

Internet y Estado LOS FEUDOS VIRTUALES

Griselda Casabone

Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

gri_casabone@yahoo.com.ar

*Las redes tecnológicas y de información han llegado a todas partes.
Ahora sólo hace falta saber hasta dónde es capaz de llegar el hombre.*
Francisco Sierra Caballero- Utopía de la comunicación

Coordino la Unidad de Comunicación e Imagen que depende de la Subsecretaría de la Gestión Pública, organismo de reciente creación. Las autoridades le han dado a la comunicación, y especialmente a la comunicación virtual, un impulso digno de destacar porque, contrariamente a lo que ocurre en el Estado, la consigna es compartir toda la información que se genera en el área, pensar en perfiles de destinatarios, y con las limitaciones propias de los espacios de poder, correr la impronta desde la imagen del funcionario a las necesidades de sus públicos.

Sin embargo, en la producción cotidiana del sitio web institucional encuentro ciertas dificultades para articular las lógicas de los actores que dialogan en el proceso: el funcionario político, los diseñadores, los comunicadores y periodistas, el resto de los participantes de la institución que, de una u otra manera, producen insumos para *la página*.

Cómo debe ser un sitio público, qué características formales y de contenido debe reunir, cuál es la índole de los servicios que debe ofrecer, cómo debe articular con el resto de los sitios oficiales, es conveniente regular la red pública, hasta dónde, qué lugar va a tener en su concepción y diseño la ciudadanía, al servicio de quién o quiénes está la red pública, cuál y cuánta información es pertinente, cómo debe ser su textualidad. Estas son algunas de las preguntas que me surgen cuando en la práctica cotidiana los sujetos de la organización negocian sentidos en torno de la percepción que cada uno tiene sobre *lo que debería ser Internet*, sin haber puesto nunca en común la identidad de la red pública ni su sentido.

Mucho se ha dicho del impacto de las nuevas tecnologías en las sociedades contemporáneas. Poco se dice, en cambio, sobre las formas en que las tecnologías atraviesan la gestión de las organizaciones y con qué efectos para sus promotores y para la ciudadanía en general. Menos, mucho menos, se ha dicho sobre tecnología y Estado; es decir: de qué manera Internet puede servir para promover comunicación o más (tecno) burocracia.

Con el objeto de aportar al diálogo interdisciplinar y poner en cuestión las formas de gestionar una de las variantes de la comunicación pública, me interesa observar el desarrollo web en el Estado bonaerense con dos objetivos: a) develar los rasgos – y riesgos- de la gestión virtual pública y la forma en que dialoga – o no- con la administración real, y b) en el proceso, iniciar la exploración sobre el modelo de comunicación que promueve.

Me había propuesto comenzar el recorrido a través del análisis de los portales web que publica la Provincia en su página oficial (www.gba.gov.ar/organismos), por dos razones: a) la mayoría de los organismos bonaerenses tiene su página web; b) las páginas son públicas, por ello, a diferencia de otras prácticas de comunicación, no es necesario ir a su encuentro: se ofrecen a la mirada, están “allí” para ser utilizadas, pero también para ser observadas y criticadas.

Sin embargo, se ha señalado con razón que esta lectura sólo de manera “parcial e indirecta evidencia los procesos de cambio que tienen lugar en el seno de las organizaciones públicas. No permite, pues, una gran profundización en la exploración de la integración o relación entre los procesos *online* y los procesos *offline* (...) para analizar los fenómenos del ciberespacio a partir de su conexión con prácticas sociales y no como meros hechos autónomos (para) acceder al interior de la administración” (1).

Por ello me pareció más interesante, antes que describir las características formales y de contenido de los portales, sistematizar en esta oportunidad algunos aspectos aún dispersos e inciertos de la gestión de los sitios web, porque entiendo que, indirectamente, desde allí, también podremos comenzar a intuir el modelo de comunicación que los sostiene.

Cuál es el marco legal que regula la edición y funcionamiento de las páginas oficiales en la provincia de Buenos Aires; cuál es el organismo rector en la materia; cuáles son los criterios de diseño, publicación e interacción que se establecen para los organismos desde la Provincia; a qué áreas les corresponde la responsabilidad de la administración en cada organismo y cómo es el proceso de gestión de contenidos; qué lógicas dialogan en los sitios; qué características debería reunir un sitio oficial para lograr la “inclusión ciudadana”; de qué manera los sitios se constituyen en zonas de continuidad o ruptura con la organización real, son algunas de las preguntas que habrá que comenzar a responder más temprano que tarde, porque estaríamos ingresando, desde lo virtual, a la densa trama de la comunicación institucional de una organización que expresa, para bien o para mal, el fundamento

de nuestra vida comunitaria.

Lo que hay

El sitio www.gba.gov.ar corresponde al portal general del gobierno bonaerense. Allí, desde la solapa *ORGANISMOS* del *home*, se puede acceder al resto de los sitios oficiales de la Provincia.

Además del de Gobernación, la Provincia cuenta con 34 sitios, distribuidos según el siguiente detalle:

10 ministerios (Gobierno, Economía, Infraestructura, Vivienda y Servicios Públicos, Seguridad, Justicia, Asuntos Agrarios, Producción, Salud, Trabajo, Desarrollo Humano);

3 con rango ministerial (Dirección General de Cultura y Educación, Jefatura de Gabinete, Secretaría General de la Gobernación);

3 secretarías (Prensa y Comunicación Social, Derechos Humanos, Turismo y Deporte (2), Política Ambiental);

1 Subsecretaría (Atención a las Adicciones);

Otros organismos 2: CIC y Escribanía General de Gobierno;

6 organismos de la Constitución (Asesoría General de Gobierno, Contaduría General, Fiscal de Estado, Tribunal de Cuentas, Junta Electoral, Tesorería General);

9 entes autárquicos (FERROBAIRES, IPS – Ministerio de Trabajo-, Instituto Provincial de Lotería y Casinos, IOMA, Dirección de Vialidad, Autoridad del Agua, CEAMSE, CUCAIBA) (3).

Además de los enunciados, existen otros sitios “autónomos” (4) aunque el organismo depende de otro de rango superior: Banco Provincia y Rentas (Economía), IPAP y Subsecretaría de la Gestión Pública (el primero depende del segundo, que a su vez depende de la Secretaría General), Servicio Penitenciario y Patronato de Liberados (ambos del Ministerio de Justicia), Círculo Policial y Caja de Retiros, Jubilaciones y Pensiones de la Policía, Casa de la Provincia (Jefatura de Gabinete); BAE Exporta, FOGABA, COMPREBONAERENSE, CONSUMOCUIDADO – Defensa del consumidor (Producción); Teatro Argentino (Instituto Cultural).

En el relevamiento que llevé a cabo para la realización de este trabajo no me resultó sencillo identificar al organismo responsable de la coordinación de los sitios web provinciales. Muchas dependencias vinculadas al menos *teóricamente* con la materia (Prensa, Dirección Provincial de Informática, Jefatura de Gabinete), no pudieron ofrecer información precisa; derivaban la responsabilidad sin atinar a precisar el organismo rector. El dato surgió de una deducción personal y a partir de la lectura del plan estratégico del Consejo de Gobierno Electrónico creado en 2002 (mediante Decreto N° 1824 de 2002), y que depende orgánicamente de la Secretaría General de la Gobernación.

A través de un contacto informal me señalaron que si bien es cierto que el ámbito de aplicación es Gobierno Electrónico, que la coordinación de las páginas web constituye uno de los ejes principales de su plan estratégico y lograron algunos avances (pago de facturas, guía única de trámites, por ejemplo), la cuestión se vio limitada por varios factores propios de la gestión y que no se van a producir mayores avances en este período “debido a la gran cantidad y variedad de objetivos y temas a cubrir por el e-Gobierno”, entre las que Internet es una más (5).

Tan natural

Como ocurrió en muchas organizaciones, los sitios se fueron configurando *naturalmente*, sin un criterio explícito, al amparo de la novedad y tal vez de la idea remanida de que “si no estás en la red no existís”, y tanto el diseño como los contenidos y la publicación quedaron librados a la impronta que el área que lideró el proceso en cada organismo le dio a la materia.

El propio Estado reconoce la situación: “A lo largo de los últimos años, los diferentes organismos de la Provincia han desarrollado una enorme cantidad de aplicaciones y sitios de Internet. La gran mayoría de ellos fueron elaborados para cumplir con las responsabilidades sustantivas de cada ente o para brindar información institucional a los habitantes. Estos proyectos se han generado internamente, a veces sin participación ni objetivos de las autoridades políticas pero, por su misma génesis, responden adecuadamente a las necesidades del organismo o de alguna de sus partes. También, por haber sido generados en forma interna, no contemplan el uso potencial de sistemas similares de otros organismos y son habitualmente soluciones ad hoc que no tienen en cuenta la interacción con otros organismos provinciales, municipales o nacionales. Un análisis sistémico del inventario de estas aplicaciones revela que, en general, no necesariamente responden a las necesidades del Estado Provincial en su conjunto y, menos aún, a los requerimientos y demandas de los habitantes (6).

Recién en junio de 2002 – y de la mano de la creación del Consejo de Gobierno Electrónico- se generó la primera iniciativa vinculada con las páginas web provinciales. A través del Instituto Provincial de la Administración Pública (IPAP) la entonces Secretaría para la Modernización del Estado convocó al seminario taller “Imagen, comunicación e identidad institucional de la web

provincial”, destinado a los “agentes que se desempeñan en áreas de Prensa, Comunicación, Diseño Gráfico, Ceremonial y Comunicación Interna de las distintas jurisdicciones y organismos de la Administración Pública Provincial”.

Aunque el objetivo general del encuentro fue tan amplio como “conocer los lineamientos de la Comunicación Institucional en la Administración Pública Provincial”, los objetivos específicos se limitaron a: “implementar el Manual de Normas de Estilo provincial” y “conocer y aplicar la imagen institucional en los organismos públicos provinciales”.

Participaron alrededor 30 asistentes de dieciséis organismos, la mayoría diseñadores en comunicación visual, informáticos, analistas de sistemas, administrativos con conocimientos en sistemas.

No quiero detenerme, hoy, en la evaluación de esta jornada. Señalo, simplemente, algunos aspectos que entiendo relevantes para el análisis: 1) es la primera actividad que se propone explorar la cuestión vinculada a la web provincial; 2) aunque el objetivo de la convocatoria se refiere a procesos comunicacionales, en realidad se procuran el desarrollo de a) instrumentos, b) vinculados con la imagen; 3) el perfil de los asistentes y de las áreas que se apropiaron del desarrollo web da indicios de la tendencia que portó Internet desde su ingreso a los organismos: más énfasis en el medio que en la comunicación en sentido amplio; 4) ofrece argumentos en torno de la tesis que sostengo en el sentido de la falta de planificación, con la consiguiente anarquía comunicacional, superposición (y a veces confrontación) de servicios e información, irregularidad de productos, énfasis más en lo tecnológico y visual, y cierto abandono de la gestión a la iniciativa, voluntad y competencias de algunos agentes sobre temas que son de interés social.

A la luz de la movida modernizadora que impulsaba el –entonces flamante- Gobernador Solá, durante prácticamente tres meses los webmaster interesados se reunieron y con el apoyo del equipo del IPAP, establecieron y aplicaron algunos criterios compartidos sobre todo vinculados con el diseño (cabezal, botoneras, colores, navegabilidad, lenguaje html), y se discutió superficialmente la cuestión de los contenidos: qué servicios ofrecer, las actualizaciones, el conocimiento que los administradores de la web debían tener sobre la organización, etc.

Aunque este encuentro fue valioso porque a) permitió comenzar a nombrar la/s forma/s en que Internet se mezclaba con la administración pública para bien o para mal, b) se conformó una red informal entre algunos de los participantes de aquel encuentro y c) se gestó el primer manual que intenta dar un marco al diseño web (Manual de uso y aplicaciones gráficas de la marca institucional – Anexo sitios web) (7), no fue capitalizado por las autoridades como posibilidad de a) implementar una política integral sobre el desarrollo web en la Provincia; b) articular una red que fortaleciera los sitios de los organismos y con ello, una de las formas con mayor proyección dentro de la comunicación Estado/Sociedad.

Un nuevo medio, una nueva cultura

La red es, a todas luces, un desafío para las organizaciones públicas: les ofrece la oportunidad de un contacto directo, más horizontal y cercano con los ciudadanos, de una interacción que supera las limitaciones que impone la mediación de la Prensa en el encuentro entre administración / administrados.

Pero también exige una nueva actitud: actualizar las formas de gestionar la comunicación institucional y revisar los modelos desde los cuales se vincula con los ciudadanos y concibe el ejercicio del poder.

El plan de e-gobierno que mencionamos evidencia el reconocimiento de la gestión Solá (aunque desde la perspectiva de *la Nueva Gerencia Pública*) de la potencialidad de Internet como medio para optimizar el servicio público y mejorar la interacción entre el sector público y los habitantes, a partir de la generación de servicios centrados en la ciudadanía.

Incluso avanza en un objetivo superador de cierta forma tradicional de entender la gestión de la cosa pública. “El objetivo que se persigue es promover la transformación del actual modelo burocrático de gestión gubernamental en un modelo de gestión en red. Es decir pasar del modelo vertical, autónomo y focalizado en las necesidades internas del Gobierno y de sus organismos, funcionando como ‘feudos’ o ‘silos’, a un modelo de gestión coordinado e integrado, orientado a servir a los ciudadanos, las comunidades y las empresas”, promete el proyecto (8).

Finalmente, enfatiza que “la tecnología no es un fin en sí misma sino que representa un medio, o herramienta, para concretar la visión de un Estado moderno, eficaz y eficiente”.

La pregunta es, luego de cuatro años, cuánto de este discurso se asume realmente como política de Estado y desde qué idea de ciudadanía.

Porque Internet se fue configurando en la Provincia “naturalmente”, sin criterios determinados a priori, tal vez parezca extemporáneo preguntar qué y cómo debe ser un portal público. Sin embargo, entiendo que es una pregunta esencial, porque la pregunta por la identidad permite pensar Internet no como producto, aislado de la gestión, como pura tecnología, sino como proceso mediante el cual la organización real articula con la virtual, reconceptualizando la idea de ciudadano y de servicio público. También porque permite asumir la dimensión claramente política y no meramente instrumental de este vínculo: “entender a

Internet supone no sólo competencias ingenieriles o matemáticas –indispensables por otra parte– sino sobre todo una comprensión detallada del intrincado juego de fuerzas políticas, económicas sociales y culturales que subyacen en su genealogía y devenir” (9).

Por ello, y aunque a esta altura del desarrollo web mundial se pueda afirmar que un portal debe garantizar a los ciberusuarios, básicamente, accesibilidad, navegabilidad, legibilidad, estas condiciones, aunque necesarias, son insuficientes si quien media entre tecnología y ciudadanía es el propio Estado.

¿Qué tipo de red estatal requieren los bonaerenses? ¿Qué le será de mayor utilidad a la hora de satisfacer una necesidad de información: tantos portales como organismos – escenario que lo obligará a adivinar qué organismo ofrece tal o cual servicio con la dispersión de tiempo y energías- o un portal integrado horizontalmente por todos los organismos que resuelva sus inquietudes en una relación calidad / cantidad / celeridad que lo beneficie, o ambos?, ¿qué áreas deben coordinar los sitios y conformados por qué disciplinas?, ¿cómo podrían conciliarse las legítimas aspiraciones de los funcionarios de informar sobre sus acciones de gobierno con las necesidades comunicacionales de los ciudadanos?, ¿cómo evitar que la tecnología *aplaste* al ciudadano?, ¿cuánta información es susceptible de procesar?, ¿cómo tienen que ser los textos web?, ¿cómo lograr que, aprovechando las ventajas de Internet pueda revisarse el modelo de gestión burocrático que lo sostiene y que es, en definitiva, al que se enfrenta finalmente el ciudadano, cuando desde el espacio virtual ingresa a la organización real?

Tengo para mí que más allá de la proliferación de sitios, más que una necesidad genuina de generar interactividad con la sociedad, Internet muestra, pone en evidencia, exhibe en su apertura al mundo, ciertas rutinas en la forma de entender el servicio público y la relación con la ciudadanía.

Los portales oficiales reproducen, con variantes, *la cultura de la información* en el sentido que Galindo (10) le da al concepto: espacios que, concebidos desde la lógica del emisor (que es siempre el lugar del Poder) construye un destinatario pasivo al que paternal, unilateralmente (a veces con innegable buena voluntad), se le ofrecen los servicios y la información “que necesita”. En general, y quizá incluso con el noble propósito de transparentar la gestión, el ciudadano va a encontrar, junto con cierta información útil y necesaria (que ya es un servicio, reconozcamos, en una cultura históricamente reacia a compartir información), un cúmulo de datos a veces excesivos, inoportunos, autopromocionales (el organigrama, los últimos actos del funcionario/a, los planes y programas completos, las misiones y funciones), que enredan al usuario y le generan frustración al momento de encontrar lo que realmente busca. “La forma información supone sujetos que operan sobre objetos, y de objetos que operan sobre sujetos como objetos de otros sujetos”, afirma Galindo y en el juego de palabras enuncia una concepción del mundo cuando el empeño se queda en la transmisión de data, por más útil y oportuna que sea.

La *cultura de la comunicación*, por el contrario, “mueve hacia al otro y reduce la importancia del yo, promueve la interacción, el contacto, la colaboración, la solidaridad. Si el mapa social de los actores sociales no incluye el contacto con otros como central, la cultura de comunicación es baja, y por tanto la cultura política no se configura en una tendencia horizontal, sino más bien vertical, de dominantes y dominados, de sujetos y objetos, nunca de sujetos con sujetos, de iguales” (11).

Desde esta perspectiva, son pocos los sitios oficiales de la Provincia concebidos desde la cultura de la comunicación, que logren salir de la gestión vertical y unidireccional (más allá de algunas cuestiones cosméticas que, creo, tienen que ver más con la naturaleza desregulada de la red que con un objetivo político expreso), que ofrezcan espacios para el debate y la participación, que permitan el diálogo serio y maduro entre representante y representado y que sean capaces de dar cuenta de las necesidades comunicacionales de ambos. No se explotan las posibilidades comunicacionales de Internet (interactividad, personalización, multimedialidad, hipertextualidad, directo permanente, abundancia, multimediación) (12) y se deja al usuario -que ve en la red la posibilidad de un reconocimiento que la organización real suele negarle- como única alternativa de participación alguna incierta dirección de correo electrónico.

Por ello, antes que revisar la pertinencia de los sitios oficiales, su funcionalidad y eficacia, su diseño y la forma en que se ubica la marca provincial en el cabezal, tal vez sea conveniente realizar algunos acuerdos previos no ya sobre los cómo, sino más bien sobre los qué y los quiénes. Y los para qué.

Menos fincas, más red

No pretendo sobrestimar la capacidad comunicacional de Internet; se trata ni más ni menos que de un medio tecnológico que viabiliza la comunicación humana, cuyas posibilidades están todavía en pañales (13). Pero no se puede negar su presencia y crecimiento dentro de la gestión estatal ni tampoco desconocer que permite intuir desde lo virtual la organización real, porque, de alguna manera, es *una pantalla* que amplifica las rutinas comunicacionales que fueron configurando históricamente al Estado (14).

Como una suerte de Gran Hermano al revés, ahora el Estado es observado permanentemente y, tal vez sin que nadie se lo haya propuesto, permite el ingreso de la ciudadanía a los vericuetos de la administración de los que fue puesta siempre al margen.

No tengo recetas pero sí propuestas:

1. Asumir la potencialidad comunicacional de la red y la posibilidad que ofrece, en su horizontalidad y universalidad, de promover democracia y más y mejor ciudadanía. En este sentido, más que una manifestación de buenos deseos, su promoción debe integrar la agenda estatal desde una perspectiva menos centrada en la transmisión que en la promoción social. Para ello será necesario conocer profundamente su topología (la "arquitectura espacial") y las reglas que regulan su emergencia, crecimiento y expansión / declinación (15).
2. Reconocer que Internet, como todos los espacios de comunicación humana, requiere de múltiples actores y no sólo de los *decididores* de turno: es uno de los únicos medios (a diferencia de las *newsletter* y otros similares que se agotan con la gestión) que tiene continuidad. El desafío, entonces, está, más que en un diseño atractivo y *marketinero*, en instalar la página en la cultura del organismo y de los actores que dentro de la lógica de funcionamiento burocrático son quienes le darán continuidad (16). Convocar a referentes estratégicos dentro de las diversas áreas del Estado vinculadas con la materia para redefinir la concepción de una red virtual estatal y reordenar su funcionamiento.
3. Establecer sin ambages un área rectora a la que todos los actores, especialmente la ciudadanía (pero también los responsables de su diseño y publicación, muchas veces idóneos, sin capacitación adecuada o actualizada) pueda recurrir cuando el medio presente contradicciones, y que esta área ofrezca algo más a los ciberciudadanos que manuales de uso de la marca (a la que erróneamente se llama "identidad"), el tipo de botoneras o los colores o tamaño de la tipografía. Resulta al menos llamativo que la naturaleza históricamente prescriptiva del Estado descuide la administración de este poderoso medio y prescinda de regulación y contralor, dentro de la lógica naturalmente *desregulada* de la red. Contrariamente a lo que se enuncia, la ausencia de referente en la materia o el énfasis regulatorio sobre aspectos superficiales, favorece la proliferación de "feudos" o "silos", como los que se viene a batallar en la administración real.
4. Alinear la organización virtual con la real de suerte que la brecha entre las energías puestas en los sitios no intensifiquen la percepción de ineficiencia y lentitud que campea sobre la administración convencional. Quizás una buena oportunidad para transformar el "modelo burocrático de gestión gubernamental en un modelo de gestión en red", como se proponen las autoridades.
5. Revisar las ideas de "participación", "interactividad", "inclusión" que se asocian a la gestión web y que se asumen *naturalmente* cuando se publica un sitio. La interactividad es una (des)ilusión –mera *hiperactividad*– si se limita a la saturación de enlaces e invitaciones a bajar documentos y enviar correos. Por el contrario, la interactividad es "la posibilidad de que un sistema de comunicación suministre diferentes respuestas de acuerdo a las diferentes acciones del usuario" (17). Por otra parte, y no menor, involucrar a los ciudadanos en la marcha de los asuntos públicos puede ser, también, una oportunidad para legitimar la gestión (18).
6. Pensar creativa e integralmente la gestión web para potenciar su capacidad comunicacional y de promotora de ciudadanía: páginas según perfiles y no según organigrama estatal, foros, encuestas, buzones de opiniones, debates públicos sobre temas de interés comunitario, convocatorias a campañas sociales (donación de órganos, de sangre, emergencia vial, colectas, búsqueda de ciudadanos). Como se ha señalado, el abordaje de Internet desde una perspectiva integradora "requiere el desarrollo de nuevas habilidades para sustituir las percepciones ausentes, acostumbrarse a hablar en otros lenguajes".

En Utopía de la comunicación su autor sostiene que "se impone la epistemología de la red" e indica un camino posible para pensar el vínculo inescindible entre tecnología y calidad democrática: "Plantear pues el problema de la democracia en la civilización tecnológica y comprender el sentido de la ciencia y la técnica como recursos informacionales en la estructuración de los mundos de vida y lo social exige renunciar al campo más corto, y por lo tanto sin salida, de la línea recta (producción) para abordar directamente la realidad compleja de la era de la información en un ejercicio prospectivo que desmitifique la topología imaginaria de los caminos trillados con el fin de proyectar otros caminos posibles, no comunes ni reales sino utópicos".

Notas

- (1) Urgell Plaza, Ferran; Welp, Yanina, Aibar Puentes, Eduard, ¿De los portales públicos a la administración-red? Un estudio de caso sobre e-governance, <http://www.uoc.edu/in3/pic/cat/pic4.html>
- (2) Turismo y Deporte constituyen un caso particular dentro de los web bonaerenses: aunque se ingresa por la misma dirección, en el *home* se dividen (Turismo / Deporte), como si se tratara de dos organismos.
- (3) No consta OCEBA (Organismo de Control de Energía Eléctrica de la Provincia de Buenos Aires, www.oceba.gov.ar), ente autárquico que está en la

órbita del Ministerio de Infraestructura, Vivienda y Servicios Públicos.

(4) Definimos con esta categoría aquellos dominios que no reconocen en su URL al organismo madre.

(5) Mientras finalizo este trabajo surgió un proyecto de decreto que desplazaría la supervisión desde la Secretaría General al área de Prensa y Comunicación.

(6) Decreto 1824/2002 - Aprueba el Plan estratégico de gobierno electrónico para la provincia de Buenos Aires. Crea el Consejo de Gobierno Electrónico. 2 de agosto de 2002. El subrayado es nuestro.

(7) En realidad, el manual se detiene especialmente en las formas en que la marca institucional (isologotipo provincial) debe incorporarse en las páginas oficiales. A partir de allí, realiza una serie de aportes en torno de: banda institucional, colores provinciales, tipografías, estilo de botones y gráficos, esquema general de las páginas, página inicial y secundarias, menú desplegable y elementos adicionales

(8) El subrayado es nuestro.

(9) Piscitelli, Alejandro, "La red como ecosistema virtuoso/vicioso", II Congreso Online ¿Hacia qué Sociedad del Conocimiento? del Observatorio para la CiberSociedad, www.monografias.com/trabajos903/web-ecosistema-vicioso/web-ecosistema-vicioso.shtml.

(10) Galindo Caceres, Jesús, Cultura política, comunicación y democracia, Razón y Palabra (*Primera revista electrónica en América Latina especializada en tópicos de comunicación*). Número 7, Año 2, junio – agosto 1997.

(11) Aunque se refiere especialmente a los medios masivos virtuales británicos, Ann Light, desde la Universidad de Sussex distingue dos modelos de interactividad: uno, al que denomina "inclusivo", en el que la contribución del usuario tiene un efecto en el medio; y uno que designa como "autoritario", en el que la participación está desvinculada del producto informativo y tiene una orientación más de servicio. El medio persigue reforzar su posición de referencia. Aunque no serían excluyentes, el primero transforma a las audiencias en participantes potenciales, mientras que el segundo las transforma en consumidores individuales (Tomado de "Comunicación y digitalización. Nuevos paradigmas sociales frente a ciertas prácticas de la interactividad en los medios online", por Tatiana Millan Paredes y otro, en www.cibersociedad.net). En este sentido, entendemos una correspondencia con el modelo de cultura comunicacional e informativa, respectivamente, que propone Galindo.

(12) Orihuela, José Luis, Internet: nuevos paradigmas de la comunicación, Jornadas REDCOM - La formación en el Periodismo y la Comunicación Social en la Convergencia Digital, Buenos Aires, 15 y 16 de noviembre de 2002, www.redcom.org

(13) Incluso sería interesante generar indicadores que permitan conocer con más precisión la cantidad cierta de usuarios que cuentan con tecnología para acceder a la red y de ellos cuántos incursionan efectivamente en los sitios oficiales.

(14) Es interesante observar, al respecto, que en muchas ocasiones la organización real "arde" en términos de la opinión pública (motines, gremios que comprometen los servicios, acciones reprochables de algún funcionario, servicios de dudosa eficiencia, etc.) mientras las páginas oficiales no hacen una sola mención para informar a la ciudadanía y ofrecer otra (su) versión de los hechos, subrayando con el silencio lo que no se puede o quiere nombrar. Internet resignifica y potencia esta forma sesgada (y disociada) de entender la comunicación pública.

(15) Piscitelli, op. cit.

(16) Son muy pocos los sitios oficiales, por ejemplo, que visibilizan a los públicos internos. Los internautas llegan a un sitio y permanecen en él cuando sienten que ese espacio le da algo que necesita: ¿qué razones moverían a un trabajador a visitar y comprometerse con el devenir de la página de su organismo si *no se encuentra* allí, si la página habla desde y para otros? La participación activa se genera promoviendo pertenencia: nombramientos, capacitaciones, llamados a becas y concursos, negociaciones colectivas, inducción, novedades de obras sociales y servicios a los trabajadores, etc. Aquí es donde aparecen claramente la tensión con la organización real: esta información de interés circula escasamente de manera formal; por lo general el trabajador debe ir a su encuentro o recurrir al periódico o medios alternativos.

(17) La definición corresponde a L. Codina ("La prensa electrónica en Internet y el futuro de los medios de comunicación", en *Information World* en español) y es citado por Millan Paredes y otro, en la obra ya mencionada.

(18) Ase, Iván, El futuro de la modernización administrativa del Estado: de la ilusión tecnocrática a la reconstrucción de lo público, Segundo Congreso Argentino de Administración Pública. Sociedad, Estado y Administración. S/d.