



Diciembre 2001 -  
Enero 2002

## El canal de televisión del Congreso de la Unión y la sociedad mexicana

Número Actual

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Novedades

Ediciones Especiales



Carr. Lago de  
Guadalupe Km. 3.5,  
Atizapán de Zaragoza  
Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13  
Fax. (52) 58 64 56 13

Por *Javier Esteinou Madrid*  
Número 24

### I.- SURGIMIENTO DEL CANAL

Con el fin de cumplir con su función de informar a la sociedad mexicana sobre las actividades que realiza el Poder Legislativo, el Congreso de la Unión creó formalmente el 28 de agosto del 2000 el Canal de Televisión del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos como un órgano de comunicación de Estado, de servicio público. Así, el Canal nació a la luz pública como la Visión del Diálogo, un medio que vincula al Congreso con la sociedad mexicana.

El Canal de Televisión tiene como objetivos primordiales, por una parte, la de ser instrumento para "hacer la reseña y la más amplia difusión de los actos a través de los cuales el Congreso lleva a cabo el cumplimiento de las funciones que la Constitución, la Ley Orgánica y las demás leyes le encomiendan. Por otra, contribuir a informar, analizar y discutir pública y ampliamente los problemas de la realidad nacional vinculados con la actividad legislativa" 1.

### II.- MISION DEL CANAL

Para cumplir con la responsabilidad de medio de comunicación de Estado de servicio público, el Canal sigue los siguientes principios fundamentales:

- a) Contribuir a colocar en el espacio público los intereses de la Nación por encima de los intereses particulares o de grupo, en el marco de la pluralidad democrática y la tolerancia;
- b) Considerar a la información y al conocimiento de la realidad nacional como un bien y un derecho público a las cuales han de acceder y ejercer todos los mexicanos y mexicanas;
- c) Informar a la sociedad mexicana bajo los principios de objetividad, veracidad, imparcialidad, ética, pluralidad, equidad y oportunidad;
- d) Fomentar que la difusión, el análisis, la discusión y el debate de los problemas nacionales, para fortalecer la opinión pública, se realice con plena libertad y tolerancia;
- e) Contribuir al fortalecimiento educativo y cultural que requiere el avance del país y fomentar el desarrollo de la cultura cívica y política en la sociedad; con énfasis, en la población infantil y juvenil;
- f) Fomentar la paz, los valores humanos y sociales universales garantizados por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;
- g) Construir un vínculo entre el Congreso, los órganos que lo integran y la sociedad, que permita establecer una mutua, sólida y fluida relación de información entre ambos;

h) Informar, analizar y discutir pública y ampliamente los diversos aspectos de la realidad nacional en los términos de la fracción c;

i) Promover la libre expresión de las ideas y fomentar un permanente debate político ciudadano sobre los temas vinculados con la actividad legislativa;

j) Coadyuvar a difundir el pensamiento, la cultura, las ciencias y las artes en sus diversas manifestaciones; y

k) Contribuir a difundir la actividad legislativa y parlamentaria de los órganos legislativos de las entidades federativas 2.

### III.- PROGRAMACION Y TRANSMISION

Para alcanzar sus objetivos informativos, el Canal ha transmitido del 28 de agosto del 2000 al 31 de mayo del 2001 un total de 2,364:25 horas de programación sobre actividades legislativas, parlamentarias y otras acciones complementarias que realiza el Congreso (Cuadro 1 y gráfica 1).

La programación producida y transmitida en esta primera etapa del operación del Canal, ha estado compuesta por actividades legislativas de ambas Cámaras, sesiones y comisiones de trabajo, programas de participación legislativa (Los Puntos Sobre las Ies, Debate Legislativo, En Tiempo y Forma y Rumbo al Parlamento de Mujeres), comparecencias, resumen legislativo, notas informativas, cápsulas históricas y programas de contenido cultural y educativo, mediante convenios de colaboración con diversas instituciones, como Canal 22, el Instituto Federal Electoral (IFE), TV-UNAM, la Dirección General de Televisión Educativa de la Secretaría de Educación Pública (DGTE) y el Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) 3.

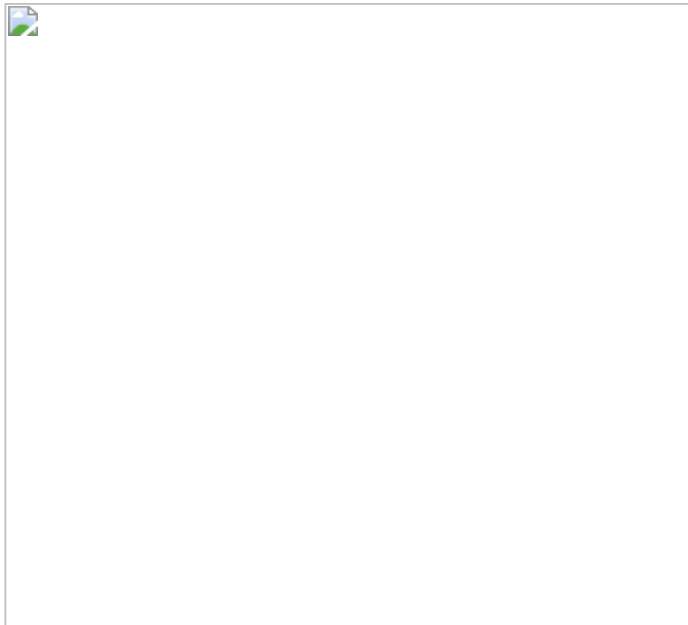
Contabilizando la programación del 28 de agosto del 2000 al 31 de mayo del 2001, las transmisiones difundidas se distribuyeron en los siguientes géneros informativos: sesiones 51 %, comisiones 31 %, producción especial 8 %, difusión de otras instituciones 5 % y comparecencias 5 % (Cuadro 2 y gráfica 2).

CUADRO No. 1.  
TOTAL DE HORAS DE PROGRAMACION TRANSMITIDAS POR  
EL CANAL DE TELEVISION DEL CONGRESO  
DE LA UNION  
(28 de Agosto del 2000 al 31 de Mayo del 2001).

PERIODO	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	TOTAL DE HORAS TRANSMITIDAS	%
Agost- Sept.	28/08/2000	29/09/2000	298:56	13
Octubre	02/10/2000	31/10/2000	222:24	9
Noviembre	01/11/2000	30/11/2000	207:58	9
Diciembre	01/12/2000	29/12/2000	229:43	10
Enero	02/01/2001	31/01/2001	226:56	10
Febrero	01/02/2001	28/02/2001	203:08	9
Marzo	01/03/2001	31/03/2001	265:15	11
Abril	01/04/2001	30/04/2001	299:01	13
Mayo	01/05/2001	31/04/2001	411:04	16
		<b>TOTAL</b>	<b>2,364:25 horas</b>	<b>100</b>

Fuente: *Departamento de Ingeniería del Canal del Congreso*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

GRAFICA No. 1.  
TOTAL DE HORAS DE PROGRAMACION TRANSMITIDAS POR EL  
CANAL DE TELEVISION DEL CONGRESO DE LA UNION.  
(28 de Agosto del 2000 al 31 de Mayo del 2001).



Fuente: Departamento de Ingeniería del Canal del Congreso, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

CUADRO No.2.  
NATURALEZA DE LA INFORMACION TRANSMITIDA POR CANAL DE TELEVISION DEL CONGRESO POR GENEROS.  
(28 de Agosto al 31 de Mayo del 2001)

<b>GÉNEROS INFORMATIVOS DIFUNDIDOS</b>	<b>HORAS DE TRANSMISIÓN</b>	<b>%</b>
Sesiones	1198:17:00	51
Comisiones	737:51:00	31
Producción Especial	192:37:00	8
Otras Instituciones	127:58:00	5
Comparecencias	107:42:00	5
<b>Total</b>	<b>2,364:25:00 horas</b>	<b>100</b>

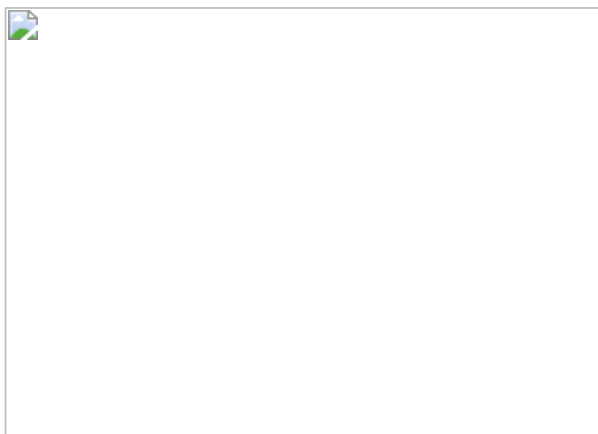
**Notas:**

\* Los géneros informativos comprenden los siguientes aspectos: Sesiones: Cámara de Diputados y Cámara de Senadores; Comisiones: Cámara de Diputados y Cámara de Senadores; Producción Especial: Los Puntos Sobre las Ies, En Tiempo y Forma, Debate Legislativo, Rumbo al Parlamento de Mujeres, cápsulas, notas informativa y entrevistas; Otras Instituciones: Canal 22, Instituto Federal Electoral (IFE), TV-UNAM, Dirección General de Televisión Educativa de la Secretaría de Educación Pública ((DGTE) e Instituto Nacional de Administración Pública (INAP); y Comparecencias: Cámara de Diputados y Cámara de Senadores.

**Fuente:**

Departamento de Ingeniería del Canal del Congreso, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

GRAFICA No.2.  
DISTRIBUCION DE LA INFORMACION DEL CANAL DE TELEVISION DEL CONGRESO POR GENEROS  
(28 de Agosto del 2000 al 31 de Mayo del 2001).



**Notas:**

\* Los géneros informativos comprenden los siguientes aspectos: Sesiones: Cámara de Diputados y Cámara de Senadores; Comisiones: Cámara de Diputados y Cámara de Senadores; Producción Especial: Los Puntos Sobre las Ies, En Tiempo y Forma, Debate Legislativo, Rumbo al Parlamento de Mujeres, cápsulas, notas informativa y entrevistas; Otras Instituciones: Canal 22, Instituto Federal Electoral (IFE), TV-UNAM, Dirección General de Televisión Educativa de la Secretaría de Educación Pública ((DGTE) e Instituto Nacional de Administración Pública (INAP); y Comparecencias: Cámara de Diputados y Cámara de Senadores.

**Fuente:**

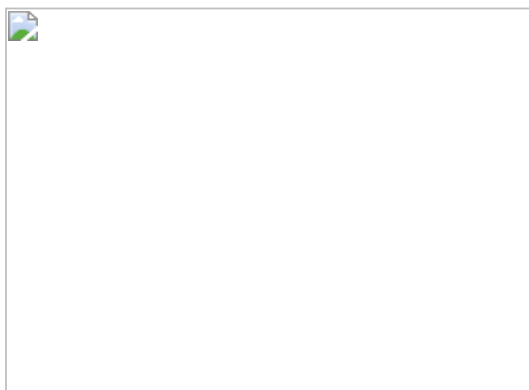
*Departamento de Ingeniería del Canal del Congreso, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.*

Desde el punto de vista de la producción, las 2,364:25 horas transmitidas se distribuyeron de la siguiente manera: el 58 % correspondió a programas retransmitidos, el 24 % a programas en vivo y el 18 % a programas diferidos (Cuadro 3 y gráfica 3).

CUADRO No. 3  
NATURALEZA DE LAS TRANSMISIONES DEL CANAL DEL  
CONGRESO  
(28 de Agosto del 2000 al 31 de Mayo del 2001).

[Para ver este cuadro, haga click aquí.](#)

GRAFICA No. 3.  
NATURALEZA DE LAS TRANSMISIONES DEL CANAL  
DEL CONGRESO  
(28 de Agosto del 2000 al 31 de Mayo del 2001).



**Fuente:** *Departamento de Ingeniería del Canal del Congreso, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.*

Entre las algunas de las principales informaciones de las actividades del Congreso que transmitió el Canal, del 28 de agosto del 2000 al 31 de mayo del 2001, figuran, entre otras, las siguientes: **eventos especiales:** cambio de poder del Ejecutivo Federal; toma de poder del Lic. Vicente Fox Quezada; conferencia del Sub-Comandante Marcos; visita del Presidente de Chile, Ricardo Lagos; transmisión del EZLN en el Pleno de la Cámara de Diputados; instalación de la Comisión Permanente;

**comparecencias:** Srío. Carlos Jarque Uribe; Rosario Green, Secretaria de Relaciones Exteriores; Srío. Mariano Palacios Alcocer; Srío. Luis Téllez Macías; director general de la Comisión Federal de Electricidad; director general de la Comisión de Derechos Humanos; Carlos Ruiz Sacristán, Secretario de Comunicaciones y Transportes; Rafael Macedo, Procurador General; Francisco Gil Díaz; Srío. de Hacienda y Crédito Público, Eugenio Derbez, Secretario de Economía; Pedro Cerisola, Secretario de Comunicaciones y Transportes; **debates parlamentarios:** sobre la reforma dacute;rica del Norte y energía; con la Comisión de Defensa; con la comisión de análisis del Conasupo; con la Comisión de Equidad y Género; con la Comisión de Comunicaciones con la COFETEL; con la Comisión de Salud con la Comisión de Arbitraje Médico; con la Comisiones Unidas de Población, Migración y relaciones exteriores; con la Comisión de Ciencia y Tecnología; con la Comisión de Juventud y Deporte; con la Comisión de Relaciones Exteriores y tibetólogos de la República Popular China; con la Comisión del Distrito Federal y el Colegio de Notarios; con la Comisión de Justicia y Derechos Humanos y con abogados de la ONU; nombramiento de embajadores; informe de la COCOPA; el Parlamento de Mujeres; Consejo General del IFE; **foros:** los pueblos indígenas; los grupos Vulnerables; Ajuste y empobrecimiento; la reforma fiscal; nuevas visiones y estrategias de desarrollo rural; la mujer y la reforma fiscal; la prevención del delito; la cultura de la marina mercante; análisis del ajuste estructural; **conferencias:** la nueva era con los EU del Norte; **mesas redondas:** los Acuerdos de San Andrés; análisis de la reforma de ley sobre derechos y cultura indígena; **programas:** sobre la tradición de asilo y refugio en México; reconocimiento a medallistas olímpicos y paraolímpicos.

**Conmemoraciones:** ceremonia conmemorativa de la Medalla Belisario Domínguez; ceremonia luctuosa en el Senado del Ex Secretario Fernando Gutiérrez Barrios; homenaje a Eduardo Neri; homenaje a Don Antonio Gómez; **conferencias de prensa:** conferencia de prensa de la COCOPA el Día Internacional de la Mujer; **transmisiones especiales:** memoria viva de la expropiación petrolera; historia de la educación en México: La evangelización, Malinalco: Luz de Piedra, Los Chontales; **culturales:** paisajes del Dr. Atl, Tratos y Retratos de Humberto Eco, presencia de la arquitectura en México, Los Que Hicieron Nuestro Cine: Se Inicia Una Década, grandes maestros del arte popular, Tratos y Retratos de Mario Benedetti, Con la Música por Dentro, Por los Caminos del Son: Yucatán, etc. [4](#).

#### IV .- COBERTURA DEL CANAL

En esta primera fase de desarrollo del Canal de Televisión del Congreso, su cobertura de difusión a los tele hogares mexicanos se logró mediante los Sistemas de Cable en todo el país; por el Canal 144 del sistema SKY de suscripción comercial, desde el 1 de marzo del 2001; y por el Canal 220 de DIRECT TV, desde el 15 de abril del 2001. Se encuentra en proceso con la Secretaria de Comunicaciones y Transportes (SCT) ampliar la difusión por los Sistemas MMDS y el contar con una frecuencia propia de UHF y de señal abierta para alcanzar todo el territorio nacional.

En el primer semestre de funcionamiento se "aumentó notablemente el número de Cableoperadores que retransmiten la señal del Canal del Congreso, y en consecuencia, el Canal ha incrementado aproximadamente en un 30% su audiencia potencial en dicho periodo. Los Sistemas de Cable y las Redes Públicas de Telecomunicaciones, aproximadamente, tienen una audiencia potencial de 10 millones de televidentes, en tanto SKY y DIRECT TV cuentan con 10 millones y un millón 125 mil televidentes, respectivamente" [5](#).

Finalmente, con el fin de incrementar la cobertura del Canal por cable en todo el territorio nacional, la Comisión Bicamaral continua con la entrega gradual de los decodificadores respectivos para captar la señal en la mayor cantidad de poblaciones posible.

## V.- LA PAGINA WEB

Además de la transmisión televisiva de las actividades legislativas y parlamentarias, para complementar su tarea de informar a la sociedad mexicana, el Canal del Congreso ha aprovechado la presencia de las Nuevas Tecnologías de Información y ha creado su Página Web en Internet. Dicha Página Web proporciona información sobre el Canal, la Comisión Bicameral, la programación, la vinculación con los televidentes, enlaces con la Cámara de Diputados y Cámara de Senadores, versiones estenográficas, sitios de interés, hipervínculos con otras instituciones, entre otros aspectos.

La dirección electrónica de la página web es <<http://www.canaldelcongreso.gob.mx>> y el correo electrónico es [dialogo@canaldelcongreso.gob.mx](mailto:dialogo@canaldelcongreso.gob.mx)

La existencia de la página Web ha tenido un gran éxito entre los usuarios, pues para su corta vida de existencia, ha sido enormemente consultada por el auditorio. Hasta el 31 de mayo del 2001 la página fue visitada por un total de 312,511 personas de 27 países, con un promedio de 3,351 visitas diarias (Cuadros 4 y 5 y gráficas 4 y 5).

Proyectando la tendencia de contactos de usuarios, bajo condiciones de estabilidad y continuidad, el total de visitantes que se espera tener para finales del año 2001, será de 1,977,418 personas 6.

CUADRO No. 4.  
TOTAL DE VISITANTES A LA PAGINA WEB DEL CANAL DE  
TELEVISION DEL CONGRESO  
(28 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

MES	HITS	PROMEDIO DIARIO DE VISITAS
Diciembre	5,408	174
Enero	7,436	239
Febrero	19,100	682
Marzo	89,836	2,897 *
Abril	86,823	2,894 **
Mayo	103,908	3,351
<b>Total</b>	<b>312,511</b>	

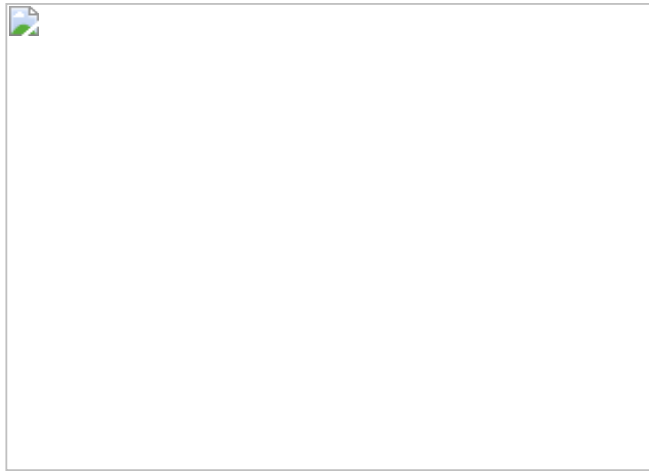
### Notas:

\* En marzo debe considerarse el aumento espectacular de 34,906 visitas a la página web en un solo día. El 28 de marzo del 2001, cuando la Comandancia General del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) habló desde la tribuna de la Cámara de Diputados, fue el día de mayor visita de la página web en toda la historia del Canal del Congreso.

\*\* La presencia de la Semana Santa provocó que disminuyeran las visitas de la página web del Canal en el mes de abril del 2001.

Fuente: *Administración de la Página Web*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

GRAFICA No. 4.  
VISITANTES A LA PAGINA WEB DEL CANAL DE TELEVISION DEL  
CONGRESO  
(28 Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)



Fuente: *Administración de la Pagina Web*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

CUADRO No. 5.  
VISITANTES POR PAIS A LA PAGINA WEB DEL CANAL  
DE TELEVISION DEL CONGRESO  
(Mayo del 2001).

Nº	VISITAS	PAÍS	PORCENTAJE
1	51775	Desconocido	49.8
2	42454	México	40.8
3	5027	Comercial EU	4.8
4	3032	Red	2.9
5	303	Militar EU	0.29
6	245	Japón	0.24
7	223	España	0.21
8	196	Polonia	0.19
9	102	Educación EU	0.10
10	74	Israel	0.07
11	69	Argentina	0.07
12	55	Canadá	0.05
13	54	Arpanet antiguo	0.05
14	45	Reino Unido	0.04
15	43	Francia	0.04
16	36	Guatemala	0.03
17	32	República Dominicana	0.03
18	30	Austria	0.03
19	24	Brasil	0.02
20	23	Chile	0.02
21	18	Alemania	0.02
22	18	Arabia Saudita	0.02
23	14	Dinamarca	0.01
24	10	Nicaragua	0
25	3	Costa Rica	0
26	2	Rumania	0
27	1	Colombia	0
	<b>TOTAL</b>	<b>103,908</b>	<b>100</b>

Fuente: *Administración de la Pagina Web*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001

GRAFICA No. 5.  
VISITANTES POR PAIS A LA PAGINA WEB DEL CANAL DE  
TELEVISIÓN DEL CONGRESO  
(Mayo del 2001)

[Para ver esta gráfica, haga click aquí.](#)

## VI.- LA RESPUESTA SOCIAL VIA CORREO ELECTRONICO.

La revolución de las comunicaciones en el mundo contemporáneo ha propiciado el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de Información, cuyo desarrollo ha aportado la existencia de nuevas herramientas de comunicación que simplifican y aceleran los procesos de vinculación social. Una de estas tecnologías ha sido el correo electrónico que se caracteriza por ser un apoyo tecnológico, derivado de Internet, que permite que los individuos, grupos o comunidades sociales se comuniquen o interactúen entre sí, rápidamente, en grandes coberturas y a bajo costo.

Con el fin de mantener una vinculación más estrecha con el auditorio y conocer su opinión y propuestas sobre el funcionamiento del Canal, la Dirección General aprovechando la presencia de las Nuevas Tecnologías de Información, instaló en diciembre del año 2000 el servicio de comunicación del público con la institución, vía correo electrónico, con la referencia [dialogo@canaldelcongreso.gob.mx](mailto:dialogo@canaldelcongreso.gob.mx). Después de poco más de seis meses de inaugurarse dicho servicio, éste ha sido un éxito, pues del 27 de diciembre del 2000 al 31 de mayo del 2001, se recibieron 422 mensajes de diversos sectores, regiones del país y de otras partes del mundo sobre diversos aspectos de funcionamiento del Congreso, los legisladores, los funcionarios públicos, los problemas nacionales, el Canal y otros temas (7).

Así, constatamos que en diciembre del 2000 se recibieron 8 correos, en enero del 2001 llegaron 10, en febrero 29, en marzo 126, en abril 149 y en mayo 100 (Cuadro 6 y gráfica 6).

El conjunto de correos electrónicos enviados al Canal permite contar con un universo de respuestas del teleauditorio, que ofrecen un conocimiento cualitativo y cuantitativo, socialmente muy importante, que nos permite contribuir a evaluar el desempeño del mismo y recibir retroalimentación del público. La validez representativa de dicha muestra, en primera instancia, es aplicable a dicho universo de personas; y en segunda instancia, su certeza puede ser proyectiva, pues, por principios de leyes de comportamiento social, lo que se refleja en la opinión o comportamiento de un sector reducido de participantes, se puede amplificar a opiniones y comportamientos de grupos sociales mayores, con márgenes de validez aceptables. Por consiguiente, metodológicamente, es un proceso válido para conocer la respuesta directa del auditorio frente a la programación del Canal.

Dentro del universo de dichos contactos entre sociedad y Canal, un porcentaje, cada vez mayor, se ha realizado vía el correo electrónico o e. mail. De esta forma, hasta el momento, el correo electrónico del Canal se ha convertido en la principal fuente de retroalimentación de la sociedad hacia el mismo. A través de esta herramienta de comunicación, de manera representativa, hemos conocido las tendencias de uso de los receptores, las zonas geográficas de participación, el tipo de emisor social, el destinatario a quien lo refieren, los intereses, las opiniones, las necesidades y las propuestas que propone la sociedad al Canal de Televisión del Congreso.

CUADRO No. 6.  
DISTRIBUCION DE LOS CORREOS ELECTRONICOS  
POR MES

(27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001).

MES	TOTAL	PORCENTAJE
Diciembre (27 al 31)	8	1.9
Enero	10	2.4
Febrero	29	6.9
Marzo	126	29.8
Abril	149	35.3
Mayo	100	23.7
<b>TOTAL</b>	<b>422</b>	<b>100</b>

Fuente: *Unidad de Evaluación y Desarrollo*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001

GRAFICA No. 6.  
DISTRIBUCION DE LOS CORREOS ELECTRONICOS  
POR MES

(27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)



Fuente: *Unidad de Evaluación y Desarrollo*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001

Realizando un análisis cualitativo y cuantitativo del universo de 422 correos electrónicos recibidos del 27 de diciembre del 2000 al 31 de mayo del 2001, encontramos las siguientes tendencias de comportamiento de los auditorios del Canal. El 19.5 % de los e-mails provienen del Distrito Federal, el 13 % del Estado de México, el 5.8 % de Veracruz, el 3.8 % de Tamaulipas, el 3.6 % de Sinaloa, el 3.3 % de Sonora, el 3.1 % de Baja California, el 2.8 % de Jalisco, el 2 el 0.5 % de Aguascalientes, el 0.2 % de Querétaro, el 0.2 % de Alemania, el 0.2 % de Oaxaca, el 0.2 % de Escocia, el 0.2 % de Nueva York, el 0.2 % de Nuevo Laredo, el 0.2 % de Italia, el 0.2 % de Zacatecas y el 22.4 % no se sabe (Cuadro 7 y gráfica 7).

En relación al tipo de destinatarios a los que se envía retroalimentación vía el correo electrónico se observó que el 57.1 % se dirigen al Canal de Televisión del Congreso, el 30.3 % se dirigen al H. Congreso General, el 1.9 % a senadores, el 1.8 % al Lic. Virgilio Caballero, el 0.9 % a diputados, el 0.7 al Congreso de Sinaloa, el 0.5 % a la Lic. Thelma Martínez, el 0.5 % a Eduardo Garza, el 0.5 % al Dip. Juan Ramírez Gamera, el 0.5 % al Lic. Francisco R. García, el 0.5 % a Eduardo Rojero, el 0.5 % al Sen. Diego Fernández de Cevallos, el 0.5 % a Daniel Laksman Sumano, el 0.2 % al Partido Acción Nacional, el 0.2 % al Sen. Serafín Ríos Álvarez, el 0.2 % al Dip. Juan Ciudadano, el 0.2 % a la Lic. Sari Bermúdez, el 0.2 % a la Dip. Araceli Arredondo, el 0.2 % al Dip. Tarsicio Navarrete, el 0.2 % al Sen. Elías Miguel Moreno, el 0.2 % al Sen. Miguel Soto, el 0.2 % al Dip. Felipe Calderón, el 0.2 % a Gloria Layara, el 0.2 % al Prof. Fernando Ramírez, el 0.2 % al Lic. Pedro Borda Hartan, el 0.2 % a Armando Méndez, el 0.2 % al Poder Ejecutivo Federal, el 0.2 % a los medios de comunicación, el 0.2 % a la Se. Marta Tamayo, el 0.2 % al Congreso de Guanajuato, el 0.2 % a Ana Teresa Aranda y el 0.2 % a Rodomiro Amaya (Cuadro 8 y gráfica 8).

Sobre la naturaleza del tipo de emisor que envía los correos electrónicos al Canal del Congreso, el análisis encuentra que el 27.7 % son profesionistas; el 11.2 % son organizaciones; el 7.3 % estudiantes; el 5.2 % son profesores; el 2.1 % son empleados; el 1.7 % son pensionados; el 0.5 % son vendedores y el 44.3 % no se sabe (Cuadro 9 y gráfica 9).

En relación a la finalidad con que el auditorio se comunica con el Canal del Congreso, se constata que el 34.1 % busca pedir información al Canal, el 15.6 % ofrece información, el 15.4 % presenta diversas opiniones, el 9.2 % aporta propuestas a la institución, el 7.6 % felicita al Canal, el 6.4 % pide información al Congreso, el 5.1 % critica al Congreso, el 2.6 % pide ayuda y el 4 % se destina a otros aspectos (Cuadro 10 y 11 y gráfica 10 y 11).

**CUADRO No. 7.**  
**PROCEDENCIA DE LOS CORREOS ELECTRONICOS**  
**ENVIADOS AL CANAL**

(27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

<b>PROCEDENCIA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Distrito Federal	84	19.5
Estado de México	55	13
Veracruz	24	5.8
Tamaulipas	16	3.8
Sinaloa	15	3.6
Sonora	14	3.3
Baja California	13	3.1
Jalisco	12	2.8
Puebla	12	2.8
Durango	8	1.9
Chihuahua	8	1.9
Michoacán	7	1.7
Nuevo León	6	1.4
Guanajuato	6	1.4
Tabasco	6	1.4
San Luis Potosí	5	1.2
Morelos	5	1.2
Hidalgo	5	1.2
Colima	4	0.9
Chiapas	3	0.7
Quintana Roo	3	0.7
Venezuela	3	0.7
Nayarit	2	0.5
Yucatán	2	0.5
Coahuila	2	0.5
Aguascalientes	2	0.5
Querétaro	1	0.2
Alemania	1	0.2
Oaxaca	1	0.2
Escocia	1	0.2
Nueva York	1	0.2
Nuevo Laredo	1	0.2
Italia	1	0.2
Zacatecas	1	0.2
No se sabe	94	22.4
<b>TOTAL</b>	<b>422</b>	<b>100</b>

Fuente: *Unidad de Evaluación y Desarrollo*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

**GRAFICA No. 7.**  
**PROCEDENCIA DE LOS CORREOS ELECTRONICOS**  
**ENVIADOS AL CANAL**

(27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

[Para ver esta gráfica, haga click aquí.](#)

**CUADRO No. 8.**  
**DESTINATARIOS A QUIENES SE ENVIAN LOS CORREOS**  
**ELECTRONICOS EN EL CANAL DEL CONGRESO**

(27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

DESTINATARIO	TOTAL	%
Canal del Congreso	240	57.1
H. Congreso General	127	30.3
Senadores	8	1.9
Lic. Virgilio Caballero	7	1.8
Diputados	4	0.9
Congreso Sinaloa	3	0.7
Lic. Thelma Martínez	2	0.5
Eduardo Garza	2	0.5
Diputado Juan Ramírez Gamera	2	0.5
Lic. Francisco R. García	2	0.5
Eduardo Rojero	2	0.5
Sen. Diego Fernández de Cevallos	2	0.5
Lic. Laksman Sumano	2	0.5
Partido Acción Nacional	1	0.2
Senador Serafín Ríos Álvarez	1	0.2
Diputado Juan Ciudadano	1	0.2
Lic. Sari Bermúdez	1	0.2
Diputada Araceli Arredondo	1	0.2
Diputado Tarsicio Navarrete	1	0.2
Senador Elías Miguel Moreno	1	0.2
Senador Miguel Soto	1	0.2
Dip. Felipe Calderón	1	0.2
Gloria Layara	1	0.2
Prof. Fernando Ramírez	1	0.2
Lic. Pedro Borda Hartan	1	0.2
Armando Méndez	1	0.2
Poder Ejecutivo	1	0.2
Medios de comunicación	1	0.2
Sen. Marta Tamayo	1	0.2
Congreso Guanajuato	1	0.2
Ana Teresa Aranda	1	0.2
Rodimiro Amaya	1	0.2
<b>TOTAL</b>	<b>422</b>	<b>100</b>

Fuente: *Unidad de Evaluación y Desarrollo*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

GRAFICA No. 8.  
DESTINATARIOS A QUIENES SE ENVIAN LOS CORREOS  
ELECTRONICOS EN EL CANAL DEL CONGRESO  
(27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

[Para ver esta gráfica, haga click aquí.](#)

CUADRO No. 9.  
CARGO O FUNCION DE LOS EMISORES QUE ENVIAN  
CORREOS ELECTRONICOS AL CANAL DE  
TELEVISION DEL CONGRESO  
(27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

EMISOR	TOTAL	%
Profesionista	117	27.7
Organización	47	11.2
Estudiante	31	7.3
Profesor	22	5.2
Empleado	9	2.1
Pensionado	7	1.7
Vendedor	2	0.5
No se sabe	187	44.3
<b>TOTAL</b>	<b>422</b>	<b>100 %</b>

**Notas:**

En la categoría de profesionistas se incluyen a arquitectos, ingenieros, médicos, licenciados, arqueólogos, programadores, colaboradores, contadores, etc. En la categoría de organizaciones se incluyen las siguientes organizaciones: Instituto de Capacitación y Desarrollo Político (ICADEP), Fomento Express Hábitat, Comisión de Marina, Mercadotecnia y Publicidad. En la categoría de estudiantes, se incluyen a los estudiantes de bachillerato, licenciatura, maestría y doctorado. En la categoría de profesores se incluyen los profesores de bachillerato y licenciatura. En la categoría de empleados, se incluyen todos aquellos empleados de alguna organización o comisión.

Fuente: *Unidad de Evaluación y Desarrollo*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

**GRAFICA No 9.**  
**CARGO O FUNCION DE LOS EMISORES QUE ENVIAN**  
**CORREOS ELECTRONICOS AL CANAL DE**  
**TELEVISION DEL CONGRESO**  
 (27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

[Para ver esta gráfica, haga click aquí.](#)

**CUADRO No. 10.**  
**MOTIVOS POR LOS QUE EL AUDITORIO SE COMUNICACION**  
**EL CANAL DEL CONGRESO**  
 (27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

MOTIVO	TOTAL	%
Pedir Información al Canal	144	34.1
Ofrecer Información	66	15.6
Opinar	65	15.4
Propuestas al Canal	39	9.2
Felicitar	32	7.6
Pedir Información al Congreso	27	6.4
Criticar al Congreso	2	0.4
<b>TOTAL</b>	<b>422</b>	<b>100</b>

Fuente: *Unidad de Evaluación y Desarrollo*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

**GRAFICA No. 10**  
**MOTIVOS POR LOS QUE EL AUDITORIO SE COMUNICA CON**  
**EL CANAL DEL CONGRESO**  
 (27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

[Para ver esta gráfica, haga click aquí.](#)

**CUADRO No. 11**  
**EVOLUCION DE MOTIVOS POR LOS QUE EL AUDITORIO SE**  
**COMUNICA CON EL CANAL DEL CONGRESO**  
 (27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

[Para ver este cuadro, haga click aquí.](#)

**GRAFICA No. 11**  
**EVOLUCION DE LOS MOTIVOS POR LOS QUE EL AUDITORIO**  
**SE COMUNICA CON EL CANAL DEL CONGRESO**  
 (27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

[Para ver esta gráfica, haga click aquí.](#)

Entre las principales propuestas que presentó esta muestra de 422 ciudadanos que se comunicó con el Canal Televisión del Congreso en este período, figuran las siguientes (Cuadro 12).

**CUADRO No. 12**  
**PRINCIPALES PROPUESTAS QUE EL AUDITORIO PRESENTA**  
**AL CANAL DEL CONGRESO**  
 (27 de Diciembre de 2000 al 31 de Mayo del 2001)

[Para ver este cuadro, haga click aquí.](#)

Finalmente, de la muestra de 422 ciudadanos que se comunicaron en éste período un porcentaje importante reconoce, con especial énfasis, el mérito del proyecto del Canal y de su política informativa y declara su apoyo mediante diversas felicitaciones a la Dirección General y al equipo de trabajo de la institución. Así, en este lapso se recibieron 31 felicitaciones (7.6 %), distribuidas de la siguiente manera: diciembre 1, febrero 2, marzo 9, abril 12 y mayo 7 (Cuadros No. 13 y 14 y gráfica No. 12).

**CUADRO No. 13**  
**FELICITACIONES ENVIADAS AL CANAL DE TELEVISION**  
**DEL CONGRESO**

(27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

<b>MES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Diciembre	1	3.2
Enero	0	0
Febrero	2	6.5
Marzo	9	29
Abril	12	38.8
Mayo	7	22.5
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: *Unidad de Evaluación y Desarrollo*, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

**GRAFICA No. 12**  
**FELICITACIONES ENVIADAS AL CANAL DE TELEVISION**  
**DEL CONGRESO**

(27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

[Para ver esta gráfica, haga click aquí.](#)

**CUADRO No. 14**  
**DESCRIPCION DE LAS FELICITACIONES QUE EL AUDITORIO**  
**ENVIO AL CANAL DEL CONGRESO**

(27 de Diciembre del 2000 al 31 de Mayo del 2001)

[Para ver este cuadro, haga click aquí.](#)

## **VII.- CONCLUSIONES.**

De las diversas líneas de producción informativa seguidas por el Canal de Televisión del Congreso y de las tendencias manifestadas por el auditorio al comunicarse con el mismo durante menos de 6 meses, vía correo electrónico, se pueden derivar las siguientes conclusiones:

1.- El Canal ha avanzado en su proceso de consolidación institucional desde el momento en que del 28 de agosto del 2000 al 31 de mayo del 2001 ha transmitido un total de 2,364:25 horas de información sobre las actividades que se realizan en el Congreso. Desde el punto de vista temático, la información difundida se distribuyó de la siguiente forma: el 51 % se refirió a sesiones, el 31 % a comisiones parlamentarias, el 8 % a producciones especiales, el 5 % a difusión de otras instituciones y el 5 % a comparencias. Desde el punto de vista del tipo de la producción, la información transmitida se organizó de la siguiente manera: 58 % programas retransmitidos, 24 % programas en vivo y 18 % programas diferidos.

2.- Los contenidos temáticos de la programación del Canal ha considerado todos los tópicos que se abordan en el Congreso, como son, los eventos especiales, las comparencias, los debates parlamentarios, las acciones de los partidos, las reuniones

legislativas, los foros, las conferencias, las mesas redondas, los programas especiales, las conmemoraciones, las conferencias de prensa, las transmisiones especiales, etc.

3.- La cobertura del Canal se ha incrementado de forma importante pasando de los sistemas de cable y las redes públicas de telecomunicaciones, que cuentan con una audiencia potencial de 10 millones de televidentes, al canal 144 del sistema SKY y al canal 220 de DIRECT TV, con, aproximadamente, 9 millones y un millón 125 mil televidentes, respectivamente.

4.- La Pagina Web del Canal ha tenido un gran éxito entre los usuarios, pues para su corta vida de existencia, ha sido enormemente consultada por el auditorio. Del 28 de diciembre del 2000 al 31 de mayo del 2001 la página fue visitada por un total de 312,511 personas de 27 países, con un promedio de 3,351 visitas diarias.

Es importante destacar que dentro de esos contactos, el universo conocido reflejó que el 2º lugar de visitantes corresponde a mexicanos con el 40 %, el 3º lugar corresponde a empresas americanas con el 4.8 % y 3º lugar corresponde a las fuerzas armadas norteamericanas con el 0.29 %.

5.- La programación del Canal ha despertado un gran interés en la población, desde el momento en que el auditorio ha reaccionado crecientemente por escrito, vía correo electrónico, a las transmisiones de la misma. En menos de seis meses de actividades informativas, se observó un incremento de interés muy importante, pues en diciembre del 2000 sólo se contó con una respuesta de 1.9 % y en abril del 2001 un resultado de 35.3 % y en mayo de 23.7 %.

Esto significa que la institución se ha abierto un espacio de posicionamiento dentro del espectro informativo y de opinión que han construido hasta ahora los canales de comunicación en México. Con ello, el Canal ha contribuido a colocar los intereses de la Nación en el campo de lo público, y a ubicar la información y el conocimiento de la realidad nacional como un bien y un derecho público, a los cuales han de acceder y ejercer todos los mexicanos.

Por otra parte, la Pagina Web del Canal también está sirviendo como fuente de vinculación de los legisladores con el público, desde el momento en que un porcentaje importante de correos son dirigidos a diversos diputados y senadores.

6.- La respuesta constante del auditorio ha demostrado que el Canal se ha colocado en la opinión pública como una institución que vincula al Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos con la sociedad nacional, pues el 57.1 % de los comunicados se enviaron al Canal como medio de comunicación del Poder Legislativo, el 30.3 % se dirigieron al H. Congreso General, y en porcentajes menores, a diversos parlamentarios de las Cámaras de Diputados y Senadores y Congresos de los estados.

Esta realidad demuestra que el Canal está ampliando la imagen del Congreso y prolongando su acción sobre la sociedad. Así, progresivamente el Canal se está convirtiendo en una extensión colectiva del Congreso, ofreciéndole a la sociedad, por una parte, una imagen informativa más real y completa del mismo; y por otra, facilita las vías para interactuar con los legisladores. Con ello, contribuye a equilibrar la visión fragmentada que los medios comerciales dan del Congreso, a través de su programación, especialmente de los noticiarios.

7.- Aunque el Canal, cada vez más, aumenta su cobertura por los sistemas de televisión restringida y otras modalidades, hasta el momento la mayor parte de su auditorio es urbano, perteneciente a las principales ciudades del país. Así, se observa que el 19.5 % del teleauditorio que participa proviene del Distrito Federal, el 13 % del Estado de México y el 5.8 % del Estado de Veracruz.

Complementariamente a esta tendencia dominante, en proporción menor, casi todos los Estados de la República y varios países de América Latina y Europa, también establecen contacto con el Canal, a través de su página web, para opinar y participar en el proceso informativo que se difunde.

8.- El contenido cualitativo de los mensajes, refleja que la programación del Canal además de informar sobre los acontecimientos que suceden en el Congreso, está contribuyendo a educar a la población sobre los grandes problemas nacionales que se abordan en el Poder Legislativo. Esta realidad, apoya de manera muy significativa la formación de otra cultura política en el país, basada en la difusión de información oportuna, veraz, directa, completa y contextualizada de lo que sucede en el Congreso de la Unión.

9.- El tipo de auditorio que interactúa con el Canal, vía correo electrónico, cuenta con un nivel de estudios elevado dentro de la media educativa nacional, pues el 27.7 % son profesionistas, el 11.2 % son organizaciones y el 7.3 % son estudiantes. Se puede derivar, que el resto de los emisores que se vinculan con el Canal (profesores, empleados, pensionados, vendedores, etc.), también cuentan con un nivel de cultura y educación amplios por las temáticas que abordan en sus mensajes y la forma en que redactan sus textos.

10.- En relación a la evolución que ha tenido el funcionamiento y la consolidación de las políticas informativas del Canal, es sumamente importante destacar que en su breve lapso de existencia, el auditorio ha pasado de ser, en un principio, simples telespectadores consumidores de información; a ser ahora sectores que opinan, demandan, piden y proponen información al Congreso. Así, se observa que en diciembre del 2000 sólo el 0.5 % del universo pide información al Canal y el 0.2 % opina; y cuatro meses después, en abril del 2001 el 11.6 % pide información al Canal; el 6.2 % ofrece información, el 3.6 % presenta propuestas al Canal, el 3.1 % ejerce su derecho a la crítica al Congreso y a sus miembros y finalmente, el 1.7 % felicita el desempeño del Canal.

Esta tendencia demuestra que mediante el Canal se está abriendo una nueva franja de participación social en el campo de la esfera pública, especialmente, en el ámbito de la cultura política, que está contribuyendo a ciudadanizar la comunicación en México. Con ello, el Canal está propiciando el ejercicio del Derecho a la Información y la libertad de expresión en el país: Los hechos demuestran que el *Canal del Congreso está contribuyendo a formar ciudadanos y no sólo espectadores o consumidores de información.*

11.- Finalmente, los datos demuestran que existe un creciente apoyo, simpatía e identificación de la sociedad con el proyecto del Canal, pues en diciembre del 2000 sólo el 0.2 % de la población felicita la labor que ejerce la institución y en abril del 2001 los reconocimientos ascienden al 3.1 %. Además de ello, el auditorio propone que el Canal transmita las 24 horas y se amplíe su cobertura de difusión por televisión abierta y por Internet.

Todas estas tendencias sociales ratifican que el Canal de Televisión del Congreso gradualmente ha ampliado el horizonte de la esfera pública en el país y se ha convertido en un vínculo de comunicación, educación, orientación, referencia, participación, información y apoyo entre el Congreso y las necesidades del auditorio. En este sentido, el Canal ha funcionado como la **Visión del Diálogo** con la sociedad y ha contribuido a realizar el Derecho a la Información, nutriendo la esencia participativa y democrática del Estado mexicano.

## VIII.- NOTAS

1 Reglamento del Canal de Televisión del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 4, Comisión Bicameral del Canal de Televisión del Congreso, Segundo Período Ordinario de Sesiones, Senado de la República, LVIII Legislatura, Congreso de la Unión, México, 30 de abril del 2001, pagina 2.

2 Reglamento del Canal de Televisión del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 6, Comisión Bicameral del Canal de Televisión del Congreso, Segundo Período Ordinario de Sesiones, LVIII Legislatura, Senado de la República, Congreso de la Unión, México, 30 de abril del 2001, pagina 3 y 4.

3 Segundo Informe de Trabajo, Virgilio Dante Caballero Pedraza, Director General, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, LVIII Legislatura, Congreso de la Unión, México, 28 de febrero del 2001, pagina 5 y 6.

4 Coordinación de Contenidos e Información, Canal de Televisión del Congreso, H. Congreso de la Unión, Palacio Legislativo, México, D.F, 31 de mayo del 2001.

5 Primer Informe de Actividades de la Comisión Bicameral del Canal de Televisión del Congreso de la Unión, Diputada Heidi Storsberg Montes, Presidenta, Comisión Bicameral del Canal de Televisión del Congreso, Segundo Período Ordinario de Sesiones, LVIII Legislatura, Congreso de la Unión, México, 30 de marzo del 2001, pagina 3.

6 Administración de la Pagina Web, Canal de Televisión del Congreso de la Unión, Palacio de San Lázaro, H. Cámara de Diputados, Congreso De la Unión, México, D.F., 31 de mayo del 2001.

7 Agradezco el apoyo muy profesional que aportó para realizar este análisis la alumna Claudine Azuz Dupont de la Carrera de Comunicación Social del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., junio del 2001.

---

*Dr. Javier Esteinou Madrid*

*Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, México.*