

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado**

**“Estrategia de Comunicación Externa del Departamento de Comunicación
del Tribunal Supremo Electoral de Guatemala”**

CONCEPCION AMALIA HERNÁNDEZ

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

M.A. Marco Julio Ochoa España

Guatemala, noviembre de 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Esteban Sebastián Chilín

Secretaria Académica y Administrativa

M.Sc Claudia Molina

Representantes de Docentes

M.A. Amanda Ballina

Lic. Víctor Carillas

Representante de los Egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes de los Estudiantes

Joseph Mena

Carlos León

Coordinador General de EPS

M.Sc. Sergio Morataya

Coordinador de EPS

M.A. Marco Julio Ochoa España

Supervisora

Licda. Evelin Maritza Morazán Gaitán

Supervisora

Licda. Brenda Yanira Chacón



Tribunal Supremo Electoral

Dirección de Comunicación

Prensa y Protocolo

Guatemala, septiembre 2 de 2015

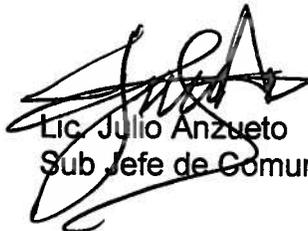
M.A. Marco Julio Ochoa España
Coordinador de EPS de Licenciatura Sección B
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente.

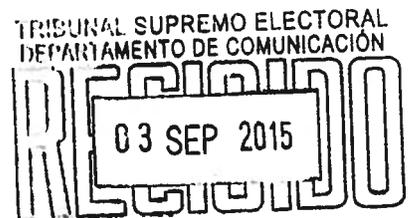
Apreciable Maestro Ochoa, me es grato comunicarme con usted para informarle que la estudiante de EPS de Licenciatura, CONCEPCIÓN AMALIA HERNANDEZ DE CHAVEZ, carné No. 9511969, ha culminado exitosamente su práctica supervisada, aportando sus conocimientos y proporcionando sus propuestas con el fin de mejorar la comunicación entre la oficina del Tribunal Supremo Electoral y los reporteros que cubren la fuente.

En virtud de lo anterior, no me queda más que dar por sentada la aprobación de dicha práctica y lo exhorto a que sigan adelante impulsando profesionales del nivel académico de la Señora HERNANDEZ DE CHAVEZ.

Muy agradecido.




Lic. Julio Anzueto
Sub Jefe de Comunicación



Hora: _____ Firma: _____



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

Guatemala, 6 de febrero 2015

EPSL-B70-2015

Licenciado:
Julio César Anzueto
TSE
Ciudad Guatemala

Licenciado Anzueto:

Por medio de la presente solicito se sirva recibir como practicante de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al(a) estudiante: **CONCEPCIÓN AMALIA HERNÁNDEZ DE CHÁVEZ**, carné 199511969, quien manifestó su deseo de hacer Practica Profesional Supervisada en su institución, para el efecto, se requiere lo siguiente:

- a. Extenderle una carta de aceptación.
- b. Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- c. Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación de 2015 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de su Institución.
- d. Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional – EPS-.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura
Cel. 59000007



Copia: archivo
MJOE-EMG



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



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

Guatemala 27 de octubre del 2015

Estudiante Epesista de Licenciatura:
Concepción Amalia Hernández
Carné no. 199511969
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **“Estrategia de comunicación externa para mejorar la comunicación con los reporteros que cubren la fuente informativa del Tribunal Supremo Electoral”**, y haber sustentado el examen y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por Aprobado por Unanimidad del Tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 7 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD’s con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y la Central, y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que constatar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura
Cel. 59000007



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

**Para efectos legales, únicamente la autora
es responsable del contenido de este trabajo.**

Dedicatoria

A Dios porque siempre ha guiado mis pasos y me ha dado sabiduría para seguir adelante, sin desmayar ni un solo segundo. Gracias Señor por la fortaleza que me has dado para cerrar este círculo profesional.

A mi madre y a mi tía (q.e.p.d.) porque sin su apoyo y consejos a lo largo de la vida, no habría podido llegar hasta esta meta que concluyo a pesar de las vicisitudes.

A mi familia por el respaldo, sacrificios y comprensión, que he recibido durante todos estos años, ya que han permitido mi crecimiento tanto moral como profesional.

Al Master Marco Julio Ochoa por su apoyo, amistad, asesoría, consejos y sugerencias, dadas durante el desarrollo del presente trabajo, porque sin ellos el mismo no sería exitoso.

Introducción

Una estrategia de comunicación es importante para el desarrollo completo de una institución, sea esta a nivel interno o externo. Además, contribuye a la autoestima de cada trabajador y crea una identidad institucional que propicia el mejor desempeño de cada persona involucrada con la entidad de manera directa o indirecta.

Este trabajo comprende la realización de una estrategia comunicacional, puesta en práctica en el Tribunal Supremo Electoral de Guatemala (TSE) como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Para realizar el diagnóstico institucional de comunicación se utilizaron herramientas cuantitativas tales como entrevistas y encuestas que permitieron conocer las debilidades y necesidades de la institución.

En base al diagnóstico, se plantea un plan estratégico de comunicación que contiene acciones puntuales para el fortalecimiento institucional a nivel interno y externo.

De esa cuenta, una de las necesidades y dificultades de la institución es la actualización en cuanto a la tecnología *Internet*, como plataforma virtual de gran importancia en estos días, así también la *web*, *blog* y *redes sociales*; herramientas tecnológicas que actualmente son de gran ayuda para proyectar el trabajo de la institución, así también el indispensable acercamiento con reporteros, editores y directores de medios de comunicación, que dan cobertura al Tribunal Supremo Electoral, como fuente de información.

La importancia de esta investigación se complementa con la ejecución de la estrategia que se propone así como con el uso de las herramientas tecnológicas. Al finalizar las acciones se realiza una descripción breve del trabajo realizado y los resultados.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

Diagnóstico

1.1 Diagnóstico comunicacional	09
1.2. Comunicación.....	10
1.3. Tipos de Comunicación	11
1.3.1. La Comunicación Verbal.....	11
1.3.2. La Comunicación no Verbal.....	11
1.3.3. La Comunicación Escrita o Gráfica.....	12
1.3.4. Comunicación Horizontal.....	12
1.3.5. Comunicación Vertical Ascendente	13
1.3.6. Comunicación Vertical Descendente	13
1.3.7. Comunicación Externa	14
1.3.8. Comunicación Interna.....	14
1.4. Relaciones Públicas	15
1.5. Periodismo	15
1.6. Observación	16
1.6.1. Tipos de observación	17
1.6.1.1. Observación libre	17
1.6.1.2. Observación participada	17
1.6.1.3. Observación no participante	18
1.6.1.4. Observación participante	18
1.6.1.5. Observación Directa.....	18
1.6.1.6 Observación Indirecta	18
1.7. Conclusiones de la observación	19
1.8. Objetivos	19
1.9. La Institución	20
1.10. Qué es y cómo se conforma	21
1.11. Misión	21
1.12. Visión	21
1.13. Valores Institucionales	22
1.13.1 Principios Rectores	22
1.13.2 Funciones.....	23

1.14 Organigrama del TSE	25
1.14.1 Organigrama del Departamento de Comunicación	26
1.15. FODA de la institución	27

CAPÍTULO II

Metodología y resultados del diagnóstico

2.1. Metodología.....	28
2.2. Tipo de Investigación.....	28
2.3. Descripción del Método	29
2.4. Instrumentos.....	30
2.4.1. Observación	30
2.4.2. Entrevista	30
2.4.3. Encuesta	30
2.4.4. Fórmula aplicada a la población	31
2.4.5. Descripción de la fórmula	31
2.5. Cronograma de actividades	32
2.6. Recopilación de datos	35
2.6.1. Ficha de las entrevistas.....	35
2.6.2. Resultados de las entrevistas	36
2.7. Conclusiones	46

CAPÍTULO III

Propuesta de Comunicación.....	47
3.1. Plan de Comunicación.....	47
3.2. Objetivos de la propuesta	47
3.3. Mensaje clave.....	48
3.4. Público objetivo	48
3.5. Descripción de la propuesta	48
3.6. Justificación de la propuesta.....	49
3.7. Estrategia para su implementación	49
3.8. Recursos a utilizar	50
3.8. Cronograma de ejecución.....	50
3.9. Conclusiones finales.....	50
3.10. Recomendaciones.....	51

CAPÍTULO IV	
Control y seguimiento	52
4.1. Ejecución de propuestas	52
4.2. Descripción de materiales utilizados	52
4.2.1. Taller informativo con reporteros	52
4.2.2. Desayuno taller con directores de medios	53
4.2.3. Desayuno taller con columnistas	53
4.2.4. Inauguración página web institucional	53
ANEXOS	54
Referencias Bibliográficas	70

|

CAPÍTULO I

Diagnóstico

1.1 Diagnóstico Comunicacional

El diccionario de la Real Academia Española, señala que un diagnóstico, “es el arte o acto de conocer la naturaleza de una enfermedad mediante la observación de sus síntomas y signos”. ¹

La anterior definición informa como primer paso que en un diagnóstico se debe observar cuidadosamente el objeto de investigación, no cabe duda que, de esta forma se podrá tener un enfoque general de la situación y a partir de ahí determinar los síntomas (problemas), que obstruyen o dificultan la fluidez y eficiencia de la comunicación. ²

El diagnóstico es el punto de partida para el diseño de cualquier proyecto que pretenda dar respuesta a la problemática. A través del diagnóstico se identifica el proyecto que se debe planificar. ³

¹www.rae.es página consultada el 15 de febrero de 2015

² Morejón Morales, Derwin Antonio. Diagnóstico de Comunicación Interna en la división de Manufactura, Pepsico Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. 1 p.

³ Unicef, Oficina de Argentina. 2006. Cuadernillo No. 2. Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. 15 p.

1.2. Comunicación

La definición de la palabra “comunicación” puede realizarse desde su etimología, esta deriva de latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Debido a ello, la comunicación es un fenómeno inherente al ser humano y sus relaciones con el resto de seres vivos cuando estos conviven a nivel grupal.

Al respecto, Carlos Interiano comenta que “la comunicación es un fenómeno de interacción social, es el oxígeno de la sociedad, es el elemento a través del cual el hombre ha hecho posible el avance científico, tecnológico y en todos los órdenes de la vida.”⁴

La comunicación se puede definir como la transferencia de información y entendimiento entre personas por medio de símbolos con significados. La comunicación en cualquier circunstancia de nuestras vidas, es de vital importancia, para poder expresar nuestros objetivos, necesidades, emociones, etc.

Cuando el ser humano se comunica establece contacto con alguien, transmite un mensaje o lo recibe, expresa sus ideas, sentimientos y experiencias, percibe la necesidad y problemas de otros, se transforma transformando y así mismo transforma la realidad que lo rodea.

Para la comunicadora Sara Diez Freijeiro, la comunicación se puede definir como: La capacidad que tiene todo ser humano de relacionarse con su entorno, intercambiando ideas y pensamientos.⁵

En la comunicación es necesario codificar el mensaje, poniendo el mensaje en un código común para el emisor y receptor, bien sean palabras o símbolos conocidos por ambos interlocutores y así sean entendibles por ambas partes. Éste es el momento en que se establece el tipo de lenguaje que va a utilizar, que puede ser oral, escrito, gráfico, mímico, entre otros.

Cuando el ser humano se comunica establece contacto con alguien, transmite un mensaje o lo recibe, expresa sus ideas, sentimientos y experiencias.

⁴Interiano, Carlos. *Semiología y Comunicación*. Editorial Fénix 2003 Pag.9

⁵Freijeiro, Sara. *Técnicas de Comunicación*, 2006. Pag.8

1.3. Tipos de comunicación

Desde que el ser humano inició con el proceso de comunicarse, poco a poco la evolución humana creció y con ello las formas de cómo transmitir ideas y sentimientos. Los avances tecnológicos y en particular en materia de informática, nos hace suponer que mucha de nuestra comunicación se encontrará fincada en redes como la Internet, situación que apoya y ayuda a hacer eficiente el proceso.

Sin embargo, hay elementos de la comunicación básica e indispensable que independientemente de los avances tecnológicos se encuentran presentes, y solamente se adaptan a la misma, siendo estas: *la comunicación verbal, no verbal y gráfica.*⁶

1.3.1. La Comunicación verbal

Se refiere a la comunicación que se vale de la palabra para dar el mensaje, es la principal forma de comunicación que se utiliza. Puede ser oral o escrita. Por ejemplo: juntas, reuniones, conversatorios, conversaciones, cartas, carteleras, avisos, correos electrónicos, etc.⁷

1.3.2 La Comunicación no verbal

Se puede comunicar sin pronunciar palabras, sin escribir cosa alguna. Las acciones son actividades de comunicación no verbal que tienen igual importancia que la palabra y las ilustraciones.⁵Puede ser por medio del movimiento corporal (ademanes, posturas, señas, gestos, entre otros).

⁶Willman, Héctor Maldonado. Manual de Comunicación Oral. 2da. Edición.México.1996.Pág. 16

⁷Díaz, Norma. Lenguaje y Comunicación. Valencia: Universidad José Antonio Páez.1998. Pág.24

En todo esto, la proxémica es la ciencia que se encarga del estudio del sistema de signos empleados en la comunicación. La comunicación no verbal incluye expresiones faciales, tono de voz, patrones de contacto, movimientos, diferencias culturales. En la comunicación no verbal se incluyen las acciones que se hacen como las que dejan de ejecutar.

1.3.3. La Comunicación escrita o gráfica

Es un complemento para la comunicación de tipo verbal, se refiere a los apoyos gráficos que se utilizan tanto para apoyar un mensaje como para transmitir una idea completa.

Las organizaciones utilizan letras, escritos, diagramas, mapas, logotipos, íconos, emblemas y otro tipo de gráficos para complementar la actividad de comunicación. Es importante combinar las ilustraciones con palabras bien seleccionadas para lograr el éxito de la comunicación.⁸

De igual manera, las fotografías, pinturas y similares, las obras de arte entre otras, tienen una función de comunicar por medio de la imagen que transmiten e independientemente del tipo de comunicación es importante tomar en cuenta las palabras, el significado que les damos, el contexto en que se utilizan, y los estímulos sociales que existen.

1.3.4. Comunicación horizontal

Se da entre miembros de una organización que comparte el mismo nivel de jerarquía. Pueden ser entre departamentos, grupos o de forma individual, no hay presencia de autoridad y sirven para agilizar la estructura organizativa.

Ese tipo de información se puede obtener a través de juntas, informes, asambleas, etc. Se produce entre empleados o trabajadores del mismo nivel o de categorías.

⁸Gómez, Alarico. Lenguaje y Comunicación. Caracas, Venezuela. 1996. Pag. 18

Aquí es más factible que aparezca la comunicación informal la división del trabajo y la compartimentalización de funciones que, por un lado, hace aumentar la productividad, puede por otro, dar lugar a problemas de coordinación entre departamentos o empleados del mismo nivel.⁹

1.3.5. Comunicación vertical ascendente

Se da entre empleados y jefes. Es la que va del subordinado a hacia los superiores. El principal beneficio de esta comunicación es ser el canal por el cual la administración conoce las opiniones de los subordinados, lo cual permite tener información del clima organizacional en esos ámbitos. La comunicación ascendente adopta muchas formas, sin embargo, puede reducirse a lo que la persona dice:

- De sí misma, su desempeño y sus problemas.
- Respetto de otras personas y sus problemas.
- Acerca de los usos, prácticas y políticas organizacionales.
- Sobre lo que es necesario hacer y cómo puede ser hecho.

La comunicación ascendente puede constituirse en un termómetro de lo que sucede con la gente a nuestro mando y, por lo tanto, su utilidad está en que dependiendo del nivel de detalle que tengamos, podamos diagnosticar y pronosticar sucesos para manejarlos de una forma eficiente (Katz y Kahn, 1981).

1.3.6. Comunicación vertical descendente

Es la que se da de jefes a empleados, sirve para enviar los mensajes de los superiores a los subordinados; uno de los propósitos más comunes de estos comunicados es proporcionar las instrucciones suficientes y específicas de trabajo: “quien, debe hacer que, cuando, como, donde, y por qué”. Es el tipo de comunicación que se da cuando los niveles superiores de la organización transmiten uno o más mensajes a los niveles inferiores.

⁹Alirio, Jesús. Técnicas de Oficina. Caracas: Panapo.1994

Esto quiere decir que por comunicación descendente no se entenderá aquella que se origina en la gerencia y termina en los empleados, sino también y de manera muy importante, la que se origina en los niveles directivos y que fluye a la gerencia, ya que sin esta última, la primera no tendría ningún sentido.¹⁰

1.3.7. Comunicación externa

Es la que se hace fuera de la organización, este tipo de comunicación relaciona a la organización y su público, la organización y las demás organizaciones sean estas de su mismo género o no. Este tipo de comunicación involucra dos aspectos importantes que son la publicidad y las relaciones públicas.

1.3.8. Comunicación interna

Son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa con la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación empleados por ella, con el objetivo de proveer comunicación.¹¹

Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las instituciones privadas y públicas de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno donde el cambio es cada vez más rápido.

La comunicación interna permite:

- Construir una identidad de la institución en un clima de confianza y motivación.
- Profundizar en el conocimiento de la institución como entidad.

¹⁰Sotelo Enríquez, Carlos; Introducción a la Comunicación, 2008.

¹¹Lobos Vivar, Cristians; La Comunicación

- Romper departamentos estancados respecto a actividades aparentemente independientes, pero que hacen que se bloqueen entre sí.
- Informar individualmente a los empleados.
- Hacer públicos los logros conseguidos por la institución.
- A cada uno expresarse ante las autoridades superiores, y esto cualquiera que sea su posición en la escala jerárquica de la organización.
- Promover una comunicación a todas las escalas.

1.4. Relaciones públicas

Las relaciones públicas son la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y el público o públicos de quienes depende su éxito o fracaso. Se trata de una técnica que promueve diversas actividades internas y externas para fomentar una actitud positiva hacia la entidad o empresa.

1.5. Periodismo

Hablar de periodismo implica describir el concepto. Al respecto, Carlos Martínez (1992:397) expone que es el ejercicio o profesión de periodista, o sea la actividad informativa desarrollada a través de cualquier medio de difusión: prensa, radio, televisión o cine informativo.

El periodismo es una necesidad existencial del hombre moderno, quien necesita saber qué pasa en el mundo. En una asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, el 26 de octubre de 1997, en Guadalajara, México, se pronunció la conferencia "Periodismo y Narración: Desafíos para el siglo XXI, y en un documento plasma que el periodismo nació para contar historias, y parte de ese impulso inicial, que era su razón de ser y su fundamento, se ha perdido.

Luis Avendaño (2014:6) define: "Hoy, el periodismo es parte de las ciencias de la comunicación y, como tal, debe combinar teoría y práctica. La primera definición de periodismo fue dada por Georg Hamann quien decía que era la narración de los acontecimientos más recientes y más dignos de recordar, impresos sin orden ni coherencia especial".

Por su parte, Arturo González (199:22) explica que comunicación es un proceso que pone de manifiesto la relación de los hombres entre sí, así como con su contexto social. Esta relación se da siempre con una intencionalidad y cita que es "modificar la conducta de los otros y cambiar, asimismo, el entorno social. En consecuencia, la comunicación periodística constituye un proceso de interrelación de individuos y grupos sociales, cuyo objetivo concreto es el mensaje.

El mensaje periodístico es la manera comunicativa que implica una unidad en el pensamiento, manifestada en una estructura específica, y que, además, tiene como propósito su difusión masiva. Por consiguiente, la elaboración del mensaje periodístico requiere del ordenamiento de varios signos, conforme a un código preestablecido y ampliamente compartido".

1.6. Observación

Es aquella investigación en la que se recogen directamente los datos, mediante técnicas adecuadas y sin manipulación de las variables. En la investigación por observación se usan diversas técnicas, para recolectar directamente los datos: la observación libre, la observación participada, la encuesta, el cuestionario, la entrevista, el psicodrama, el sociograma, los *tests* psicológicos, etc.¹²

¹²<http://www.definicionabc.com/ciencia/metodologia.php>

1.6.1. Tipos de Observación

1.6.1.1. Observación libre

Es espontánea no sistemática tratando de captar significativamente aquello “que aparece” de las conductas personales o sociales, y del mundo físico: se suele aplicar estas técnicas en la fase fenomenológica de la investigación, para aclarar el problema y para fijar los límites del estudio.

1.6.1.2. Observación participada

Se hace conviviendo con el grupo que se observa. Caso típico de esta técnica es la de John Howard (1777) que para estudiar las cárceles de Inglaterra sencillamente vivió con los encarcelados, suprimiendo en parte las distancias y los prejuicios sociales que debilitan la eficacia cuando la observación es desde fuera, como la de un ser extraño al grupo.

La observación, para que sea útil, debe caracterizarse por estos tres aspectos:

- **Concreción:** hay que observar y anotar conductas o datos concretos, precisos y específicos; no es suficiente observar, por ejemplo, que “estos grupos indígenas tienen grandes valores”.
- **Superación de la subjetividad del observador:** el investigador debe observar simplemente lo que objetivamente aparece sin hipótesis preconcebidas, sin prejuicios.
- **Confrontar pacientemente los datos:** se deben confrontar los datos que se van obteniendo, para depurar lo que parece cierto y precisar lo que es probable o lo que es falso. Se comparan los datos de los diferentes informadores entre sí y con las percepciones directas del investigador, de manera que se purifique el dato objetivo de lo que es exagerado, distorsionado o inexacto.

1.6.1.3 Observación no participante

El observador no participante adopta una clara posición para no involucrarse con la situación que se observa; es decir, adopta un rol de espectador de la realidad y evita realizar acciones que modifiquen o alteren el fenómeno que le interesa observar.

1.6.1.4 Observación participante

Es la aceptación de un rol activo del investigador que puede llegar a modificar el fenómeno. Las diferencias más importantes se relacionan con el tiempo de permanencia en la situación a observar y el grado de implicación e inmersión del observador en el contexto situacional.¹³

1.6.1.5 Observación Directa

Es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación. Este tipo de investigación puede ser intersubjetiva cuando es basada en el principio de observaciones repetidas de las mismas respuestas por el observador deben producir los mismos datos, y la observación intrasubjetiva, que expone que observaciones repetidas de las mismas respuestas por los observadores deben producir los mismos datos.

1.6.1.6 Observación Indirecta

Tomando la idea principal de Rodríguez Moguel, la observación indirecta se presenta cuando el investigador corrobora los datos que ha tomado de otro, o sea de testimonios orales o escritos de personas que han tenido contacto de primera mano con la fuente que proporciona los datos.¹⁴

¹³Yuni, José Alberto & Urbano, Claudio Ariel "Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación" 2006. Págs. 41 – 43

¹⁴Rodríguez Moguel, Ernesto A. "Metodología de la Investigación" 2005. Pág. 98

1.7. Conclusiones de lo observado

Durante la elaboración del presente diagnóstico se pudo observar que en el Tribunal Supremo Electoral existe un Departamento de Comunicación que incluye personas encargadas de la comunicación interna y externa, pero que carece de instrumentos efectivos que mejoren las mismas y que ayuden a posesionar de forma adecuada la institución.

Por ejemplo: facilitar el trabajo que realizan los reporteros que cubren como fuente informativa el Tribunal Supremo Electoral, métodos y canales adecuados de comunicación, así como las herramientas tecnológicas que se tienen al alcance.

Se observó la inexistencia de un plan de medios que incluya jornadas de capacitación para periodistas, directores y columnistas de medios de comunicación, que coadyuven a una mejor cobertura noticiosa a la fuente del Tribunal Supremo Electoral.

Fue evidente la comunicación accidentada a lo interno del TSE, debido a que un considerable número de empleados y funcionarios dicen desconocer aspectos noticiosos que emanan de la Institución.

1.8 Objetivos

- **Objetivo General**
 - Determinar las debilidades que presenta el Tribunal Supremo Electoral (TSE) durante el proceso de comunicación interna frente a los reporteros asignados a la fuente.
- **Objetivos Específicos**
 - Detectar las fortalezas y debilidades que enfrenta el Departamento de Comunicación del Tribunal Supremo Electoral,
 - Evaluar la comunicación en torno a la atención a los reporteros que dan cobertura noticiosa de la información emanada del TSE.

Establecer los desafíos que enfrentan los reporteros que cubren la fuente durante el proceso electoral y promover mejoras comunicacionales, para que los reporteros conozcan de cerca el que hacer del Órgano Electoral, su función y proyección social; los aspectos jurídico-electorales, así como los tiempos de cada fase que conlleva la celebración de un proceso electoral, todo esto con el objetivo que la información que trasladan a la ciudadanía sea la adecuada desde el punto de vista legal e informativo.

Determinar el aporte que el Departamento de Comunicación puede proporcionar a los reporteros que cubren la fuente del TSE en la búsqueda de superar los desafíos establecidos previamente.

1.9La Institución

El Tribunal Supremo Electoral de Guatemala (TSE) es la máxima autoridad en materia electoral. Es un órgano constitucional independiente de control político, por lo tanto, no está supeditado a organismo alguno del Estado y se rige por la Ley Electoral y de Partidos Políticos, Decreto 1-85 de la Asamblea Nacional Constituyente.

Fue creado el 30 de junio de 1983, con el fin de ser la única institución encargada de realizar elecciones libres y transparentes en Guatemala, con las que se inició el período democrático en el país. Tiene la facultad de convocar a elecciones para el cargo de Presidente y Vicepresidente de la República, Diputados al Congreso y Parlamento Centroamericano, Corporaciones Municipales y Consultas Populares.

La Constitución y Ley Electoral asignan al TSE, Dirección General del Registro de Ciudadanos y a otros de sus órganos, ejercer con exclusiva independencia funcional la jurisdicción electoral, es decir, la potestad de administrar justicia en materia electoral. Además de organizar las elecciones y supervisar la actividad de las organizaciones políticas, aplica la ley a casos concretos y resuelve controversias en

el ámbito electoral, actuando en segunda instancia, cuando conoce las resoluciones del Registro de Ciudadanos, las cuales están sujetas a su revisión, presentando un recurso de nulidad.

1.10 Qué es y cómo se conforma

El TSE es independiente y por consiguiente no supeditado a organismo alguno del Estado. Su organización, funcionamiento y atribuciones están determinados en la Ley Electoral y de Partidos Políticos, según el artículo 121 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos.

Actualmente el TSE consta de varias dependencias, direcciones, departamentos y unidades, en las que destaca el Instituto de Capacitación Cívica, Política y Electoral, de reciente creación.

1.11 Misión

Establecerse como la máxima autoridad en materia electoral, independiente, objetiva, confiable y garante de la administración de los procesos electorales, que permite fortalecer el ejercicio de los derechos y deberes de los(as) ciudadanos(as), los derechos y obligaciones de las organizaciones políticas y el funcionamiento de los órganos electorales temporales institucionales para la elección de las autoridades del país.

1.12 Visión

Ser la institución electoral que incremente la participación en la emisión de un voto consciente y responsable; que consolide el sistema democrático y el respeto pleno de la voluntad popular en los procesos electorales.

1.13 Valores Institucionales

- Compromiso

Una inseparable relación entre la misión y la visión establecida para el fortalecimiento continuo del sistema democrático del país.

- Responsabilidad

Total responsabilidad de todos para impulsar una activa participación ciudadana y la realización de procesos electorales transparentes, estimulando además el accionar responsable de los partidos políticos.

- Credibilidad

La credibilidad y confiabilidad del TSE a nivel nacional e internacional están reconocidas como legítimas.

- Servicios

El ciudadano es la razón de existir, por lo que brindarle calidad en el servicio facilitando el ejercicio del sufragio es un fin primordial.

- Eficacia y Eficiencia

Se alcanzan las metas propuestas aprovechando al máximo los recursos, promoviendo de esta manera el trabajo racional de todos los colaboradores.

1.13.1 Principios Rectores

- Justicia

Las decisiones tomadas por el TSE son tomadas con razón, aplicando la ley en todo momento, dando a cada uno lo que le pertenece y lo que corresponde.

- Autodeterminación e imparcialidad

Las decisiones tomadas por el TSE se realizan de manera soberana y apegada a la ley sin ataduras de ningún tipo con los poderes de la República.

- Equidad

El personal del TSE actuará con rectitud y objetividad ante situaciones donde es necesario que prevalezcan los intereses de la sociedad y de la Democracia antes que sus propios intereses y preferencias.

- Convicción

Las actuaciones del TSE están debidamente sustentadas y se está en capacidad de demostrar en cualquier foro, que los resultados de estas intervenciones son fidedignos y confiables.

- Legitimidad

El accionar de su cometido se enmarca dentro del mandato constitucional y las disposiciones que la reglamentan.

1.13.2 Funciones

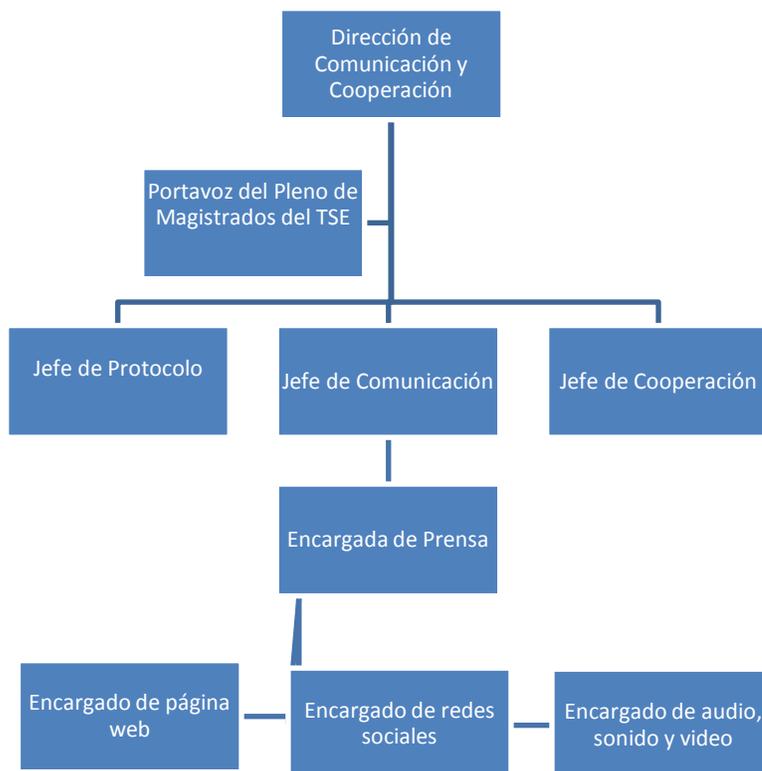
El TSE con una historia de más de 32 años, ha garantizado la voluntad de los ciudadanos guatemaltecos a través del ejercicio del voto, durante entro de sus principales actividades están velar por el fiel cumplimiento de la Constitución Política de la República, la Ley Electoral, de Partidos Políticos y demás leyes y disposiciones de la materia, garantizando el derecho de organización y participación política de los ciudadanos.

A través de las Delegaciones y Subdelegaciones del Registro de Ciudadanos, en los 338 municipios del país, realiza un empadronamiento permanente, mantiene una constante actualización y depuración del padrón electoral e inscribe y fiscaliza las Organizaciones Políticas.

Con el objetivo de fortalecer la cultura democrática del país, ejecuta por medio de la Unidad de Capacitación y Divulgación Cívica Electoral, programas permanentes con los que se pretende atender a las distintas realidades socio-culturales del país.

Durante el período de elecciones generales y al Parlamento Centro Americano, convoca, organiza, ejecuta, coordina y fiscaliza el proceso electoral; declara el resultado y la validez de las elecciones, o en su caso, la nulidad parcial o total de las mismas y adjudica los cargos de elección popular.

1.14.1 Organigrama del Departamento de Comunicación del TSE



1.15 FODA COMUNICACIONAL

Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
<p>El TSE cuenta con un departamento de comunicación que atiende los requerimientos internos y externos en materia comunicacional.</p> <p>Posee una página de internet institucional donde da a conocer la información noticiosa..</p> <p>Uso de redes sociales como: Facebook, Twitter y correo electrónico institucional.</p> <p>La existencia de la unidad de prensa en el departamento de comunicación es favorable para un mejor y mayor acercamiento de las autoridades y las dependencias del TSE con los reporteros que cubren la fuente.</p>	<p>Los procesos de comunicación interna y externa aún son débiles.</p> <p>No hay manuales para la comunicación interna y externa.</p> <p>La escasa cantidad de personal, provoca que la información sea dada a conocer de manera tardía.</p> <p>El débil manejo de la información institucional, genera una comunicación accidentada de la institución.</p> <p>La falta de presupuesto y de planificación no permite hacer talleres de capacitación en materia jurídica-electoral, para reporteros y jefes de redacción de los medios que dan cobertura al TSE.</p>	<p>El personal del TSE debe participar en capacitaciones para comunicadores.</p> <p>Mejor posicionamiento de la institución con el buen uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y recurso humano que tiene el departamento de comunicación.</p> <p>Aprovechar el buen relacionamiento con la prensa para generar una imagen positiva y Multiplicadora de la información.</p>	<p>Limitantes económicos para la realización de talleres de capacitación para personal del TSE.</p> <p>Escaso apoyo financiero y programático para efectuar talleres de capacitación a reporteros y jefes de redacción de los medios de comunicación que dan cobertura al Tribunal Supremo Electoral</p>

CAPÍTULO II

Metodología y resultados del diagnóstico

2.1. Metodología

Para la elaboración del presente “Diagnóstico Comunicacional del Tribunal Supremo Electoral” se utilizó el método científico (investigación de campo).

La técnica que se utilizó para el diagnóstico fue la recopilación bibliográfica, entrevistas, encuestas y observación.

2.2. Tipo de investigación

Para Landeau los tipos de investigación “se han definido de acuerdo a varios aspectos que representan modalidades particulares de investigación, entre otras: su finalidad, a un momento específico, a las fuentes de información, al enfoque histórico, en la observación, en la experimentación, a la amplitud y el método de casos”.¹⁵

En TSE se trabajó con el tipo de investigación cualitativa y cuantitativa.

2.2.1 Investigación Cualitativa

Para Strauss y Corbin la investigación cualitativa es el “proceso no matemático de interpretación, realizado con el propósito de descubrir conceptos y relaciones en los datos brutos y luego organizarlos en un esquema explicativo teórico. Los datos pueden consistir en entrevistas y observaciones pero también pueden incluir documentos, películas o cintas de videos y aún datos que se hayan cuantificado con otros propósitos tales como los del censo”.¹⁶

¹⁵Landeau, Rebeca “Elaboración de trabajos de investigación” 2007. Pág. 53

¹⁶ Strauss, Anselm&Corbin, Juliet “Bases de la investigación cualitativa” 2002. Pág. 12

2.2.2 Investigación Cuantitativa

En la obra Comportamiento del consumidor de Kanuk refiere que la investigación cuantitativa “es de índole descriptivo y la usan los investigadores para comprender los efectos de diversos insumos promocionales en el consumidor, dándoles así a los mercadólogos la oportunidad de predecir el comportamiento del consumidor. Los métodos utilizados en la investigación cuantitativa se toman principalmente de las ciencias naturales y consisten en observación, experimentación y técnicas de encuestas. Los datos recabados son cuantitativos, sirven para realizar un análisis estadístico complejo”.¹⁷

2.3 Descripción del Método

El diseño metodológico aquí propuesto, parte de los objetivos específicos. Para la realización del diagnóstico el tipo de investigación fue *Cualitativa*, porque se explica y obtiene conocimiento a través de la obtención de datos.

Cuantitativa porque se buscó la obtención de datos numéricos, además por el tipo de técnica e instrumentos utilizados, de campo, porque se hizo observación directa a la muestra. Esto permitió observar los procesos de comunicación interna y externa que se utilizan en la institución para poder hacer una descripción más completa de su funcionalidad y deficiencia.

Para el abordaje metodológico del diagnóstico se utilizaron los instrumentos de la encuesta, entrevista y recopilación bibliográfica.

¹⁷Kanuk, Leslie Lazar “Comportamiento del consumidor” 2005. Pág. 27

2.4 Instrumentos

Los instrumentos que se utilizaron en el Tribunal Supremo Electoral TSE fueron la observación, encuesta y entrevista.

2.4.1 Observación utilizada

La técnica de la observación que se aplicó en las instalaciones de la institución TSE para conocer los procesos naturales de comunicación y el ambiente de trabajo, para detectar las fortalezas y debilidades en la comunicación interna y externa fue participativa.

2.4.2 Entrevista

Se realizó una entrevista estructurada a un considerable número de empleados del Tribunal. Ese instrumento permitió recolectar información más clara del manejo de información, tratamiento de la misma, toma de decisiones y comunicación de la institución.

2.4.3 Encuesta

Este cuestionario se realizó con una muestra para medir el impacto de los medios de comunicación usados por la institución y visualizar que nivel de posicionamiento tiene la dependencia.

2.4.4 Fórmula aplicada a la población

Se tomó una muestra aproximada de 7 de 11 periodistas la población no se usó la formula finita, ya que la población es pequeña. Cuando la muestra sea mayor de 200 se utilizará esta fórmula si desea saber cuántas personas del total se debería de estudiar, así que se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

2.4.5. Descripción de la fórmula

Donde:

- N = Total de la población
- Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

2.5. Cronograma de actividades

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Febrero	Lectura de documentos para la realización de un diagnóstico	Observación indirecta en el TSE	Observación directa en la Institución	Recopilación de documentos que posteriormente servirán para el diagnóstico comunicacional
Marzo	Preparación y redacción de cuestionario para reporteros que cubren la fuente del TSE	Preparación y redacción de cuestionario para reporteros que cubren la fuente del TSE	Estructuración de entrevista	Recolección de Datos, análisis de resultados, redacción de diagnóstico comunicacional.
Abril	Estructuración de diagnóstico comunicacional	Estructuración de diagnóstico comunicacional	Revisión del diagnóstico comunicacional	Impresión y entrega del diagnóstico comunicacional
Mayo	Preparación logística para el taller " Cobertura periodística, jurídico-electoral ", dirigido a reporteros que cubren la fuente del TSE.	Preparación logística para el taller " Cobertura periodística, jurídico-electoral ", dirigido a reporteros que cubren la fuente del TSE.	Preparación logística y de apoyo económico para llevar a cabo el taller dirigido a reporteros que cubren la fuente del TSE.	Acercamiento con expositores y preparación de material a utilizar durante desarrollo de taller dirigido a reporteros.

Junio	Acercamiento con expositores y preparación de material a utilizar durante desarrollo de taller dirigido a reporteros.	Preparación logística para uso de salon donde se desarrollara el taller así como los alimentos que se servirán a los a reporteros.	Confirmación de asistencia de Autoridades del TSE y de los reporteros a taller comunicacional.	Celebración de taller dirigido a reporteros que cubren como fuente noticiosa el TSE. Recopilación y análisis de los datos obtenidos.
Julio	Preparación logística para el taller desayuno " Cobertura periodistica, juridico-electoral ", dirigido a dirictores de medios de comunicación.	Preparación logística para uso de salon donde se desarrollara el taller así como los alimentos que se servirán a los directores de medios de comunicación .	Confirmación de asistencia de Autoridades del TSE y de los directores de medios de comunicación a taller comunicacional.	Celebración de taller dirigido a directores de medios de comunicación. Recopilación y análisis de los datos obtenidos.
Agosto	Preparación logística para el taller desayuno " Cobertura periodistica, juridico-electoral ", dirigido a columnistas de medios de comunicación.	Preparación logística para uso de salon donde se desarrollara el taller así como los alimentos que se servirán a los columnistasde medios de comunicación .	Confirmación de asistencia de Autoridades del TSE y de los columnistas de medios de comunicación a taller comunicacional.	Celebración de taller dirigido a columnistasde medios de comunicación. Recopilación y análisis de los datos obtenidos.

Septiembre	Elaboración del Capítulo III y IV de la Estrategia de Comunicación Externa para el Departamento de Comunicación del Tribunal Supremo Electoral.	Elaboración del Capítulo III y IV de la Estrategia de Comunicación Externa para el Departamento de Comunicación del Tribunal Supremo Electoral.	Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones al Departamento de Comunicación del Tribunal Supremo Electoral	Preparación documental para el exámen privado previo a optar al título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
Octubre	Elaboración del Capítulo III y IV de la Estrategia de Comunicación Externa para el Departamento de Comunicación del Tribunal Supremo Electoral.	Elaboración del Capítulo III y IV de la Estrategia de Comunicación Externa para el Departamento de Comunicación del Tribunal Supremo Electoral.	Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones al Departamento de Comunicación del Tribunal Supremo Electoral	Preparación documental para el exámen privado previo a optar al título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
Noviembre	Elaboración del Capítulo III y IV de la Estrategia de Comunicación Externa para el Departamento de Comunicación del Tribunal Supremo Electoral.	Elaboración del Capítulo III y IV de la Estrategia de Comunicación Externa para el Departamento de Comunicación del Tribunal Supremo Electoral.	Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones al Departamento de Comunicación del Tribunal Supremo Electoral	Preparación documental para el exámen privado previo a optar al título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

2.6. Recopilación de Datos

2.6.1. Ficha de entrevistas

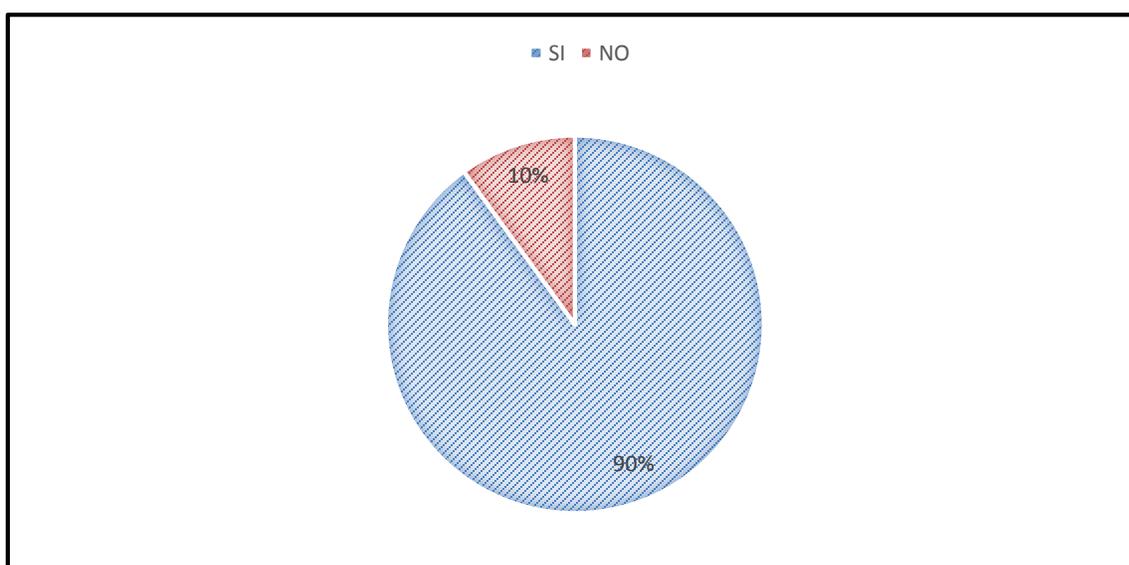
NOMBRE	PUESTO	OBJETIVOS
Lic. Hernán Soberanis	Secretario General	Conocer el proceso de comunicación interna que tiene la institución.
Licda. Gloria López	Directora Electoral	
Lic. Leopoldo Guerra	Director del Registro de Ciudadanos	Establecer con claridad el proceso de comunicación e identificar limitantes y dificultades en el mismo.
Licda. Astrid González	Jefa de Bienestar Laboral	
Carolina Gómez	Asistente de Comunicación	Conocer el manejo de la comunicación externa y uso de los medios de comunicación que el TSE utiliza.
Elizabeth Barillas	Asistente de Protocolo	
Lic. Sergio Chinchilla	Sub Auditor Electoral	

2.6.2. Resultados de la encuesta:

Siete de once trabajadores de diferentes áreas que conforman el Tribunal Supremo Electoral, fueron encuestados. Respondieron de manera anuente para comprender de mejor manera los procesos comunicativos.

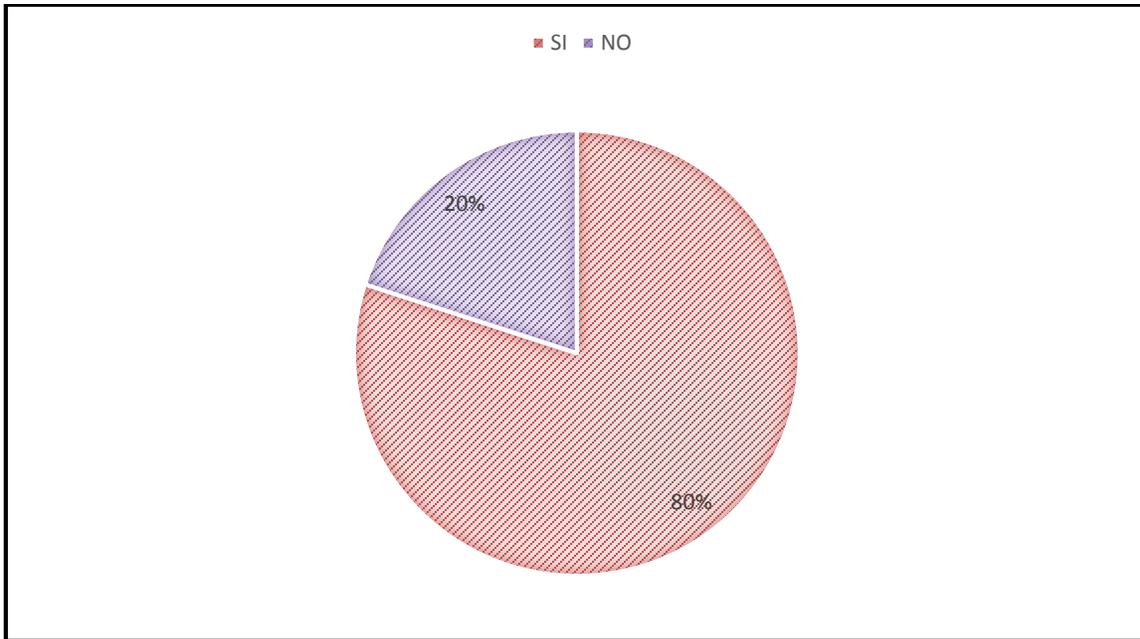
La entrevista guiada que se realizó proporcionó los insumos necesarios y suficientes para tener una radiografía de los procesos comunicativos a nivel interno.

1. ¿Conoce usted en qué consiste el trabajo, misión y visión del Tribunal Supremo Electoral -TSE-?



El 90 por ciento de los encuestados manifestó conocer los pormenores del qué hacer del TSE, sin embargo, hay un diez por ciento de la muestra que reporta desconocimiento de dichas funciones.

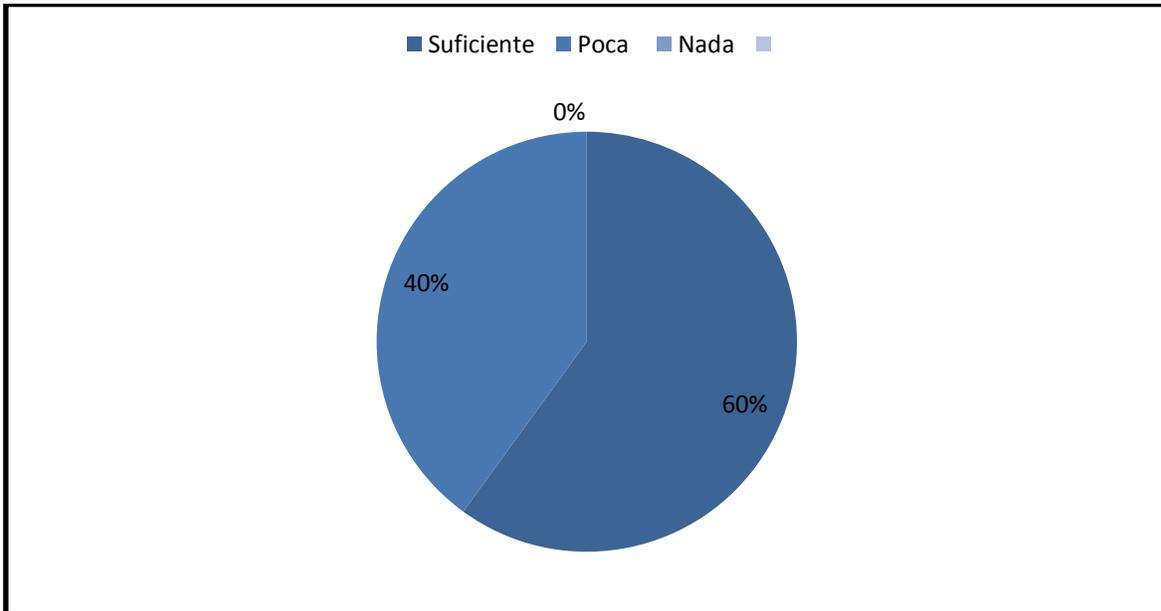
2. ¿Ha recibido atención adecuada a sus necesidades informativas por parte del Departamento de Comunicación del TSE?



En esta gráfica podemos observar un 80 por ciento de satisfacción por parte de los entrevistados respecto a la atención que reciben en el Departamento de Comunicación del TSE, lo cual podría interpretarse como un resultado positivo ya que apenas el 20 por ciento tiene una inconformidad, de acuerdo a los resultados obtenidos.

Sin embargo, es necesario recordar que nuestra estrategia va encaminada a alcanzar una total cobertura y satisfacción de las necesidades comunicacionales de quienes concurren al TSE en busca de información.

3. ¿Cuanta información ha recibido sobre las actividades y funciones que desempeña el Tribunal Supremo Electoral?

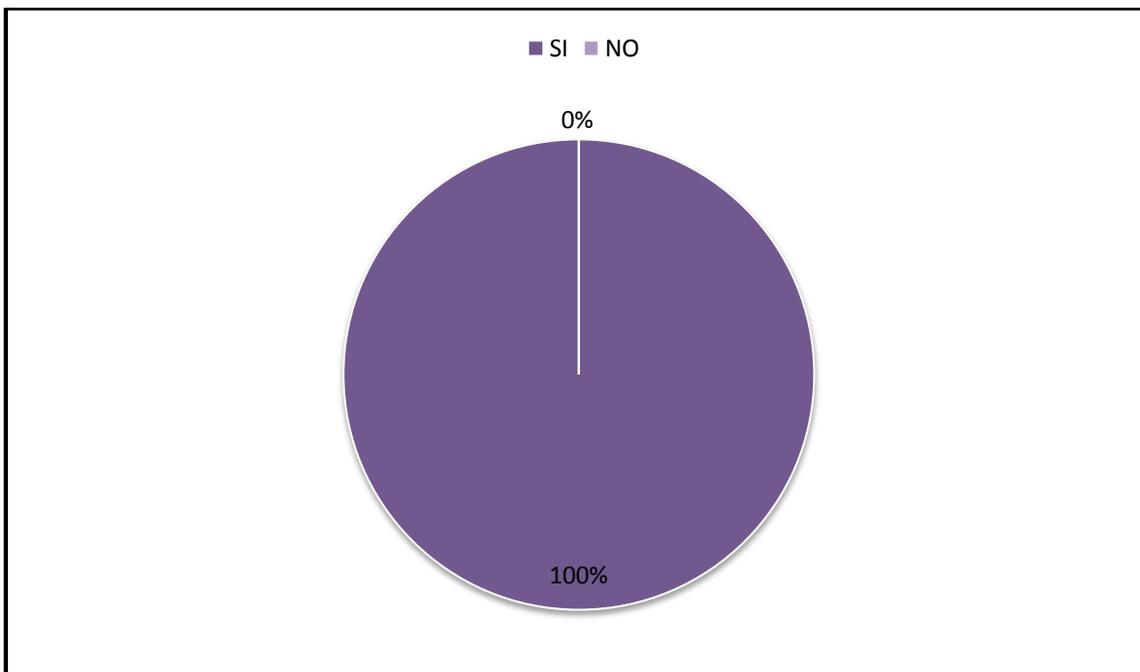


En estos reportes podemos observar que el 60 por ciento de las personas entrevistadas comentan que la información obtenida durante las actividades del TSE y las funciones de sus dependencias es suficientemente satisfactoria.

En el caso del 40 por ciento, indica que la información obtenida es poca o insuficiente, sin embargo, confirman que sí obtuvieron parte de los datos requeridos.

En cuanto a la cantidad de personas que indicaron no haber obtenido información o datos solicitados al Departamento de Comunicación se cuantificó en cero.

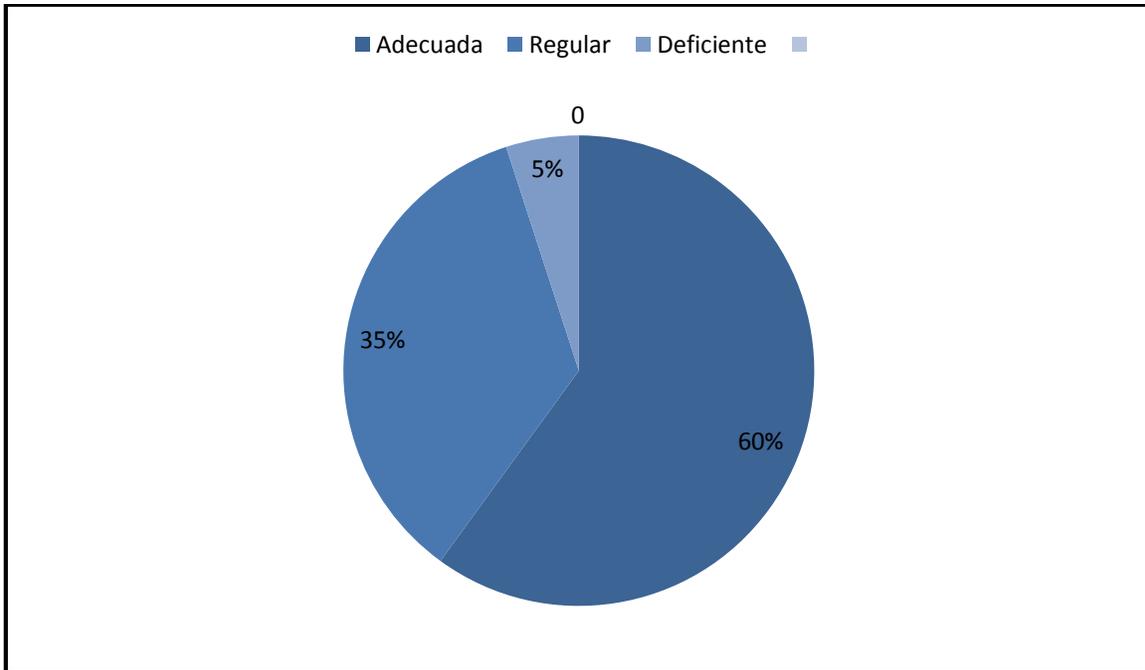
4. ¿Le gustaría recibir mayor y mejor atención por parte del Departamento de Comunicación?



Definitivamente y pese a los resultados obtenidos en las gráficas anteriores, la totalidad de personas encuestadas indica que sí necesita obtener mayor y mejor atención por parte del personal que desempeña sus labores en el Departamento de Comunicación del TSE.

En este caso, puede interpretarse como una señal de alarma, ya que una característica intrínseca de la comunicación organizacional implica atención a quienes solicitan datos sobre las dependencias que la implementan a cabalidad.

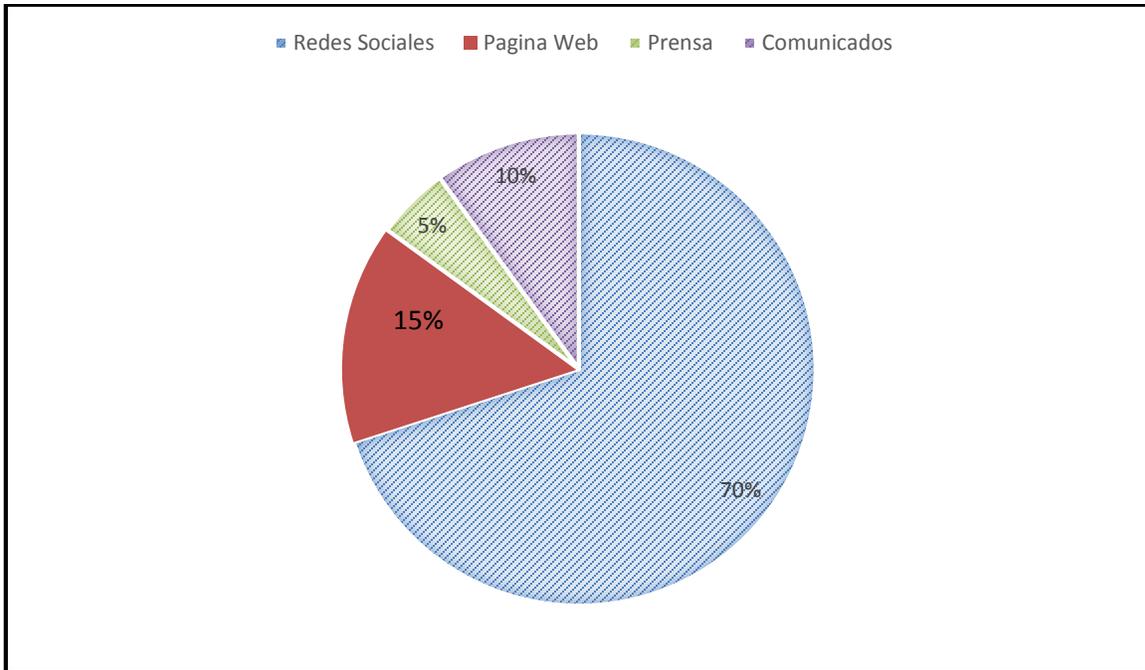
5. ¿Cómo califica la información noticiosa otorgada por Jefes, Directores y Funcionarios del Tribunal?



En la presente gráfica se indica que el 60 por ciento de los encuestados consideran que la información noticiosa proporcionada por los mandos altos e intermedios del TSE es la adecuada. Sin embargo, hay un 35 por ciento que dichos datos son regulares.

Pareciera que según las atribuciones del Departamento de Comunicación no deberían aparecer que la información noticiosa es deficiente, sin embargo, hay un cinco por ciento de los casos que manifiestan el resultado anterior.

6. ¿Las herramientas tecnológicas de las que hace uso el Tribunal Supremo Electoral le permite obtener información de primera mano?

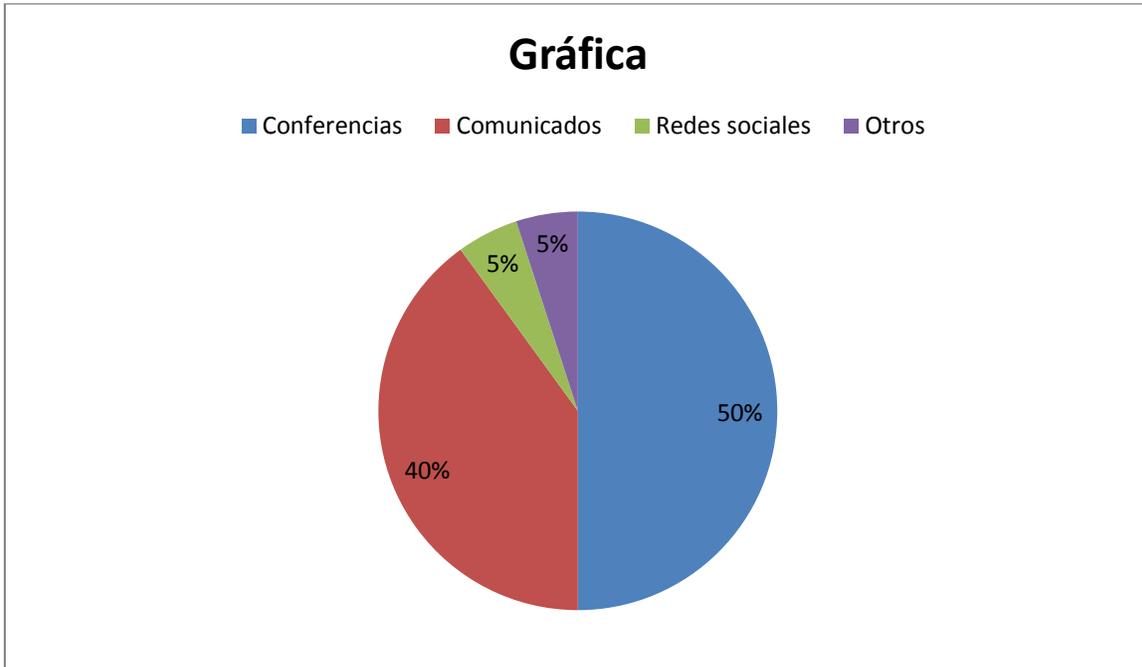


Aquí aparece que el 70 por ciento de las personas encuestadas obtienen información del TSE proveniente de las redes sociales, aunque el estudio no precisa si es en las redes propias o de otros medios de comunicación.

En el caso del 15 por ciento de los reportes obtenidos, se indica que los datos obtenidos provienen de la página web del TSE, en la cual están consignados acuerdos, decretos, actas y otras publicaciones legales.

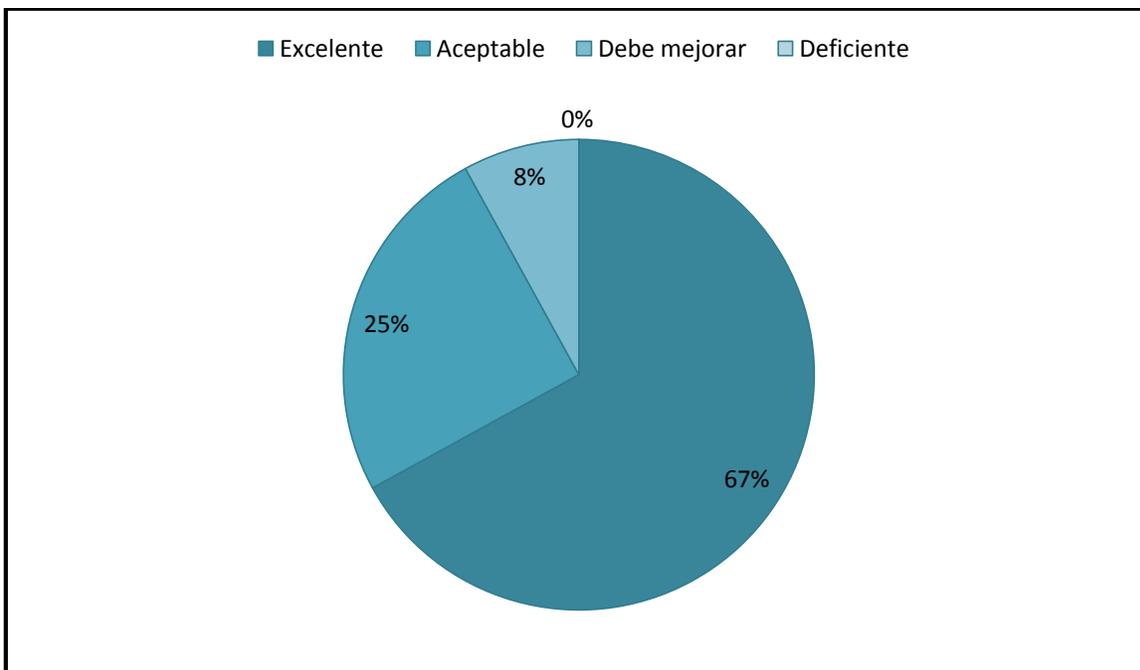
En el caso de la prensa, el 05 por ciento reporta que obtuvo información por esta vía, y para finalizar, hay un 10 por ciento que presenta la obtención de datos por parte de los comunicados emitidos por el Departamento de Comunicación.

7. ¿Por qué medio le gustaría recibir información del TSE?



El 50 por ciento de los encuestados indica que la mejor manera para obtener información es por otros medios de los planteados de manera tradicional, posiblemente, es la oportunidad de resolver dudas con el alcance directo con los funcionarios a través de las conferencias de prensa, otro 40 por ciento lo prefiere con los comunicados de prensa un 5 por ciento desea a través de las redes sociales y finalmente otro 5 por ciento de otra manera.

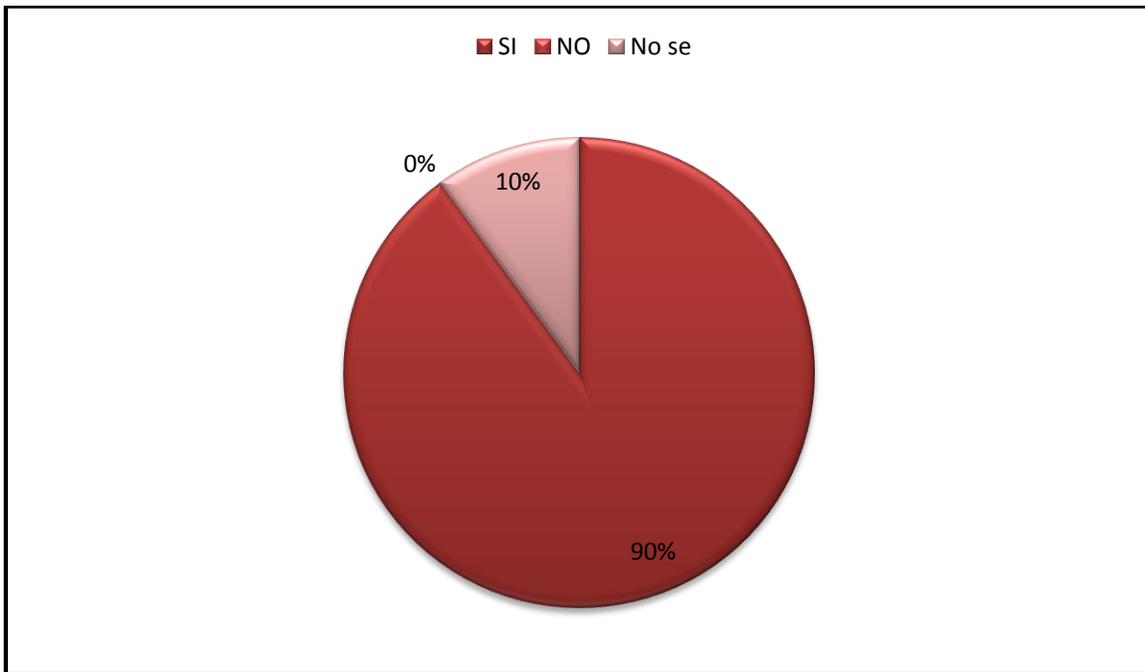
8. ¿Cómo percibe la atención por parte del Departamento de Comunicación a los reporteros que cubren la fuente del Tribunal Supremo Electoral?



Estos datos indican que el 67 por ciento de los encuestados manifiesta que la atención recibida por parte del personal del Departamento de Comunicación es excelente, y el 25 por ciento respondió que resulta aceptable.

También se les brindó la oportunidad de manifestar si la atención obtenida debía mejorar, situación que fue considerada por el ocho por ciento de quienes respondieron el interrogatorio. No hubo respuestas que calificaran de deficiente la atención.

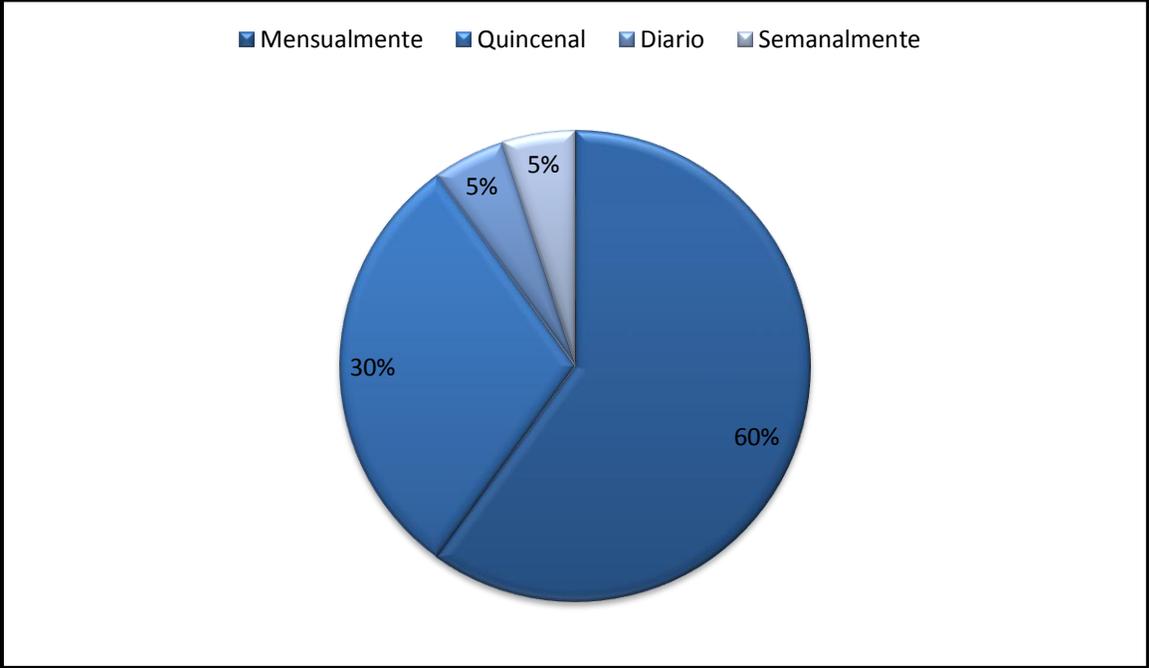
9. ¿Considera necesario que el departamento de comunicación organice talleres informativos en los que reporteros que cubren la fuente del –TSE- conozcan más de aspectos jurídicos-electorales?



El 90 por ciento de los encuestados pareciera estar en la necesidad de obtener acceso a más talleres informativos para conocer detalles sobre el funcionamiento jurídico del TSE.

En los resultados presentados también se observa que hay un diez por ciento que prefiere no responder al cuestionamiento y consignó un “no sé” a la interrogante en mención.

10. ¿Los talleres deberán efectuarse?



La frecuencia recomendada para los talleres previstos se lleven a cabo en su mayoría es para ser mensual.

2.7. Conclusiones de la Investigación

En general se observa que el Tribunal Supremo Electoral tiene disposición a comunicar información sobre el organismo, a través de su web institucional, y actualmente, sobre el proceso electoral, en la web elecciones2015.org.gt, así como redes sociales y atención por parte del Departamento de Comunicación.

También se observó la necesidad de implementar talleres dirigidos a los reporteros que cubren la fuente del TSE, Directores de Medios de Comunicación y Columnistas, para tener un acercamiento mayor con este sector importante para dar a conocer el que hacer del Tribunal, así como también los temas políticos, jurídico-electorales, en los que trabaja la institución.

Así también se observó el avance para promover la participación inclusiva y la transparencia. Las páginas webs tienen ahora una amplia variedad de información de utilidad para los usuarios funcionalidades bien programadas.

CAPÍTULO III

Propuesta de Comunicación

3.1. Plan de Comunicación

Para que la población reciba la información adecuada que le permitirá participar en el evento electoral, el TSE deberá crear varias campañas publicitarias, entre ellas la del llamado para la actualización de datos y empadronamiento de los ciudadanos, así como el ejercicio del voto. Otro pilar fundamental para la comunicación exitosa, será la información institucional adecuada que se entregará a los medios de comunicación que cubren la fuente del Tribunal Supremo Electoral.

Este es el Plan Estratégico de Comunicación enfocado a los reporteros que cubren la fuente del Tribunal Supremo Electoral de Guatemala. Se debe realizar una serie de actividades enfocadas a posicionar el trabajo y acciones que emprende la institución en el público objetivo, reporteros que cubren la fuente del TSE, brindando información de programas, proyectos, cronogramas, actividades planificadas y por realizar a través de página web, redes sociales, boletines, correo electrónico e información verbal. Así como la atención directa y personalizada con los representantes de los medios de comunicación.

3.2. Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Desarrollar y poner en marcha varias acciones de comunicación externa para mejorar la relación con los medios de comunicación que cubren la fuente del Tribunal Supremo Electoral.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Promover talleres de capacitación y foros donde los reporteros, directores y columnistas de diferentes medios de comunicación conozcan de los procedimientos jurídicos-electorales.
- Informar a los periodistas oportunamente y por los canales de comunicación adecuados, del que hacer del Tribunal Supremo Electoral, antes, durante y posterior a un proceso electoral.
- Fortalecer la comunicación haciendo uso de las herramientas tecnológicas, comunicacionales y recurso humano para posesionar la imagen institucional.

3.3. Mensaje clave

“El TSE está comprometido con el acceso a la información y divulgación de procesos como parte del fortalecimiento democrático del país”.

3.4. Público objetivo

Funcionarios que tienen contacto directo con los reporteros de los medios de comunicación que concurren al TSE en las épocas electorales y no electorales.

3.5. Descripción de la propuesta

Se efectuarán talleres informativos y de comunicación, los que servirán para tener un mayor acercamiento con los reporteros que cubren la fuente del Tribunal Supremo Electoral, con el fin de conocer sus necesidades comunicacionales respecto al TSE y que ellos a su vez se enteren del que hacer de la institución a la que dan cobertura, el contenido de los temas políticos, jurídicos-electorales que genera el Tribunal y que se convierte en datos de suma importancia para la elaboración del trabajo noticioso.

Dichos talleres serán impartidos por profesionales y expertos en los temas a tratar que primeramente serán buscados dentro de la institución y especialistas internacionales.

3.7. Justificación de la propuesta

En base a los resultados de la encuesta realizada, se puede interpretar la necesidad que se tiene en los reporteros que cubren la fuente del Tribunal Supremo Electoral, en relación a conocer más a profundidad del que hacer de la institución, de términos y tiempos políticos, jurídicos-electorales, por lo que se realizarán actividades públicas diversas de acercamiento con el público objetivo, para socializar la información y el trabajo que la institución realiza.

3.7. Estrategia para su implementación

Debe implementarse un mecanismo coordinado con la participación de los mandos altos y medios del TSE de manera que cuente con todo el respaldo necesario para el mejoramiento de las actividades del Departamento de Comunicación de dicho organismo.

Se buscará la coordinación con los actores que piden datos de manera recurrente en el organismo en época electoral y no electoral para obtener los mejores resultados.

Las actividades se llevarán a cabo en la sede del Tribunal Supremo Electoral, zona 2 de la Ciudad Capital.

Se tendrá una base de datos con número de teléfono celular y correos personales de los reporteros que cubren la fuente del Tribunal y que participarán en los talleres informativos, con el objetivo que a corto plazo se pueda socializar la información generada por la institución.

Otras herramientas que será de gran utilidad para cumplir con el objetivo de la estrategia de comunicación, lo constituye la página de internet y las redes sociales, en las que será trasladada la información

Se dará seguimiento a los resultados generados de los talleres con el equipo de reporteros.

3.8. Recursos a utilizar

Personal o humano, artículos de oficina, equipo de telecomunicaciones, internet, computadoras y fotocopiadora multifuncional.

3.8. Cronograma de ejecución

Del 1 de enero al 1 de agosto 2016

Elaboración del bando de datos con información de los directores y editores de los medios de comunicación.

Definición del listado final de medios de comunicación incipientes y alternativos para complementar el existente.

Del 2 de agosto al 30 de noviembre 2016

Inicio de las jornadas de capacitación con los editores para preparar al personal que cubrirá las elecciones futuras ya que ellos tendrán a cargo la coordinación de los reporteros, personal que cambia frecuentemente en los medios de comunicación.

3.9. Conclusiones finales

Debido a la importancia del TSE es necesario definir una coordinación permanente que eleve el perfil del organismo a nivel nacional e internacional, esta está en progreso los últimos años pero debido a los acontecimientos que marcaron las últimas elecciones salieron a relucir las deficiencias comunicacionales en el ente rector de los procesos electorales.

Se observan deficiencias internas que hay en el Departamento que nos atañe impactan de alguna medida la proyección del organismo de manera exterior, por lo que urge implementar este tipo de mecanismos para establecer una mejor imagen y manejo de la presencia en medios de comunicación por parte de las autoridades del TSE.

3.10. Recomendaciones

Es necesario que el personal que trabaja en el Departamento de Comunicación esté relacionado con los procesos que permitirán facilitar la entrega y fluidez de la información que emana del TSE.

Promover la creación de espacios que faciliten el intercambio de información, por ejemplo talleres informativos periódicos, dirigidos a reporteros que cubren el TSE como fuente informativa, con el propósito que trasladen la noticia política, jurídica-electoral emanada de la institución, de manera adecuada y de fácil comprensión a la ciudadanía.

Programar además, desayunos de intercambio con Directores de Medios de Comunicación, con el fin de que conozcan de la institución electoral, donde los reporteros persiguen la información noticiosa.

También es de gran importancia, que los columnistas tengan un acercamiento con autoridades del Tribunal Supremo Electoral y que conozcan de cerca el quehacer político, jurídico-electoral del TSE, para trasladar la opinión adecuada a su auditorio.

Mejorar el uso de la página web institucional y la creada durante el proceso electoral, a través de la optimización de la experiencia del usuario por medio de una navegación sencilla, alta interactividad propia de internet de hoy día, funcionalidad útil, y fácil y atractivo acceso a la información no sólo por los periodistas sino también para el público en general. Además de cumplir con sus expectativas de acceso a la información.

Sacar el máximo partido a las características del medio on-line: interactividad, dinamismo, formatos multimedia, comunicación bidireccional con la entidad.

CAPÍTULO IV

Control y seguimiento

4.1. Ejecución de propuestas

Se realizaron talleres y desayunos informativos con reporteros, directores y columnistas de medios de comunicación, con el fin de dar a conocer más a profundidad del que hacer de la institución, términos y tiempos políticos, jurídicos-electorales.

Dichos talleres fueron impartidos por profesionales y expertos en los temas, varios de ellos autoridades del Tribunal Supremo Electoral.

También se hizo uso de las herramientas tecnológicas actuales, como las redes sociales, la página web institucional y la creación de la página especial Elecciones Generales 2015.

4.2. Descripción de materiales utilizados

Programa de actividades, libretas, lapiceros, retroproyector, leyes electorales, micrófonos, fotografías y alimentos.

4.2.1. Taller informativo con reporteros

La primera fase de la estrategia de comunicación lo constituyó el taller informativo a reporteros que cubren la fuente del TSE, en dicho desayuno taller fueron abordados temas relacionados con el ámbito político, jurídico y electoral que genera el Tribunal, que se convierten en datos de suma importancia para la elaboración del trabajo noticioso exigido en los medios de comunicación.

4.2.2. Desayuno taller con Directores de Medios

a segunda fase de la estrategia de comunicación lo constituyó el desayuno-taller dirigido a directores de medios de comunicación, en dicha actividad fueron abordados temas relacionados con el ámbito político, jurídico y electoral que genera el Tribunal, así como la cobertura mediática que se da a la información en dichas empresas periodísticas.

4.2.3. Desayuno taller con Columnistas

La tercera fase de la estrategia de comunicación lo constituyó el desayuno-taller dirigido a columnistas, en dicha actividad fueron abordados temas relacionados con el ámbito político, jurídico y electoral que genera el Tribunal, así como la cobertura mediática que esas temáticas por parte de los medios de comunicación.

4.2.4. Inauguración Página Web Institucional

Con el objetivo de facilitar el trabajo reporteril de los periodistas que cubren la fuente del TSE, fue inaugurado el sitio web “elecciones2015.tse.org.gt”, en el que los reporteros podrán consultar datos estadísticos, informativos y más, relacionados con el proceso electoral 2015.

ANEXOS



Periodistas de Medios Escritos, Televisivos y Radiales, durante taller desayuno realizado en el Salón Arturo Herbruger, sede central del TSE.



Presidente del TSE, Dr. Rudy Pineda junto a Director de Comunicación, Axel Maas.



Periodistas de medios televisivos, radiales, escritos y digitales durante taller.



Periodistas en atención a datos informativos otorgados por el TSE.



Directora Electoral Gloria López durante taller dirigido a periodistas.



Directores de medios durante desayuno informativo conocieron más de la LEPP



Directores de Medios expresaron dudas en relación a logística electoral.



Magistrados del TSE y Directores de Medios intercambiaron opiniones



Magistrados del TSE comparten en desayuno informativo con columnistas.



Columnistas aplauden al TSE por resolución de dudas jurídico electorales.



Magistrados durante inauguración página www.elecciones2015.tse.org.gt





Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Proyecto de EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Los datos que usted nos brinde, serán de carácter estrictamente confidencial, los resultados serán utilizados para fines académicos y de investigación.

Instrucciones: Lea detenidamente las siguientes preguntas y marque con una X, las opciones que usted considere apropiadas.

1. Conoce usted en que consiste el trabajo, misión y visión del Tribunal Supremo Electoral -TSE-?

Si-----

No-----

2. Ha recibido atención adecuada a sus necesidades informativas por parte del Departamento de Comunicación del TSE?

Si-----

No-----

3. Cuanta información ha recibido sobre las actividades y funciones que desempeña el Tribunal Supremo Electoral?

Suficiente----- Poca----- Ninguna-----

4. Le gustaría recibir mayor y mejor atención por parte del Departamento de Comunicación?

Si-----

No-----

5. Como califica la información noticiosa otorgada por Jefes, Directores y Funcionarios del Tribunal?

Buena----- Deficiente----- Debe Mejorar-----

6. Las herramientas tecnológicas de las que hace uso el Tribunal Supremo Electoral le permiten obtener información de primera mano?

Si----- No-----

7. Por qué medio le gustaría recibir información del TSE? (puede marcar todas las que considere necesarias)

Redes Sociales-----Pagina Web----- Comunicado de Prensa-----
Boletín----- Conferencia----- Entrevista-----

8. Como percibe la atención por parte del Departamento de Comunicación a los reporteros que cubren la fuente del Tribunal Supremo Electoral?

Satisfactoria----- Poco satisfactorio----- Insatisfactorio-----

9. Considera necesario que el departamento de comunicación organice talleres informativos en los que reporteros que cubren la fuente del -TSE- conozcan mas de aspectos jurídico-electorales?

Si----- No-----

10. Los talleres deberán efectuarse?

Semanal----- Quincenal----- Mensual-----

Gracias por su colaboración !!!



PROGRAMA

KAS GUATEMALA / HONDURAS | COOPERACION EUROPEA E INTERNACIONAL

„Desayuno Informativo y Relaciones Públicas con Periodistas”

Fecha: 09 Jueves de Abril de 2015
Lugar: Salón Herbruger, Tribunal Supremo Electoral, ciudad de Guatemala

Coordinación: Lic. Axel Maas (Director de Comunicación y Cooperación, TSE), Lic. Abraham Baca (Jefe de Comunicación, TSE), Licda. Janina Padilla (Jefa de Cooperación, TSE), Licda. Cynthia Fernández (Coordinadora de Proyectos, KAS) y Licda. Diana Herrera (Coordinadora de Proyectos, KAS)

Objetivo General: Lograr un acercamiento con los representantes de la prensa y dar a conocer lo Qué es y Qué hace el Tribunal Supremo Electoral, además de los preparativos de las Elecciones 2015.

Jueves, 09 de Abril de 2015

- 07:45 h **Registro de participantes**
- Personal del Tribunal Supremo Electoral
 - Cinthya Sandoval, Asistente Fundación Konrad Adenauer
- 08:00 h **Apertura del Desayuno**
- Lic. Abraham Baca, Jefe de Comunicación TSE
- 08:05 h **Palabras de Bienvenida**
- Dr. Rudy Marlon Pineda Ramírez , Magistrado Presidente del TSE
 - Sra. Annette Schwarzbauer, Representante de la Fundación Konrad Adenauer oficina Guatemala y Honduras
- 08:30 h **Qué es el Tribunal Supremo Electoral**
- Sr. Carlos Humberto Narciso Coronado, Técnico en Capacitación TSE
- 09:00h **Preparativos en el Proceso Electoral 2015**
- Licda. Gloria Azucena López, Directora Electoral TSE
- 09:30h **Cierre de Contenido Informativo**
- Licda. Fátima Fernández , Asesora en Comunicación
- 10:00 h **Clausura**
- Lic. Axel Ottoniel Maas Jácome, Director de Comunicación y Cooperación TSE



PROGRAMA

KAS GUATEMALA / HONDURAS | COOPERACION EUROPEA E INTERNACIONAL

„Desayuno Informativo y Relaciones Públicas con Columnistas“

Fecha: 03 miércoles de junio de 2015

Lugar: Salón Herbruger, Tribunal Supremo Electoral, ciudad de Guatemala

Coordinación: Lic. Axel Maas (Director de Comunicación y Cooperación, TSE), Lic. Abraham Baca (Jefe de Comunicación, TSE), Licda. Janina Padilla (Jefa de Cooperación, TSE), Licda. Cynthia Fernández (Coordinadora de Proyectos, KAS) y Licda. Diana Herrera (Coordinadora de Proyectos, KAS)

Objetivo General: Lograr un acercamiento con los columnistas de los diferentes medios de comunicación y dar a conocer lo Qué es y Qué hace el Tribunal Supremo Electoral, además de los preparativos de las Elecciones 2015.

Miércoles, 3 de Junio de 2015

1)	Registro de participantes <ul style="list-style-type: none">- Personal Del Tribunal Supremo Electoral- Cinthya Fernández, Asistente Fundación Konrad Adenauer
2)	Bienvenida <ul style="list-style-type: none">- Lic. Abraham Demetrio Baca Dávila
3)	Palabras del Magistrado Presidente del Tribunal Supremo Electoral Información General del Tribunal Supremo Electoral <ul style="list-style-type: none">- Dr. Rudy Marlon Pineda Ramírez
4)	Acotaciones y comentarios <ul style="list-style-type: none">- Licda. Fátima Fernández
5)	Clausura <ul style="list-style-type: none">- Lic. Axel Maas, Director de Comunicación y Cooperación TSE

DESAYUNO INFORMATIVO

“Para periodistas que cubren el Tribunal Supremo Electoral, como fuente de información”

Jueves 9 de abril de 2015.

Señor (a), (srta.) periodista: Ara Justita Leardura
Medio que representa: La Prensa y Radio Circulo San Juan

1) ¿Qué opina de la reunión? Provechosa para tener más acercamiento con las autoridades.

2) Sugerencias: Calendarizar los tiempos de las comunicaciones, de como marcha la ley nacional del proceso electoral.

3) Necesidades: Mejor herramientas de trabajo como en el proceso electoral anterior, con más computadoras, teléfono, TV. Si ya que el espacio ahora se reduce y todo compartido con la of de libre acceso a la información.

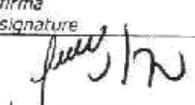
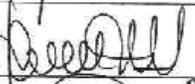
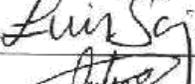
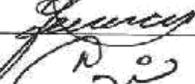
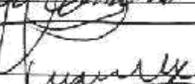
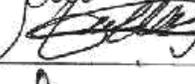
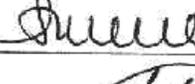
4) Comentarios: Utilizar las Redes Sociales para comunicar lo nuevo de información para q no se de el problema de las noticias exclusivas a un solo medio de comunicación.

Teilnehmerliste (Participants, Participantes)

Programm / programme: VD Prog Zentralamerika (Z30000000V)
 Projekt / project: VD Lpj Guatemala (Z31400000V)
 Teilprojekt / sub-project: VD Lpj Guatemala EM (Z31420000V)
 Maßnahme / measure: BM15-005 Workshop für Information und Öffentlichkeitsarbeit mit Journalisten

Datum (Date, Fecha, Date):
 09.04.2015 -

Ort (Venue, Sede, Endroit):
 Tribunal Supremo Electoral, Guatemala

Nr.	Name, Vorname <i>last name, first name apellido, nombre nom de famille, prénom</i>	Adresse <i>address dirección adresse</i>	Unterschrift <i>signature firma signature</i>
1.	Claudia Méndez Villaseñor	el Periódico	
2.	VIVIP MUTE	NUESTRO DIARIO	
3.	Fernando Andino	RCM Noticias 106.1	
4.	Fuis Sajchi	Guatevisión	
5.	Carolina Ilexán	Guatevisión	
6.	Gustavo Villanueva	Dianocentro America	
7.	Celeste Alvarado	Siglo 21	
8.	Eduwin Pizán	Prensa libre	
9.	Ana Julieta Cardenas	La Prensa	
10.	Sandra Marlen Pineda	Radio Punto	
11.	Claudia Hernández	Radio USAF	
12.	Saira Ramos	Diario La Hora	
13.	Fabian Gaurdo	Noti 7	
14.	Alberto Andino	Noti 7	
15.	ERICK AVILA	Prensa Libre	
16.	Jail Lopez	Plural TV	

Ich bestätige die Richtigkeit dieser Liste:

Seminarleiter

Nr.	Name, Vorname <i>last name, first name apellido, nombre nom de famille, prénom</i>	Adresse <i>address dirección adresse</i>	Unterschrift <i>signature firma signature</i>
17.	Jensy López	Vea Canal	
18.	Rosana Delgado	Vea Canal	
19.	Mynor Lorenzo	Telediano	
20.	Pedro Cotel	Telediarico	
21.	José de Jesús	TN 23	
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			
28.			
29.			
30.			
31.			
32.			
33.			
34.			
35.			
36.			

Ich bestätige die Richtigkeit dieser Liste:

_____ Seminarleiter



**EI TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL
y la Fundaciones KONRAD ADENAUER**



Invitan muy especialmente al:

Periodista JULIETA CARDENAS
representante de LA PRENSA

A un **Desayuno Informativo**,

Que tendrá lugar el jueves 9 de abril de 8:00 a 10:00 horas en el salón *Arturo Herbruger* del edificio del TSE, 6a avenida 0-32 Z.2, Centro Histórico, Ciudad de Guatemala.

Por su asistencia muy agradecidos.

Guatemala, abril de 2015.

Presentar invitación, gracias

9 Referencia bibliográfica

- * Interiano, Carlos. Semiología y Comunicación. Editorial Fénix 2003 Pag.9**
- * FreijeWillman, Héctor Maldonado. Manual de Comunicación Oral. 2da. Edición.México.1996.Pag16**
- * Diaz, Norma. Lenguaje y Comunicación. Valencia: Universidad José Antonio Páez.1998. Pag.24**
- * Gómez, Alarico. Lenguaje y Comunicación. Caracas, Venezuela.1996 Pag.18**
iro, Sara. Técnicas de Comunicación, 2006. Pag.8
- * Alirio, Jesús. Técnicas de Oficina. Caracas: Panapo.1994**
- * Diccionario Larousse 1991**
- *http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n**
- * Barrios Osorio, Omar Ricardo. Derecho e Informática. Guatemala, Centro de Estudios de Derecho.2006.**
- * Sotelo Enríquez, Carlos; Introducción a la Comunicación, 2008.**
- * www.tribunalsupremoelectoral.org.gt**
- * Sierra Bravo, Restituto. 1986. Tesis doctorales y trabajos de investigación científica. Madrid, Paraninfo.**
- * Mario Tamayo y Tamayo: El proceso de la investigación científica. 1998. Pag.99**
- * Morán, J.L.: “La Observación” en Contribuciones a la Economía, julio 2007.**
- * Fase de diagnóstico Ppt. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC. Msc. Marco Julio Ochoa España. 2015**

* **Diagnóstico de Comunicación Interna y Plan de comunicación: Instrumentos de participación en el proceso de cambio. Experiencia de la UPAEP (Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla).**

* **Sistematización y fortalecimiento de la comunicación interna en la oficina de Comunicación e Información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado. Mary Elizabeth García Barrera. Guatemala, Noviembre 2012.**

* **Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Organizacional en la Escuela Oficial Rural Mixta No. 590 “La Ceiba” Jornada Matutina. Trabajo de tesis presentado por Marlene Esther Colindres Jiménez. Guatemala, mayo de 2013.**

*<http://www.surveyssoftware.net/ssformue.htm>

***Rodríguez Rowe, Verónica. 2008. Comunicación corporativa: Un derecho y un deber. Chile: rRil. Pág. 170.**

* **Tamayo y Tmayo, Mario; El Proceso de la Investigación Científica, Cuarta Edición, Pág.37**

***Lara, José Manuel. Publicidad.1990. Volumen 4. España: Planeta-De Agostini.**

***Estudio Las Redes Sociales en Internet ha sido elaborado por los siguientes componentes del equipo de Estudios del ONTSI.**

***De la Mota, IH. Diccionario de la Comunicación. Paraninfo. Madrid, España. Tomo 1.**