

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN PARA FORTALECER
LA IMAGEN DEL CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
ELABORACION DE UNA GUIA PARLAMENTARIA**

GLEND A NILOBNA RODAS GUTIERREZ

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2014

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN PARA FORTALECER
LA IMAGEN DEL CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA
ELABORACION DE UNA GUÍA PARLAMENTARIA**

Informe Final De Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

GLENDI NILOBNA RODAS GUTIERREZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.Sc. Sergio Morataya

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2014

Consejo Directivo

Director

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.A. Claudia Molina

Representantes de docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de los egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

M.Sc.Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda.Floralba Pérez Folgar



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 27 de octubre de 2014

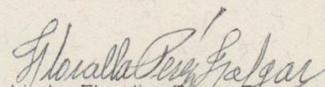
Estudiante
Glenda Nilobna Rodas Gutiérrez
Carné: **199210341**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Estrategias de Comunicación para Fortalecer la imagen del Congreso de la República de Guatemala Elaboración de una Guía Parlamentaria"**.

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez-Forgar
Supervisora de EPS




Vo. Bo. M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura



*Dirección de Comunicación Social
Congreso de la República
Guatemala, C. A.*

Guatemala, octubre de 2014

M.A. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su Despacho

Distinguido M.A. Morataya:

Deseándole que sus labores se estén desarrollando con éxito, me dirijo a usted para informarle que **Glenda Nilobna Rodas Gutiérrez**, con número de carné: **199210341**, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en el Congreso de la República de Guatemala, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del 26 de mayo del al 04 de julio del año en curso, realizando el proyecto de comunicación "**Estrategias de Comunicación para Fortalecer la Imagen del Congreso de la República de Guatemala, Elaboración de una Guía Parlamentaria**".

No habiendo más que hacer constar, me suscribo de usted,

Atentamente,

Fernando Bolaños Barillas
Director de Comunicación Social
Congreso de la República de Guatemala



DIRECCIÓN DE
COMUNICACION SOCIAL
CONGRESO DE LA REPUBLICA
GUATEMALA, C. A.

Para efectos legales, únicamente el (la) autor (a)
es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

- A DIOS:** Por tanta bendición, fuerza, valor y confianza para vencer obstáculos y colocarme en el lugar que ha elegido para mí.
- A MI MADRE:** Por guiarme por el buen camino, iniciadora de mi formación, por no dejarme sola con usted aprendí el verdadero significado del amor incondicional, sin esperar nada a cambio.
- A MI PADRE:** gracias por apoyarme en todo momento, por su paciencia y sus consejos.
- A MIS HIJAS:** Glenda Paola y Amely Rachel, que con su luz iluminaron mi vida y a quienes debo el deseo de mi superación para poder verlas como futuras profesionales. Por ser mi mejor obra de arte.
- A MI ESPOSO:** por su apoyo y paciencia constante, compañero Inseparable.
- A MIS HERMANOS:** Noé y César, gracias por su apoyo y por ser parte de mi vida, a mis sobrinas.
- A MIS FAMILIARES:** Primas, primos, tías y tíos, sobrinos.
- A MIS AMIGOS:** Shirley, Licda. Bridget, Cesarito, Guio, Dr. Marroquín, Amparito, a mis compañeras Epesistas en especial a Claudia, amigas y amigos.

Dedicado a todos ustedes.

AGRADECIMIENTO

A:

Diputado Selvin Boanerges García Velásquez, por su apoyo incondicional.

Resumen

Universidad	Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-
Unidad Académica	Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC-
Título:	Estrategias de Comunicación para Fortalecer la imagen del Congreso de la República de Guatemala Elaboración de una Guía Parlamentaria
Autor:	Glenda Nilobna Rodas Gutiérrez
Metodología:	Descriptiva
Instrumentos y Técnicas:	observación, encuestas y entrevistas
Resultados y Conclusiones:	Elaboración de una guía legislativa

La Dirección de Comunicación Social, carece de una estrategia de comunicación a mediano y largo plazo lo que afecta las acciones comunicacionales. Que la Junta Directiva, defina claramente los objetivos de trabajo de la Dirección de Comunicación Social y se respeten.

Que el Director de Comunicación Social, permanezca por un período prolongado para cumplir con los objetivos que se establezcan de comunicación estratégica.

INDICE

CAPITULO I: DIAGNOSTICO		Pág.
	Introducción	
1.	Objetivos.....	1
1.1	Objetivos Generales.....	1
1.2	Objetivos Específicos.....	1
2.	Justificación.....	2
3.	La Institución.....	2
3.1	Antecedentes.....	3
3.2	Marco Filosófico (Visión y misión).....	8
3.3	Organigrama Dirección de Comunicación Social.....	8
4.	FODA del congreso de la República matriz.....	9
5.	Metodología.....	10
5.1	Cronograma.....	11
6.	Estructura de Comunicación Social.....	12
6.1	Radiografía de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República.....	12
6.1.1	Descripción de la Comunicación Interna.....	13
6.1.2	Ubicación física.....	13
6.1.3	Ámbito Técnico.....	14
6.1.4	Unidad de Redacción y Fotografía:	15
6.1.5	Página Web.....	15
6.1.6	Unidad de Televisión.....	17
6.1.7	Unidad de Monitoreo	17
6.1.8	Unidad de Diseño Gráfico	18
6.1.9	Rumores -Nivel de Credibilidad del Congreso-.....	19

6.1.10 Comunicación externa.....	19
6.1.11 POA del año 2013.....	21
6.1.12 Campañas realizadas.....	22
6.1.13 Plan estratégico que se está ejecutando	22
6.1.14 Presupuesto de Comunicación para el presente año.....	22

Capítulo II: Plan de Comunicación

2.1 Antecedentes.....	23
2.2 Gráfica del Diagnóstico de la Radiografía.....	25
2.3 Objetivos.....	26
2.3.1 Objetivo General.....	26
2.3.2 Objetivo Específico.....	26
2.4 Público Objetivo.....	27
2.5 Mensaje.....	27
2.6 Estrategia.....	27
2.7 Los Planes de Comunicación o Acciones	30
2.8 Calendario.....	32
2.9 Presupuesto.....	33
2.10 Control y seguimiento.....	34
2.11 CheckList.....	35

CAPITULO III: INFORME DESCRIPTIVO DE LAS ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS DESARROLLADAS.

3.1 Informe.....	36
3.1.1 Estrategia.....	38
3.2 Bocetos.....	40
4. Conclusiones.....	44
5. Recomendaciones.....	45
6. Bibliografía.....	46
7. Anexos	47

CAPITULO I DIAGNÓSTICO

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Realizar un diagnostico de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República de Guatemala, con el propósito de evidenciar debilidades y fortalezas, y posterior elaboración de un plan de comunicación social para fortalecer la imagen institucional.

1.2 Objetivos específicos

Conocer los antecedentes y situación actual de la Dirección de Comunicación social de este organismo estatal.

Analizar el manejo de la información que se genera en el seno del Congreso de la República, en los distintos medios de comunicación social.

Evidenciar debilidades y fortalezas de la Dirección de Comunicación Social, con relación a la creación de estrategias y procesos de Comunicación Institucional.

Conocer la opinión de los diputados del Congreso de la República, en torno al trabajo que realiza la dirección de Comunicación Social

2. Justificación

El Congreso de la República de Guatemala, es el organismo del Estado con mayor influencia política en los medios de comunicación, colocándose en una posición vulnerable, bajo el escrutinio de todos los sectores, lo que en algunos casos genera desprestigio generalizado entre sus representantes.

Pese a ello, este organismo no cuenta con estudios de opinión pública ni con estrategias de comunicación que le permitan enfrentar con éxito los constantes y permanentes ataques informativos.

El presente diagnóstico se justifica en correspondencia a la necesidad de evaluar la situación de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República para determinar sus necesidades y de esta forma, elaborar un proyecto para fortalecer la imagen institucional.

3. La Institución

La Constitución Política de la República de Guatemala, establece que el Congreso de la República de Guatemala, es uno de los tres poderes del Estado; siendo el máximo órgano de representación popular, integrado por diputados electos directamente, por el pueblo, en sufragio universal y secreto.

Lamentablemente, en la actualidad por infinidad de factores, es una de las instituciones más desprestigiadas, por lo que es objeto de severas críticas en torno a su quehacer cotidiano, funcionamiento, representatividad y eficiencia.

En este sentido, la Dirección de Comunicación Social encargada de la divulgación educativa e informativa del que hacer legislativo, tiene a su cargo la responsabilidad de ejercer un adecuado manejo de la imagen institucional.

Consecuentemente, se hace necesario reconocer y fortalecer las funciones de la Dirección de Comunicación Social. Además, promover una campaña educativa para concientizar a la población guatemalteca de la importancia de este organismo, lo que se traducirá en un cambio de imagen del Organismo Legislativo.

3.1 Antecedentes

Historia del Congreso de la República de Guatemala

El Congreso de la República de Guatemala, fue constituido e integrado el 24 de junio de 1823, como parte del proceso de independencia que vio la luz el 15 de septiembre de 1821. “...se reunieron en el palacio de gobierno los representantes cuyos poderes estaban aprobados, la diputación provincial, la audiencia territorial, el ayuntamiento, claustro de doctores, consulado, colegio de abogados, jefes militares y de rentas, y empleados regulares y, presididos por el mismo jefe político, se dirigieron a implorar el auxilio divino a la iglesia catedral...”,ⁱ para **luego, los diputados electos, prestar juramento con su mano derecha en el libro** de los evangelios.

Un mes después se integró la primera Asamblea Nacional Constituyente con el objetivo principal de decretar la independencia de las provincias de Centroamérica y abolir la esclavitud. Además, se dividió el gobierno federal en tres poderes: Ejecutivo –a cargo de un Presidente y un Vicepresidente-; Judicial –bajo el mando de una Corte Suprema de Justicia-; y el Legislativo que funcionaría mediante un senado y un congreso; y se estableció la primera Constitución del Estado de Guatemala en octubre de 1825.

Desde entonces, surgieron distintos acontecimientos políticos que provocaron una serie de reformas constitucionales e integraciones del Congreso de la República, hasta llegar al Legislativo formado tras la revolución del 20 de octubre de 1944.

En esta época, se estableció un Congreso con diputados electos, según el principio de sufragio popular directo, luego surgen una serie de acontecimientos que desatan una contra revolución que lleva de nuevo a generar cambios importantes dentro del Congreso, incluyendo el retiro de su potestad legislativa exclusiva.

Finalmente en 1985, Guatemala experimenta la transición de la vida de gobiernos militares impuestos, hacia la elección de autoridades de forma democrática. Es para entonces que de nuevo queda establecida la potestad Legislativa en el Congreso de la República.

Desde entonces, si bien se han hecho algunos cambios a la Constitución Política de la República, el orden establecido ha permanecido y el Organismo Legislativo sigue funcionando hasta hoy, celebrando sus sesiones plenarias en el mismo recinto desde 1934, año en el que se inauguró su actual edificio.

Antecedentes históricos de la Dirección de Comunicación Social en el Congreso de la República

La Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, surge como tal en la década de los 80. En aquella época, Guatemala surgía a la vida democrática tras sufrir la opresión de los regímenes militares. En 1986, Vinicio Cerezo Arévalo, es electo Presidente de Guatemala, y a partir de ese momento, se registran una serie de cambios en el ambiente político nacional, y el Congreso de la República no fue la excepción.

Olga Méndez, una de las trabajadoras más antiguas de laborar en el Congreso de la República y en la Dirección de Comunicación Social, recuerda que para esa época, fue nombrado como presidente del Legislativo, el diputado democristiano Alfonso Cabrera Hidalgo, quien planteó la necesidad de una política de puertas abiertas con los medios de comunicación, y entonces se contrató una persona para atender a los periodistas. “No era un profesional en comunicación, y tampoco había una oficina de prensa como en la actualidad”, recordó la entrevistada.

Posteriormente llegada a la presidencia del Congreso la también diputada democristiana Catalina Soberanis. Debido a su experiencia y relación con los periodistas, consideró la conveniencia de abrir una oficina con un periodista redactor y un fotógrafo para llevar un recuento de los hechos más destacados que se generaban en el palacio legislativo.

La periodista Emmy Aqueche, quien en aquella época laboraba para un noticiero televisivo comenta: “el trabajo era empírico y no se manejaba un concepto formal de relaciones públicas”.

Los mismos periodistas que cubrían la fuente, identificaron esa oficina como Relaciones Públicas del Congreso. Poco a poco fue creciendo, integrando a periodistas que anteriormente habían laborado en medios de comunicación social en el país, hasta convertirse en una parte importante del Legislativo.

Ya en el año 2008, cuando el diputado Arístides Crespo ocupa la presidencia de este organismo, decidió darle una ubicación específica y se reformó la Ley de Régimen Interior y se elevó a la categoría de Dirección esta oficina.

Por aquella época, fue el licenciado Edwin Ruíz, nombrado como el primer Director de la oficina. Recuerda que se visualizó una Dirección que promoviera una nueva cultura política de servicio, con herramientas tecnológicas necesarias para divulgar y difundir las actividades parlamentarias, con carácter eminentemente institucional.

“Visualizamos dar un servicio no solo a los periodistas sino también a la sociedad por lo que se implemento la pagina web que permite una participación de la ciudadanía y que sirve como enlace con otros medios, otras instituciones y otras organizaciones de la sociedad civil para fortalecer la imagen institucional y contribuir a la consolidación del sistema democrático parlamentario”, indicó.

La función principal de los Diputados es legislar, intermediar y fiscalizar a favor de los guatemaltecos.

El congreso de la República de Guatemala, es el Organismo del Estado que de acuerdo al artículo 157 de la Constitución Política de la República de Guatemala, tiene la potestad legislativa, además de ser quien representa el pueblo; está integrado por 158 diputados elegidos por un sufragio universal y secreto, directamente por el pueblo.

De acuerdo al capítulo I de su Ley Orgánica, el Congreso se organiza de la siguiente manera:

Artículo 6.- Órganos. Son órganos del Congreso de la República, mediante los cuales se ejerce la función legislativa:

- a) El Pleno
- b) La Junta Directiva
- c) La Presidencia
- d) La Comisión Permanente
- e) La Comisión de Derechos Humanos
- f) La Comisión de Trabajo
- g) Las Comisiones Extraordinarias y las Específicas
- h) La Junta de Jefes de Bloque.

Según el artículo 153. Normas para la presentación y contratación de servicios El Congreso de la República elaborará las normas para la clasificación de los cargos y categorías dentro del personal permanente en el renglón 011 (presupuestado), tomando en cuenta su especialización, la necesidad de los servicios y la disponibilidad del propio organismo. Los servicios se clasifican en por posición y sin oposición.

Las relaciones del organismo Legislativo con su personal administrativo, técnico y de servicios, serán reguladas por la ley específica, conforme lo establece el artículo 170 de la Constitución Política de la República.

Los servicios por oposición comprenden los cargos administrativos y técnicos del Congreso de la República. Los cargos por oposición abarcan los puestos siguientes:

- a) Director General
- b) Director Legislativo
- c) Director Financiero
- d) Director Administrativo
- e) Director de Recursos Humanos
- f) Director de Auditoría Interna
- g) Director de Protocolo
- h) Director de Comunicación Social

La estructura organizacional actual establece la existencia de ocho Direcciones para su funcionamiento. Cada una de éstas, a excepción de las Direcciones Legislativa y Auditoría, está bajo la autoridad de la Dirección General que fue creada durante la legislatura del 2006 a fin de organizar de mejor manera las actividades administrativas y técnicas del Congreso de la República a fin de organizar de mejor manera las actividades administrativas y técnicas del Organismo Legislativo.

La Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República fue fundada en el año 2006, anteriormente se le conocía como Departamento de Relaciones Públicas y con la iniciativa de crear una oficina de Comunicación Social se buscó institucionalizarla, darle el espacio y crear las herramientas metodológicas indispensables para que el Congreso de la República realizara una acción que trascendiera al trabajo diario.

Establecer una Dirección de comunicación Social significó un adelanto en el tratamiento de la comunicación en la Institución. Sin embargo, a través de los avances en ella han ido despacio debido a diferentes factores como el cambio de funcionarios y la falta de planificación de las comunicaciones, así como también la distribución de su presupuesto.

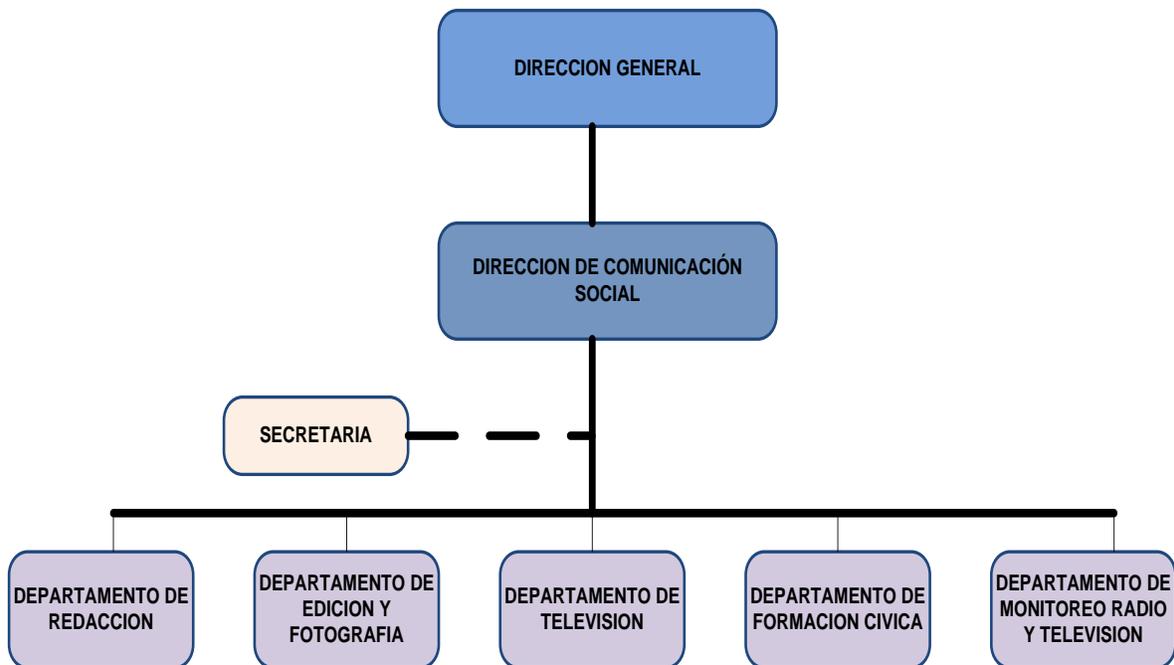
3.2 Marco Filosófico

Visión: Ser la dirección de comunicación social la que promueva una nueva cultura política y de servicio, con las herramientas tecnológicas necesarias para la divulgación y difusión de las actividades parlamentarias de carácter eminentemente institucional, sirviendo eficientemente, a la sociedad guatemalteca, fomentando con ello la participación ciudadana.

Misión: Somos la dirección que presta sus servicios tanto a diputados como a otras dependencias de este Organismo como enlace entre los medios de comunicación y otras entidades del Estado, organizaciones de la sociedad civil, para la divulgación de las actividades parlamentarias, fortaleciendo imagen institucional y de esta forma, contribuir a la consolidación del sistema democrático.

3.3 Organigrama Dirección de Comunicación Social

ORGANIGRAMA DE DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL



*Manual de organización 2013, página web Congreso de la República de Guatemala.

4. FODA del Organismo Legislativo

FORTALEZAS	MEJORABLE SI/NO	FACTOR CLAVE	ACCIONES A DESARROLLAR	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS
Contar con la figura de un Director General, quien puede proponer reformas administrativas	Si	Apoyo de la autoridad superior	Planifica, organiza, coordina, supervisa y controla actividades administrativas	Director General	Indefinido	Humanos Físicos Financieros
Facultad de formular su propio presupuesto	Si	Apoyo de la autoridad superior	Planificación, programación de actividades anuales, a través de la elaboración de POA	Directores	Segundo Trimestre	Humano o Físico
Contar con el recurso humano calificado para desarrollar tareas asignadas a cada puesto Estabilidad laboral juntamente con los derechos adquiridos La capacidad es un buen motivador para un buen desempeño	Si	Aplicación manual de puestos y descripción de Funciones Generales	Ubicación del personal según capacidad y experiencia	Director de Recursos Humanos	Indefinido	Humano o Físico
Cuenta con fuentes primarias de información legislativa, tales como: Iniciativas, dictámenes, decretos, resoluciones, acuerdos, puntos resolutorios etc. Para atender necesidades internas y externas, así como actividades oficiales, protocolarias y administrativas	Si	Archivo de información legislativa administrativo actualizado	Estrategia de comunicación y Divulgación	Director legislativo, Director General, Coordinador de Acceso a la Información, Director de Protocolo y Director de Comunicación Social	Indefinido	Humano o Físicos Financiero
OPORTUNIDADES	MEJORABLE SI/NO	FACTOR CLAVE	ACCIONES A DESARROLLAR	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS
Adoptar modelos de técnicas administrativas, utilizadas exitosamente por diversas instituciones del Estado y aplicarlas al Organismo Legislativo, para apoyar la eficiencia administrativa	Si	Unidad específica encargada	Tener comunicación con todas las áreas administrativas, para conocer sobre sus necesidades de implementación de técnicas administrativas	Directores	Indefinido	Humanos Físicos
Beneficiar al recurso humano del Organismo Legislativo, con capacitaciones que brindan instituciones al sector público, aprovechar ayuda técnica financiera de las entidades privadas a nivel nacional e internacional. Así también de los recursos técnicos para implementar un plan de emergencias	Si	Planificación de las unidades a cargo de apoyo de las autoridades superiores.	Coordinar con las diferentes Direcciones las necesidades específicas de capacitación para programarlas anualmente	Dirigir todas las áreas juntamente con Director de Recursos Humanos y encargado de capacitación	Indefinido	Humanos Físico Financiero
Aprovechar apoyo financiero por medio de donaciones para reemplazar y modernizar equipo técnico, así como la adopción e implementación de sistemas tecnológicos externos para estar en coordinación con el avance informático que evite a este Organismo, realizar desgastes innecesarios en sus recursos.	Si	Personal con capacidad para realizar las actividades concernientes y con el apoyo de las autoridades superiores	Desarrollar un diagnóstico de necesidades de actualización de equipos de computación e implementar nuevas plataformas, para apoyar la eficiencia administrativa	Directores y encargado del Departamento de Informática	Indefinido	Humanos Físicos Financieros
AMENAZAS	MEJORABLE SI/NO	FACTOR CLAVE	ACCIONES A DESARROLLAR	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS
Falta de compromiso en la planificación sobre la estructuración del sistema administrativo	Si	Planificación estratégica	Establecer la ejecución de POA 2011, además de una planificación a mediano y largo plazo	Directores en coordinación con unidad responsable	Indefinido	Humanos Físicos Financieros
No contar con un departamento de Selección y Reclutamiento	Si	Establecer perfil de puestos	Crear y fomentar procesos de selección y contratación de recurso humano	Director de Recursos Humanos	Indefinido	Humanos Físicos
Fenómenos de carácter natural o sociopolítico, que provoca ausencia temporal o causal del recurso humano a sus labores cotidianas y capacitaciones	Si	Respeto a normas laborales y disciplinarias	Crear y fomentar la aplicación legal, laboral para disminuir ausencias labores sin distingo alguno	Director de Recursos Humanos	Director de Recursos Humanos	Humanos Físicos Financieros

* www.cfinanzas-congresogt.info/wpcontent/uploads/.../cnpag_2009.pdf

5. Metodología

Metodología: *conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.*¹ Para la realización del presente diagnóstico se utilizó el Método Descriptivo con enfoque Cualitativo.

La metodología que se utilizó fue descriptiva, a través de la observación, toma de datos, entrevistas y la aplicación de cuestionarios, dirigidos a una muestra representativa del total de diputados que integran el Congreso de la República y personal administrativo.

Una vez recopilada y analizada la información, se realizó el informe de diagnóstico Externo de la Dirección de Comunicación Social.

Técnica: Para este estudio se aplicaron las siguientes técnicas metodológicas:

Observación Directa. Se observaron los mecanismos de comunicación interna y externa entre el personal administrativo, diputados y prensa externa. Se analizó la forma en la que se generan las noticias que luego son difundidas en los distintos medios de comunicación con que cuenta el Congreso, canal de tv, página web y redes sociales.

Además, se asistió a varias sesiones plenarios para observar la transmisión en vivo, a través del canal 57 de claro tv avanzando y del portal oficial, www.congreso.gob.gt, así como el manejo de información por medio de las redes sociales, facebook y twitter.

Documentación Bibliográfica. Se consultaron distintas bibliografías, iniciando por los documentos compartidos por el Ma.

Entrevista Directa. Se entrevistó a diputados, personal administrativo y técnico del área de Comunicación Social.

Diccionario de la Real Academia Española. www.rae.es

Encuesta. Se aplicó una encuesta a diputados de distintos bloques legislativos para conocer su opinión sobre el trabajo de la dirección de Comunicación Social.

Instrumentos. Para la presente investigación se utilizó un cuestionario básico para las entrevistas directas que se hicieron a Diputados, personal administrativo y técnico.

5.1 Cronograma

Febrero 2014

Febrero	lunes	martes	Miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
03 al 09	Recopilación de Información	x	X	x	x	x	x
10 al 14	Análisis y Redacción	x	X	x	x	x	X
17 al 21	Encuestas y Entrevistas	x	X	x	x	Tabulación de Datos	Tabulación de Datos
24 al 28	Corrección y Redacción Final	x	X	x			

6. Estructura de Comunicación Social

6.1 Radiografía de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República

Actualmente, la comunicación es considerada un factor diferencial que repercute en la imagen de las instituciones, por ello se establecen oficinas especializadas en este campo y su importancia organizacional está en primera línea, llegándose a ubicar en la parte medular de las organizaciones.

La comunicación social es un proceso interactivo y circular, en el que tanto el emisor como el receptor intercambian constantemente sus roles exigiéndose en el proceso la comprensión entre quienes intervienen en él. De esa cuenta la información es solamente una parte del proceso de comunicación. Es el contenido de lo que se comunica y, por sí mismo, no produce comunicación. Asimismo, hay que tener muy en cuenta que la información como elemento esencial de la comunicación debe ser expresada de forma clara para que pueda ser comprendida.²

La comunicación social en el Congreso de la República, se desarrolla en un ámbito que requiere de diferentes acciones que le acerquen a los medios de comunicación como principales entes de intermediación entre el Congreso de la República y la Sociedad. Esta intermediación está sujeta a diferentes factores internos y externos que modifican el carácter de lo que la institución muchas veces quiere comunicar, tal como la forma en la que se manda el mensaje, los actores que intervienen en el proceso de comunicación, la disposición de los medios de comunicación en el tratamiento de las informaciones y sus repercusiones en la opinión pública, los intereses propios de los periodistas que cubren fuente, la intencionalidad de los diputados al lanzar mensajes sobre el trabajo que realizan y la planificación institucional para lograr una comunicación eficiente y eficaz.

²Puyal, E. (2001): "La comunicación interna y externa en la empresa", (en línea) 5Campus.com, Sociología <http://www.5campus.com/lección/comui>. Consultado en febrero 2014

6.1.1 Descripción de la Comunicación Interna

La comunicación interna en el Congreso de la República se realiza principalmente a través de reuniones con superiores (comunicación ascendente).

El Congreso de la República, cuenta con el servicio de intranet. Sin embargo, se utiliza más que todo para el trabajo de la dirección de proveeduría, para solicitar pedidos de compra de suministros de oficina. En cuanto al correo interno, llega principalmente a diputados, directores, y algunos asesores, desaprovechándose el potencial del servicio.

El personal administrativo, en general, no cuenta con el servicio de correo, entre otros aspectos por políticas de espacio en el servidor, actualmente se otorga únicamente 100 megas por usuario.

En el área de comunicación social son pocos los empleados que utilizan este correo interno, por lo general utilizan su correo personal para enviar y recibir información de trabajo.

Las herramientas internas, más utilizadas en el área de Comunicación Social son los memorándum, circulares, convocatorias, cartas. También se aprovecharán las reuniones con el personal, pero no hay una persona encargada de mejorar la comunicación interna y promover la integración de su personal.

6.1.2 Ubicación Física

La Dirección de Comunicación Social se encuentra ubicada en la 8ª. Avenida 9-67 de la zona 1, en el Edificio Fernández. Este edificio fue remodelado en el año 2013 para brindar un mejor lugar de trabajo para sus empleados.; el lugar no posee acceso a la luz solar ni ventilación natural, por lo que es necesario el uso de lámparas y aire acondicionado. Debido a la antigüedad de la construcción se tiene problemas con la señal telefónica.

Debido a que no cuenta con un área específica para conferencias, tanto el presidente del Congreso como los Diputados que integran este Alto Organismo, utilizan un podio situado en el Salón de los Pasos Perdidos ubicado en la entrada al Hemiciclo Parlamentario. Atrás del podio se encuentra una televisión que transmite la señal del canal 9 de este Organismo del Estado.

Una de las desventajas de la Dirección de Comunicación Social, es que se encuentra apartada de las Oficinas centrales (Junta Directiva), así como del Hemiciclo Parlamentario.

6.1.3 Ámbito Técnico

La Dirección de Comunicación Social, depende directamente de la Dirección General del Congreso y se encuentra dividida en seis unidades: redacción y fotografía, unidad web, unidad de televisión, unidad de radio, unidad de monitoreo y unidad de diseño gráfico.

El Personal de la Dirección de Comunicación Social se integra por 28 personas, distribuidas en diferentes departamentos, incluido el Coordinador de Comunicación Social de la Presidencia del Congreso (actualmente no se ha nombrado el cargo). Dentro del Personal se encuentran profesionales con estudios de Comunicación Social, Comunicación Política, Periodismo, Publicidad y Computación. Respecto a los Fotógrafos no poseen estudios profesionales, sin embargo, los años de experiencia les permiten realizar sus funciones.

Debido a que el personal de la Dirección de Comunicación Social, cuenta con estabilidad laboral, sería conveniente invertir en su capacitación con miras al fortalecimiento institucional.

Existe desánimo por parte de algunos miembros del personal quienes manifiestan inconformidad debido a la falta de oportunidades de ascenso o por el nivel salarial que tienen con respecto a otros empleados.

Coordinador de Comunicación del Presidente del Congreso de la República

Es un puesto que depende directamente del Presidente del Congreso, la razón por la que existe este cargo es porque la Dirección de Comunicación Social es un ente Institucional y el objetivo es evitar cualquier señalamiento sobre el uso de los recursos del Congreso.

Dentro de las funciones de este puesto se encuentra: la revisión de los discursos del Presidente y relación de alto nivel con los medios de Comunicación.

En el caso de Junta Directiva, éste no posee un cargo similar por lo que debe trabajar directamente con la Dirección de Comunicación Social.

6.1.4 Unidad de Redacción y Fotografía:

Esta unidad cuenta con cuatro reporteros, quienes llevan a cabo las coberturas noticiosas de los 158 diputados y de las actividades del Congreso en general, recopilan la información y seguidamente redactan sus boletines y los envían a la encargada de la página web que se encarga de publicarlos

Cuenta con cuatro fotógrafos, quienes retratan las actividades y envían su material a la encargada de web para ser publicada; sin embargo, no existe un manual de redacción que unifique el estilo y el contenido de la información que se publica,

6.1.5 Página Web

La página web del Congreso de la República, Se creó en el año de 1997, durante la presidencia de la ex diputada Arabella Castro, luego de que se implementará el servicio de internet en el Congreso, desde entonces ha sufrido modificaciones en cuanto a diseño, estructura y funciones. En el año 2007 se rediseñó la página llevándose a cabo una campaña de comunicación para dar a conocer este servicio a la población.

El congreso de la república tiene a su disposición para informar a la población del que hacer legislativo una página web www.congreso.gob.gt, un canal de televisión que actualmente se transmite por cable, y las redes sociales: facebook, twitter, flicker y youtube.

La página web está estructurada en 5 secciones principales

Congreso:

En este espacio se informará acerca de la junta directiva, jefes de bloque, comisiones de trabajo, actividades diarias que realizan los Diputados del Congreso a través de boletines informativos, publicación de decretos, iniciativas de ley, fiscalización, administración, también posee una sección de transparencia, la cual contiene información de Guatecompras delegaciones en el exterior, liquidación de fondos rotativos, información presupuestaria, el apartado de Consulta Legislativa, la cual contiene, iniciativas de ley, acuerdos, puntos resolutiveos, resoluciones, orden del día, y diario de sesiones.

Diputados:

En este apartado se brinda información sobre los parlamentarios que integran la séptima legislatura, 2012-2014

Transparencia:

Comisiones al exterior, liquidación de fondo rotativo, información presupuestaria, ley de acceso a la información pública.

Consulta Legislativa:

Iniciativas de ley, decretos, acuerdos, puntos resolutiveos, orden del día, y diario de sesiones

Participación:

Foro del congreso, atención ciudadana, la pluma invitada, convocatoria ciudadana, quejas y reclamos, y educación cívica.

La página web está estructurada para informar de las actividades diarias de los parlamentarios, a través del boletín informativo, el cual se mantiene actualizado día con día.

Debido a que adolece de un manual de estilo, las publicaciones no son siempre uniformes.

Algunas secciones se encuentran desactualizadas, como los diarios de sesiones y los decretos están publicados en PDF algunas veces borrosos.

6.1.6 Unidad de Televisión

El canal del Congreso de la república se transmite actualmente a través del canal 57 de claro tv avanzado,

Respecto al contenido de su programación, se tramiten en vivo y en directo, todas las sesiones plenarias regularmente convocadas los martes y jueves, algunas reuniones de la instancia de jefes de bloque Foro parlamentario: los días lunes, miércoles y viernes, así como Actividades especiales transmitidas desde el salón del pueblo, las cuales Se promocionan a través de facebook y twiter.

Se realizan transmisiones en diferido sobre las reuniones de comisiones, diputados reportajes, Capsulas informativas y un Noticiero quincenal. El horario de transmisión es de de 8:00 a.m. A 16:00hrs.

El personal es insuficiente y el equipo técnico del área de producción es incompatible y obsoleto. Actualmente se cuenta solo con un camarógrafo y dos editores, dos islas de edición y tres cámaras.

Las coberturas y contenido del noticiero no está siendo coordinado ni supervisado por el jefe de información, los reporteros están coordinados por el encargado de editar los boletines para la página web.

Actualmente, se realizan las gestiones para poder trasladar las transmisiones de tv de claro avanzado a tv básico

6.1.7 Unidad de Monitoreo

Monitoreo de radio

No se cuenta con el equipo necesario, solamente se trabaja con una persona y con una grabadora, para realizar esta función.

Se escuchan los noticieros de la mañana y se redacta un resumen de los temas que se abordaron, sin embargo no se graba.

Luego se envía a los diputados y directores por correo electrónico.

El contenido de la información no se analiza, solamente se archiva.

Monitoreo de televisión

Actualmente, dentro de la Dirección de Comunicación Social, no se cuenta con este servicio por falta de equipo, pero se están realizando las gestiones contratarlo por fuera.

Monitoreo de Redes Sociales

Esta área inicio a funcionar en el mes de mayo del año pasado, una sola persona es la encargada, su función consiste en revidar todos los días el facebook y twitter de los principales medios escritos, radiales y televisivos, aproximadamente contabilizan 15.

El monitoreo se envía a los 158 diputados, directores y asesores.

Debido a la carencia de un análisis, se desperdicia una fuente bastante rica en información tanto para los diputados en general, como para los presidentes de comisión, Jefes de Bloque y asesores, ya que se revelan datos muy importantes que se pueden utilizar para elaborar una estrategia de Comunicación

Monitoreo de Prensa

La función en esta área, consiste únicamente en recortar las noticias que contengan información del Congreso de la República, de los diarios Prensa Libre, La Hora, Siglo 21, el Periódico Y diario de Centroamérica y se escanean para formar un archivo, también de descargan los contenidos por internet y se envían a los 158 diputados vía correo electrónico, pero no se realiza un análisis de la información obtenida

6.1.8 Unidad de Diseño Gráfico: Está integrado por una persona, cuyas funciones, según el manual de organización, son, desarrollar el manual de imagen grafica del congreso de la república, en todos los entes que conforman el congreso. Así como diseñar formatos, plantillas para el sitio web para niños.

Apoyar en todo lo necesario para la elaboración de diseños digitales en las redes sociales, así como diseñar todo lo requerido por la dirección, para la divulgación y promoción de los productos que impulse la dirección de comunicación social.

Aunque la descripción de funciones pareciera informar que desde aquí se establecen los lineamientos para el manejo de la imagen gráfica institucional, realmente lo que se realiza en esta unidad, es producir materiales por encargo de la dirección.

En ese sentido se considera una debilidad en la dirección de comunicación social la inexistencia del manual de imagen aunque al realizar el trabajo se tomen en consideración algunas situaciones como el uso del logo de la institución, lo cual no es suficiente en términos de imagen institucional. Debería considerarse como prioritaria la elaboración de esta herramienta pues es básica para encaminarse al desarrollo de la institucionalización de la comunicación.

6.1.9 Rumores: Nadie quiere ocupar la Dirección de Comunicación Social, debido al rumor que la plaza año con año es cambiante y no se puede realizar un trabajo a largo plazo.

Los empleados de Comunicación Social deben tener el apadrinamiento de una Bancada o un Diputado para poder ocupar dicha plaza.

6.1.10 Comunicación Externa: La oficina de Comunicación Social, facilita el acceso a la información de las actividades parlamentarias, fotografías y videos a los diferentes medios externos que así lo soliciten.

Se comunica diariamente de las actividades parlamentarias a los medios de comunicación, a través de correos electrónicos y mensajes de texto. Así como de la agenda de actividades que se coloca en el área de prensa y se va actualizando conforme a las necesidades de cobertura.

En cuanto a la divulgación del que hacer legislativo hacia la población en general, la dirección de Comunicación Social utiliza la pagina web oficial, www.congreso.gob.gt, el canal 9 del Congreso de la República, que se transmite

a través de la señal del canal 57 de Claro tv avanzado, y de las redes sociales, facebook, twitter, youtube y flicker.

En cuanto a las publicaciones, campos pagados, pautas en radio y televisión, de esto se encarga la Dirección General.

6.1.11 El POA del año

POA 2013 de la Dirección de Comunicación Social El Plan Operativo Anual (POA) 2013, del Congreso de la República se adaptó a las necesidades propias y a los lineamientos establecidos por la Secretaría General de Planificación y Programación de la Presidencia SEGEPLAN, como ente rector de la planificación nacional. El propósito de dicho plan es contar con un instrumento de planificación a corto plazo, que permita seguir líneas de acción programadas anualmente.

Proyecto	Cuantificación trimestral				Producto esperado	Responsable Directo
	Enero Abril	Mayo- Agosto	Sep.- Dic.	Programado Miles de Quetzales (año X		
Objetivos Operativo 1: Radio Web						
Acción 1: Compra de equipo para la radio				Q.140,000.00	Radio en línea del Congreso	Dirección de Comunicación Social
Acción 2: Instalación e Implementación					Radio en línea del Congreso	Dirección de Comunicación Social
Acción 3: Divulgación				Q. 100,000.00	Radio en línea del Congreso	Dirección de Comunicación Social
Acción 4: Producción de Radio				Q. 100,000.00	Radio en línea del Congreso	Dirección de Comunicación Social
Objetivos Operativo 2: Canal Vía Satelital						
Acción 1: Socializar proyecto satelital				Q. 30,000.00	Canal Vía Satélite	Dirección de Comunicación Social
Acción 2: Compra de equipo e Implementación				Q. 1,300,000.00	Canal Vía Satélite	Dirección de Comunicación Social
Acción 3: Instalación de equipo, empresas de cable				Q. 250,000.00	Canal Vía Satélite	Dirección de Comunicación Social
Objetivos Operativo 3: Mejora de Producción del Canal						
Acción 1: Mejoramiento de Instalación				Q. 250,000.00	Cobertura a nivel nacional	Dirección de Comunicación Social
Acción 2: Capacitación del personal				Q. 1,300,000.00	Cobertura a nivel nacional	Dirección de Comunicación Social
Acción 3: Producción material				Q. 50,000.00	Cobertura a nivel nacional	Dirección de Comunicación Social
Acción 4: Producción material				Q. 300,000.00	Cobertura a nivel nacional	Dirección de Comunicación Social
Objetivos Operativo 4: Circuito cerrado en Claro T.V. Interno						
Acción 1: Solicitud de servicio a la empresa Claro				Q. 250,000.00	Cobertura a nivel nacional	Dirección de Comunicación Social
Acción 2: Compra de equipo para generar señal interna				Q. 300,000.00	Cobertura a nivel nacional	Dirección de Comunicación Social

6.1.12 Campañas realizadas

Como toda institución pública, lamentablemente las autoridades en turno ven como un gasto innecesario el desembolso para realizar campañas, no reconocen su importancia en la comunicación estratégica de un ente como el Congreso de la República, no consideran que sea necesario invertir en la divulgación del que hacer legislativo, en ocasiones se debe al temor de ser criticados por la prensa por lo que desde hace varios años, no se realizan campañas de comunicación.

6.1.13 Plan estratégico que se está por ejecutar

Actualmente la Dirección de Comunicación Social, no cuenta con un Director que se encargue de diseñar un plan estratégico, aunque generalmente lo que se establece son planes de trabajo que van enfocados más en la línea informativa y operativa, que de carácter estratégico.

6.1.14 Presupuesto de Comunicación para el presente año

No posee un presupuesto establecido y sus necesidades se cubren según como vayan surgiendo, La Dirección General del Congreso de la República es la encargada de evaluar y autorizar tanto los pedidos de compra como las pautas en los medios de Comunicación. Sin embargo dentro del POA, se establece una asignación para esta área, sin embargo estos recursos son generalmente reasignados para otras necesidades de funcionamiento del Congreso de la República.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 Antecedentes

El Congreso de la República es el organismo político del Estado por excelencia para la cobertura periodística y las relaciones públicas. De los tres poderes del estado - Ejecutivo Legislativo y Judicial- es en el Congreso donde confluyen todas las fuerzas políticas y las instancias públicas, privadas y sociales para la toma de decisiones de toda la nación.

No obstante, pese a su importancia, actualmente atraviesa una crisis de imagen institucional y problemas significativos en su comunicación interna y externa. La población en general desconoce el trabajo de los congresistas y les ubica como mercenarios del sistema.

La mayoría de noticias que circulan en los medios de comunicación advierten sobre los diputados faltistas a las sesiones plenarias, de los que se quedan dormidos en el hemiciclo, de los que prefieren entretenerse con un juego digital a poner atención a las discusiones serias; mientras, las autoridades del Legislativo, no logran definir una estrategia que permita hacer llegar a la población su trabajo y su mensaje.

Desde esta perspectiva, la comunicación social adquiere un papel relevante. En el caso del Congreso queda clara la urgente necesidad de realizar un manejo adecuado de su comunicación interna y externa. De esta forma se podrán mejorar las relaciones con los periodistas y una estrategia a largo plazo que permita recuperar su imagen institucional.

En el 2008, periodo en el que el diputado Arístides Crespo ocupó la presidencia del Congreso de la República, se creó legalmente la Dirección de Comunicación

Social, mediante una reforma a la Ley Orgánica del Organismo Legislativo. Hasta ese momento, había funcionado como un Departamento de Relaciones Públicas, con carencias de todo tipo, desde personal, equipo y dirección, situación que generó problemas.

Para citar algunos ejemplos de situaciones difíciles enfrentadas por el Legislativo, se puede mencionar en el período 2000-2004, la reforma a la Ley del Impuesto de Bebidas Alcohólicas, publicada en el Diario Oficial con notorias alteraciones respecto a la que se había aprobado en el hemiciclo parlamentario. El caso fue conocido como “guarogate”, y puso en jaque a los congresistas, luego de filtrarse las grabaciones de la sesión plenaria donde se aprobó la citada ley, y se comprobó la alteración maliciosa antes de la publicación en el diario oficial.

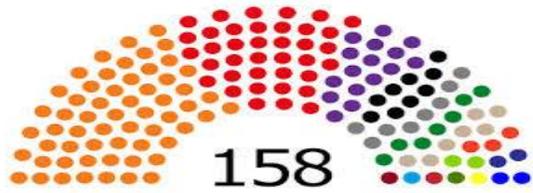
Las grabaciones fueron obtenidas por los periodistas, debido a la falta de control que entonces había del material que reproducía el Congreso. Surgió así la necesidad de una Dirección de Comunicación Social, con un titular responsable de controlar y responder por todo el material televisivo, radial, y escrito que se generara en el Legislativo. No obstante, la necesidad de un plan a largo plazo para manejar las relaciones internas y externas de la institución, así como la imagen institucional, quedaron como tareas pendientes hasta la actualidad.

Pese a ello, la creación de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, significa un adelanto en el tratamiento de la comunicación en el Organismo Legislativo. Entre otras cosas, se encarga de la divulgación educativa e informativa del trabajo de los 158 diputados, y de manejar la imagen institucional; esto último, en ausencia de un plan de comunicación y presupuesto, debido al constante cambio de sus autoridades –la Junta Directiva del Congreso es cambiada cada año-, lo que impide definir líneas de acción a largo plazo.

Al Congreso de la República, le urge una reforma en el manejo de su comunicación social.

2.2 Grafica del Diagnóstico de la Radiografía

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA



Diputados



Se encarga de la Comunicación externa del Organismo más vulnerable y criticado del Estado

Cuenta con 28 personas para atender las demandas de 158 diputados.

Carece de un plan estratégico que establezca acciones de corto, mediano y largo plazo.
Su trabajo es divulgado en página web y un canal de televisión

Su Director es nombrado por el presidente del Congreso, por periodos indefinidos.

Su administración es inestable debido al constante cambio de Director por situaciones políticas.

La relación de los diputados con la Dirección es débil.
Un 93% de diputados desconoce el trabajo de la Dirección
Existen deficiencias en la coordinación y comunicación con las bancadas

Dentro de sus asignaciones, tiene la cobertura periodística del trabajo legislativo y su divulgación

Hace trabajo de grabación, entrevistas y fotografía para las redes sociales (página web, Twitter y Facebook) y el canal del Congreso.

Falta un manual de procedimientos, redacción y estilo para la elaboración de boletines institucionales
Falta capacitación para reporteros, redactores y encargados de redes sociales.

Carece de un editor de contenidos y fotografía.

No posee equipo técnico adecuado para sus labores.

Realiza monitoreo general de noticias en redes sociales que envía a los legisladores.

No cuenta con un monitoreo personalizado y analítico para diputados



Conforme
Inconforme

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo General

Fortalecer la imagen institucional del Congreso de la República mediante la implementación de acciones que fortalezcan su comunicación con la población.

2.3.2 Objetivos Específicos

- a. Optimizar la imagen del Congreso de la República, para sus visitantes desarrollando un programa de ubicación de las oficinas del Organismo Legislativo.
- b. Complementar el trabajo de la oficina de Atención Ciudadana, mediante la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República.

2.4 Publico Objetivo

Ciudadanía en general:

Medios de Comunicación.

Directores, editores y periodistas de medios de comunicación masiva (diarios, revistas, radios, TV) y medios de comunicación alternativos.

Sociedad Civil.

Miembros y dirigentes de Organizaciones No Gubernamentales y Centros de Estudio.

Académicos.

Autoridades académicas (Rectores, Decanos, Directores de Carrera), profesores, dirigentes estudiantiles y estudiantes universitarios.

Comunidad Internacional.

Diplomáticos, Representantes de Organismos Internacionales con presencia en el país.

Ciudadanía.

Ciudadanos en general que requieren y demandan información relacionada con el Congreso de la República

Diputados.

Diputados al Congreso de la República

Funcionarios.

Funcionarios del Congreso de la República tanto administrativos como técnicos, personal de apoyo, etc.

2.5 Mensaje

“Guiándote en tu Congreso”

2.6 Estrategia

2.6.1 Con el objeto de mejorar la imagen del Congreso de la República ante el público objetivo, se trabajará mediante el diseño de un programa de ubicación de los diferentes edificios del Congreso ubicados en el Centro Histórico. El programa guiará a los visitantes del congreso desde dos puntos que son: la entrada principal del Palacio Legislativo por la novena avenida y la segunda entrada que estará en la octava avenida por la Casa Larrazábal, de esos dos puntos puedan ubicar cualquier edificio aledaño al Palacio Legislativo, en total se cuenta con 17 edificios.

Diseñar un Trifoliar que se llamara “pasaporte legislativo”, donde se localice con facilidad los edificios que integran las diferentes oficinas del Congreso, estos pasaportes serán entregados por personal de Atención Ciudadana.

Edificio	ubicación
1. Palacio Legislativo	9 Avenida 9-44
2. Parqueo Palacio Legislativo	8 Avenida 9-85
3. Casa Larrazábal	8 Avenida 9-41
4. Casa de la Cultura	10 calle 8-69
5. Edificio 7 y 10	7 Avenida y 10 calle esquina
6. Edificio Morales	7 Avenida 9-34
7. Edificio Fernández	8 Avenida 9-67
8. Edificio Tecún	11 Calle 8-14
9. La Casona	9 Avenida 10-46
10. Edificio ZADIK	9 Calle 8-24
11. Biblioteca Edificio del Antiguo BI	7 avenida 9-36
12. Edificio Diagnóstico	10 calle 8-69
13. Edificio MP	8 avenida 10-57
14. Edificio Torín	10 Calle 7-43
15. Edificio 8-42“Parqueo”	9 avenida 8-42
16. Nuevas oficinas Administración	7ª. Avenida 11-52
17. Edificio Jardín Infantil Congreso	11 calle y 9 avenida

En este sentido, se entregará el trifoliar al visitante para facilitar su estadía en el Congreso y los diferentes edificios, el Trifoliar contará un mapa de ubicación en la parte interior y una reseña histórica de los edificios más importantes del Congreso de la República, en la contra portada la fotografía del Presidente del Congreso actual, en la parte frontal dirá “Pasaporte Legislativo” con colores representativos del Congreso y escudos institucionales, con el mensaje “guiándote en tu Congreso”

Se recomienda que el Trifoliar se cambie cada año debido a las diferentes políticas del congreso entre ellas: cambio de Junta Directiva anual, edificios nuevos, etc.

Se dará una inducción al personal de atención ciudadana para la entrega de los trifoliales.

*Como estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación-ECC- de la Universidad de San Carlos de Guatemala-USAC-, donaré a la institución el primer tiraje de pasaportes que se entregará para que se implemente la capacitación al personal y período de prueba con visitantes, esto como agradecimiento a la institución por permitir realización del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en este Alto Organismo.

Con el fin es Lograr mejorar la imagen de la institución ante las diferentes personalidades que visitan el edificio.

2.6.2 Fortalecer la oficina de Atención Ciudadana mediante el apoyo de la Dirección de Comunicación Social, capacitando a su personal para participar en la entrega de los impresos a los visitantes con el fin de dar una imagen de orden y fácil ubicación de las oficinas del Organismo Legislativo. Esto acordando con los directivos de la oficina fechas para la realización de los mismos. Siempre con el afán de dar una buena presentación ante el público externo.

La estrategia de comunicación engloba la participación de las siguientes oficinas del Congreso de la República: Oficina de Atención Ciudadana, Dirección de Protocolo y Dirección de Comunicación Social.

La Dirección de Comunicación Social es la encargada de que la estrategia de comunicación se ponga en marcha y que se desarrolle conforme el plan de implementación recomendado.

El resto de direcciones trabajarán en coordinación con la Dirección de Comunicación Social para que todo marche conforme lo planificado. Todas las instancias trabajan bajo la supervisión de la Junta Directiva.

2.7 Los planes de Comunicación o acciones

Debido a que no existe un mapa ó croquis, para localizar los diferentes edificios de la institución ante las personas que visitan las instalaciones del congreso, se hace necesario diseñar un plano que oriente fácilmente a los visitantes hacia los diferentes edificios que tiene asignados el Congreso de la República.

Se elaborará una guía parlamentaria ó programa de información del Congreso de la República con la ubicación de sus edificios, en la parte frontal dirá “Pasaporte Legislativo” con colores y escudo institucionales, con el mensaje “Transparencia y Puertas Abiertas” en la parte interna el mapa de ubicación, y un poco de historia de los edificios más importantes.

Primero se efectuará la búsqueda de información de los diferentes edificios, oficinas de Diputados y personal administrativo. Copilar direcciones calles y avenidas de ubicación.

Se contratará un diagramador, un especialista en revisión de textos.

El objetivo de la guía parlamentaria del Congreso es dotar a la institución de un mapa que proporcione a la ciudadanía, especialmente a la de los visitantes del congreso la ubicación exacta de los edificios del Organismo.

El pasaporte será cambiado trimestralmente debido para mantener actualización de algún edificio que ya no sea utilizado o un nuevo edificio.

Una sección del impreso será destinada a información del lector sobre qué es el Congreso de la República, cuantos edificios lo integran, información sobre los edificios más importantes.

El Pasaporte Legislativo será gratuito. Su distribución se hará a través de los mismos empleados del Congreso de Atención Ciudadana y Protocolo, quienes lo entregarán cuando lo amerite.

2. 8 Calendario

Actividades	Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Recopilación de información												
Visitar las diferentes Edificios del Congreso para verificar direcciones												
Recopilar información y Elaboración del croquis												
Revisión /corrección del mapa												
Trabajar con el diagramador y diseñador la edición digital y el arte para los trifoliales e ilustración del mapa.												
Supervisión del trabajo final en detalles												
Entrega de impresiones												

Qué seguimiento le puede dar la empresa al proyecto

Semanas	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
01	Entregar en las diferentes puntos donde las personas visitan las instalaciones	Entregar trifoliales	Capacitar al personal	Evaluaciones	Vacaciones
02	Cambiar cada año, la Junta Directiva del trifoliar.	Revisión de modelos de trifoliales que coincidan con las necesidades del congreso.	Aprobación de los nuevos trifoliales	Vacaciones	Vacaciones
03	Orientación a personal de atención ciudadana para entrega del nuevo trifoliar	Orientación a personal de atención ciudadana para entrega del nuevo trifoliar	Entrega de trifoliales.	Vacaciones	Vacaciones
04	Entrega de nuevos trifoliales	Entrega de nuevos trifoliales	Entrega de trifoliales.	Vacaciones	Vacaciones

Elaborado por: Glenda Rodas, junio 2014

2.9 PRESUPUESTO:

Cantidad	DESCRIPCIÓN	VALOR	SUB-TOTAL	TOTAL
	Recuso humano Diagramador, historiador, diseñador			
	Edición e Ilustración digital de mapa en 2D trazo Centro Histórico área del Congreso, edición digital/arte final para trifoliales full color. Q. 25.00 por cambio extra		Q.1000.00	Q. 1000.00
	Actividad en la Dirección de Comunicación social con empleados.		Q. 300.00	Q. 300.00
	Eventos de la Presentación del Trifoliar las direcciones de Comunicación Social, Protocolo y oficina de atención ciudadana,		Q.1500.00	Q. 1500.00
1000	Trifoliales full color	3X U.	Q.3.000.00	Q.3.000.00
	TOTAL			Q. 5.800.00

2.10 Control y Seguimiento

Los supervisores de Escuela de Ciencias de la Comunicación llevarán a cabo visitas al Congreso de la República para supervisar el trabajo que se está llevando a cabo dentro de la Dirección de Comunicación Social, como parte del EPS. Dichas visitas se llevarán a cabo durante los meses de mayo, junio y julio del año 2014.

La evaluación nos va a permitir establecer si el proceso de implementación ha sido eficiente, si se han empleado los recursos de manera que apoyen el logro de los objetivos y si la estrategia planificada es sostenible en el tiempo. Evaluaremos por medio de una encuesta si se está cumpliendo el objetivo deseado.

La encuesta será efectuada durante la segunda semana del mes de julio, con una muestra del 10% de los visitantes al Congreso. Será dirigida Ciudadanía al azar, para comprobar si se están cumpliendo las expectativas deseadas.

2.11. CheckList

Edificios

	Visitas a Edificios	Si	No
1	Visitar los 17 edificios del Congreso	x	
2	Hacer un croquis	x	
3	Revisiones de los croquis	x	
4	Ordenar los edificios jerarquía	x	
5	Buscar historial de edificios	x	
6	Recopilar información de edificios	x	
7	Realizar la fotografías de edificios	x	
8	Corregir artes	x	
9	Recopilar artes del congreso	x	

Curso de capacitación

		Si	No
1	Visitar los 17 edificios del Congreso	x	
2	Curso de capacitación personal de atención ciudadana.	x	

CAPITULO III

3.1 INFORME DESCRIPTIVO DE LAS ACTIVIDADES

Realicé un Diagnostico de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República de Guatemala, que permitió evidenciar las siguientes debilidades y fortalezas de la Institución:

Debilidades

- Cuenta con 28 personas para atender las demandas de los 158 Diputados
- Carece de un plan estratégico que establezca acciones de corto, mediano y largo plazo.
- Su administración es inestable debido al constante cambio de Director de Relaciones públicas.
- La relación de los diputados con la Dirección es débil.
- El 93% de diputados desconoce el trabajo de la Dirección.
- Falta capacitación para reporteros, redactores y encargados de redes sociales.

Fortalezas

- Su trabajo es divulgado en página web y un canal de televisión
- Tiene cobertura periodística del trabajo legislativo y su divulgación
- Es el encargado de la Comunicación externa del Organismo más vulnerable y criticado del Estado.

Método

- Descriptivo con enfoque cualitativo.

Se realizó un trabajo de observación en la Dirección de Comunicación Social en donde se pudo constatar que es muy poca gente la que labora en dicha Dirección y que la misma no cuenta con equipo ni con personal técnicamente calificado para poder efectuar su trabajo de forma eficaz y eficiente.

Asimismo, se llevaron a cabo entrevistas con el personal de la Dirección de Comunicación Social en donde especificaron el trabajo que realizan, el espacio con el que cuentan y la tecnología que utilizan. Se pudo constatar que no cuentan con espacio ni equipo acorde a lo que llevan a cabo, el servicio de internet es deficiente y que muchas veces tienen que valerse de sus propios medios para poder hacer el trabajo de una mejor manera; pero a pesar de ello no logran cubrir las necesidades de los Legisladores.

Se realizó muestreo de encuestas a diputados, para saber el criterio que tienen de la Dirección de Comunicación Social y si utilizan los servicios que presta y como ésta podría mejorar. Como resultado se obtuvo que la Dirección de Comunicación Social no cuenta con equipo necesario para satisfacer las necesidades de los 158 diputados, ni recurso humano profesional para desempeñarse en el quehacer de la comunicación.

También se pudo observar que el Congreso de la República de Guatemala cuenta con 16 edificios anexos, en los cuales diariamente acuden muchas personas y los mismos no cuentan con una señalización acorde que permita a los trabajadores y los visitantes una mejor ubicación de donde se encuentran así como las rutas de emergencia por cualquier calamidad.

De los resultados del diagnóstico surge la necesidad de la elaboración de un Plan de Comunicación Social para esta Dirección, con en el ánimo de fortalecer la imagen institucional del Congreso. Se plantearon los siguientes objetivos:

Objetivos

Objetivo General

Fortalecer la imagen institucional del Congreso de la República mediante la implementación de acciones que fortalezcan su comunicación con la población.

Objetivos Específicos

- c. Optimizar la imagen del Congreso de la República, para sus visitantes desarrollando un programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo.
- d. Complementar el trabajo de la oficina de Atención Ciudadana, mediante la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República.

1.1.1 Estrategia

Actualmente el congreso se ha visto en la necesidad de adquirir nuevos espacios físicos de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la Junta Directiva para poder albergar las diferentes oficinas de los 158 diputados, 52 comisiones y la instancia de Jefes de Bloque, constituyéndose en un complejo que alberga 16 edificios pertenecientes al Organismo Legislativo.

Con el objeto de mejorar la imagen del Congreso de la República ante el público objetivo, trabajé un programa de ubicación de los diferentes edificios del Congreso ubicados en el Centro Histórico. El programa guiará a los visitantes del congreso desde dos puntos que son: la entrada principal del Palacio Legislativo por la novena avenida y la segunda entrada que estará en la octava avenida Edificio

Casa Larrazábal, de esos dos puntos puedan ubicar cualquier edificio aledaño al Palacio Legislativo, en total se cuenta con 17 edificios.

Con el afán de que las personas visitantes del Congreso localicen con facilidad los edificios que integran las diferentes oficinas del Congreso. Se entregará el trifoliar al visitante que cuenta con un mapa de ubicación en la parte interior y una reseña histórica de los edificios más importantes del Congreso de la República, con colores representativos del Congreso y escudos institucionales, con el mensaje “guiándote en tu Congreso”

Se recomienda que el Trifoliar se cambie cada año debido a las diferentes políticas del congreso entre ellas: cambio de Junta Directiva anual, edificios nuevos, etc.

Efectúe un mapeo de los 16 edificios que albergan oficinas del Congreso de la República, hubo necesidad de estudiar sobre la historia de los mismos acudiendo a documentos históricos e incluso un historiador, posteriormente realicé el mapa de ubicación física con la diagramación de todos los puntos de referencia y edificios, detallando en el Trifoliar que se le otorgará a público objetivo para hacer su más fácil su visita y estadía dentro de las instalaciones del Congreso.

Realice también charlas a las diferentes Direcciones Comunicación Social del Congreso, Protocolo y oficina de Atención Ciudadana a quienes entregue mi proyecto piloto de la guía la cual fue bien aceptada y obtuve aprobación de las autoridades haciendo sus recomendaciones necesarias para poder efectuarse su impresión y posteriormente su distribución convirtiéndose en una herramienta útil y necesaria para el uso de las direcciones mencionadas esto para que sea facilité y sea de beneficio para los visitantes que desde los lugares más recónditos del país visitan la institución.

El producto de mi proyecto servirá para la Oficina de la Dirección de Comunicación Social, para la Unidad de Atención Ciudadana y para la Dirección de protocolo oficinas encargadas de la divulgación de la información del Organismo Legislativo y de la atención de los visitantes que de todas partes del país y visitantes internacionales.

Para poder dar continuidad al Trifoliar se llevaron a cabo nuevas capacitaciones para entregar a las personas que requieran del mapa, de 8:00 a.m. a 10:00 horas, se llevó a cabo en el segundo nivel del Edificio 10-57 de la zona 1, donde se invitaron a 25 personas del Departamento de Comunicación Social, Protocolo, Atención Ciudadana del Congreso de la República de Guatemala y se contó con la participación especial del Licenciado Sergio Morataya Supervisor del Ejercicio Profesional Supervisado EPS. Asimismo, se hizo entrega del Trifoliar a los directores de las áreas en mención.

Bocetos:

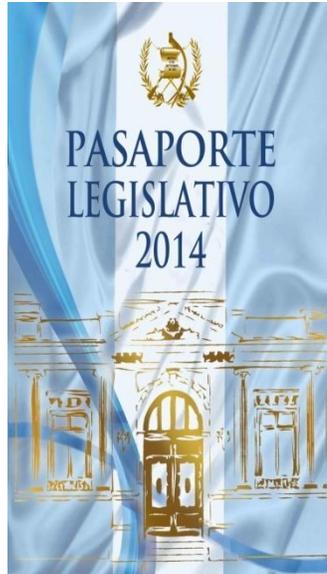


1. Primer mapa elaborado por el diagramador enviado para ser rediseñado por el diseñador programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 26/06/2014, fuente: Glenda Rodas



2. Mapa diseños logo del Congreso, ubicación de los edificios

número y nombre de los edificios, colores.
 Programa de ubicación de Los Edificios
 del Organismo Legislativo. 27/07/2014, Fuente: Glenda Rodas



3. Portada del trifoliar. programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 27/07/2014, Fuente: Glenda Rodas



4. Primer diseño de Contraportada, elaborado con la fotografía del Presidente y Junta Directiva del Congreso. programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 28/06/2014, Fuente: Glenda Rodas



5. Diseño elaborado montaje para el trifoliar de la ubicación de los edificios
Programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 28/06/2014, Fuente: Glenda Rodas.



6. Diseño y Arte Final, fotografías de los tres edificios, información de dos iconos importantes del Congreso: el Hemiciclo Parlamentario y el Salón de los Pasos Perdidos, quien elaboró el producto, el mensaje "Guiándote en tu Congreso" y al frente los tres logos representativos a la USAC y al Congreso. Programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 16/07/2014, fuente: Glenda Rodas



7. Diseño y Arte Fina de la ubicación física de los edificios, se pueden observar los detalles: se “UBICACIÓN FÍSICA DEL CONGRESO” en la parte superior, se cambió en los globos la entrada por la Casa Larrazábal y entrada por el Palacio legislativo con sus respectivas direcciones, se colocó el número y nombre de cada edificio con las oficinas que alberga, se observan también los tres logos representativos a la USAC y al Congreso, la información horizontal. programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 16/07/2014

4. Conclusiones

La Dirección de Comunicación Social, carece de una estrategia de comunicación a mediano y largo plazo y esto afecta las acciones comunicacionales que se realizan, debido a que el personal se centra en el trabajo diario reaccionando a los acontecimientos sin preparación ni propuesta

No existe coordinación entre la Dirección de Comunicación Social y las Unidades que coordinan la Comunicación de las Bancadas del Congreso, lo que repercute en un manejo de información disperso que afecta la imagen de la Institución.

Debido a que son 16 los edificios que integran el Congreso de la República es muy difícil para los visitantes poder localizar de forma inmediata a los Diputados, por lo que se elaboró una guía parlamentaria.

5. Recomendaciones

Que Junta Directiva del Congreso de la República, defina claramente los objetivos de trabajo de la Dirección de Comunicación Social y se respeten, que los argumentos o mensajes sean capaces de apelar a los distintos públicos de la Institución, así como la definición de los públicos más influyentes para crear una nueva imagen institucional.

También deberán de revisarse los productos y servicios actualmente ofrecidos por la Dirección para renovarlos o desecharlos y deberán crearse nuevos productos y servicios que atraigan a los públicos definidos. Es importante que la Dirección evalúe los medios, mensajes y audiencias y como va a ser su relacionamiento con ellos a partir de implementar las nuevas formas de manejar las comunicaciones.

Establecer objetivos encaminados más a una comunicación estratégica educativa y política, que la posicione como la entidad encargada de la comunicación estratégica de la institución.

Que el Director de Comunicación Social, permanezca por un período prolongado para cumplir con los objetivos que se establezcan de la comunicación estratégica.

un pasaporte o guía legislativa sea modificada anualmente, siempre con el ánimo de orientar. Para que la estadía del visitante el sea confortable y así dar una imagen diferente.

6. Bibliografía

Avalos, Elizabeth. Diagnóstico sobre entrevistas y procesos de Comunicación del Congreso de la República, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo de Guatemala. Guatemala mayo 2011.

Morataya, Sergio, Fase Diagnostico, documento de apoyo, Guatemala febrero 2014.

Charles, Mercedes, El Diagnóstico de Comunicación: Gestor del Cambio, septiembre de 1991.

www.congreso.gob.gt. Manual de Procedimientos del Congreso Tomo I Departamento de Organización y Métodos 2013.

www.rae.es, Diccionario de la Real Academia Española

www.congreso.gob.gt, Manual de Organización 2013 Dirección de Comunicación Social, Congreso de la República

7. Anexos:

Recopilación de Datos

Ficha de entrevistas

Entrevistada: Olga Méndez,
Cargo: Encargada de la Dirección de Comunicación Social
Fecha de entrevista: lunes 17 de febrero de 2014
Hora de entrevista: 10:00 a.m.
Duración de la entrevista: 1 hora
Objetivo de la Entrevista: Conocer la estructura y funcionamiento de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República para identificar debilidades y fortalezas de la Institución.

Entrevistada: Saida Galicia
Cargo: Encargada de Boletines Pagina web Congreso de la República
Fecha de la entrevista: martes 18 de febrero de 2014
Hora de entrevista: 10:00 horas
Duración de la entrevista: 35 minutos
Objetivo de la Entrevista: Conocer el funcionamiento de la página web, así como sus antecedentes y forma en que se elabora la redacción de sus contenidos.

Entrevistada: Emmy Aqueche
Cargo: Coordinadora de información Canal Congreso
Fecha de entrevista: miércoles 19 de febrero de 2014
Hora de entrevista: 10:00 horas
Duración de la entrevista: 45 minutos
Objetivo de la Entrevista: Conocer el funcionamiento de Canal 9 del Congreso de la República, así como la programación, producción, y equipo técnico que se maneja.

Entrevistada: Karen Mendoza
Cargo: Encargada de monitoreo de redes sociales
Fecha de entrevista: miércoles 19 de febrero del 2014
Hora de entrevista: 15:00 horas
Duración de la entrevista: 45 minutos
Objetivo de la Entrevista: Recopilar información del sistema que utiliza el Congreso de la República, para monitorear redes sociales y del manejo de los informes que se llevan a cabo en la Dirección de Comunicación Social.

Resultado de las Entrevistas

SAIDA GARCIA
ENCARGADA DE BOLETINES
DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA

1. **¿En qué año surgió la página web del Congreso de la República?**
En el año 2005, en la legislatura de Jorge Méndez Herbruger
2. **¿Cuándo se comenzó la elaboración de boletines?**
No se tiene fecha específica pero se redactaban en máquinas de escribir
3. **¿Existe un manual de procedimiento o redacción para la elaboración de boletines institucionales?**
No existe ningún manual este se hace de acuerdo a cada persona del área
4. **¿Cuáles son los criterios que se toman en cuenta para la información contenida en el boletín?**
No existe ningún manual, ellos informan, divulgan lo que los diputados están trabajando
5. **¿Cuál es el proceso que se sigue para la elaboración y publicación de un boletín?**

No existe ningún proceso específico, debido a que la persona que lleva a cabo el reportaje se encarga de redactarlo de la propia nota que obtiene, luego de haberlo redactado me lo dan y yo me encargo de publicarlo en la página web del Congreso de la República.

6. **¿Cuáles considera que son las debilidades que existen en cuanto a la redacción de boletines?**
Que las personas que los hacen no son directamente reporteros, sino personas que han aprendido a hacer su trabajo en la calle
7. **¿Cuentan con capacitación constante para los reporteros en el tema de redacción institucional?**
No, y eso sería de suma importancia para las personas que efectúan el trabajo
8. **¿Qué considera que se podría mejorar en cuanto a la redacción de los boletines de la página web?**
Se podría mejorar el recurso Humano.

OLGA MENDEZ
ENCARGADA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CONGRESO DE LA REPUBLICA

1. **¿Cuáles son las funciones principales que realiza la Dirección de Comunicación Social?**
*Cobertura informativa del trabajo legislativo
Entrevistas de diputados en Comisiones de trabajo
Seguimiento al trabajo que se realiza en las Comisiones*
2. **¿Cuales considera que son las debilidades de esta Dirección?**
*Falta de Equipo
Coordinación*
3. **¿Qué se podría hacer mejor el funcionamiento de la Dirección?**
*Contar con el equipo adecuado
Preparar a la gente con tecnología
Contratar personal capacitado*
4. **¿Cuánto personal tiene a su cargo?**
28 personas
5. **¿Se realizan capacitaciones constantes para el personal?**
Nunca, y sería bueno que se llevaran a cabo
6. **¿En qué consiste la cobertura que Comunicación Social brinda a los Diputados?**
Darle cobertura a las actividades que llevan a cabo los Diputados, haciendo el trabajo de grabación, entrevistas, fotografía para luego publicarlo en la web.
7. **¿Cuál es el procedimiento para solicitar una cobertura de prensa y de Comunicación Social?**
Dirigiendo una nota al encargado con 24 horas de anticipación y si es en el interior de la república con 3 días de anticipación.
8. **¿Existe apoyo en cuanto a transporte, viáticos y horas extras para el personal en coberturas fuera del horario establecido?**
Si existe por parte de la Dirección General, quien es la encargada de cubrir dichos gastos y se les pagan 2 horas extras si esto lo mereciera.
9. **¿Como es la relación de los Diputados del Congreso con la Dirección a su cargo?**
No muy buena como antes, ya que creo que por falta de conocimiento del trabajo que en esta Dirección se lleva a cabo. Además existen bancadas como UNE, GANA, TODOS Y PATRIOTA, quienes cuentan con su propio comunicador social dentro de la Bancada.

ENTREVISTA
Karen Mendoza
Encargada de monitoreo de redes sociales

1. **¿En qué consiste el monitoreo de redes sociales?**
En la recopilación de todas las noticias, de las cuales hablan los medios acerca del congreso o de temas que repercuten en el mismo
2. **¿Cómo se realiza el monitoreo?**
*Se recopila la información tanto de facebook como de twitter de los principales medios que cubren el congreso alrededor de 10 a 15.
Se jalan los enlaces, las fotografías, para ampliar las notas.
El primer monitoreo se manda 11; 15*

Y contiene la información diez horas para atrás.
El segundo a las 3:15 y contiene la información de cuatro horas para atrás
Los fines de semana no hay monitoreo
el lunes se busca un poco de la información del fin de semana.

3. **¿Hace cuanto tiempo se realiza?**
R: Se inicio en el mes de mayo del año pasado.
¿Cuántos monitoreos se realizan?
Uno a las 11:15 am y el otro a las 3:15pm
4. **¿A quienes se envía?**
Se envía a todos los diputados, directores y asistentes a través de su correo electrónico
5. **¿Se analiza la información obtenida?**
Se realiza un reporte cuantitativo, no analítico. No, solo se cuantifica la información.
6. **¿Porqué no se analiza los datos obtenidos del monitoreo de redes sociales?**
Porque no hay personal establecido para hacerlo.
7. **¿Cuáles son las deficiencias en el área de monitoreo?**
La señal del internet y de luz eléctrica es deficiente
8. **¿Cuáles son las fortalezas de esta área?**
Es una fuente bastante rica en información para diputados debido a que se revelan noticias y datos de su interés.
9. **¿Ha recibido alguna capacitación para realizar sus funciones?**
No, hasta el momento.
10. **¿Se capacita usted por sus propios medios?**
Si, trato de actualizarme.

Ficha de la encuesta



ENCUESTA

La siguiente encuesta se realiza únicamente con fines educativos dentro del proceso del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con el objetivo de establecer un diagnóstico de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República.

Los datos proporcionados serán manejados de manera confidencial.

1. ¿Conoce la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República? Si No

2. ¿Cuál de estos servicios que presta la Dirección de Comunicación Social utiliza?
Fotografía Convocatoria a prensa Video Reportero Videoteca
Fototeca

3. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que prestara el área de Comunicación Social?

4. ¿Conoce los medios de comunicación que ofrece la Dirección de Comunicación Social?
 TV Congreso Página Web Redes Sociales

5. ¿Conoce los boletines informativos que se emiten a través la página web?
 Si No

6. ¿Conoce los programas que se transmiten a través del canal 9 del Congreso de la República?

7. ¿Recibe periódicamente el monitoreo de Redes Sociales en su correo electrónico?

8. ¿Qué porcentaje de cobertura le ha brindado la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, cuando lo solicita?
25% 50% 75% 100%

9. ¿Qué porcentaje de cobertura le ha brindado fuera del Congreso la Dirección de Comunicación Social, cuando lo solicita?
25% 50% 75% 100%

10. ¿Cuenta su bancada con unidad de Comunicación Social?

11. ¿Considera necesario fortalecer más equipo tecnológico y recurso humano la Dirección de Comunicación Social, para mejorar el desempeño de sus funciones? _____

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como propósito evaluar el programa del recorrido que se ha organizado para los visitantes a los diferentes edificios del Congreso, La valoración de la misma será:

1. ¿Conoce la ubicación de los diferentes edificios del congreso?

Si No

2. ¿Qué Edificio del Congreso visita regularmente?

3. ¿Ha recibido el pasaporte legislativo que lo orienta sobre los distintos edificios del Congreso de la República? Si No

4. ¿Cómo le ha parecido el servicio del pasaporte legislativo?

1-3 Malo 4-6 Necesita Mejorar 7-9 Bueno 10 Excelente

5. ¿Considera que esta bien estructurado el pasaporte legislativo?

Si No

6. ¿Cree que le será de utilidad el pasaporte al realizar

Gestiones posteriores?

Si No

Resultados de Encuestas.

Para la realización del presente estudio, se efectuaron 15 encuestas a diputados, hombres y mujeres, de distintos bloques políticos. Se les presentó un cuestionario de 10 preguntas cerradas y una pregunta abierta para conocer sus percepciones respecto al trabajo y los servicios que presta la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República. En general, los congresistas fueron receptivos con la encuesta. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

1. ¿Conoce la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República?

Sí	14
No	1

2. A la pregunta: ¿Cuál de estos servicios que presta la Dirección de Comunicación Social utiliza?

Fotografía	8
Video	9
Videoteca	0
Convocatoria a Prensa	6
Reportero	4
Fototeca	0

3. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que prestara el área de Comunicación Social?

Apoyo a las oficinas de comunicación de las bancadas
Redes sociales
Material para visitantes
Atención a necesidades de las bancadas
Una política permanente de información de cada uno de los 158 diputados
Asistencia personalizada a diputados
Relaciones públicas
Mayor cobertura a actividades de diputados incluyendo los de oposición
Que se difunda más las actividades del Congreso.

4. ¿Conoce los medios de comunicación que ofrece el Dirección de Comunicación Social?

TV Congreso	9	2 Diputados indicaron que no conocen ninguno.
Página Web	10	
Redes Sociales	3	

5. ¿Conoce los boletines informativos que se emiten a través la página web?

Sí	4
No	11

6. ¿Conoce los programas que se transmiten a través del canal 9 del Congreso de la República?

Sí	3
No	12

7. ¿Recibe periódicamente el monitoreo de Redes Sociales en su correo electrónico?

Sí	5
No	10

8. ¿Qué porcentaje de cobertura le ha brindado la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, cuando lo solicita?

25 %	5	Un diputado indicó que ninguno
50 %	3	
75 %	3	
100 %	3	

9. ¿Qué porcentaje de cobertura le ha brindado fuera del Congreso la Dirección de Comunicación Social, cuando lo solicita?

25 %	7	Un diputado indico que ninguno
50 %	3	
75 %	2	
100 %	2	

10. ¿Cuenta su bancada con unidad de Comunicación Social?

Sí	15
NO	0

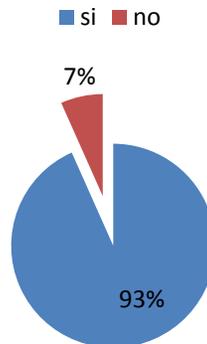
11. ¿Considera necesario fortalecer con más equipo tecnológico y recurso humano la Dirección de Comunicación Social, para mejorar el desempeño de sus funciones?

Sí	13	2 diputados indicaron que no sabían.
No	0	

Gráficas e interpretación de las encuestas

A la pregunta ¿Conoce la Dirección de Comunicación Social del Congreso del República?, la mayoría de entrevistas contesto afirmativamente; no obstante, un 7 por ciento dijo desconocer tanto las oficinas como su funcionamiento.

Conocimiento de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República



Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

Se pregunto ¿Cuál de los servicios que presta la Dirección de Comunicación Social utiliza?, y las respuestas señalaron al video y la fotografía como los productos más requeridos. Mientras tanto, solo un 15 por ciento dijo que utiliza reporteros de Comunicación Social para cubrir actividades propias.

Servicios de la Dirección de Comunicación Social que utilizan los diputados

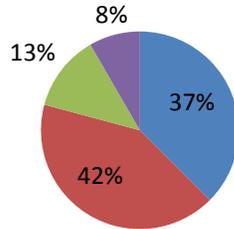


Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas,
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

A la pregunta ¿Conoce los medios de comunicación que ofrece la Dirección de Comunicación Social?, la mayoría indico conocer la pagina web del Congreso y TV Congreso. Las redes sociales de la institución son menos identificadas por los diputados y resalta un porcentaje, aunque menor, de congresistas que aseguran no conocer ninguno de los medios utilizados por Comunicación Social.

Conocimiento de los medios que utiliza Comunicación Social

■ tv Congreso ■ pagina web ■ redes sociales ■ ninguno

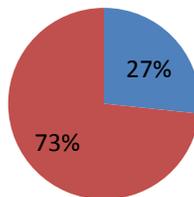


Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

De los resultados de la encuesta, llama la atención que la mayoría de los legisladores, un 73 por ciento, aseguro que no conoce los boletines informativos que se emiten a través de la página web del Congreso, pese a que estos son los que trasladan la información de sus actividades.

¿Conoce los boletines informativos que se emiten a través de la página web?

■ si ■ no

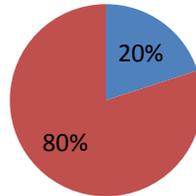


Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

Los programas transmitidos por Canal 9 del Congreso, son desconocidos para la mayoría de diputados. Algunos de los encuestados indicaron que si bien, han sido llevados al foro de entrevistas, nunca han visto la programación.

Conoce los Programas que se transmiten en TV Congreso

■ si ■ no

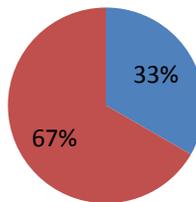


Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

La Dirección de Comunicación Social del Congreso emite diariamente un monitoreo de redes sociales que se hace llegar a los correos electrónicos de los diputados; sin embargo, la mayoría asegura que no los recibe.

¿Recibe periódicamente el monitoreo de redes sociales en su correo electrónico?

■ si ■ no

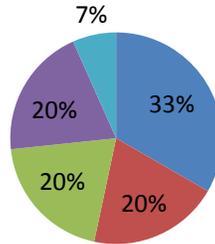


Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

A la pregunta ¿Qué porcentaje de cobertura le ha brindado la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, cuando lo solicita?, solo un 20 por ciento de los diputados situó en la nota máxima el porcentaje. La mayoría señaló que sus solicitudes solo han sido atendidas un 25 por ciento de las veces que lo han solicitado dentro del Congreso.

Cobertura de Comunicación Social dentro del Congreso

■ 25% ■ 50% ■ 75% ■ 100% ■ ninguno

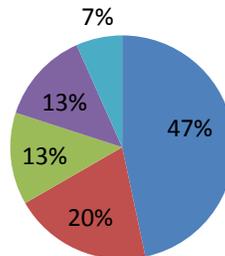


Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

Asimismo, se preguntó a los congresistas respecto a la cobertura que da Comunicación Social a sus actividades fuera del Congreso, la mayoría dio la calificación más baja -25 por ciento-, y solo un 13 por ciento dijo ser atendido 100 por ciento.

Cobertura de Comunicación social fuera del Congreso

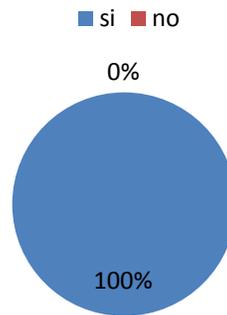
■ 25% ■ 50% ■ 75% ■ 100% ■ ninguno



Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

Se estableció con la encuesta realizada que todas las bancadas del Congreso, cuentan con una unidad o con alguna persona que se encarga de manejar su comunicación social. Esto significa que la comunicación social del Congreso en general, es dispersa y no sigue una línea específica, ya que si bien los diputados utilizan algunos de los servicios de la Dirección de Comunicación Social, cada bancada sigue sus propios lineamientos.

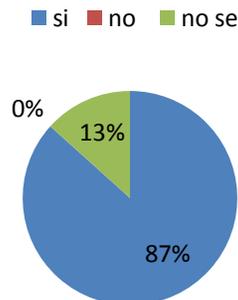
¿Cuenta su bancada con unidad de Comunicación Social?



Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

A la pregunta ¿Considera necesario fortalecer con más equipo tecnológico y recurso humano la Dirección de Comunicación social, para mejorar el desempeño de sus funciones?, la mayoría de congresistas respondió afirmativamente. Sin embargo, un 13 por ciento indicó no saber si era necesario, especialmente por la inestabilidad que experimenta esta Dirección por sus constantes cambios de autoridades.

Necesidad de fortalecimiento de equipo y recursos humano en Comunicación Social



Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

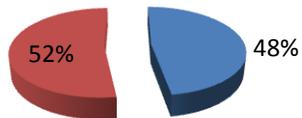
Puntos de encuentro y disensos

- Las mujeres encuestadas fueron variables en su respuesta a la pregunta ¿Qué servicios adicionales le gustaría que prestara el área de Comunicación Social? Ellas centraron sus respuestas en la necesidad de Relaciones Públicas para los diputados y redes sociales.
- Mientras, los hombres, a la misma pregunta, dieron respuestas más unificadas, indicando la mayoría que requerían de Comunicación Social una atención personalizada para las bancadas y el apoyo a sus encargados de comunicación.

- De los resultados de la encuesta, se estableció que los diputados oficialistas perciben una mejor cobertura de sus actividades de la Dirección de Comunicación Social en contraposición con la oposición que considera menos atenciones.
- Fue notorio, en los resultados de la encuesta que si bien 48 por ciento de los entrevistados dijo que conoce la página web del Congreso de la República, 52 por ciento indico que no conoce el boletín informativo que se emiten en esta web.

Conocimiento de página web contra Desconocimiento de boletín

- Conocen pagina web
- No conocen boletines de pág. Web



Elaboración propia con datos obtenidos en encuestas realizadas
Fuente Claudia Carrillo, Marzo de 2014

ANEXOS

FOTOGRAFÍAS Y LOGOS

Fotografías y logos utilizados en el trifoliar



Casa Larrazábal, foto Glenda Rodas, junio 2014.



Palacio Legislativo, foto Glenda Rodas, junio 2014.



Casa de la Cultura, foto Glenda Rodas, junio 2014.



Interior del Hemiciclo Parlamentario, escudo de piedra. Fuente, Glenda Rodas junio 2014, Fuente: Glenda Rodas.



Interior del Hemiciclo parlamentario, escudo de yeso. Glenda Rodas, junio 2014, Fuente: Glenda Rodas.



Salón de los Pasos Perdidos. Foto Fuente: Glenda Rodas.



1. Logotipo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Congreso de la República, Universidad de San Carlos de Guatemala, fuente: imágenes logos USAC, junio 2014, página Web del Congreso. Fuente: Glenda Rodas.

Fotografías:



Visita del Lic. Sergio Morataya, Supervisor Epesistas de derecha a izquierda Jennifer Paredes, Claudia Carrillo, Lic. Sergio Morataya, Fernando Bolaños Director de Comunicación Social, Glenda Nilobna Rodas Gutiérrez. 27/7/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Presentación del Trifoliar expositor Director de Comunicación Social del Congreso, Lic. Fernando Morataya, programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 30/07/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Presentación del mapa de ubicación física de los diferentes edificios del Congreso, expositor: Epesista Glenda Rodas, programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 30/07/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Entrega de oficial de los trifoliales a los Directores del Congreso de la República Lic. Víctor Jaroslav Alburez (Director de la Dirección Protocolo del Congreso), Lic Fernando Bolaños, Director de la Dirección de Comunicación Social del Congreso y Lic. Rolando Cabrera Jefe de la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso. Programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 30/07/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Presentación mapa y que alberga cada edificio. programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 30/07/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Personal de Protocolo en capacitación, programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 30/07/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Director de Protocolo dando el aval al proyecto, programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 30/07/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Aceptación del proyecto por los tres directores. programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 30/07/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Personal de Dirección de Comunicación Social y Atención Ciudadana recibiendo capacitación, programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 30/07/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Personal de Atención Ciudadana recibiendo capacitación, programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 30/07/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Personal de Atención Ciudadana recibiendo capacitación, Organismo Legislativo. 30/07/2014, Fuente: Glenda Rodas.

Durante la práctica supervisada también se acompañó distintas actividades de la Dirección de Comunicación Social, tales como reuniones de planificación del proyecto conjuntamente con el Licenciado Fernando Bolaños, asistir a las sesiones plenarias y atención a las personas que visitan la Dirección.



Visita supervisión de la EPS por la Licda. Floralba Pérez Folgar Supervisora del EPS y Licenciado Julio Moreno Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación el Director de Comunicación social Fernando Bolaños, se muestra complacido por el proyecto. programa de ubicación de Los Edificios del Organismo Legislativo. 11/7/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Visita supervisión de la EPS por la Licda. Floralba Pérez Folgar Supervisora del EPS, Licenciado Julio Moreno Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y Director de Comunicación social Fernando Bolaños, epesista de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 11/7/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Refrigerio ofrecido a personal de la Dirección de Comunicación Social, de izquierda a Derecha Olga Méndez Encargada de Comunicación Social del Congreso, Claudia Carrillo Epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, sentada Jennifer Paredes Epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, parada Emmy Aqueche Asistente de Comunicación Social, Glenda Rodas Epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Rosmary Recinos Epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Lic. Fernando Bolaños Director de Comunicación Social del Congreso. 12/7/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Visita del Lic. Sergio Morataya Supervisor del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Epesistas del Congreso de la República, de derecha a izquierda Jennifer Paredes, Claudia Carrillo, Lic. Sergio Morataya, Lic. Fernando Bolaños, Glenda Nilobna Rodas Gutiérrez. 27/7/2014, Fuente: Glenda Rodas.



Epesista Claudia Carrillo y Glenda Rodas mostrando sus proyectos de señalización y Guía parlamentaria del Congreso de la República 30 de Julio 2014. , Fuente: Glenda Rodas.
