas pueden ser administradas por una persona sin conocimiento alguno de diseño o desarrollo web. Esto se desarrolla mediante el uso de formularios que sirvan para que el usuario o administrador modifique los contenidos de la página que están almacenados en la base de datos. De esta manera, el administrador solo debe escribir los textos, elegir las imágenes y videos que irán en las secciones de la página en los formularios construidos para ese fin.

#### c. Profunda

Esta página web se basa en el número de enlaces que hay que pulsar para llegar al contenido. En general, los usuarios prefieren sitios poco profundos y lo recomendable es que no tengan que pulsar más de tres enlaces para encontrar lo que buscan. La información debe presentarse de una forma simple, sin complicar la labor que el internauta debe realizar para acceder a la información.

#### d. No profunda

La página web no profunda es aquella en la que el número de enlaces que hay que pulsar para llegar al contenido es menor a tres.

### **Criterios de evaluación**

Las páginas web son una herramienta de comunicación importante para las empresas e instituciones, en especial si desean obtener la atención y aprobación del público objetivo. El usuario desea participar de forma activa en la formación del sitio, ya sea como agente de retroalimentación u obteniendo información que satisfaga sus necesidades. Por lo tanto, las páginas web deben poseer un diseño acorde al sector en que se desenvuelven y al público al que se dirigen.

De acuerdo a la clasificación sobre el diseño de un sitio web, teniendo en cuenta que las páginas observadas pertenecen a organismos públicos de la Región de Coquimbo (Municipalidad de La Serena, Municipalidad de Ovalle y Municipalidad de Canela), se establecerán cuatro puntos en el que cada una de las variables presentadas deberá evaluarse a partir de su definición natural:

- ❖ Estática: página que solo puede ser editada por diseñadores web.
- ❖ Dinámica: sitio que puede ser modificado por los usuarios.
- ❖ Profunda: web con muchos links de acceso a la información.
- ❖ No profunda: web con menos de tres links de acceso a la información.

#### **Estándares de evaluación del diseño de las páginas web, desarrollado por las tesisistas (2014)**

a. Estática:

- Es una página compleja.
- Sólo puede ser editada por el diseñador web o un especialista.

b. Dinámica:

- Su diseño puede ser alterado por el visitante.
- Contiene un gran proceso de actualización que es sencillo.
- Tiene diversos lenguajes de programación y amplio número de soluciones prediseñadas.

c. Profunda:

- Es aquella en la que el número de enlaces que hay que pulsar para llegar al contenido es superior a tres.

d. No Profunda

- Es aquella en la que el visitante debe pulsar menos de tres enlaces a fin de obtener la información que busca.

## 1.2 Tipos de página web

Según el sitio de web [www.asuntosdigitales.net](http://www.asuntosdigitales.net), existen varias formas de clasificar las páginas online, ya sean según su origen, formato, contenido, entre otras. Para efectos de esta investigación se definirán las páginas web según su contenido:

### a. Páginas Web Transaccionales

Bajo este modelo, las empresas exhiben sus productos en la página para que los clientes los compren a través de internet. El principal objetivo de éstas es el realizar ventas o transacciones online e informar sobre sus productos.

### b. Páginas Web Orientadas al Servicio

Esta modalidad está enfocada a informar sobre productos y servicios, pero los productos no pueden ser comprados directamente a través de la página. También tiene como principal objetivo estimular a los clientes para que terminen el proceso de compra offline.

Un segundo objetivo es construir relaciones con clientes (servicio al cliente) y buscar posibles compradores para que finalicen la operación. Estas páginas son comúnmente utilizadas por proveedores de servicios, profesionales y todo tipo de negocio que exija que el proceso de venta termine de manera personal.

### c. Páginas Web dirigidas a la Construcción de una Marca

La página web ofrece una experiencia para afianzar la imagen de la marca. Por lo general, los productos no pueden ser comprados en línea, pero muchas veces existe la opción de comprar la marca.

Este tipo de sitios es muy utilizado por productos de consumo masivo y de precios bajos, su objetivo fundamental es obtener la fidelidad de la marca entre sus clientes.

#### d. Páginas Web de Contenido

El principal producto de este tipo de páginas es su contenido. Proveen información a sus usuarios para que a través de ella accedan a los diversos links que se encuentran en la web y generen ingresos como por ejemplo a través de la publicidad.

#### e. Comunidades, Foros o Redes Sociales

Estos portales están dedicados a estimular la interacción, generación e intercambio de información entre sus usuarios. Los ejemplos de mayor notoriedad de esta categoría son Facebook y Twitter, pero también existen casos de comunidades, foros o redes sociales, mucho más pequeños, que forman parte de una empresa o página web particular que han demostrado traer consigo muchos beneficios para la comunicación social.

## 2. Contenidos

Es la información que la empresa necesita dar a conocer a sus públicos, la que no debe ser muy extensa, ni tener faltas de ortografía y/o de redacción. En este punto existe una relación entre cómo presentar el texto (color, tipo de letra, tamaño) y qué información contendrá ese texto.

Principalmente se busca establecer reseñas breves en la pantalla de inicio para que este se vea “limpio”. El sitio debe contar con diferentes enlaces, los cuales tienen que ser afines al contenido que la empresa desea mostrar a sus potenciales clientes. A la vez es recomendable acompañar todo texto con imágenes.

De lo anterior se destacan tres subcategorías esenciales de la comunicación propuestas por Scout Cutlip, Allen Center y Glen Broom en su libro “Relaciones Públicas Eficaces” (2000: 67) llamadas las 7C de la comunicación. Para efectos de esta tesis sólo se ocuparán tres: claridad, consistencia y contenido.

- **Claridad:** el mensaje tiene que ser sencillo. El significado de las palabras deber ser el mismo tanto para el emisor como para el receptor. En este criterio comunicacional el receptor debe oír el mensaje (función física) y también escucharlo (función mental).
- **Consistencia:** pretende analizar la profundidad que le otorga al contenido de la página web. Este criterio señala que para entregar un mensaje y convencer sobre su contenido, es necesaria la repetición. La información debe ser consistente y estar sólidamente fundada. Además, debe orientarse en una función informativa específica.

- **Contenido:** en este criterio se asegura dejar en claro la Misión y Visión. La página web deberá expresar los valores esenciales de la empresa, aquellos que representan la forma de pensar y sentir de los trabajadores y la sociedad. Valores tales como voluntad de aprender, compartir conocimientos, utilizar la capacidad creativa e innovadora en el trabajo, respecto al cliente, al medio ambiente, entre otros.

En síntesis, el contenido de las páginas web es cualquier tipo de información que los usuarios pueden leer, ver o escuchar. Estos incluyen texto, imágenes, sonidos, videos y animaciones digitales. El contenido web es el recurso más importante de una página, más que el diseño, los gráficos o cualquier otro elemento.

Según señala Antonio Valls, creador del sitio [www.calitae.com](http://www.calitae.com) “las personas están en Internet para realizar acciones concretas en el menor tiempo posible, por lo que los usuarios deben quedar satisfechos con el contenido que buscan”. Además señala cinco características que debiese poseer el contenido de una página web:

- **Contenido apropiado para lectores**

Los textos se deben referir a las preocupaciones de los usuarios, lo que es importante para ellos y en su lenguaje. El contenido debe mostrar el problema y entregar la solución, explicando la forma de resolverlo. Para ello, la redacción es fundamental para que el lector comprenda la idea del mensaje.

La clave es que el contenido apropiado llegue a la persona correcta con el menor coste posible. El lector busca encontrar en la web algo útil y rápido. Si la información no es clara, el usuario abandonará rápidamente el sitio. Los indicadores más importantes de una web son cuántas personas encuentran lo que quieren y el tiempo que tardan en hacerlo.

- **El diseño de autoservicio**

Una web es un autoservicio de información, entretenimiento y educación que permite a los usuarios interactuar y navegar libremente por el ciberespacio. De lo anterior el diseño de autoservicio se centra en 3 factores:

- a. Es conveniente, cuando el usuario tiene claridad de la información que desea encontrar.
- b. Es veloz, cuando el tiempo que tarda el usuario en encontrar lo que quiere, es corto.
- c. Es económico, cuando con poco esfuerzo el usuario realiza su acción y obtiene la información que buscaba.

Si una página web obtiene buenos resultados en estas tres áreas, el lector quedará satisfecho, volverá a visitar el sitio y lo recomendará a otras personas. El diseño de autoservicio requiere enfocarse por completo en la simplicidad y claridad del mensaje. Es importante saber cómo piensan los usuarios y cuál es su forma de interactuar en la web.

- **El formato de los textos**

Los usuarios escanean páginas, leen frases y palabras sueltas en pocos segundos, con la intención de tener alguna idea de lo que contiene el sitio visitado. El formato de los textos debe ser acorde con ello.

Es recomendable usar negritas, párrafos de poca anchura y con ideas únicas. Para este fin también ayuda a ocupar un color diferente en algunas palabras que quieran ser resaltadas.

El tamaño de la fuente es importante, ya que en la pantalla cuesta más trabajo leer que en el papel. Lo ideal es que el tamaño sea lo suficientemente grande para que se pueda ver con claridad. Además no es recomendable usar una fuente escrita que sea fija, sino que sea variable en función que el usuario opte por aumentarlo o reducirlo en su navegador.

- **Estructura**

A los usuarios que visitan la web no les agradan los textos extensos, sino que prefieren los de menor extensión y mensajes precisos. La información más relevante de la página tiene que ser presentada en la parte superior de la misma, sin que haya necesidad de avanzar páginas para leerla. Los inicios de las frases son fundamentales para captar la atención de los lectores.

Se recomienda utilizar un lenguaje que todas las personas puedan entender, algo informal y con un tono conversacional. Toda página debe adaptar su forma de comunicación a la del lector. Según Calitae, el estilo que se debe usar es de “pirámide invertida”. La información y las conclusiones importantes se presentan primero y a continuación los detalles e información de soporte. Es recomendable ir de lo específico a lo más general, para que el usuario encuentre la información esencial en primera línea.

- **Uso de palabras claves para la búsqueda**

Con la finalidad de posicionar bien la página en los distintos buscadores, es fundamental conocer las palabras claves, también llamadas keywords, que los usuarios ocupan para la web del tipo o similares. Para ello se recomienda utilizar estas palabras claves en los textos de forma repetida, dos o tres veces como mínimo.

Para una mejor relación con el lector, el mensaje no debe estar condicionado por los motores de búsqueda. Es peligroso si se exagera el uso de términos claves, dado que el buscador puede penalizar y dejarlo fuera de su lista de resultados.

## **Criterios de contenido**

El contenido de las páginas web es un elemento relevante cuando la intención de las instituciones es que el público objetivo entienda los propósitos que se quieran comunicar. De acuerdo con las 7 C de la comunicación propuestas por los autores Scout Cutlip, Allen Center y Glen Bloom (2000) se evaluarán las páginas web de las Ilustres municipalidades de La Serena, Ovalle y Canela, tomando como referencia tres de ellas, las cuales son:

- Claridad: aquella página web que contiene un mensaje sencillo.
- Consistencia: aquel sitio que entrega informaciones fundadas.
- Contenido: transmisión de información acorde a los valores esenciales de la institución.

Considerando lo anterior, se calificarán las páginas web con nota de 1.0 a 7.0 dependiendo del número de "C" que posean al momento de ser evaluadas (de un universo de tres categorías).

Cuadro de evaluación elaborado por las tesis (2014)

Subcategorías	Evaluación
Página web con tres subcategorías: claridad, consistencia y contenido.	7.0
Página web con dos subcategorías: claridad/contenido, claridad/consistencia, contenido/consistencia.	5.0
Página web con una subcategorías: claridad, consistencia o contenido.	3.0
Página web sin claridad, consistencia y contenido.	1.0

Estándares de evaluación según el contenido

- Con claridad, consistencia y contenido: calificación 7.0 recibirá aquella página web que cuente con las tres características antes mencionadas.
- Claridad/contenido, claridad/consistencia, contenido/consistencia: obtendrá calificación 5.0 aquella página web que contenga dos categorías.
- Claridad, consistencia o contenido: la calificación 3.0 la obtendrá aquella institución que presente una de estas tres variables.
- Sin claridad, consistencia y contenido: la calificación 1.0 será para aquel sitio web que no tenga ninguna de las "C" antes mencionadas.

### 3. Doce elementos claves que debe contener un sitio web

El sitio estadounidense experto en evaluaciones de interfaces de web [www.freelancefolder.com](http://www.freelancefolder.com) señala que “para diseñar y desarrollar un sitio web hay que tener en cuenta una gran cantidad de detalles de los cuales hay unos más importantes que otros”.

Para efectos de este estudio, las tesistas elaboraron las siguientes categorías para calificar las páginas web de las Municipalidades de: La Serena, Ovalle y Canela.

- **Buen diseño visual:** las primeras impresiones son fundamentales y un diseño que sea llamativo es suficiente para mantener a los usuarios en el sitio. Los encargados de diseñar la página web deben plantearse como objetivos, la creación de una jerarquía visual que permita al usuario detectar de inmediato cuáles elementos son importantes y los que son secundarios, de tal manera que los visitantes puedan ver claramente la estructura del contenido. Los diseños con elementos excesivos pueden dificultar el establecimiento de puntos de referencia visual que hagan comprensible la organización del mensaje.
- **Interfaz de usuario:** junto con un buen diseño se requiere una buena interfaz de usuario. Esta es la base funcional de cualquier sitio web. Debe tener una navegación sencilla de aprender y que sea coherente con los demás elementos de la página.
- **Navegación primaria desde el primer pantallazo:** el menú principal de sitio debe estar ubicado en la parte superior de la pantalla y/o que sea visible desde el primer pantallazo de la web. En la actualidad, los monitores son cada vez más grandes y con mayor resolución. Por lo general, se considera que el menú debe estar entre los 500 a 600 pixeles superiores de la página web.

- **Repetir la navegación en el pie de página:** si se muestran imágenes en el menú de navegación principal, es importante ofrecer un duplicado de enlaces de navegación en el pie de la página. Incluso si se utilizan enlaces de textos en la parte superior, la duplicación es útil. En reiteradas veces el pie página puede contener enlaces de información adicional, como los términos y condiciones. Se debe enlazar cosas que sean de fácil ubicación, pero que no aparezcan en el menú de navegación de la parte superior.
- **Contenido significativo:** al publicar noticias en un sitio web, es importante que proporcione ayuda, es decir, los conocimientos de la institución, los servicios que ofrece a la comunidad, entre otros.
- **Información de contacto:** es uno de los elementos principales para que haya una óptima retroalimentación entre la organización y su público. Se debe mostrar más de un método de contacto, como una dirección de correo electrónico, formulario de contacto donde se incluya un número de teléfono y dirección del lugar.
- **Motor de búsqueda:** para los sitios web institucionales, un buscador es realmente útil, ya que sólo se hacen con palabras claves o con árboles jerárquicos por temas.
- **Registro y suscripción:** muchas empresas permiten la configuración y gestión de una lista de correos, donde proporcionan un código a pegar en los sitios web, con el fin que los visitantes puedan inscribirse para obtener actualizaciones en sus correos electrónicos.
- **Mapa del sitio:** representa una valiosa herramienta para saber dónde está ubicada la información que se busca y es muy práctica si se muestra una lista de todas las páginas de su sitio en formato jerárquico.

- **Separar el diseño del contenido:** con el uso de las etiquetas se pueden crear elementos que engloben textos e imágenes en sus páginas. Sin un archivo CSS (hojas de estilo en cascada), solo se verían los elementos básicos como el texto, que es lo que los motores de búsqueda quieren ver. El archivo CSS externo, es el que especifica las fuentes, colores, imágenes de fondo, etc. Para el diseño de un sitio web, lo que supone un ahorro de trabajo, ya no hay que ingresar y modificar cada página web estática a fin e cambiar el color de un texto.
- **Compatibilidad del navegador:** en la actualidad hay muchos navegadores tales como Firefox, Internet Explorer, Google Chrome y Ópera. Por lo tanto es importante crear una página web accesible a tantos navegadores como sea posible y que sea compatible con las diversas plataformas. En internet existen herramientas que ofrecen capturas de pantalla de una página web en distintos navegadores, a fin de comprobar su correcto funcionamiento.
- **Imágenes web optimizadas:** es importante guardar todas las imágenes en un formato comprimido, ya que así se mantiene la calidad de la imagen. Se utilizan generalmente formatos JPEG para las fotografías porque generalmente tienen muchos colores y gran detalle. Una imagen con menos colores se adapta mejor al formato PNG.

Para efectos de esta investigación se seleccionaron tres puntos de los doce antes mencionados que son:

- **Diseño visual**
- **Contenido significativo**
- **Información de contacto**

Estos serán evaluados con nota 1.0 a 7.0 a través de un cuadro en el que se analizarán cada uno de los puntos antes mencionados.

Categorías	Evaluación
Diseño visual, contenido significativo e información de contacto	7.0
Diseño visual/ información de contacto, diseño visual/ contenido significativo, información de contacto/ contenido significativo	5.0
Diseño visual o contenido significativo o información de contacto	3.0
Sin diseño visual, sin contenido y sin información de contacto	1.0

# **CAPÍTULO V: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS PÁGINAS WEB**

## **Calendarización**

La investigación comprendió el período de un año (junio 2013 - junio 2014), en el cual se evaluaron el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en las páginas web de tres municipalidades: La Serena, Ovalle y Canela.

A continuación, se presenta un análisis detallado de las observaciones realizadas a las páginas web de las tres municipalidades antes mencionadas, que incluyen una gráfica explicativa de elaboración propia y capturas de pantallas para una mejor comprensión.

Presentación de las Municipalidades seleccionadas, a través de sus respectivas páginas web:

**Municipalidad de La Serena Fuente: <http://www.laserena.cl/inicio/>**

Se ubica en la calle Arturo Prat # 451. Es la capital de la IV Región de Coquimbo. Fue fundada en 1544, siendo la segunda ciudad más antigua de Chile, tras la capital del país, Santiago. Por otro lado constituye parte de una conurbación con la vecina ciudad puerto de Coquimbo

Su misión es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su progreso económico, social y cultural a través de la presentación de servicios y excelencia orientados a la mejora continua con el personal altamente capacitado y comprometido y promoviendo la alianza público - privada que contribuya a ampliar y mejorar la infraestructura local. Y su visión: Promover ser la comuna con la mejor calidad de vida de Chile y de alta integración social.

**Municipalidad de Ovalle Fuente: <http://www.municipalidaddeovalle.cl/>**

Se ubica en la calle Benjamín Vicuña Mackenna # 441. Ovalle, también conocida como La Perla del Limarí, es la capital de la provincia del Limarí, una de las tres provincias en que se divide administrativamente la Región de Coquimbo. Se encuentra a 412 kilómetros al norte de Santiago y a 86 kilómetros de La Serena.

**Municipalidad de Canela Fuente: <http://www.canela.cl/>**

Se ubica en la calle Luis Infante #520, Canela Baja. Es una comuna ubicada en la Provincia de Choapa, Región de Coquimbo. Su capital es la localidad de Canela Baja. Limita al norte con las comunas de Punitaqui y Ovalle, al sur con las comunas de Illapel y Los Vilos, al este con la comuna de Combarbalá y al oeste con el Océano Pacífico. En la comuna de Canela se presenta el ancho mínimo del territorio nacional, con una extensión de 90 km a los 31°37'S, entre Punta Amolanas y Paso de la Casa de Piedra.

Análisis de las páginas web municipales en base a las categorías seleccionadas

## 1. Diseño

### 1.1 Estática

Cuadro representativo del menú principal de la página web de La Serena

INICIO	LA SERENA	EL MUNICIPIO	SOCIAL	CULTURA	TURISMO	ACREDITACIÓN	SALA DE PRENSA	TRANSPARENCIA
--------	-----------	--------------	--------	---------	---------	--------------	----------------	---------------



- Municipalidad de La Serena [www.laserena.cl](http://www.laserena.cl): página web estática. Sitio complejo en su diagramación y que sólo puede ser modificado por expertos en la materia, ya sean diseñadores gráficos o los periodistas encargados de la mantención diaria de la web. La modificación del diseño es realizada en fechas conmemorativas y festividades, especialmente en lo que respecta a archivos de imágenes y videos.

Cuadro representativo del menú principal de la página web de Ovalle.

FOMENTO	CULTURA	EDUCACION	DEPORTE	DESARROLLO COMUNITARIO	APOYO SOCIAL	SALUD E HIGIENE	PRENSA TV
---------	---------	-----------	---------	------------------------	--------------	-----------------	-----------



- Municipalidad de Ovalle: [www.municipalidaddeovalle.cl](http://www.municipalidaddeovalle.cl): página web estática. El usuario puede navegar en ella sin posibilidad de modificar su contenido. En la página web aparecen imágenes en movimiento a través de un reproductor llamado ADOBE FLASH PLAYER, que puede ser modificado sólo por un diseñador gráfico.
-

Cuadro representativo del menú principal de la página web de Canela.

INICIO	TRANSPARENCIA	VIAJE VIRTUAL	AVISOS	FESTIVAL
--------	---------------	---------------	--------	----------

The screenshot shows the website's layout. At the top, there's a header with the Canela logo and a navigation menu. The menu items are: INICIO, TRANSPARENCIA, VIAJE VIRTUAL, AVISOS, and FESTIVAL. Below the menu, there are several content blocks: a 'Pagar' section with a PA-GO logo, a 'Festival Canela' banner, a 'LEY 20.285 TRANSPARENCIA' section, and a news article titled 'Alcalde Bernardo Leyton decreta ordenamiento de tránsito vehicular en días de "tradicional feria" urbana'. The article text discusses traffic regulations during the traditional urban fair.

- Municipalidad de Canela: [www.canela.cl](http://www.canela.cl): es una página web estática. No existe posibilidad de ser modificada por el usuario ya que esta página es diseñada a través de WORDPRESS que es un sistema de gestión de contenidos enfocado a la creación de blogs.

## 1.2 Dinámica



- Municipalidad de La Serena [www.laserena.cl](http://www.laserena.cl): página web no dinámica. El sitio no ofrece al usuario la posibilidad de alterar el contenido, programación y presentación de esta. La página web no puede ser confeccionada con software de libre distribución. En este caso el contenido de la página web no se puede modificar, pero si se pueden descargar archivos de la municipalidad y cambiarles el nombre como se aprecia en la captura de pantalla anterior.



- Municipalidad de Ovalle [www.municipalidaddeovalle.cl](http://www.municipalidaddeovalle.cl): página web no dinámica. El usuario, a pesar de que puede tener conocimientos en programación, no tiene la facultad de modificar la página web. Sin embargo, en la página municipal de Ovalle los usuarios tienen la opción de usar la herramienta de Twitter para escribir sus comentarios y estos aparecerán en el home.



- Municipalidad de Canela [www.canela.cl](http://www.canela.cl): página web no dinámica. La actualización y diseño están a cargo de los periodistas encargados de área de comunicaciones de la Municipalidad, a través del uso de programas específicos. El usuario puede navegar por las diferentes secciones, descargar imágenes y archivos, pero no puede modificarlas.

### 1.3 Profunda



- Municipalidad de La Serena [www.laserena.cl](http://www.laserena.cl): página web profunda. Para que el usuario logre acceder a la información que busca, debe hacer click al menos 3 veces o más, dependiendo de la sección a la que ingrese. Como se observa en el pantallazo del home, si el usuario hace click en el menú "El Municipio", se desplegarán varias ventanas en dirección horizontal que muestran otras opciones de búsqueda.

Desglose del menú principal de la página web de La Serena:

EL MUNICIPIO		
INFORMACION GENERAL		
TRANSPARENCIA MUNICIPAL		
TRANSPARENCIA C.G. VIDELA		
TRAMITES ONLINE		
DOCUMENTOS MUNICIPALES		
DIRECCIONES Y DEPARTAMENTOS	TRANSITO	INFORMACIÓN DIRECCIÓN TRANSITO
LOGOTIPO MUNICIPAL	DEPTO. DESARROLLO SOCIAL	LICENCIA DE CONDUCIR
CONTACTO OIRS	SECRETARIA MUNICIPAL	EXAMEN DE CONDUCCIÓN
	SERVICIOS A LA COMUNIDAD	
	DIDECO	



Buscar

Nuevos beneficios de pagos

**Infórmese**  
aquí

Solicitud transparencia municipal

**Solicitud de Información**  
Ley de Transparencia



Transparencia



- Municipalidad de Ovalle [www.municipalidaddeovalle.cl](http://www.municipalidaddeovalle.cl): página web no profunda. En esta página es posible acceder desde el home, con un solo click, a todas las secciones disponibles para la búsqueda de información. En el caso del home de la Municipalidad de Ovalle, al hacer click en cualquiera de las opciones que se muestran en el banner, estas no despliegan otros menús de búsqueda.

Cuadro representativo del menú principal NO DESPLEGABLE de la página web de Ovalle:

FOMENTO	CULTURA	EDUCACION	DEPORTE	DESARROLLO COMUNITARIO	APOYO SOCIAL	SALUD E HIGIENE	PRENSA TV
---------	---------	-----------	---------	------------------------	--------------	-----------------	-----------



- Municipalidad de Canela [www.canela.cl](http://www.canela.cl): página web no profunda. El usuario, para acceder a la información requerida debe hacer menos de dos click en los distintos hipervínculos. La Municipalidad de Canela sólo posee un menú desplegable por lo que se necesitan menos de dos click para llegar a la información requerida, clasificando así dentro de las páginas no profundas.

Desglose de Imenú desplegable de la página web Canela:

VIAJE VIRTUAL	
CAMPING	
HUENTELAUQUEN SUR	
HUMEDAL	
MAITENSILLO	
PUERTO MANSO	
PUERTO ESCURO	
MINCHA	
SENDERO ARQUEOLÓGICO	LAS AGUILAS
	LOS JINETES
	EL ESPINO
	EL ZORRO
	LOS SANDILLONES

## 2. Contenidos

### 2.1 Claridad

The screenshot displays the website for the La Serena Municipalidad. The header is red with the logo and name 'La Serena Ilustre Municipalidad' on the left and a search bar on the right. A navigation menu below the header includes links for INICIO, LA SERENA, EL MUNICIPIO, SOCIAL, CULTURA, TURISMO, ACREDITACIÓN, SALA DE PRENSA, and TRANSPARENCIA. The main content area features a 'Historia' section with a black and white photograph of a street scene labeled '(Avenida Francisco de Aguirre)'. Below the photo is a text block detailing the city's founding in 1544 by Pedro de Valdivia and its subsequent history, including a rebellion in 1549 and the city's elevation to a city in 1552. To the right of the main content is a weather sidebar for La Serena, showing a current temperature of 18°C and a forecast for the next two days. Below the weather sidebar is a large black area with the text 'Este vídeo no existe.' (This video does not exist).

- Municipalidad de La Serena [www.laserena.cl](http://www.laserena.cl): página con claridad. Las secciones LA SERENA, EL MUNICIPIO, SOCIAL, CULTURA, TURISMO, ACREDITACIÓN, SALA DE PRENSA y TRANSPARENCIA, informan claramente al visitante de su contenido, ya que al hacer click en cualquiera de las secciones antes

mencionadas, se despliega un menú con toda la información que el usuario busca y que hace referencia el título de dicha sección.

The image shows a screenshot of the website for the Municipality of Ovalle. At the top left is the logo for 'Ovalle ILUSTRE MUNICIPALIDAD'. To its right is a banner for 'Eventos y Actividades Agenda Municipal'. Below these is a green navigation bar with the following menu items: FOMENTO, CULTURA, EDUCACIÓN, **DEPORTE** (circled), DESARROLLO COMUNITARIO, APOYO SOCIAL, SALUD E HIGIENE, and PRENSA TV. The main content area features a large poster for 'CORRIDAS Y CICLETADAS FAMILIARES'. The poster includes a map of the city with various districts labeled, such as HOSPITAL, CONSULTORIO, BOMBONERA, FERIA MODELO, DABED, and PLAZA DE ARMAS. It also features logos for 'Ovalle' and '7K'. The event details are: 'Domingo 27 de Octubre 10:00 hrs / Plaza de Armas'. Registration information is provided: 'Inscripciones: deporte@municipalidaddeovalle.cl / Oficina de Deportes: Fono: 53 2 635553'. To the right of the poster is a sidebar with a search bar, a 'Buscar' button, and several links: 'Nuevos beneficios de pagos' (with 'tesoreria.cl' logo), 'Solicitud transparencia municipal', 'Solicitud de Información Ley de Transparencia', 'Transparencia' (with 'TRANSPARENCIA MUNICIPAL HISTÓRICO 2009-2012' logo), and 'TRANSPARENCIA MI MUNICIPALIDAD'.

- Municipalidad de Ovalle [www.municipalidaddeovalle.cl](http://www.municipalidaddeovalle.cl): página web sin claridad. Al ingresar a las diferentes secciones de la página web se puede apreciar que hay muchas imágenes que están sin un texto explicativo, lo que dificulta la comprensión de lo que quiere informar el municipio.

The screenshot shows the website for the Municipality of Canela. At the top, there is a banner with the text "Canela Región de Coquimbo Chile" and a coat of arms. Below the banner is a red navigation bar with the following items: INICIO, TRANSPARENCIA, VIAJE VIRTUAL, AVISOS (highlighted with a circle), and FESTIVAL.

The main content area is titled "Entradas de la categoría 'Avisos'". It contains two announcements:

- Announcement 1:** "Nómina de personas que deben presentar fotocopia de carnet control niño en Departamento Social." dated MAR 28. It is by Magdaleno Carvajal. The text states: "La Unidad de Intervención Familiar de la I. Municipalidad de Canela, comunica: A las siguientes personas que deben presentar fotocopia de carnet de control niño en el Departamento Social, para la acreditación del Bono de Control Niño Sano. Plazo de entrega de la documentación hasta el día miércoles 30 de abril de 2014. LAS PERSONAS ...". A red button labeled "Continuar leyendo »" is below the text.
- Announcement 2:** "Rendición de 'Bono Emergencia 2014'" dated MAR 28. It is by Magdaleno Carvajal. The text states: "La Oficina de Desarrollo Económico Local, comunica: A las personas beneficiadas con el BONO EMERGENCIA 2014 que la rendición la tienen que hacer directamente en INDAP ILLAPEL u organizarse con el presidente de Comité de Crianceros de su respectivo sector para que hagan llegar la rendición a INDAP. Para mayor información, comunicarse con la Oficina de Desarrollo ...". A red button labeled "Continuar leyendo »" is below the text.

On the left side of the page, there are three vertical panels:

- PA-GO°14 CHILE:** "PERMISO DE CIRCULACIÓN PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES".
- Festival Canela canta en Verano:** "XXXIII Festival Canela canta en Verano".
- LEY 20.285 TRANSPARENCIA:** "Transparencia Municipal".

Municipalidad de Canela [www.canela.cl](http://www.canela.cl): página web con claridad. El usuario puede visitar las secciones INICIO, TRANSPARENCIA, VIAJE VIRTUAL, AVISOS y FESTIVAL, encontrando información detallada acorde a los encabezados de cada sección.

## 2.2 Consistencia

La Serena Ilustre Municipalidad

Buscador  
Buscar...

INICIO | LA SERENA | EL MUNICIPIO | SOCIAL | CULTURA | TURISMO | ACREDITACIÓN | SALA DE PRENSA | TRANSPARENCIA

**Rutas Serenenses**

DESCARGA LA APP EN  
Available on the iPhone  
App Store

INFORMACIÓN GENERAL  
TRANSPARENCIA MUNICIPAL  
TRANSPARENCIA CORPORACIÓN G. G. VIDELA  
TRAMITES ONLINE  
DOCUMENTOS MUNICIPALES  
DIRECCIONES Y DEPARTAMENTOS  
LOGOTIPO MUNICIPAL  
CONTACTO OIRS

**Clima**  
La Serena  
Nuboso  
Humedad: 84%  
Viento: 14.40 km/h  
18°C  
22 Mar 2014 23 Mar 2014  
12°C 12°C 12°C 11°C

**Indicadores**  
Datos extraídos desde el Banco Central de Chile

Con llamado a cuidar patrimonio cultural de La Serena reinauguran estatua de ex Presidente  
Este proyecto, fue financiado en su segunda etapa por el fondo de Cultura 2013 del GORE...

Ústed está aquí: Inicio

**DESTACADOS**  
PERMISO DE CIRCULACION  
PAGAR ACA

Campeñinos denuncian en Fiscalía robo de...  
Llaman a utilizar espacios públicos para...  
Alcalde Roberto Jacob a las nuevas autoridades...

Municipalidad de La Serena [www.laserena.cl](http://www.laserena.cl): página web con consistencia. La información que se entrega es sólidamente fundada y repetitiva, ya que los datos aparecen en distintos lugares de la página y se les indica a los visitantes la posibilidad de acceder a trámites que se pueden realizar desde la municipalidad y de los derechos que estos tienen a informarse por medio de la ley de transparencia.



Fondo Desarrollo

Buscar

Nuevos beneficios de pagos



Solicitud transparencia municipal

**Solicitud de Información**  
Ley de Transparencia



Transparencia



Municipalidad de Ovalle [www.municipalidaddeovalle.cl](http://www.municipalidaddeovalle.cl): página web sin consistencia. A pesar de informar al público objetivo sobre los lineamientos básicos de cada sección, el sitio web no utiliza un sistema de repetición del mensaje que permitiría al usuario recordar las diferentes informaciones que los visitantes buscan. Por ejemplo en el home de la página web de Ovalle se puede observar que existen dos enlaces que indican la transparencia municipal, pero no hay un mensaje de repetición, ya que se encuentran mal distribuidos al haber los dos banner consecutivos y con el mismo diseño.

The screenshot shows the website for Canela, Región de Coquimbo, Chile. The header features the city name and a coat of arms. A red navigation bar contains the following items: INICIO, TRANSPARENCIA, VIAJE VIRTUAL, AVISOS, and FESTIVAL. Below the navigation bar, there are three main content areas:

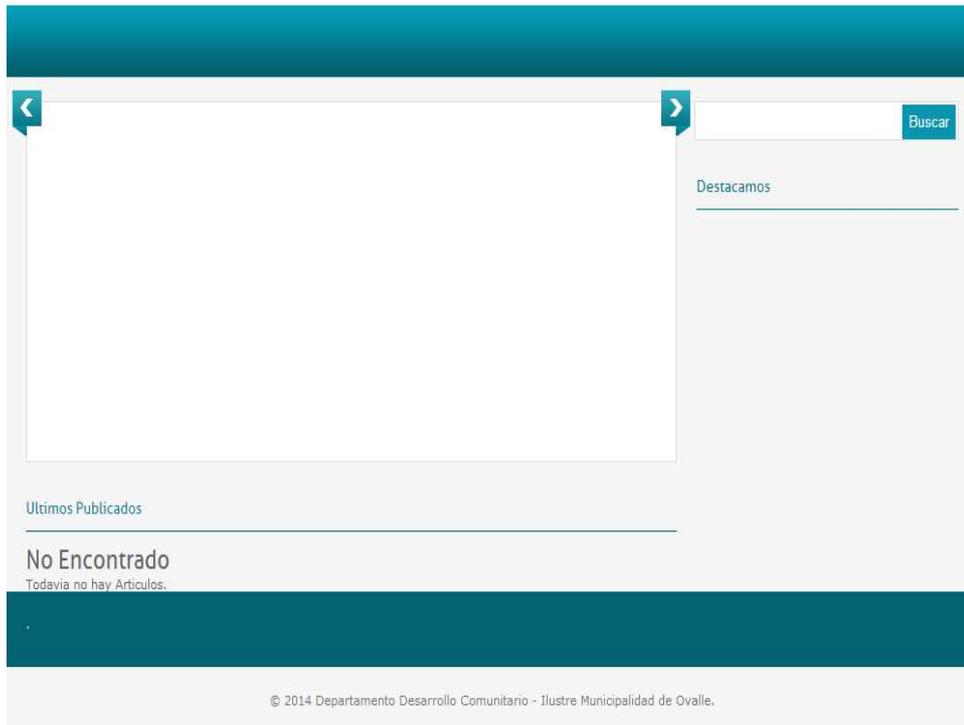
- Left sidebar:**
  - A yellow banner for "Pagar PA-GO<sup>14</sup> CHILE PERMISO DE CIRCULACIÓN PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES".
  - A banner for the "XXXIII Festival canta en CANELA Verano".
  - A red banner for "LEY 20.285 TRANSPARENCIA".
- Main content area:**
  - A red header for "Entradas de la categoría 'Avisos'".
  - Two news entries:
    - Entry 1:** "Nómina de personas que deben presentar fotocopia de carnet control niño en Departamento Social." dated MAR 28. It includes a "Continuar leyendo »" button and a note "Esta entrada no tiene ninguna etiqueta".
    - Entry 2:** "Rendición de 'Bono Emergencia 2014'" dated MAR 28.

Municipalidad de Canela [www.canela.cl](http://www.canela.cl): página web sin consistencia. Al ingresar a la página principal de la web municipal, se puede observar que los contenidos no clasifican en la categoría de profundos, debido a que no hay reiteración de los mensajes que el municipio quiere entregar a la comunidad.

## 2.2 Contenido

The screenshot displays the website of the Municipality of La Serena, Chile. The header is red and contains the logo, the name 'La Serena Ilustre Municipalidad', and a search bar. Below the header is a navigation menu with links for 'INICIO', 'LA SERENA', 'EL MUNICIPIO', 'SOCIAL', 'CULTURA', 'TURISMO', 'ACREDITACIÓN', 'SALA DE PRENSA', and 'TRANSPARENCIA'. The main content area is titled 'Misión y Visión' and includes a date 'Publicado el Lunes, 11 Marzo 2013 15:50'. It features two images: one of a fountain with red flowers in the foreground, and another of a statue in front of a red building. The text describes the vision and mission of the municipality. A weather widget on the right shows the current temperature as 18°C and a video placeholder that says 'Este vídeo no existe.' The footer contains a 'Foto del día' section with icons for a camera, a clock, a microphone, and an envelope.

Municipalidad de La Serena [www.laserena.cl](http://www.laserena.cl) : página web con contenido. El visitante puede conocer la visión institucional que es “Promover ser la comuna con la mejor calidad de vida de Chile y de alta integración social” y la misión “Satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su progreso económico, social y cultural a través de la presentación de servicios y excelencia orientados a la mejora continua con el personal altamente capacitado y comprometido y promoviendo la alianza público - privada que contribuya a ampliar y mejorar la infraestructura local”.



Municipalidad de Ovalle [www.municipalidaddeovalle.com](http://www.municipalidaddeovalle.com): página web sin contenido. Al navegar por el sitio web, no están presentes la historia de la ciudad, la misión y la visión, información fundamental dentro del contenido de una página web institucional. Además de encontrar páginas sin actualizar y contenidos no encontrados.

**Canela**  
Región de Coquimbo  
Chile

INICIO TRANSPARENCIA VIAJE VIRTUAL AVISOS FESTIVAL

**Pagar**  
PA-GO-14  
CHILE  
PERMISO DE CIRCULACIÓN  
PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES

**Definidos intérpretes que lucharán por el Comino de Oro y el Millón de pesos en la competencia del Festival de Canela**  
Esta tarde se sumaría uno(a) más a la ronda final, después que sea el público quien decida al ganador del repechaje que se realizaría en la Plaza de Armas. (Foto Archivo: Jessica Rojo (Quillota) ganadora el año pasado)  
[Ver entrada completa](#)

**XXXIII Festival canta en Canela Verano**

**LEY 20.285 TRANSPARENCIA**

**Transparencia Municipal**

**SOLICITUD INFORMACIÓN**  
click aquí  
SOLICITUD DE INFORMACIÓN

**E. METEOROLÓGICA**

**Alcalde Bernardo Leyton decreta ordenamiento de tránsito vehicular en días de "tradicional feria" urbana**  
por Comunicaciones

Medida busca descongestionar las calles de la capital comunal, principalmente los días martes, ocasión en se provocaban verdaderos atochamientos.

Desde el pasado 4 de Febrero del presente año se encuentra en vigencia en la comuna de Canela una nueva Ordenanza Municipal de Tránsito con el objetivo de ordenar el flujo vehicular, durante los días martes, que es cuando funciona la tradicional feria urbana y además, corresponde a la "legada" de los habitantes del sector rural, razón suficiente para "gatillar" congestión en las arterias de la cabecera comunal.

En tal sentido, la citada norma comunal establece en su artículo quinto "la prohibición de estacionamiento de todo tipo vehículo los días Martes desde las 08:30 hasta las 17:00 hrs en las siguientes calles:

- Calle Concepción Godoy, (desde la intersección con Calle Benjamín Olivares hasta la intersección calle Cura Hidalgo).
- Calle Cura Hidalgo (desde intersección con Calle Concepción Godoy hasta la intersección calle Estanislao Ollarzá).
- Calle Juan Larrondo

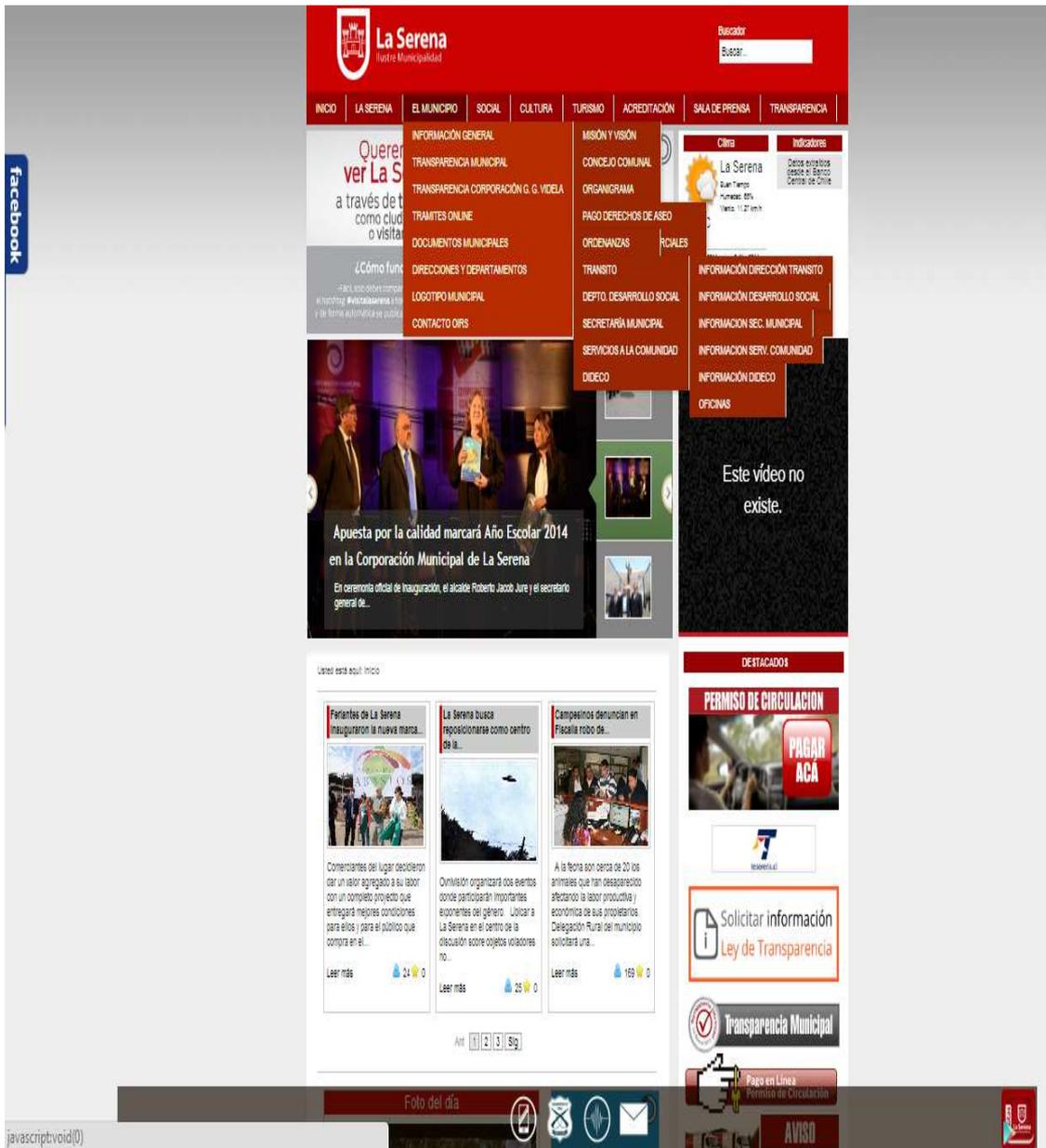
Finalmente, el jefe comunal señaló que los sectores prohibidos de estacionar se encuentran debidamente informados mediante letreros para tal efecto, agregando que los días martes fue habilitado el sector del estero para funcionar como 'playa de estacionamiento' gratuito.

Municipalidad de Canela [www.canela.cl](http://www.canela.cl): página web sin contenido. Esta no expresa los valores esenciales de la municipalidad, aquellos que representan la forma de pensar de la institución, debido a que no tienen una misión y visión que muestren a los usuarios el mensaje del municipio.

### 3.Evaluación según diseño visual, contenido significativo e información de contacto.

#### 3.1Diseño visual

Home Municipalidad de La Serena



Municipalidad de La Serena: buen diseño visual. El home de la página web municipal cuenta con un menú desplegable que varía en las tonalidades de rojo combinados con un fondo gris que va en degradé y que finaliza en blanco. El portal está diseñado con la misma combinación de colores que el escudo representativo de la municipalidad, el cual se encuentra ubicado en el costado superior izquierdo de la pantalla. Los visitantes pueden ver claramente la estructura del contenido, debido a que cuenta con un menú que indica claramente toda la información a la que el visitante pueda acceder de forma jerárquica y en ventanas desplegables, haciendo más dinámica la vista al público.

Esta página web también da cuenta de las actividades que realiza el municipio, ilustradas con imágenes que van rotando cada 4 segundos. Otro elemento visual que se destaca, son los indicadores del clima, que se sitúan al costado derecho. Otra sección presente es “destacados” que son los trámites relevantes sobre los cuales el usuario puede solicitar información como: pago de permiso de circulación, beneficio de condonación de la Tesorería General de la República, solicitar información de la Ley de Transparencia, Red municipal de empleos, entre otro



**REALIZAN ARBORIZACIÓN EN VILLA BICENTENARIO Y VISTA BELLA**

marzo 25, 2014



ULTIMOS POSTS

marzo 31, 2014

**AVANZAN TRABAJOS EN LA SEDE SOCIAL DE CERRO BLANCO**

Contentos están los vecinos de esta localidad, ya que durante años han esperado el arreglo de su recinto comunitario y [...]

marzo 31, 2014

**CON ÉXITO SE REALIZÓ LA SEXTA CICLETADA FAMILIAR EN OVALLE**

306 personas de todas las edades, participaron en la actividad organizada por el departamento de Deportes de la municipalidad de [...]

marzo 30, 2014

**INVITAN A INSCRIBIRSE EN JORNADA DE ESTERILIZACIÓN DE MASCOTAS EN OVALLE**

marzo 30, 2014

**VECINOS DE POBLACIÓN CANCHA RAYADA CUENTAN CON ALARMAS COMUNITARIAS**

SERVICIOS MUNICIPALES

**Solicitud de Información**  
Ley de Transparencia

**TRANSPARENCIA MUNICIPAL**  
más cerca de los ciudadanos

**HISTÓRICO 2009 - 2012**

**TRANSPARENCIA MUNICIPAL**  
más cerca de los ciudadanos

CONVENIOS DE PAGOS

**Infórmese**  
aquí

**Agenda de Actividades**  
7

A LUNA MUNICIPALIDAD DE OVALLE

**Redes Sociales**

entorno, estado y comentarios a diario de la TM

Municipalidad de Ovalle: buen diseño visual. Pese a que la página web de la Municipalidad de Ovalle tuvo una actualización durante el desarrollo de esta investigación, el día martes 1 de abril del 2014, el diseño visual continúa siendo básico pero de fácil comprensión, ya que sólo tuvo una mejora en el orden de los contenidos pero no en la consistencia de estos.

En el costado superior izquierdo de la página se encuentra el logo que simula una flor y en su interior va el escudo de la ciudad, todo ello acompañado de imágenes de Ovalle que van rotando cada 3 segundos. Los colores de éste son azul, verde y naranja, los mismos que se utilizan en la web para destacar los menús principales.

El menú no es desplegable, es decir que el usuario debe ingresar en cada sección para ver el contenido y verificar si contiene la información que necesita, haciendo que la visita sea más lenta.

La sección “noticias” está ubicada a lo largo de la página por el costado izquierdo, ocupando prácticamente la totalidad de la web. Estas van ordenadas por criterio de actualidad, desde la más reciente hasta la más antigua, cada una tiene su fecha de publicación lo que hace más rápido la búsqueda para el usuario.

Al costado derecho de la página se encuentran los banner donde indican la Transparencia Municipal, Beneficios de Condonación, Agenda de Actividades, Redes Sociales, Fondo de Desarrollo Vecinal, Alerta Hogar.

A continuación, se ubican las actualizaciones de Facebook que la Municipalidad realiza.

**Canela**  
Región de Coquimbo  
Chile

INICIO TRANSPARENCIA VIAJE VIRTUAL AVISOS FESTIVAL

**Pagar**  
PA-GO-14  
PERMISO DE CIRCULACIÓN

**XXXIII Festival Canela Canta en Verano**

**LEY 20.285 TRANSPARENCIA**

**SOLICITUD INFORMACIÓN**

**E. METEOROLÓGICA CANELA**  
EL TIEMPO en Canela

**RED MUNICIPAL EMPLEOS**  
RME RED MUNICIPAL DE EMPLEOS

**NUESTRAS LICITACIONES**  
Participe en nuestras licitaciones

**INDICES ECONÓMICOS**  
At: 01/04/2014

**Osornina finalista de programa Factor X se quedó con la competencia del XXXIII Festival Canela Canta en Verano**  
Gray Cero, con la canción "Como yo la amo", se llevó el histórico premio de \$1.000.000 y el "Camino de Oro". Su compañero Patricio Molina sacó el segundo puesto.  
[Ver artículo completo](#)

**MAR 21** **Alcalde Bernardo Leyton decreta ordenamiento de tránsito vehicular en días de "tradicional feria" urbana**  
Por Periodista por Comunicaciones  
Medida busca descongestionar las calles de la capital comunal, principalmente los días martes, ocasión en que provocaban verdaderos atochamientos.  
Desde el pasado 4 de febrero del presente año se encuentra en vigencia en la comuna de Canela una nueva Ordenanza Municipal de Tránsito con el objetivo de ordenar el flujo vehicular, durante los días martes, que es cuando funciona la tradicional feria urbana y además, corresponde a la "legada" de los habitantes de sector rural, razón suficiente para generar congestión en las avenidas de la cabecera comunal.  
En la medida, la dicha norma comunal establece en su artículo quinto "la prohibición de estacionamiento de todo tipo vehículo los días martes desde las 05:30 hasta las 17:00 hrs en las siguientes calles:  
Calle Concepción Godoy, (desde la intersección con Calle Benjamín Chirales hasta la intersección calle Cruz Hidalgo).  
Calle Cruz Hidalgo, (desde intersección con Calle Concepción Godoy hasta la intersección calle Salazar Ojeda).  
Calle Juan Lamondio.  
Finalmente, si jefes comunales señalar que los sectores prohibidos de estacionamiento se encuentran debidamente informados mediante afiches para tal efecto, agregando que los días martes fue habilitado el sector de estero para funcionar como "playa de estacionamiento gratuito".  
[Más noticias en otros medios de prensa](#)

**MAR 08** **En el Día de la Mujer, el alcalde Bernardo Leyton saluda a todas las mujeres canelinas**  
Por Comunicaciones  
Un breve, pero significativo, saludo en la conmemoración del Día Internacional de la Mujer expresó el alcalde de Canela, Bernardo Leyton, a las mujeres de su comuna destacando su coraje, voluntad y capacidad de lucha para superar la adversidad.  
[Continuar leyendo »](#)  
[Más noticias en otros medios de prensa](#)

**MAR 05** **Osornina finalista de programa Factor X se quedó con la competencia del XXXIII Festival Canela Canta en Verano**  
Por Periodista

Municipalidad de Canela: mal diseño visual. El home cuenta sólo con cuatro opciones de menú, los cuales son: Transparencia, Viaje virtual, Avisos y Festival.

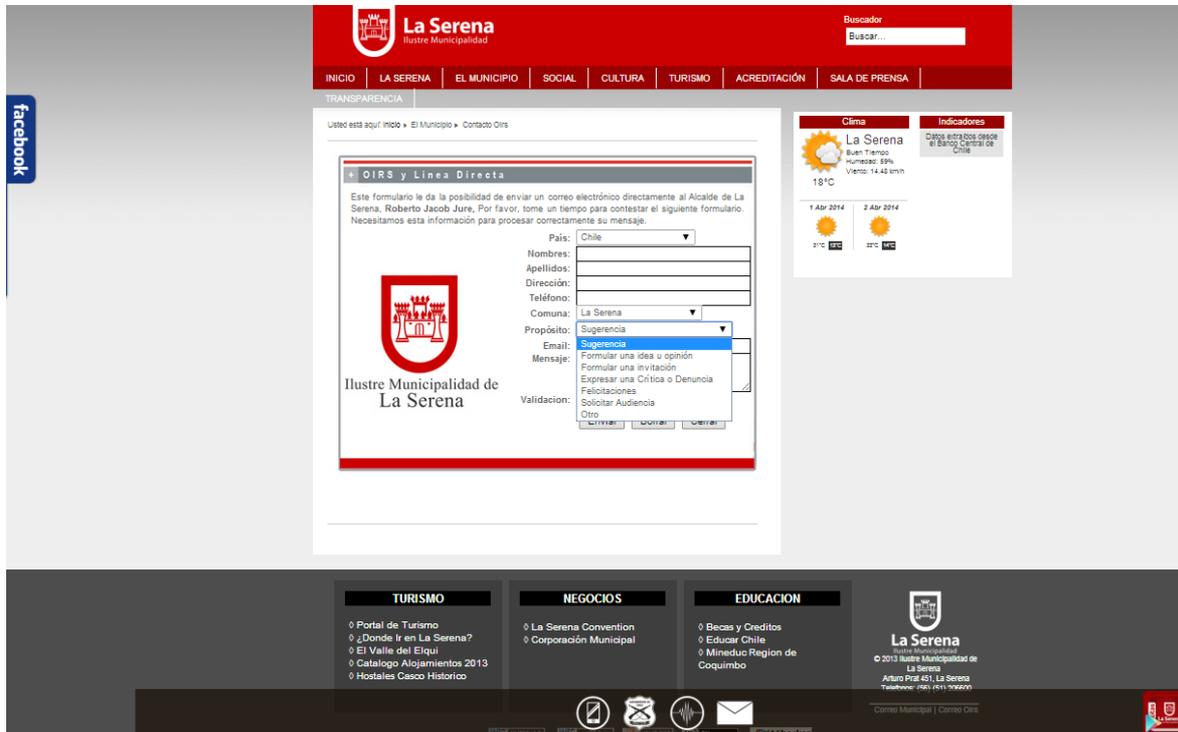
El encabezado de la página es una fotografía de la ciudad que es estática. El escudo se sitúa en el costado derecho de la imagen y simula que está enterrado en los cerros. Los colores de este son amarillo, azul y rojo, los mismos que se aprecian en la tipografía y diseño de la página web.

La sección de noticias se despliegan a lo largo de toda la página web, lo que resulta aburrido y visualmente no atractivo para el usuario que quiera acceder a informarse.

Los banners de información general se encuentran en el costado izquierdo de la página, a diferencia de las dos municipalidades antes mencionadas.

Estos están claramente diferenciados por títulos que son: Ley 20.285 Transparencia, Solicitud de Información, Estación Meteorológica Canela, Red Municipal Empleos, Nuestras Licitaciones, Índices Económicos, Archivos e Informaciones y Nuestras Visitas.

## 2.3 Contenido significativo



- Municipalidad de La Serena. Página con contenido significativo, ya que proporciona ayuda a la comunidad y entrega información completa acerca de cada una de las labores que cumple el municipio. Además los usuarios pueden manifestar sus opiniones, consultas o molestias directamente en la página, debido a que cuenta con Facebook y un mail que envía directamente el mensaje al encargado de cada sección de la Municipalidad. En la parte inferior de la web, se encuentra una barra de herramientas que está presente permanentemente durante la navegación, donde rápidamente se puede obtener información de: teléfonos de emergencia, plan cuadrante, protección civil y contacto OIRS. En esta misma barra de herramientas está la posibilidad de descargar una aplicación de La Serena por medio de Google Play para smartphones, a través de la cual se puede conocer la ciudad. Esta aplicación fue pensada para ayudar al turista y a quién busca visitar los diversos lugares de la región.



- Municipalidad de Ovalle. Página web con contenido, debido a que cuenta con las secciones de: Fomento, Cultura, Educación, Deporte, Apoyo Social, Salud e Higiene y Prensa y Tv. Todos ellos con sus respectivas actividades y actualizaciones. Solo el menú Desarrollo Comunitario no se encuentra actualizado al ingresar a él.

En la parte superior del home, los visitantes pueden acceder fácilmente a las redes sociales como Twitter, Facebook y Youtube, donde pueden compartir noticias e informaciones más relevantes, haciendo posible la retroalimentación entre el municipio y los ciudadanos.

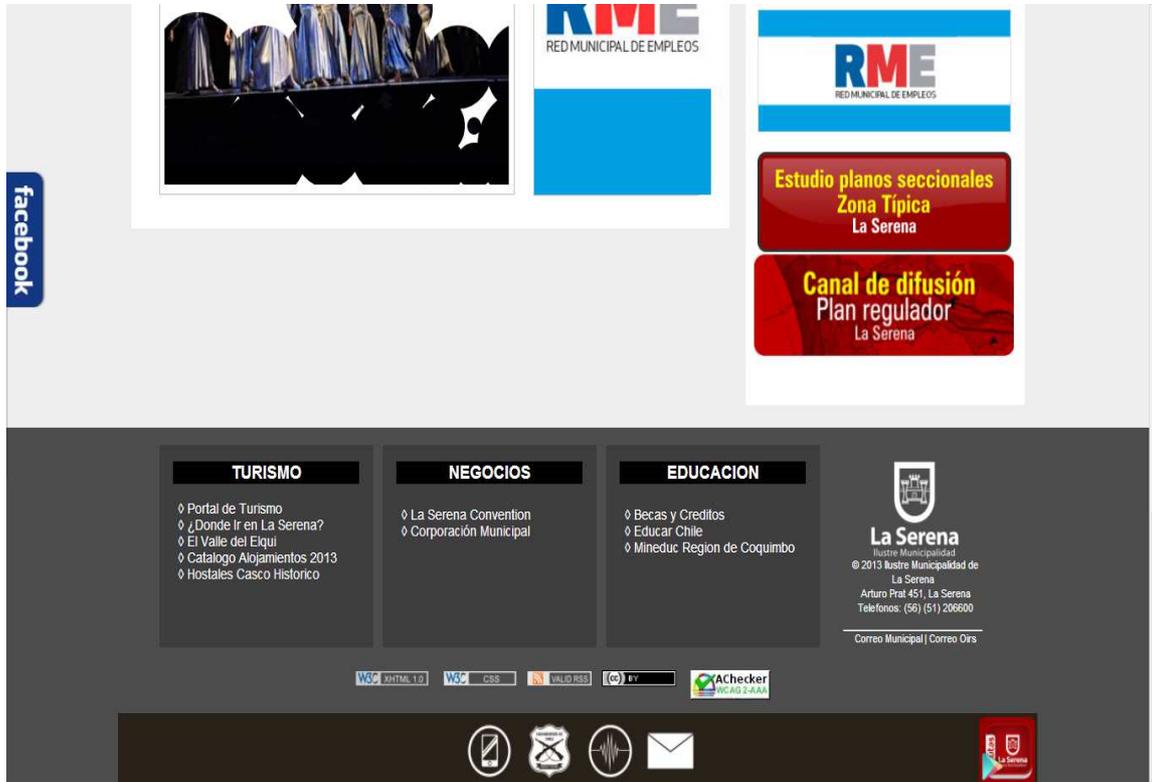


- Municipalidad de Canela. Página web sin contenido significativo. Cuenta con un escaso menú. No contiene la información básica de la municipalidad, como la misión, visión, valores, organigrama. No existe la opción para una retroalimentación con los funcionarios.

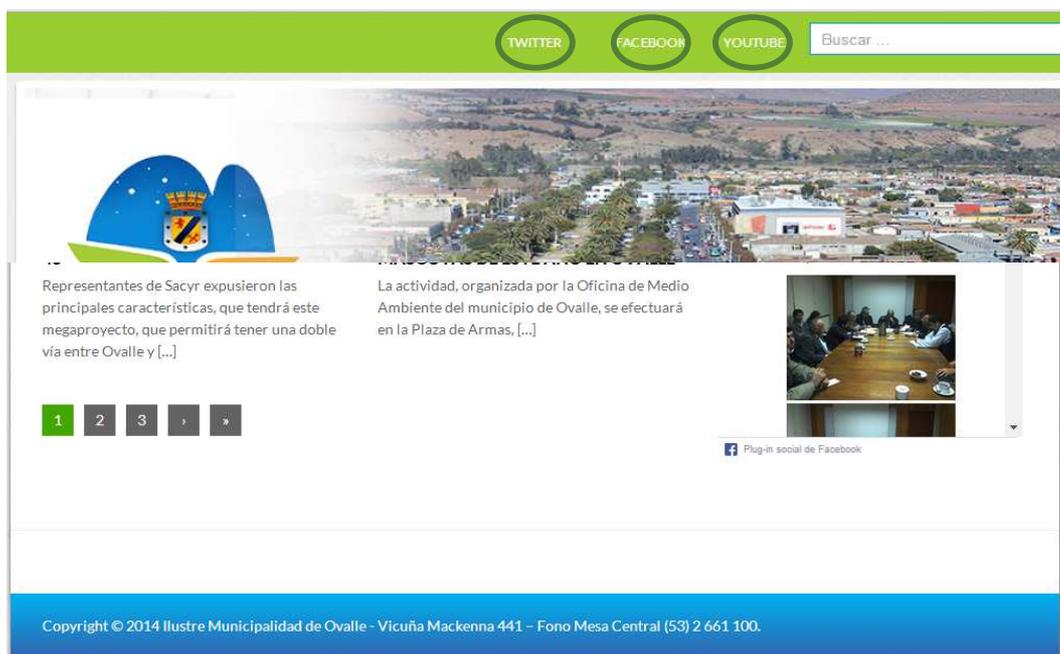
El home abarca muchas notas informativas de las actividades que realiza la municipalidad, pero no permite que los visitantes puedan hacer sugerencias y comentarios de lo que están viendo. Solo cuenta con la herramienta Twitter que es actualizada esporádicamente, generalmente cada cinco días.

## 2.4 Información de contacto

Contactos del home Municipalidad de La Serena:



- Municipalidad de La Serena: página web con información de contacto. Las vías de comunicación que posee el municipio con los ciudadanos es a través del número de teléfono, correo municipal, correo OIRS (Oficina de informaciones, reclamos y sugerencias), y a través de la red social Facebook, ya que Twitter no se presenta como una opción directa en el inicio de la web municipal, sino que hay que acceder a las noticias para que el usuario tenga dicha opción.



Municipalidad de Ovalle: página web con información de contacto. La dirección de la Municipalidad y el teléfono están ubicados en la parte inferior del home. Sin embargo, no se señala ningún correo electrónico para comunicarse directamente con el municipio. Las redes sociales que tiene la Municipalidad de Canela para que los visitantes puedan informarse de las diferentes actividades y trámites online son: Facebook, Twitter y Youtube que se ubican en el encabezado del home.

The screenshot shows a blog post titled "Exitosa, concurrida y sorprendente resultó Muestra Gastronómica sobre la carne del Cabrito en Canela". The post is dated December 4th (DICIEMBRE 04) and is categorized as "Portada" (Home) and "por Comunicaciones". The text of the post states: "Actividad, patrocinada por la Municipalidad de Canela, es parte del programa de alianzas productivas del Indap y contó con la presencia de exponentes locales y de la empresa comercializadora 'Carnes Chau'". Below the text is a red button that says "Continuar leyendo »". There are also social media sharing icons for Facebook, Twitter, Email, and YouTube. At the bottom of the post area, it says "Esta entrada no tiene ninguna etiqueta" and "Entradas más antiguas «". On the right side of the page, there is a vertical blue button that says "SIGUEME" (Follow me) with a small bird icon above it.

**Copyright** Volver al inicio

Ilustre Municipalidad de Canela,  
RUT: 69.041.300-0  
Luis Infante 520, Canela Baja  
Fono: +56 532 540088

Blog elaborado con WordPress y el Tema Graphene.

- Municipalidad de Canela: página web con información de contacto. Ésta se sitúa en la parte inferior izquierda de la web y muestra la dirección de la Municipalidad, el número de teléfono y el rut. Al igual que en la información de contacto de la Municipalidad de Ovalle, no se muestra ningún correo electrónico al cual pueda comunicarse el visitante. La red social presente en el Home es Twitter, que permite la retroalimentación entre la Municipalidad y la comunidad.

## Cuadros resumen

### ➤ Diseño

MUNICIPALIDAD	ESTÁTICA	DINÁMICA	PROFUNDA	NO PROFUNDA
LA SERENA	✓	✓	✓	x
OVALLE	✓	x	x	✓
CANELA	✓	x	x	✓

### ➤ Contenido

MUNICIPALIDAD	CLARIDAD	CONSISTENCIA	CONTENIDO	EVALUACIÓN
LA SERENA	✓	✓	✓	7.0
OVALLE	X	X	✓	1.0
CANELA	✓	X	X	3.0

### ➤ Diseño visual, contenido significativo e información de contacto

MUNICIPALIDAD	DISEÑO VISUAL	CONTENIDO SIGNIFICATIVO	INFORMACIÓN DE CONTACTO	EVALUACIÓN
LA SERENA	✓	✓	✓	7.0
OVALLE	✓	✓	✓	7.0
CANELA	X	X	✓	3.0

## **Conclusiones**

Las Municipalidades son corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas.

Estas organizaciones deben publicar su historia, misión y visión al público específico a través de las páginas web ya que, al dar a conocer su identidad interna, su ubicación y organigrama generará un acercamiento del usuario a dicha municipalidad.

El incremento en el uso de internet ha tenido como consecuencia que la sociedad exija otro nivel de información, utilizando diversas estrategias y medios de comunicación para lograr una retroalimentación efectiva entre los municipios y las personas. A su vez, la población puede opinar, mediante el soporte web, si la información y servicios que ofrecen dichas instituciones son de calidad, ya que el público tiene las herramientas necesarias para evaluar el desempeño comunicativo de cada municipio.

Considerando la importancia que tiene la comunicación dentro de una organización, esta investigación tuvo por finalidad evaluar y comparar la efectividad de las diferentes estrategias de comunicación que utiliza la Municipalidad de La Serena, Ovalle y Canela para informar sobre las actividades, noticias, derechos de los ciudadanos y Políticas Públicas que interesan a la comunidad de cada municipio.

La investigación permitió conocer la utilidad de las nuevas plataformas sociales, que son Twitter, Facebook, Youtube y la importancia de que la información publicada sea clara y esté bien distribuida. Esto contribuye a que los usuarios puedan percibir los efectos que tiene el uso de las nuevas tecnologías en las páginas web, como lo son la inmediatez informativa, instantaneidad y la libre difusión de ideas en la retroalimentación.

El uso de las TIC en los órganos de la Administración del Estado mejora los servicios e información ofrecidos a los ciudadanos, aumenta la eficiencia y la eficacia de la gestión

pública e incrementa sustantivamente la transparencia del sector público y la participación de los ciudadanos.

De lo anterior y en respuesta a la pregunta de investigación formulada en este seminario, se pudo observar que los municipios usan efectivamente las nuevas herramientas tecnológicas para la difusión de sus actividades y políticas públicas. Si bien las municipalidades de La Serena, Ovalle y Canela utilizan las redes sociales como Facebook, twitter y youtube, no sacan provecho totalmente de las ventajas que proporcionan estas al público, ya que para que un sitio web sea atractivo y a la vez pueda generarse una retroalimentación con el público, debe cumplir con proporcionar la información completa sobre la municipalidad y los servicios que entrega. Debe ser sencilla en su redacción, rápida en responder las inquietudes de los usuarios y de fácil navegación.

El contenido de ésta debe ser con letra legible, para tener claridad en los textos y sin errores ortográficos, contar con diseños gráficos que sean atractivos en los colores de la tipografía y el fondo de la pantalla, además de tener la información y los enlaces actualizados constantemente. La información debe estar organizada con el fin de facilitar la búsqueda del internauta, según sus criterios de selección.

A su vez, las Municipalidades necesitan desarrollar una comunicación interna sin problemas de flujos, para que no se genere confusión. La existencia de una comunicación eficaz permite a las organizaciones la optimización y la construcción de un buen clima laboral, es decir, que tanto los trabajadores como el público se sientan identificados con éstas, ya que el usuario reconozca las características y diferencias de cada sección.

Otro aspecto de gran importancia es que el contenido del portal web debe ser ajustado y regulado según la legislación vigente (en el caso de las municipalidades que se rigen por la Ley 20.285, Sobre Acceso a la Información Pública). Esta ley presume relevante toda información que posean los órganos de la Administración del Estado, por lo que toda

persona tiene el derecho a acceder a la información, sólo con excepciones o limitaciones establecidas por leyes de quórum calificado.

La ley implica el deber de los órganos de la Administración del Estado de mantener a disposición permanente del público, a través de sus sitios electrónicos, determinados antecedentes actualizados, al menos, una vez al mes. Entre ellos su estructura orgánica; facultades, funciones y atribuciones de cada una de sus unidades u órganos internos; marco normativo aplicable; personal de planta, a contrata y a honorarios, con las correspondientes remuneraciones; contrataciones para el suministro de bienes muebles; trámites y requisitos que debe cumplir el interesado para tener acceso a los servicios que preste el respectivo órgano; mecanismos de participación ciudadana, en su caso; información presupuestaria asignada y ejecutada.

Las páginas web como herramienta de comunicación permiten entregar al usuario determinadas ideas con el objetivo de persuadir en él. Su uso debe ser desarrollado de manera correcta, actualizando la información que se entrega y mostrando claramente los criterios y propósitos tanto del diseño como en la tecnología si es que se desea obtener resultados positivos. La instantaneidad, inmediatez informativa y la libre difusión de ideas son aspectos importantes en lo que respecta a los servicios ofrecidos a través de la web. Los medios de comunicación y las organizaciones públicas deben manejar y mejorar el dominio de internet, con el fin de entregar un servicio de calidad y sin errores en su presentación, ya que el intercambio de información entre un emisor y el receptor tiene que ser entendido por ambos.

En este sentido, y a través de esta investigación, hemos observado, analizado y contrastado las principales cualidades de diseño y organización de la información publicada en las Municipalidades de La Serena, Ovalle y Canela.

## Municipalidad de La Serena

De acuerdo al diseño, la página web de la Municipalidad de La Serena es la más completa en su estructura, debido a que tiene una relación jerárquica de los contenidos. Es compleja en su diagramación ya que sólo puede ser modificada por expertos en la materia, ya sean diseñadores gráficos o los periodistas encargados de la mantención diaria de la web. En cuanto a su diseño, se realizan cambios en el inicio de la página web en fechas conmemorativas y festividades (Navidad, Año Nuevo, Fiestas Patrias, etc.), especialmente en lo que respecta a archivos de imágenes y videos. También es una página web profunda ya que para que el usuario logre acceder a la información que busca, debe hacer click al menos 3 veces o más, dependiendo de la sección a la que ingrese. Sin embargo, esto no dificulta la búsqueda de información del visitante, porque cuenta con un menú desplegable que grafica de forma completa todas las secciones y los contenidos presentes en el portal. Este menú varía en las tonalidades de rojo combinados con un fondo gris que va en degradé y que finaliza en blanco, los cuales son los colores característicos de la institución.

Con respecto a los contenidos, los usuarios pueden manifestar sus opiniones, consultas o molestias directamente en la página, Facebook o email, que envía directamente el mensaje al encargado de cada sección de la Municipalidad. La página informa claramente al visitante de su contenido, debido a que al hacer click en cualquiera de las secciones, se despliega un menú con toda la información sólidamente fundada y se les indica a los visitantes la posibilidad de acceder a trámites que se pueden realizar desde el portal y de los derechos que estos tienen a informarse por medio de la ley de transparencia. También se puede conocer la misión y visión institucional, y recurrir a la información de contacto que posee el municipio: el número de teléfono, correo municipal, correo OIRS (Oficina de informaciones, reclamos y sugerencias), situados al final de la página.

## Municipalidad de Ovalle

El diseño de esta página web es simple y no profundo debido a que es posible acceder desde el home, con un solo click, a todas las secciones disponibles para la búsqueda de información. El menú no es desplegable, es decir, el usuario debe ingresar en cada sección para ver el contenido y verificar si contiene la información que necesita, haciendo que la visita sea más lenta. En la parte superior del home los visitantes pueden acceder fácilmente a las redes sociales como Twitter, Facebook y Youtube, donde pueden compartir las noticias e informaciones más relevantes.

El contenido de la página web de Ovalle es poco claro, ya que al ingresar a las diferentes secciones de la página web se puede apreciar que hay muchas imágenes que están sin un texto explicativo, lo que dificulta la comprensión de lo que se quiere informar. Este sitio web no utiliza un sistema de repetición del mensaje que permita al usuario recordar las diferentes secciones que los visitantes buscan. Es una página web sin contenido ya que no están presentes la información básica del municipio como: la historia de la ciudad, la misión y la visión. Además la sección de noticias no es diariamente actualizada y existen contenidos que al hacer click no son encontrados. Pese a que la página cuenta con la información de contacto, no está señalado ningún correo electrónico para comunicarse directamente con el municipio.

## Municipalidad de Canela

El diseño está a cargo de los periodistas del área de comunicación de la Municipalidad, en el cual los usuarios pueden navegar por las diferentes secciones, descargar imágenes y archivos, pero sin modificar su contenido. Es una página web no profunda ya que el visitante, debe hacer menos de dos click en los distintos hipervínculos para acceder a la información requerida. Los colores de la web son llamativos, variando entre rojo y amarillo que hacen contraste con el fondo blanco. El menú de la página web de la Municipalidad de Canela es básico, ya que sólo posee cuatro secciones. La única de estas que es desplegable es "viaje virtual" cuyo contenido fomenta el turismo de la zona través de un recorrido en 3D por las principales localidades de la comuna.

Pese a no haber reiteración del mensaje, el contenido es claro, puesto que el usuario puede encontrar información detallada de acuerdo a los encabezados de cada sección. Este portal web no expresa los valores esenciales de la Municipalidad, debido a que no tienen una misión y visión que muestre a los visitantes el mensaje del municipio. La información de contacto se sitúa en el sector inferior izquierdo de la web y muestra la dirección de la Municipalidad, el número de teléfono y el Rut. Al igual que en la información de contacto de la Municipalidad de Ovalle, no se muestra ningún correo electrónico al cual pueda comunicarse el visitante.

A continuación se presenta un cuadro resumen con las principales observaciones de las municipalidades.

Municipalidad	Comunicación efectiva	Facilita la difusión de Políticas Públicas	Página web atractiva
La Serena	✓	✓	✓
Ovalle	x	✓	X
Canela	✓	✓	X

Como se pudo observar a través de esta investigación, las municipalidades de La Serena, Ovalle y Canela, tienen diferentes maneras de dar a conocer sus estrategias de comunicación, tanto en la información que se muestra como en la distribución de los contenidos.

Además se pudo constatar que las tres municipalidades antes mencionadas utilizan la página web para la difusión de Políticas Públicas. Dentro de los portales se pueden observar banners con avisos de: red municipal de empleos, llamados a diversas licitaciones, acciones de "Municipio en tu barrio" y bases del Fondo de Desarrollo Vecinal.

Como señaló Berlo (2002) la comunicación constituye un proceso, es decir, una estructura cuyos elementos se interrelacionan de forma dinámica y mutuamente influyentes. De esta manera las tesistas consideran que el propósito de la información entregada por los municipios es de carácter "instrumental" ya que el mensaje que entrega el emisor, en este caso las municipalidades, pretende provocar una acción o

conducta posterior en quien lo recibe (el público), lo que resulta útil cuando se quiere dar a conocer información, hacer publicidad, recordar ideas, bienes o servicios, e incluso, incentivar la aprobación de estos.

Dentro de la metodología utilizada, se elaboró una entrevista semiestructurada (“Capítulo III. Marco Metodológico”) dirigida a los periodistas Juan Gallardo de la Municipalidad de La Serena, Luis Cortés de la Municipalidad de Ovalle y Juan Pablo Jara de la Municipalidad de Canela, todos encargados del área de comunicación de los municipios anteriormente señalados.

Pese a la insistencia y reiteración para obtener las respuestas a dicho instrumento, sólo se logró con la Municipalidad de La Serena, siendo esta la única institución que respondió la entrevista.

En la actualidad se considera que las municipalidades y la sociedad deben ser partícipes del Periodismo Digital, ya que Internet reúne en un solo medio distintos formatos periodísticos como prensa escrita, radio y televisión.

#### **Propuestas de contenido para las municipalidades elaborado por las tesistas.**

- Información de contacto actualizada: las tres páginas web de las municipalidades investigadas poseen la información de contacto, sin embargo ninguna se encuentra actualizada, por lo que dificulta la retroalimentación entre el público y los municipios. Es por ello que se propone mantener los datos de contacto vigentes, como el fono, fax e email.
- Contenido: las páginas web de las municipalidades debieran tener una variedad de secciones que informen amplia y profundamente los temas de la región. Debiesen contener la misión y visión de la municipalidad, sectores turísticos, actividades deportivas y recreacionales y mayor información sobre políticas públicas para los diversos segmentos de la sociedad.
- Diseño: todas las páginas web deben contar con el escudo de la ciudad como una forma gráfica de representación y además tener el logo propio de la institución. La

combinación de colores debe ser atractiva para el público sin que dificulte la vista de los usuarios, generándose un contraste que haga distinción entre el color de fondo de la web, el de los banners principales y de la tipografía.

A través de la web 2.0 y gracias al Periodismo Digital, las organizaciones tienen la posibilidad de publicar informaciones en profundidad y distintas a las que aparecen en otros medios. Para Castells (2001:311) “la centralidad de Internet en muchas áreas de la actividad social, económica y política se convierte en marginalidad para aquellos que no tienen o que tienen un acceso limitado a la red, así como para los que no son capaces de sacarle partido”. Además agrega que “Internet crea una reducción de costes, aumenta la calidad de sus publicaciones, tiene mayor eficacia y posibilita ya aumenta la satisfacción del consumidor”.

El uso efectivo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) contribuye en el desarrollo de los Municipios al incrementar la competitividad, la igualdad de oportunidades, las libertades individuales, la calidad de vida y la eficiencia y transparencia del sector público. Deben ser consideradas como instrumentos para modernizar el Estado, incrementar la productividad y acortar las diferencias, mejorar la eficiencia de las políticas sociales, disminuir las disparidades regionales de desarrollo y aumentar la equidad.

Algunos beneficios que implica la modernización tecnológica y que permite el uso de las páginas web municipales son los siguientes:

- Tener nuevas y variadas alternativas de acceso a las prestaciones de servicios que ofrecen las Municipalidades nacionales.
- Recibir atención y servicio independientemente del lugar donde se viva y se encuentre ubicado la Municipalidad que otorga la prestación.
- Tener acceso a información pública o personal en forma simple, clara y transparente.

- Resolver requerimientos complejos, que involucren una o más instituciones, a través de un solo portal o acceso.
- Consultar información de los actos públicos o gestiones del municipio que sea de interés conocer. Ya que por ley se deben transparentar dichos actos dejándolos disponibles electrónicamente.
- El ciudadano puede ejercer el derecho a participar y expresar su opinión por medios electrónicos.
- También tiene la posibilidad de comunicarse con autoridades e instituciones públicas a través de canales habilitados especialmente con ese fin, tales como foros, vídeo chat y otras formas virtuales de relación.

La digitalización de los gobiernos locales y regionales debe seguir desarrollándose y profundizándose, especialmente en las localidades más alejadas y pequeñas, para que la totalidad de ellas pueda otorgar servicios en línea a la comunidad, reducir costos y mejorar sus servicios. Es por esto que se hace necesario seguir avanzando en la modernización de la administración pública, innovando en nuevas formas de interacción con los ciudadanos, en especial en sectores de la sociedad prioritarios, tales como salud, justicia, y administración municipal.

Durante el transcurso de este Seminario, logramos conocer además la labor que diariamente realizan los periodistas encargados de comunicar sobre el quehacer municipal respectivo. Ante esto, reconocemos la importancia que adquieren las nuevas tecnologías para la difusión de información especialmente en el ámbito público.

Además, como futuras profesionales, este trabajo contribuyó a hacernos un hábito de estudio, ya que tuvimos que sistematizar el tiempo y distribuir los roles para hacer una investigación acorde a la ética periodística con la cual se nos forma durante los años de estudio.

## **Glosario**

### **A**

@: arroba (en inglés significa “at” ). En las direcciones de email es el símbolo que separa el nombre del usuario del nombre del proveedor de correo electrónico.

Acceso directo: icono que permite abrir de manera más fácil un determinado programa o archivo.

Acrobat: programa de Adobe que permite capturar documentos y verlos en su apariencia original. Acrobat trabaja con archivos PDF.

Archivo Adjunto: archivo que acompaña un mensaje de e-mail. Es apropiado para el envío de imágenes, sonidos, programas y otros archivos.

AVI: formato de Microsoft para archivos de audio y video.

### **B**

Banner: gráfico, generalmente rectangular, que se inserta en una página web. Puede tener carácter publicitario.

Barra de herramientas: conjunto de íconos que conducen a instrucciones.

Base de datos: conjunto de datos organizados de modo que resulte fácil acceder a ellos, gestionarlos y actualizarlos.

Bitz: abreviatura de Binary Digit (dígito binario). El Bit es la unidad más pequeña de almacenamiento en un sistema binario dentro de una computadora.

### **C**

Chat: charla. Servicio de Internet que permite a dos o más usuarios conversar online.

Ciberespacio: espacio virtual, no geográfico, determinado por la interconexión de personas a través de redes telemáticas.

Comprimir: reducir el tamaño de un archivo para ahorrar espacio y así transmitirlo a mayor velocidad.

Cookie: pequeño archivo de texto que un sitio web coloca en el disco duro de una computadora que lo visita. Recoge información sobre el usuario y agiliza la navegación en el sitio. Su uso es controvertido porque pone en riesgo la privacidad de los usuarios.

Cursor: símbolo en pantalla que indica la posición activa y aquella en que aparecerá el próximo carácter que entre.

## D

DirectX: recurso para mejorar el rendimiento en gráficos, sonidos, 3D, sitios web y juegos.

Download: descargar, bajar. Transferencia de información desde internet a una computadora.

## E

Email: correo electrónico.

Encriptar: proteger archivos expresando su contenido en un lenguaje cifrado. Este lenguaje consiste en la sustitución de letras por números.

Enlace: link. Texto o imágenes en un sitio web que un usuario puede pinchar para tener acceso o conectar con otro documento. Los enlaces son como la tecnología que conecta dos sitios web o dos páginas web.

## F

FTP: Fail Transfer Protocol: protocolo de transferencias de archivo. Sirve para enviar y recibir archivos de internet.

Fuente: variedad completa de caracteres de imprenta de un determinado estilo.

## G

GIF: Graphic Interchange Formato. Formato gráfico.

Giga: prefijo que indica un múltiplo de mil millones. Aproximadamente 100 millones de bitz.

GPS: Global Positioning System. Sistema de localización global compuesto por 24 satélites.

## H

Hipertexto: textos enlazados entre sí. Haciendo click con el mouse el usuario pasa de un texto a otro, vinculado con el anterior.

Hipervínculo: Link.

Homepage: página de inicio o portada. Es el URL o archivo local que carga cuando se inicia en un navegador web.

HTML: Hyper Text Mark-up Language. Lenguaje de programación para armar páginas web.

HTTP: Hypertext Transfer Protocol. Protocolo de transferencia de hipertextos. Protocolo que permite transferir información en archivos de texto, gráficos, video, audio y otros recursos multimedia.

I

Ícono: imagen que representa un programa u otro recurso; generalmente conduce a abrir un programa.

Importar: incorporar un objeto desde otro programa.

Inbox: buzón de entrada.

Internet: red de redes. Sistema mundial de redes de computadoras interconectadas.

Espacio público utilizado por millones de personas en todo el mundo como herramienta de comunicación e información.

J

JPG: Joint Photographic Expert Group. Nombre del comité que diseñó un estándar para la comprensión de imagen.

K

Keyboard: teclado.

L

Link: enlace. Imagen o texto destacado mediante subrayado o color, que lleva a otro sector del documento o página web.

M

Megabyte: Medida de la capacidad de memoria de una computadora que es igual a 1 millón de bytes.

Memoria flash: tipo de memoria que puede ser borrada y reprogramada en unidades llamadas bloques. Su nombre se debe a que el microchip permite borrar fragmentos de memoria en una sola acción o "flash".

MPEG: el Moving Pictures Expert Group desarrolla estándares para video digital y compresión de audio.

N

Navegador: programa para recorrer la World Wide Web.

O

Office: suite de Microsoft para trabajo de oficina; incluye procesador de texto, base de datos y planilla de cálculo.

Online: en línea, conectado. Estado en que se encuentra una computadora cuando se conecta directamente con la red a través de un dispositivo.

Outbox: buzón de salida.

P

Página web: una de las páginas que componen un sitio de la World Wide Web. A la página de inicio se le llama homepage.

PDF: Portable Document Format. Formato de archivo que captura un documento impreso y lo reproduce en su apariencia original. Los archivos PDF se crean con el programa Acrobat.

Pixel: combinación de "picture" y "element". Elemento gráfico mínimo con el que se componen las imágenes en la pantalla de una computadora.

Plug-in: programa que puede ser instalado y usado como parte del navegador.

Portal: sitio web que sirve de punto de partida para navegar por internet. Ofrecen diversidad de servicios como: listado de sitio web, buscador, noticias y email, entre otros. En algunos casos el usuario puede personalizar la presentación del portal.

R

RAM: Random Access Memory. Memoria de acceso aleatorio. Memoria donde la computadora almacena datos que permiten al procesador acceder rápidamente al sistema operativo, las aplicaciones y los datos en uso. Se mide en megabytes.

S

Servidor: computadora central de un sistema de red que provee servicios y programas a otras computadoras conectadas.

Sistema operativo: programa que administra los demás programas en una computadora.

Spam: correo electrónico no solicitado.

## T

Touch pad: pequeña superficie sensible al tacto incorporada al teclado de una computadora. Cumple las mismas funciones que el mouse.

## U

USB: Universal Serial Bus. Es una interfaz que permite el reconocimiento de ciertos dispositivos periféricos sin la mediación del usuario.

## W

Webmail: servicio que ofrecen ciertos sitios web para crear una cuenta gratuita de email.

WinZip: programa que permite comprimir archivos.

## Z

Zip: formato de los archivos comprimidos.

## Bibliografía

- ❖ Aracena, Urzúa, Mario (2005). Periodismo y Ética: temas actuales. Santiago, edición.
- ❖ Ayerdi, Meso, Koldo (2006). Introducción al Ciberperiodismo: Breve Acercamiento al Estudio del Periodismo en Internet. Universidad del país Vasco.
- ❖ Baeza, Manuel Antonio (2002). Mundo real, mundo imaginario social. Antártica.
- ❖ Bartoli, Annie (1992) Comunicación y Organización. Paidós.
- ❖ Bateson, Birdwhistell, Goffman, Hall, Jackson, Schefflen, Sigman y Watzlawick. (1994). La Nueva Comunicación. España, Kairós, S.A.
- ❖ Berlo, David K, J. I. (2002). El proceso de la comunicación. Buenos Aires, El Ateneo.
- ❖ Canga Larequi, Jesús (2001). Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. En Estudios Sobre el Mensaje Periodístico. Número 7. Universidad Complutense.
- ❖ Castells, Manuel (2000). La era de la información: economía, sociedad y cultura. México: siglo XXI.
- ❖ Castells, Manuel (2008). Comunicación y Poder. Alianza Editorial.
- ❖ Castells, Manuel (2001). La galaxia en Internet. Reflexiones sobre Internet, empresas y sociedad. Barcelona, editorial Plaza Janes.
- ❖ Corbetta, Piergiorgio (2007). Metodología y técnicas de Investigación Social. McGraw-Hill.
- ❖ Costa, Joan (1999). La comunicación en acción. Paidós Ibérica.
- ❖ Cutlip, Scott M. , Center, Allen H. , Broom, Glen M (2000). Manual de Relaciones Públicas Eficaces. Barcelona. Gestión 2000.
- ❖ Dabas, Elina (1998). Redes sociales, familia y escuela. Paidós Ibérica.
- ❖ Daft, Richard L (2006). La Experiencia del Liderazgo. Thomson Learning.
- ❖ De la Maza, Gonzalo (2005). Tan lejos tan cerca: Políticas Públicas y Sociedad Civil en Chile. Lom Ediciones.
- ❖ Díaz, Javier y Salavarría Ramón (2003). Manual de Redacción Ciberperiodística. España, Ariel.
- ❖ Elías, Joan y Mascaray, José (2003) Más Allá de la comunicación interna: La Intracomunicación. Gestión 2000.
- ❖ Grijelmo, Álex (2008), El Estilo del Periodista. Taurus.

- ❖ Hernández, Fernández y Baptista (2006). Metodología de la Investigación. Mc Graw-Hill / Interamericana de México.
- ❖ Kapuscinski, Ryszard (2003). Los Cinco Sentidos del Periodista. Fondo de Cultura Económica.
- ❖ Kraft, Michael y Furlong, Scott (2007). Política Pública. Editorial Washington.
- ❖ Lahera, Eugenio (2002). Introducción a las Políticas Públicas. Breviarios- Fondo Cultura Económica.
- ❖ Leñero, Vicente y Marín, Carlos (2007). Manual de Periodismo. Tratados y Manuales Grijalbo.
- ❖ Martínez, José (1997). Curso General de Redacción Periodística. Madrid, Paraninfo.
- ❖ McLuhan, Marshall (1988). El Medio es el masaje. Paidos Studio.
- ❖ McLuhan, Marshall (1993). La Aldea Global.
- ❖ McLuhan, Marshall, Quentin Fiore (1997). El Medio es el mensaje. Editorial Paidos.
- ❖ Meny, Ives y Thoenig, Claude, Jean (1992). Las Políticas Públicas. Editorial Ariel.
- ❖ Pavlick, John (2005). El Periodismo y los Nuevos Medios de Comunicación. Paidos Ibérica.
- ❖ Poblete, Ibaceta, Marcela (2011). Periodismo y Políticas Públicas: una acción conjunta para el bien común. Universidad de La Serena.
- ❖ Quezada, María Isabel (1997). Notas Prácticas para la Investigación en la Comunicación. Universidad Diego Portales.
- ❖ Robbins, Stephen (2004). Comportamiento Organizacional. Antártica.
- ❖ Rodríguez, Darío (2004). Organizaciones para la modernización. Universidad Iberoamericana.
- ❖ Rodríguez, Mansilla, Darío (1996). Gestión Organizacional. Antártica.
- ❖ Romani, Cobo, Cristobal y Kuklinski, Pardo, Hugo (2007). Planeta web 2.0: inteligencia colectiva o medios fast food. Flacso México.
- ❖ Salavarría, Ramón (2010). ¿Ciberperiodismo sin Periodistas? 10 ideas para la regeneración de los profesionales de los medios digitales. Facultad de Comunicación Universidad de Navarra.
- ❖ Santibañez, Abraham (1994). Introducción al Periodismo. Los Andes.

- ❖ Shannon, Claude. E, Weaver, Warren (1949) The mathematical Theory Of Communication. The University Of Illinois Press Urbana.
- ❖ Sojo, Eduardo (2006). Políticas Públicas en Democracia. Fondo de Cultura Económica.
- ❖ Tejedor, Santiago (2007). La Enseñanza de Ciberperiodismo. España. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- ❖ Vera, Héctor V (2008), Periodismo e Ingeniería Social. Universidad de Santiago.

#### Bibliografía electrónica:

- ❖ Bettetini, Gianfranco y Colombo, Fausto (1995). Las nuevas Tecnologías de la Comunicación. Paidós Ibérica.
- ❖ Cardenas, Víctor (2013) Claves para un sitio web exitoso.  
[www.jmc.usm.cl/noticias/claves-para-tener-un-sitio-web-exitoso/](http://www.jmc.usm.cl/noticias/claves-para-tener-un-sitio-web-exitoso/)
- ❖ CEPAL (2005)  
[www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/21575/Políticas%20Publicas.esp.pdf](http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/21575/Políticas%20Publicas.esp.pdf)
- ❖ Chile hacia la sociedad de la información (1999):  
[www.guiadigital.gob.cl/sites/default/files/chile\\_hacia\\_sociedad\\_informacion.pdf](http://www.guiadigital.gob.cl/sites/default/files/chile_hacia_sociedad_informacion.pdf)
- ❖ Ciberprofesor: formador en la Aldea Global.  
<http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/202.pdf>
- ❖ Código de Ética Colegio de Periodistas de Chile: [www.colegiodeperiodistas.cl](http://www.colegiodeperiodistas.cl)
- ❖ Constitución Política de Chile: [http://www.senado.cl/constitucion-politica-capitulo-i-bases-de-la-institucionalidad/prontus\\_senado/2012-01-16/093048.html](http://www.senado.cl/constitucion-politica-capitulo-i-bases-de-la-institucionalidad/prontus_senado/2012-01-16/093048.html)
- ❖ Contenido web: <http://www.calitae.com/articulos/contenido-web.html>
- ❖ De la Maza, Gonzalo (2010). Construcción Democrática, participación ciudadana y Políticas Públicas en Chile.  
<https://openaccess.leidenuniv.nl/handle/1887/15360>
- ❖ De León, Peter. Revisión del proceso de las Políticas Públicas.  
[http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num\\_anteriores/Vol.VI.\\_No.I\\_1erse m/LP\\_Vol.6\\_No.I\\_1sem.pdf](http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.VI._No.I_1erse m/LP_Vol.6_No.I_1sem.pdf)
- ❖ Diseñando el Chile Digital del Bicentenario (2005).  
<http://www.gorecoquimbo.gob.cl/descargas/adigital/ad-mr.pdf>

- ❖ Dye, Thomas [www.politicapublica.cl/category/politicas-publicas/](http://www.politicapublica.cl/category/politicas-publicas/)
- ❖ Estadísticas El Mercurio: [www.elmercuriomediacenter.cl/como-y-cuanto-compran-los-chilenos-en-internet-estudio-de-um-revela-conductas-y-consumo-en-e-commerce-2012/](http://www.elmercuriomediacenter.cl/como-y-cuanto-compran-los-chilenos-en-internet-estudio-de-um-revela-conductas-y-consumo-en-e-commerce-2012/)
- ❖ Factores de una web con éxito: <http://www.calitae.com/articulos/factores-web-exito.html>
- ❖ Gil, Quim (1999). Diseñando el Periodista Digital (I).  
<http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
- ❖ Interfaz de usuario: [www.monografias.com/trabajos6/inus/inus.shtml](http://www.monografias.com/trabajos6/inus/inus.shtml)
- ❖ Lahera, Eugenio (2000). Reforma del Estado: un enfoque de Políticas Públicas.  
<http://old.clad.org/portal/publicaciones-del-clad/revista-clad-reforma-democracia/articulos/016-febrero-2000/reforma-del-estado-un-enfoque-de-politicas-publicas-1>.
- ❖ Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades N° 18.695:  
[www.leychile.cl/Navegar?idNorma=251693](http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=251693)
- ❖ Ley sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio de Periodismo N° 19.733: [leychile.cl/Navegar?idNorma=186049](http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=186049)
- ❖ Sobre Acceso a la Información Pública N° 20.285  
[www.leychile.cl/Navegar?idNorma=276363](http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=276363)

# Anexos

- Entrevista realizada a Juan Gallardo, Periodista de la Ilustre Municipalidad de La Serena

1. a ¿Los elementos utilizados en la página web facilitan la retroalimentación entre el municipio y la comunidad? ¿Por qué?

“Actualmente la página web del municipio de La Serena se está reestructurando, por ello, el diseño que presenta es básico, y las interacciones no son todas las que deseamos, pero se pueden encontrar la OIRS (Oficina de Informaciones Reclamos y Sugerencias) donde las personas a través de un formato tipo pueden generar una pregunta que ingresa al Departamento de Comunicaciones, el cual, lo deriva a la unidad pertinente la cual responde la inquietud y se forma una respuesta para el ciudadano; la otra vía de retroalimentación es a través de la pestaña de contacto que aparece sección de la página, una forma de interacción directa entre las inquietudes de la comunidad y cada repartición del Municipio, que va con copia al Departamento de Comunicaciones; adicionalmente las personas también pueden comentar las notas que aparecen en la página y hasta compartirlas por medio de las redes sociales; dentro de este aspecto también se puede mencionar que los artículos poseen un contador de lecturas por IP, lo cual nos permite conocer que información ha generado mayor impacto o interés.”

[www.laserena.cl/inicio/index.php/2013-02-14-14-29-39/contacto-oirs](http://www.laserena.cl/inicio/index.php/2013-02-14-14-29-39/contacto-oirs)

The screenshot displays the website interface for the Ilustre Municipalidad de La Serena. At the top, there is a red header with the municipal logo and name. A search bar is located in the top right corner. Below the header is a navigation menu with links: INICIO, LA SERENA, EL MUNICIPIO, SOCIAL, CULTURA, TURISMO, ACREDITACIÓN, SALA DE PRENSA, and TRANSPARENCIA. The main content area features a section titled "OIRS y Línea Directa" with a form for submitting inquiries. The form includes fields for "Pais" (Chile), "Nombres", "Apellidos", "Dirección", "Teléfono", "Comuna" (La Serena), "Propósito" (Sugerencia), "Email", and "Mensaje". A validation question "6 + 3 =" is present. The sidebar on the right contains a "Clima" section for La Serena showing 11°C, "Indicadores" (UF: 23.931,69, UTM: 41.801,00, Dólar: 550,72, Euro), and a "Día del patrimonio 2014" section with a video player.

1. a ¿Qué beneficios informativos entrega la página web a los usuarios?

“Dentro de los beneficios informativos que entrega la página se encuentra el quehacer municipal relativo a 6 áreas bases; educación, salud, cultura, turismo, Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO) y alcaldía.

Además informaciones audiovisuales a través de nuestro canal de YouTube. Programa o cartelera de actividades o servicios que realizará el municipio como algún evento musical o un proceso de esterilización de mascotas en un sector determinado.”

1. b ¿Cada cuánto tiempo se actualizan los contenidos y cuáles son los que se priorizan?

“El contenido informativo se actualiza diariamente y su volumen depende de la cantidad de notas cubiertas o generadas por las diferentes unidades del municipio o que cuentan con el patrocinio de este y su priorización es facultad de cada periodista que sube la nota, considerando como criterios la contingencia, por cantidad de visitas, compartida o comentarios.”

1. b ¿Con qué criterios se distribuyen los contenidos en la página web?

“En el caso de la municipalidad de La Serena hay 3 formas para distribuir contenido informativo, se puede incorporar a noticia destacadas, aquella que tiene mayor valoración, se encuentra con una foto desplegada de 720x480 inmediatamente al abrir la página; también se consideran la categoría de noticias secundarias, bajo las notas principales con una exposición mucho menor en cuanto a foto y solo registra el título de la misma. Adicionalmente también se puede determinar derivar inmediatamente una información a la pestaña de la unidad, por ejemplo si es de turismo podría ser

incorporada en esta sección considerando que el público al que va dirigido es especializado e ingresará directamente a esta sección si busca algo relativo a esta área.

Otra forma de visualizar contenido es a través de banner principal que mayoritariamente está vinculado a un mini sitio donde se puede encontrar información de un programa determinado o iniciativa municipal contingente”

2. a ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades de la página web?

“Las principales fortalezas son el nombre que posee, al llevar solo el nombre la ciudad es más fácil dar con ella, a través de los principales buscadores de internet, el posicionamiento del nombre dan como resultado sobre 200 ingresos (según Google) en un mes. Por otra parte el constante vínculo con las redes sociales permite relacionarse de una forma más rápida con la ciudadanía, incluso acercando a otros segmentos etarios que antes no accedían a la página.

En cuanto a las debilidades, no todas las pestañas de la página están disponibles en la actualidad, debido al rediseño que se está desarrollando; otra debilidad expresada por los propios usuarios, es la gran cantidad de hipervínculos que distrae la atención y dificulta encontrar la información deseada.”

2. a ¿Resulta más efectivo la comunicación con la comunidad a través de la página web municipal o por medio de las redes sociales? ¿Por qué?

“En la actualidad resulta más efectiva la comunicación por las redes sociales que por la página web, como mínimo en un día las redes sociales reciben 500 visitas en cambio la página web puede llegar a las 100. Otro aspecto a tomar en cuenta es la interacción que se genera, al portal institucional en promedio ingresan 10 mensajes, por su parte en las redes sociales esa cifra se puede registrar en unas horas.”



“Desde que asumió la administración municipal el alcalde, Roberto Jacob, nos solicitó fortalecer la utilización de las redes sociales, debido a la relación horizontal que se genera con la ciudadanía, además de la rápida retroalimentación que se forma. Basado en las cifras registradas en las plataformas que posee el municipios podemos afirmar que los serenenses prefieren las redes sociales a la página web, en el último años en promedio la cantidad de visitas a Facebook pueden llegar a ser 5 veces más que al portal institucional, llegando incluso a 15 mil visitas semanales. Cabe destacar que durante la evacuación preventiva por el terremoto de Iquique la red social fue el único mecanismo que sirvió para comunicarse con la ciudadanía y solo en esas horas de alerta el fan page del municipio recibió más de 70 mil visitas, transformándose en un ejemplo a nivel nacional que incluso la ONEMI regional resaltó.”

2. b ¿Cuál es el propósito que tiene la página web municipal hacia las personas de la comunidad?

“Entregar información del quehacer municipal, dar a conocer programas y servicios de la Casa Consistorial local, orientar a usuarios y cumplir con la ley de Transparencia. Actualmente se le está dando una nueva orientación, permitiendo profundizar antecedentes entregados por las redes sociales, por eso su vinculación es fundamental.”

2. b ¿Por qué el municipio ha incorporado el uso de las redes sociales en su página web como herramienta informativa?

“La incorporación de las redes sociales se hizo por la necesidad de generar nuevos y mejores canales de comunicación con ciertos sectores de la sociedad que por su rango etario o escasa disponibilidad de tiempo no podían acceder al quehacer municipal.

Las cualidades que poseen las redes sociales permiten inmediatez y la posibilidad de acceder a información de interés específico para los usuarios.

La utilización de las redes sociales ha transformado al municipio de La Serena en un referente de la aplicación de las nuevas tecnologías de la inmediatez en beneficio de la comunidad, con la finalidad de estar constantemente informando a los ciudadanos de lo que acontece. Hace poco más de un año la cantidad de seguidores del municipio en Facebook era un poco más de 4.000, actualmente tiene alrededor de 14.500 seguidores permanentes, en cuanto a Twitter eran 4.000 seguidores, actualmente son 11.300.

Cabe recordar que impulsar las redes sociales del municipio de La Serena se gestó a fines del 2010 cuando realice la práctica profesional en dicha institución, si bien en un inicio no se le dio la importancia que tendría actualmente el municipio es referente a nivel nacional, al estar entre los 3 fan page, de esta índole, con mayor cantidad de seguidores (Facebook-Twitter) y siendo el primero a nivel regional.

Descripción					
Clics en "Me gusta" Alcance Visitas Publicaciones Personas					
<b>Páginas en observación</b> Compara el rendimiento de tu página y tus publicaciones con otras páginas similares en Facebook.					
<input type="button" value="Agregar páginas"/>				<input type="checkbox"/> Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido	
Página		Total de "Me gusta" de la página	Nuevos "Me gusta" de página	Publicaciones de esta semana	Interacción de esta semana
1	 I. Municipalidad de Viña ...	22,7K 	▲ 0,6% desde la semana pasada	26	1,2K 
TÚ	 Municipalidad de La Ser...	14,5K 	▲ 1,9% desde la semana pasada	75	2,5K 
3	 Municipalidad De Coqui...	12K 	▲ 1% desde la semana pasada	24	547 
4	 Municipalidad de Conce...	2,7K 	▲ 1,6% desde la semana pasada	9	36
5	 I. Municipalidad de Santi...	2,7K 	▲ 1,6% desde la semana pasada	28	194 

El trabajo en las redes sociales del municipio fueron incluso resaltados por una destacada página web de publicidad.”

<http://www.redesignrepublic.com/2014/05/la-serena-un-ejemplo-de-branding/>

3. a ¿Se informa a la comunidad para que tenga conocimiento de la existencia de la web municipal y de los beneficios que esta entrega?

“En los afiches que despliega el municipio por la ciudad sobre las diferentes actividades que realiza, se incluye la página web y las redes sociales, adicionalmente también posee una frase radial que invita a las ciudadanía a ingresar a estas plataformas y a través de los pendones institucionales que están presentes en todas las actividades es posible ver como se difunde estas herramientas.”



3. a ¿Cuál es la prioridad con que publican la información destinada a beneficiar a la comunidad?

“Creemos que contantemente estamos entregando información que beneficia a la comunidad.”

3. b ¿A través de que contenidos el municipio informa a la comunidad sobre las Políticas Públicas?

“A través de notas, banners de la página web y por medio de campañas comunicaciones como, la tenencia responsable de mascotas, Serena y Limpia, tarea de todos y el sistema de seguridad ciudadana.”

3. b ¿A través de qué medios se educa a la comunidad sobre las Políticas Públicas?

“Prensa escrita, rutas radiales, campañas publicitarias, spot televisivos, animaciones y a través de jornadas en terreno donde diferentes unidades del municipio se dirigen a sectores de la comuna para orientar y dar a conocer a la ciudadanía sobre los políticas impulsadas por este.”