

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Estudios de Postgrado
Maestría en Comunicación Organizacional**

**Estrategia de Comunicación Organizacional de las
Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras
formas de violencia contra la mujer.**

**Trabajo de Graduación
Presentado por:**

Mirna Lissette Zeledon Franco

**Previo a Optar al Título:
Master en Artes en Comunicación Organizacional**

Guatemala, noviembre 2012

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

Consejo Directivo

Lic. Julio E. Sebastián Chilín

Director

Lic. Víctor Carillas

M.A. Amanda Ballina

Representantes Docentes

Nestor Aníbal de León V.

José Jonathán Girón Ticurú

Representantes Estudiantiles

Lic. Johnny Michael González

Representante de los Egresados

M. Sc. Claudia Molina

Secretaria

Consejo Académico de Postgrado

Lic. Julio E. Sebastián Chilín

Director

M.A. Aracelly Krisanda Mérida

Secretaria

Dr. Ángel Valdez

Vocal I

M.A. Amanda Ballina

Vocal II

M. Sc. Sergio Morataya

Vocal III

Tribunal Examinador

M.A. Aracelly Krisanda Mérida González

M.A. Amanda Ballina Talento

M.A. Ninoshka Lou

M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel

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

INDICE

RESUMEN	ix
INTRODUCCIÓN	x
Capítulo 1: Diagnóstico Situacional.....	1
1.1 Información Institucional	1
1.1.1 Organismo Judicial.....	1
1.1.2 Corte Suprema de Justicia.....	1
1.1.3 Juzgado y tribunal contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer	2
1.1.4 Ubicación geográfica.....	3
1.1.5 Descripción de actividades	4
1.1.6 Competencia.....	4
1.1.7 Actores.....	5
1.1.8 Perfil de los trabajadores	6
1.2 Factores influyentes.....	7
1.3 Análisis y pronóstico de la situación	8
1.4 Factores.....	10
1.4.1 Directos.....	10
1.4.2 Indirectos.....	10
Determinación de prioridades.....	10
Capítulo 2. Fundamentos Epistemológicos	12
2.1 Teoría Funcionalista	13
2.1.1 Medios de comunicación en el proceso socializador	15
2.2 Marketing Social	16
2.2.1 Cambio social	16
2.2.2 Conocer a los grupos	18
2.2.3 Gestión e investigación del Marketing social	19
Capítulo 3: Metodología Aplicada.....	22
3.1 Enfoque	22

3.2	Diseño.....	22
3.3	Universo.....	23
3.4	Muestra.....	23
3.5	Técnicas	23
3.6	Instrumentos	24
3.6.1	Revisión documental.....	24
3.6.2	Árbol de problemas	24
3.6.3	Análisis FODA.....	26
3.6.4	Entrevistas	27
3.6.5	Cuestionarios	27
3.6.6	Observación directa	29
3.7	Método de análisis	31
Capítulo 4: Diagnóstico Comunicacional.....		34
4.1	Comunicación Interna.....	34
4.1.1	Estrategia de comunicación.	34
4.1.2	Prácticas de comunicación del líder.....	35
4.1.3	Prácticas de comunicación del personal.	37
4.1.4	Comunicación en el equipo (comunicación horizontal).	39
4.2	Otras actividades	40
4.2.1	Actividades de capacitación con los empleados.	40
4.3	Comunicación Externa.....	41
4.3.1	Comunicación Externa Operativa.....	41
4.3.2	Comunicación Corporativa.....	46
Capítulo 5: Propuesta de Estrategia de Comunicación Organizacional....		58
5.1	Justificación	58
5.2	Objetivos de comunicación de la estrategia.....	58
5.2.1	General.	58
5.2.2	Específicos.....	58
5.3	Públicos	59
5.3.1	Interno.....	59

5.3.2 Externo.....	59
5.4 Propuesta	59
5.4.1 Matriz del Plan de comunicación.....	60
5.4.2 Plan de comunicación interna.	62
5.4.3 Plan de comunicación externa.	74
5.4.4 Plan de Monitoreo y evaluación.	93
Capítulo 6. Resultados	95
6.1 Validación	95
6.2 Implementación	95
6.3 Resultados futuros.....	98
6.3.1 Comunicación Interna.	98
6.3.2 Comunicación Externa.	98
CONCLUSIONES.....	100
RECOMENDACIONES	101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	102
ANEXOS	106

GRÁFICAS

GRÁFICA 1. Organigrama	6
GRÁFICA 2. Árbol de problemas	11
GRÁFICA 3. Gestión de Marketing social.....	19
GRÁFICA 4. Diseño árbol de problemas	25
GRÁFICA 5. Procedimiento de análisis cuantitativo	32
GRÁFICA 6. Procedimiento de análisis cualitativo	33
GRÁFICA 7. Encuestas auxiliares judiciales	35
GRÁFICA 8. Encuesta a auxiliares judiciales	36
GRÁFICA 9. Encuesta a auxiliares judiciales	37
GRÁFICA 10. Encuesta a auxiliares judiciales	38
GRÁFICA 11. Encuesta a auxiliares judiciales	38
GRÁFICA 12. Encuesta a auxiliares judiciales	42
GRÁFICA 13. Encuesta a auxiliares judiciales	42
GRÁFICA 14. Encuesta a auxiliares judiciales.	43
GRÁFICA 15. Encuesta a auxiliares judiciales	43
GRÁFICA 16. Encuesta a mujeres	44
GRÁFICA 17. Encuesta a mujeres.	44
GRÁFICA 18. Logotipo antiguo.....	47
GRÁFICA 19. Imagotipo	48
GRÁFICA 20. Imagotipo	48
GRÁFICA 21. Imagotipo usado.....	48
GRÁFICA 22. Logotipo del Organismo Judicial y Corte Suprema de Justicia	49
GRÁFICA 23. Portada de material promocional	50
GRÁFICA 24. Material informativo.....	50
GRÁFICA 25. Pagina WEB del OJ	51
GRÁFICA 26. Material promocional.....	52
GRÁFICA 27. Material promocional.....	53
GRÁFICA 28. Material promocional.....	53

GRÁFICA 29. Material promocional.....	54
GRÁFICA 30. Instalaciones anteriores, zona 1	54
GRÁFICA 31. Señalética de instalaciones anteriores, zona 1	55
GRÁFICA 32. Instalaciones actuales, zona 10	55
GRÁFICA 33. Señalética, zona 10.....	56
GRÁFICA 34. Señalética y banners.....	57
GRÁFICA 35. Diseño señalética sugerida	85
GRÁFICA 36. Módulo sugerido.....	86
GRÁFICA 37. Diseño trifoliar	87
GRÁFICA 38. Publicación en Diario Siglo XXI.....	96
GRÁFICA 39. Publicación en Diario Prensa Libre	97

TABLAS

TABLA 1. Análisis FODA	8
TABLA 2. Estrategia FODA	26
TABLA 3. Matriz de coherencia de entrevistas	27
TABLA 4. Matriz de coherencia de cuestionario	28
TABLA 5. Guía de observación.....	29
TABLA 6. Matriz del plan de comunicación	60
TABLA 9. Contactos sugeridos	92
TABLA 10. Plan de monitoreo y evaluación.....	93

RESUMEN

Este proyecto es el diseño de una estrategia de comunicación externa e interna que pretende mejorar los procesos de información y comunicación del juzgado y tribunal contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer de la ciudad capital de Guatemala, para que llegue al público eficazmente.

Para desarrollarla se realizaron dos diagnósticos: situacional para conocer nuestro objeto de estudio y un comunicacional para determinar sus aspectos relacionados.

Se usó un enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo. En el primero se utilizó el análisis estadístico, puesto que la recolección de la información se hizo a través de técnicas como las encuestas y revisión documental; también se realizó una planificación del proyecto, donde se elaboraron objetivos, se identificó área de estudio, se enumeraron insumos y recursos, se determinó una muestra de donde se obtuvo información que se analizó, se contrastó y se comparó. El enfoque cualitativo basado en un esquema inductivo basado en un análisis FODA, entrevistas abierta, árbol de problemas y la observación directa.

Entre los fundamentos epistemológicos de nuestro trabajo se usó el Marketing Social que busca el buen uso de los mecanismos comerciales para vender ideas sociales, con el objetivo de generar cambios. Además a teoría funcionalista que explica la forma en que trabajan los medios de comunicación masiva y sus principales funciones: informar, educar y entretener.

Al final se concluyó por medio de entrevistas y observaciones directas que la carencia de recursos económicos hace que se limiten acciones de desarrollo para las Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer. Además que, el servicio de atención e información a los y las usuarias de las Judicaturas especializadas en las instalaciones en la ciudad capital, no es delegada en una persona específica, por eso limita el acceso a información al público en general. También que existe desconocimiento sobre las nuevas instalaciones que ocupa en Centro de Justicia especializado contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer en la ciudad capital, y su reciente instalación y creación hace que muchas víctimas desconozcan los servicios prestados.

INTRODUCCIÓN

La Estrategia de Comunicación para las Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer de la ciudad capital, tiene como objetivos: (a) Diseñar y elaborar Guía de cabildeo para la Corte Suprema de Justicia dirigidas al Ministerio de Finanzas Publicas y Diputados del Congreso de la República de la Comisión de Finanzas Públicas, con el fin de gestionar una partida presupuestaria específica anual que permita el desarrollo de las Judicaturas especializadas.

Además (b) resolver las deficiencias de información que el público recibe en el momento de llegar a las Judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, para brindar un mejor servicio a la víctima, por medio de un manual de funcionamiento del modulo. (c) Crear un plan de comunicación y visibilización para la promoción de las Judicaturas especializadas

El estudio es de enfoque mixto pues se utilizó la combinación del enfoque cuantitativo haciendo uso del análisis estadístico, revisión documental y planificación del proyecto, y el enfoque cualitativo puesto que se basó en un análisis FODA, entrevistas abiertas, árbol de problemas y la observación directa, que permitió recolectar, ordenar, interpretar y analizar la información obtenida.

Las fuentes primarias fueron entrevistas, observaciones, apuntes de investigación, posibles usuarios de las judicaturas estudiadas, funcionarios consultados, Acuerdos gubernativos y Decretos; las secundarias, material bibliográfico, revistas, trifoliales, material de información.

El diseño utilizado es no experimental porque se observó el fenómeno y analizó, se obtuvo información por medio de los instrumentos que al final se contrastó, se comparó y se establecieron conclusiones. Es descriptivo por cuanto se detalla el fenómeno u objeto de estudio a través de los instrumentos usados y es transeccional en tanto se realizó la investigación en un período de tiempo determinado.

Las técnicas privilegiadas del estudio fueron la recopilación bibliográfica, documental y hemerográfica, Árbol de problemas, Análisis FODA, encuestas, entrevistas, observación directa. El muestreo fue de carácter aleatorio simple

y el procedimiento empleado fue la asignación de un número a cada individuo, en este caso a mujeres.

Se aplicaron instrumentos como las guías de entrevistas, de observación, cuestionarios para las encuestas. Además un análisis FODA con el objetivo de medir las características de la institución y un árbol de problemas para ordenar la información, se encuestó a una población de 24 trabajadores de las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, 10 hombres y 14 mujeres. También a un grupo de 40 mujeres elegidas al azar, como potenciales usuarias de las Judicaturas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, y se entrevistó dos funcionarias del Organismo Judicial.

Los principales hallazgos son: (a) que la carencia de recursos económicos hace que se limiten acciones de desarrollo para las Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer. (b) El servicio de atención e información a los y las usuarias de las Judicaturas especializadas en las instalaciones en la ciudad capital, no es delegada en una persona específica, por eso limita el acceso a información al público en general. (b) Existe desconocimiento sobre las nuevas instalaciones que ocupa en Centro de Justicia especializado contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer en la ciudad capital, y su reciente instalación y creación hace que muchas víctimas desconozcan los servicios prestados.

La importancia social de este trabajo es crear un espacio de socialización no solo, de las necesidades que la Justicia especializada presenta sino que, a pesar de las limitaciones económicas los resultados han sido evidentemente buenos, y crea la necesidad de proporcionar al público en general un servicio de información y atención de calidad, promoviendo acciones en beneficio de la sociedad.

Capítulo 1: Diagnóstico Situacional

1.1 Información Institucional

1.1.1 Organismo Judicial

El Organismo Judicial es el encargado de impartir justicia con independencia y potestad de juzgar, en ejercicio de la soberanía delegada por el pueblo y en concordancia con el texto constitucional. (www.oj.gob.gt)

1.1.2 Corte Suprema de Justicia

La función jurisdiccional le corresponde fundamentalmente a la Corte Suprema de Justicia y a los demás juzgados y tribunales que a ella están subordinados, en virtud de las reglas de competencia.

Se integra por 13 magistrados incluyendo a su Presidente/a dividida en tres cámaras que este determine: Civil, Amparos y Antejuicios y Penal, teniendo cada una su respectivo Presidente. (www.oj.gob.gt)

Las instalaciones están ubicadas en la 21 calle 7-70 zona 1 en el Centro Cívico de la capital.

- Jerarquía

La jerarquía es de tipo vertical, siendo la Corte Suprema de Justicia la que está a la cabeza, con competencia en todo el territorio nacional:

- El siguiente nivel es ocupado por las Salas de la Corte de Apelaciones, conformado por tres magistrados.
- Después siguen los juzgados de primera instancia y tribunales de sentencia penal, el primero compuesto por un juez y el segundo por tres jueces.
- Por último los jueces de paz o juzgados menores, dirigidos por un juez. (www.oj.gob.gt)

- Misión

Administrar justicia garantizando su acceso a la población, en procura de la paz y armonía social.

El Organismo Judicial busca que los valores de justicia, verdad y equidad, sean la base fundamental del Estado de Derecho en Guatemala, para el logro del bien común. (www.oj.gob.gt)

- Visión

El Organismo Judicial tiene aprobación, credibilidad y legitimidad social a partir de liderar acciones de acceso y fortalecimiento del Sistema de Justicia.

La Corte Suprema de Justicia ejerce su liderazgo y dirección con acierto, oportunidad y consistencia en el marco de una gestión y estructura institucional eficiente y efectiva.

Su personal cumple sus funciones con identidad institucional, disciplina, ética, capacidad y vocación de servicio dentro de un sistema de carrera y cultura que reconocer el buen desempeño.

EL crecimiento se desarrolla bajo una perspectiva estratégica con énfasis en las necesidades de justicia de la población. (www.oj.gob.gt)

1.1.3 Juzgado y tribunal contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer

Son judicaturas creadas por la Corte Suprema de Justicia en el 2010, en cumplimiento de la Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, aprobada en el 2008, y que mandaba al Organismo Judicial su creación, con especificaciones identificadas.

Están especializadas en la atención victimológica, con recurso humano que brinda atención en base a las necesidades de las víctimas.

Se persigue dar un trato digno a mujeres víctimas de violencia, por su condición como mujer y darle seguimiento a lo estipulado en la Ley que le rige con el objeto de garantizar la vida, la integridad, la dignidad, la protección y la igualdad de todas las mujeres ante la ley, y de la ley. (Ley. Art. 1)

- Creación

La Corte Suprema de Justicia creó los Juzgados de Primera Instancia Penal y los Tribunales de Sentencia Penal de Delitos de Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, por medio del Acuerdo 1-2010, y reguló su funcionamiento mediante el Acuerdo 30-2010.

Estos juzgados y tribunales funcionan en los siguientes departamentos:

- Guatemala
- Chiquimula
- Alta Verapaz
- Huehuetenango
- Quetzaltenango (excepto los municipios de Génova, Coatepeque, Flores Costa Cuca y Colomba Costa Cuca). (Lemus. 2012)

- Objetivo

Juzgar y promover la ejecución de lo juzgado en los delitos contemplados en la Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer: el femicidio, violencia contra la mujer, física, económica y psicológica.

- Criterio de actuación

Las y los jueces que estén a cargo del caso penal serán competentes para conocer las medidas de seguridad a partir del auto de procesamiento para evitar saturar los juzgados y tribunales especializados.

Una vez asumida la competencia, la o el juez debe seguir conociendo hasta la resolución que ponga fin al mismo.

La o el juez especializado atrae los hechos conexos según las reglas del concurso y de la acumulación de casos. (Lemus. 2012)

1.1.4 Ubicación geográfica

Las instalaciones se encuentran en el Centro de Justicia de delitos de femicidio y otras formas de violencia contra la mujer ubicado en la Diagonal 6 17-35, zona 10 de la capital.

Las autoridades de la Corte Suprema de Justicia cuentan con un bus del Proyecto Transurbano que traslada a los usuarios de las judicaturas de la Torre de Tribunales en la zona 1 hacia el Centro especializado en la zona 10. El recorrido es sin costo y los horarios de salida son a las 7 y 10 de la mañana y un tercero a las 12 del medio día.

1.1.5 Descripción de actividades

Los juzgados y tribunales contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, fueron creados por mandato de la Ley que le da vida y hay actividades que le fueron asignadas:

- Otorgar las medidas de seguridad o cautelares que sean necesarias, tomando en cuenta el riesgo y exposición de la mujer.
- Deberán cuando corresponda, certificar lo conducente a los juzgados del orden penal.
- Brindar atención victimológica especializada.
- Asignar equipo humano formado para brindar una atención adecuada a las necesidades de las víctimas.
- El uso de un sistema de atención integral a las víctimas.
- El uso de un sistema de registro de violencia contra la mujer, a fin de contar con información confiable que permita tomar las decisiones en tiempo y forma oportuna. (Acuerdo CSJ 30-2010)

En la Ley se contemplan los siguientes delitos:

- El Femicidio
- La Violencia Contra la Mujer (física o psicológica)
- La Violencia económica

Estos órganos jurisdiccionales especializados juzgarán en forma pronta y cumplida los casos en los que las mujeres sean víctimas de violencia. (Lemus. 2012)

1.1.6 Competencia

Los juzgados penales especializados conocerán a partir del AUTO DE PROCESAMIENTO, (Lemus. 2012) es decir, desde el momento en que es ligado a proceso penal el victimario, basado en indicios que el Ministerio Público presenta, de haber cometido algún delito contemplado en la Ley correspondiente.

Los tribunales de sentencia penal especializados, conocerán a partir del AUTO DE APERTURA A JUICIO, (Lemus. 2012) esto quiere decir desde el momento en que el Ministerio Público logra demostrar con pruebas que el victimario pudo cometer un delito. El Tribunal es el encargado de desarrollar el juicio o debate, y allí se determinará el grado de culpabilidad o inocencia del sindicado.

1.1.7 Actores

El acuerdo 1-2010 de la Corte Suprema de Justicia detalla su composición:

El personal de los Juzgados de Primera Instancia Penal de Delitos de Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, (Artículo 4) se integra con:

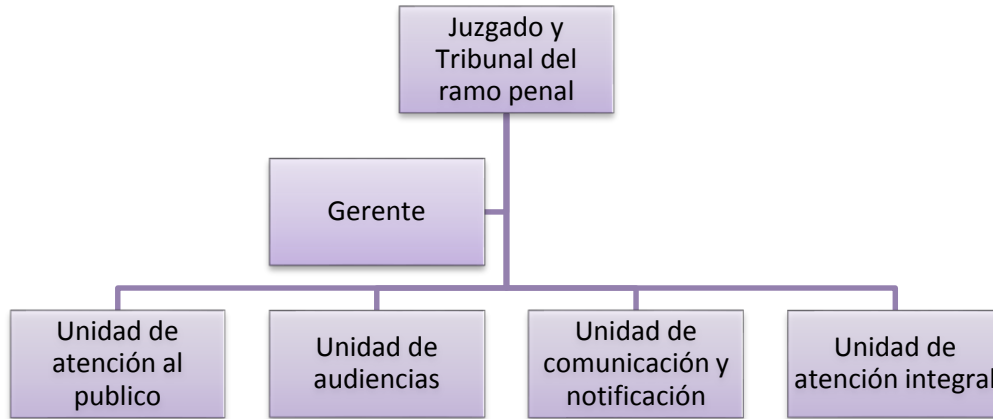
- Un Juez o Jueza de Primera Instancia,
- Un Secretario o Secretaria Instancia I,
- Tres oficiales III,
- Un Notificador o Notificadora III,
- Un Trabajador o Trabajadora Social,
- Un Psicólogo o Psicóloga,
- Un Comisario o Comisaria,
- Un auxiliar de mantenimiento

El personal de los Tribunales de Sentencia Penal de Delitos de Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer (Artículo 5) se integra con:

- Tres Jueces o Juezas de Primera Instancia,
- Un Secretario o Secretaria Instancia I,
- Tres oficiales III
- Dos Notificadores o Notificadoras III,
- Un Trabajador o Trabajadora Social,
- Un Psicólogo o Psicóloga,
- Un oficinista III,
- Un Comisario o Comisaria,
- Un auxiliar de mantenimiento

- Organigrama

GRÁFICA 1. Organigrama



Fuente: Dirección del Comunicación Social del Organismo Judicial, 2012

1.1.8 Perfil de los trabajadores

Los perfiles de los trabajadores de estas Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer se establecen en base al Manual de Clasificación de Puestos y Administración de Sueldos del Organismo Judicial de la Unidad de Clasificación de Puestos y Administración de Sueldos, UCPAS.

Los perfiles específicos del puesto son analizados, evaluados y aprobados mediante Acuerdos específicos de la Presidencia del Organismo Judicial y de la Corte Suprema de Justicia. (Lemus. 2012)

- Regímenes de servicio

- Por oposición
- Libre nombramiento y Remoción

- Objetivos

- Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de Servicio de Atención.
- Proporcionar asesoría psicológica al inmediato superior y orientación o atención psicológica a las mujeres víctimas y su familia.

- Proporcionar ayuda integral a la víctima y su núcleo familiar en caso lo hubiere.
- Auxiliar al juez o jueces de Instancia en el adecuado desenvolvimiento de la labor judicial y administrativa de acuerdo con lo que se le indique.

- Requerimientos

Los perfiles son formados por atribuciones, requerimientos de educación mínima, especializadas en áreas específicas, experiencias laborales, especialmente dentro de instituciones de justicia.

Además, poseer estudios en derechos de las mujeres, género y acceso a la justicia, o haber recibido cursos de capacitación en esos temas, en la Unidad de Capacitación Institucional o en otras instituciones.

También persona responsable, organizada, dinámica, con iniciativa y orientada a obtener resultados y servicio a usuarios, adecuadas relaciones interpersonales, adecuada presentación, capacidad para trabajar en equipo, bajo presión, facilidad de comunicación disponibilidad de horario.

Habilidad de preparación y presentación de informes técnicos dependiendo de la clasificación que tenga el puesto. (Lemus. 2012)

- Clasificación

- Profesionales
- Auxiliares Judiciales
- Operativos

1.2 Factores influyentes

Para poder hacer la siguiente descripción fue necesario realizar encuestas a 24 empleados de las Judicaturas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, a 40 posibles usuarias, entrevistas a la Directora de Comunicación Social Nicté Lemus y Presidenta del Organismo Judicial Thelma Aldana y una guía de observación.

TABLA 1. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Hay comprensión por parte de los trabajadores de las funciones y responsabilidades de cada uno. • Los trabajadores tienen claro los objetivos, misión y visión de la institución. • El personal mantiene una comunicación interna utilizando medios tecnológicos. • Los trabajadores cuentan con las herramientas e insumos necesarios para desarrollar su trabajo. • El contacto de los usuarios es directo con los actores de las juzgados. • El trato para el usuario es considerado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha tenido que ampliar a jueces para el funcionamiento de las juzgados. • Hay un proceso de monitoreo de avances y obstáculos de las juzgados. • Son juzgados únicos en el tema que tratan. • Tienen apoyo de otras instituciones y organizaciones de la sociedad civil y comunidad internacional • Se capacita al personal temas específicos como género y violencia contra la mujer.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El personal considera que existe la necesidad de fortalecer los mecanismos ya existentes de aclaración de dudas entre los grupos de trabajo. • La atención al público inadecuada. • La información que recibe el público todavía es escasa. • La juzgado no es lo suficientemente conocida por el público. • El personal no es suficiente para tramitar los casos que se tramitan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es necesario mejorar las instalaciones en seguridad de la víctima. • Presupuesto asignado al OJ no es suficiente para ampliar el servicio de las juzgados. • Excesiva cantidad de casos que se tramitan en cada juzgado.

Fuente: Elaboración propia en base a instrumentos usados

1.3 Análisis y pronóstico de la situación

Las juzgados especializadas en sancionar el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, se caracterizan por ser órganos jurisdiccionales únicos en su género, lo que hace que sean destacadas en las acciones que realizan.

Existe la preocupación en que, el personal que compone estas oficinas, se especialicen y sensibilicen en temas relacionados con la violencia contra mujer y de género, según la Presidenta del Organismo Judicial Thelma Aldana.

Se logró constatar que los auxiliares judiciales que componen estas juzgados se sienten identificados con la institución, conocen los objetivos que se han trazado, la misión y la visión, esto muestra un proceso claro de comunicación interna en las Juzgados. Esta identificación aunada a que son juzgados únicos en su género debe aprovecharse para poder entregar a los usuarios un servicio de calidad.

El contacto directo que el personal tiene con el público usuario si bien es considerado, debe trabajarse más, pues el estudio ha logrado establecer que existen algunas deficiencias, pues algunas mujeres encuestadas creen que pueden ser más amables.

El Organismo Judicial ha comenzado con un plan piloto en la implementación de estos órganos jurisdiccionales, y pese a que ha contado con el apoyo de entidades de la sociedad civil y Comunidad Internacional, el presupuesto con el que cuenta la institución no ha sido suficiente para que su ampliación se concrete y se desarrolle.

Las juzgados reciben una gran cantidad de procesos relacionados con el tema especializado lo que hace que el personal con que cuentan sea insuficiente para cubrir del todo la demanda.

Hay necesidad de aumentar el personal y las juzgados contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer. La falta de recursos económicos influye en que la resolución de los procesos se retrase, y por ende en un trato inadecuado hacia el usuario.

La capacitación constante y especializada que se da al personal influye grandemente en la buena atención con el público. Esto demuestra el interés público que hay para que estas juzgados se desarrollen, siendo una oportunidad pues existentes expectativas.

Si bien el trato de las personas ha sido considerado, esto podría mejorarse y así evitar la exposición de la víctima, pues hay posibilidades de que se vea cara a cara con su victimario fuera de las salas de audiencias, lo que expone de forma directa al usuario.

Hay una clara necesidad de dar a conocer las juzgados de manera local, existen aún desconocimiento de potenciales usuarios de su existencia, según la presidenta Aldana.

1.4 Factores

1.4.1 Directos

- **Recurso Humano:** Personal insuficiente para cubrir las demandas de la población.

1.4.2 Indirectos

- **Económico:** Presupuesto insuficiente asignado para desarrollar el proyecto de ampliación de los juzgados contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.
- **Político:** El presupuesto asignado al Organismo Judicial es aprobado por los diputados del Congreso de la República.
- **Social:** Falta que la información sobre el servicio que ofrecen los juzgados contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer sea divulgada pues aun existen desconocimiento sobre el servicio que se ofrece.
- **Comunicación:** Hay necesidad de dar a conocer al público que existen los juzgados contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Determinación de prioridades

- Árbol de problemas

Las entrevistas hechas a Directora de Comunicación Social Nicté Lemus y Presidenta del Organismo Judicial Thelma Aldana determinaron la carencia de recursos financieros para poder ampliar no solo los juzgados, sino también para desarrollar más acciones de comunicación y de información al público potencialmente usuario de los juzgados.

La observación que se llevó a cabo fue esencial para establecer que la carga de trabajo es elevada y si bien podrían ampliarse el número de juzgados no se hace por falta de recursos económicos, lo que hace que se amplíe el número de jueces para resolver procesos.

GRÁFICA 2. Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia con base a instrumentos usados

Capítulo 2. Fundamentos Epistemológicos

Si bien es cierto que la comunicación es quizá, el proceso fundamental que permitió el desarrollo social del hombre a través de los signos y el lenguaje, su estudio es extenso, el proceso de éste no es complicado, y lo ponemos en práctica en todo momento.

El estudio de la comunicación se ha extendido en los últimos siglos, no solo en América sino en Europa también. Teorías y estudios especializadas han intentado darle una explicación a los fenómenos comunicacionales y predecir las consecuencias de estos.

Los exponentes son muchos y su orden es variado, José Martínez (2006) ha hecho un compilado de las principales teorías comunicacionales y las divide en tres grupos diferentes de acuerdo al uso.

- Teorías normativas: en estas se explica cómo deben ser los medios de comunicación y se refiere tanto al sistema nacional de medios en general como a lo que debe hacer cada ciudadano para que dicho sistema funcione.

Estas teorías son importantes porque *“cada teoría normativa contribuye con una dimensión ética. Dan un fundamento y una motivación para ser ético. Proporcionan una visión sistemática de la historia y de por qué se justifican los medios masivos.”* (Martínez. 2006: p.6)

Se puede decir que son teorías éticas, porque consideran lo que se debe hacer.

- Teorías macros: explican cómo son en realidad los medios. La contribución central de las teorías macros es triple. (Martínez. 2006) Primera, indican que el papel de los medios masivos es sostener la sociedad moderna y apoyar sus funciones políticas, económicas y sociales. Segunda, ayudan a criticar continuamente la concentración de poder y la ideología de los que lo detentan. Tercera, ayudan a

chequear y a evaluar continuamente el tipo de cultura que todos estamos creando.

Son teorías empíricas, pues consideran como en realidad se relacionan los medios con la sociedad.

- Teorías de audiencia: indican cómo se relaciona la audiencia con los medios (Martínez, 2006). Las teorías de audiencia están vinculadas con las teorías normativas. De hecho la teoría normativa y la filosofía pública aceptables en una sociedad, influyen en cómo la gente piensa que debe usar los medios.

Para el objeto de nuestro estudio es conveniente tomar algunas teorías macros, para su adaptación y conocer de qué manera incluye en la realidad que se plantea en este proyecto.

2.1 Teoría Funcionalista

A través del funcionalismo surge por primera vez en Estados Unidos el estudio de los medios de masa y sus efectos sobre el público. Es a Harold D. Laswell que puede considerársele pionero en las investigaciones de este tipo. Aportó los elementos básicos de donde parten todos los estudios funcionalistas posteriores de la comunicación.

La teoría funcionalista pinta a los medios esencialmente como que se dirigen y se corrigen a sí mismos. *“Se necesita que la información sea como un mercado libre y autoregulado de bienes e ideas. (En el mercado económico el precio, según Adam Smith, es la mano invisible que regula el mercado). Los medios producen inmensos beneficios simplemente respondiendo a las preguntas y necesidades de los individuos y de las instituciones; se supone que la vida social organizada necesita mantenerse informada de la marcha de la sociedad.”* (Martínez, 2006: p.23)

En 1948 Laswell desarrolló un esquema metodológico que parte de cinco preguntas claves que describe adecuadamente el acto de comunicación:

- ¿Quién lo dice?: Es el emisor, el origen, la fuente de toda comunicación.
- ¿Qué dice?: Es el mensaje, lo que se transmite.
- ¿A través de qué canal?: Son los medios para tramitar los mensajes.
- ¿A quién?: Es el receptor, recibe el mensaje.

- ¿Con qué efecto?: Es el impacto que el mensaje produce.

Estas interrogantes fundamentan la postura de Wilbur Schramm, otro investigador norteamericano que hizo uso de elementos mínimos para explicar la operación continua de la comunicación, en base a aspectos de cómo informar, en qué sentido y el de retroalimentar o responder (Toussaint, 1981: p.18)

Pero este estudioso planteó un punto que Laswell no desarrolló y es la retroalimentación, la comunicación de retorno, la respuesta abierta e inmediata como parte del proceso interpersonal.

La recopilación de las principales funciones de los medios de comunicación en base a esta teoría se divide en (Martínez. 2006).

- **Informar:** para facilitar el progreso, los medios distribuyen información en un sistema, los medios deben informar y generar la toma de decisiones colectivas y para el descubrimiento crítico de problemas.
- **Interpretar:** acontecimientos para facilitar la integración y socialización. Los medios también servirían de mediación entre los miembros sociales.
- **Transmitir la herencia cultural:** garantizando la continuidad por medio de la expresión de la cultura dominante y reconociendo la existencia de las subculturas.
- **Entretener;** la incluyen en los años 60's estudiosos como Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton como para reducir tensión, sobrellevar los inconvenientes de la vida y evitar que las sociedades se vengán abajo.
- **Movilizar:** con objetivos sociales (McQuail. 2000).

Más brevemente la función de los medios es "informar, educar y entretener", de acuerdo a las necesidades psicológicas de cada persona (usos y gratificaciones). Sorice citado por Martínez (2006: p.25) detalla que "*Laswell considera la comunicación como un proceso funcional para el equilibrio y el control social*".

Esta teoría afirma que los medios de comunicación siempre tienen la intención de obtener un efecto en el público, se intenta persuadir a los espectadores y que por su parte, estos tienen un conjunto de necesidades que los medios deben satisfacer.

Para desarrollo de nuestro estudio se dice que la investigación principal funcionalista es sobre los efectos para poder conocer el nivel de comprensión de las noticias o informaciones transmitida: los efectos buenos y malos, el nivel de conocimientos transferidos por medio de programa educativo, también el cambio de actitudes o costumbres de motivaciones que vienen de los medios de comunicación.

Estos fundamentos teóricos funcionalistas permiten el estudio de los aspectos utilizados en las campañas de información y en la promoción, para lograr en poco tiempo cambios de comportamientos concretos.

2.1.1 Medios de comunicación en el proceso socializador

La Real Academia Española (2010) define la socialización como una condición social que independientemente de las relaciones con el Estado, favorece en los seres humanos el desarrollo integral de su persona. (<http://lema.rae.es>)

Un proceso de socialización es un conjunto de fases de aprendizaje, en el cual el individuo adopta actitudes dependiendo del entorno y el contacto con los demás. Es decir que influyen en lo que hacemos o pensamos como agentes de cambio.

El entorno social cambia constantemente lo que se convierte en un proceso de socialización permanente y a lo largo de su vida el ser humano se encuentra con elementos que refuerzan este proceso. Es decir que, de acuerdo a su entorno modelan creencias, sentimientos y pensamientos.

Los medios de comunicación social constituyen un agente socializador que inculcan normas, ofrecen modelos, dan versiones y visiones del mundo, y están cada vez más presentes en todos y cada uno de los contextos que influyen en la sociedad.

Es esencial que se tomen en cuenta los medios de comunicación para socializar las ideas que se desean trasladar, no solo dar a conocer las funciones de las Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, sino para crear conciencia en quienes asignan presupuesto acorde a las necesidades de los órganos jurisdiccionales.

Con esto se comprende que los medios de comunicación mantienen una influencia certera en el público, son entes socializadores del ser humano. Estos adoptan actitudes en base a lo que les rodea. Los mensajes enviados

por los medios de comunicación son susceptibles de influir en acciones y pasamientos de quienes los perciben.

Entonces, los medios de comunicación son un vehículo que traslada a la población la información necesaria, el mensaje que se pretende dar a conocer, pues es indispensable que contribuyan al desarrollo de los criterios sociales.

El proceso socializador de los medios de comunicación se verá reflejado en los efectos que se logren tras campañas de promoción e información de las Judicaturas especializadas, pues es por medio de ellos que se envían mensajes de forma masiva, buscando un objetivo y este es de dar a conocer su existencia.

La socialización de información que genere cambios en las personas, el uso correcto de estas Judicaturas, por ejemplo. Los medios de comunicación son eso: un medio que se usa para generar cambios, cambio de actitudes y pensamientos, es allí donde encajan como formadores de opinión y socializadores de información.

2.2 Marketing Social

2.2.1 Cambio social

Mucho se ha hecho por el cambio de conductas, ya sean con fines comerciales o sociales, en Mercadotecnia se usa el Marketing para fines económicos determinados. Munuera citado por Hernández (2003: p.5) considera que el objetivo del marketing es *“entender cómo las empresas y los consumidores se comunican entre ellos e intentan resolver sus necesidades en el mercado...descubriendo principios generales para que los elementos de este proceso de comunicación puedan resolver mejor sus problemas”*

El desarrollo de las técnicas comerciales ha hecho que evolucionen teorías que dan parámetros de acción. Las nuevas necesidades sociales han dado paso a que estas se modifiquen y se adapten. Términos que no son nuevos y han ido tomando forma y creando teorías de conocimiento evolucionadas, adaptadas a las nuevas necesidades sociales y de comunicación, dan vida a programas, campañas, actividades o acciones que buscan cambiar conductas sociales.

Resulta difícil considerar que empresas privadas inviertan en campañas sociales no lucrativas, ya que estamos acostumbrados a que se hagan con finalidades comerciales o de lucro. Pero no está lejos de esto, pues el Marketing social es un término que se ha usado en las últimas décadas con mayor frecuencia.

Philip Kotler en su libro *el Marketing Social* (1992) indica que las campañas sociales no son nuevas, y que se han desarrollado a través de los años con visualizaciones más certeras, pues se han definido con claridad los actores específicos que actúan en ellas.

En una definición amplia detalla que las campañas de cambio social son “*un esfuerzo organizado, dirigido por un grupo (agente de cambio), que intenta persuadir a otros (los adoptantes objetivos) de que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas*” (Kotler y Roberto. 1992: p.9)

Los retos de estas campañas han tenido que introducir mecanismos como el Marketing y esperar resultados satisfactorios, (aunque no es garantizado) aspectos mercadológicos que deben intervenir en su desarrollo, para lograr fines sociales. Algunos elementos claves que intervienen (Kotler. 1992):

- Causas: Objetivo social que los agentes de cambio creen que proporcionara una respuesta deseable a un problema.
- Agente de cambio: Es el actor principal que intenta realizar un cambio y que da cuerpo a la campaña de cambio social
- Adoptantes de objetivos: Son el objetivo de las llamadas al cambio por parte de los agentes de cambio.
- Canales: Son vías de intercambio de información entre los agentes del cambio y los adoptantes objetivos
- Estrategia de Cambio: Dirección y programas adoptados por el agente de cambio para cambiar actitudes.

Galascio (2007) en su artículo sobre el Marketing social, hace la diferencia con el marketing comercial, indicando que este último “*intenta cambiar el comportamiento de las personas para el beneficio del que paga la publicidad mientras que el primero intenta cambiar el comportamiento de las personas para el beneficio del consumidor o la sociedad como un todo*”.

Estas campañas más que vender un producto buscan modificar ciertas actitudes, pero algunos estudiosos sociales como Wiebe citado por Kotler (1992) consideran que cuanto más se parece una campaña de cambio social a una que pretende vender un producto, es mejor y detalla algunos factores que deben tomarse en cuenta:

- La fuerza: Se identifica como la intensidad de la motivación de una persona respecto al objetivo, que proviene de una predisposición anterior al mensaje que se recibe.
- La dirección: Conocer de cómo y dónde responder positivamente a los objetivos de una campaña.
- El mecanismo: La existencia de una agencia que posibilite al individuo traducir su motivación en acción. Es decir una oficina que sea capaz de asumir una agenda de acción del programa o proyecto que se ejecuta.
- La adecuación y compatibilidad: Capacidad y eficacia de la agencia (oficina, empresa, institución, etc.) de realizar su tarea.
- La distancia: La estimación que se hace de la energía y el costo para cambiar una actitud en relación a lo que se espera (resultados).

Para desarrollar todo esto deben haber agentes de cambio también llamados agentes de marketing social, que no son más que *“promotores de ideas y cambios sociales y que su objetivo es el cambio de conductas”* y que el Marketing social representa un avance sobre las estrategias y tradiciones de cambio social. (Kotler. 1992: p.31)

Podemos decir entonces que, el Marketing social es una técnica para diseñar e implementar acciones de comunicación que buscan incrementar la aceptabilidad de ideas sociales.

2.2.2 Conocer a los grupos

El Marketing social debe tomar en cuenta aspectos de mercado que son esenciales. Es importante conocer los grupos objetivos, sus características, su composición, sus reacciones, planificar acciones, estrategias, en fin todo un plan de marketing y comunicación dirigido a cada grupo.

Pues, cada trabajo de marketing que se realice debe ir dirigido a un público objetivo, los mensajes serán realizados en base a las características de cada grupo y esto obliga a conocerles para determinar el tipo de estrategia que debe usarse.

Pero no solo los grupos objetivos hay que conocer, es importante determinar e identificar los grupos de influencias, los que se encuentran alrededor y que en determinado momento pueden influir en que nuestra campaña sea exitosa.

Los grupos determinantes de influencia también deben ser analizados, pues estos no son más que, los grupos que pueden oponerse a determinada campaña dirigida a determinado grupo.

Un programa eficaz de Marketing social requiere del conocimiento de las características de cada grupo de influencia, y ha de abordar las necesidades de cada uno de ellos apropiada. (Kotler y Roberto. 1992)

Galascio (2007) considera que cuando se realiza una campaña de Marketing social el agente social debe tener presente los siguientes puntos:

- Identificar el comportamiento que desea cambiar.
- Establecer su grupo objetivo.
- Determinar las barreras a cambiar.

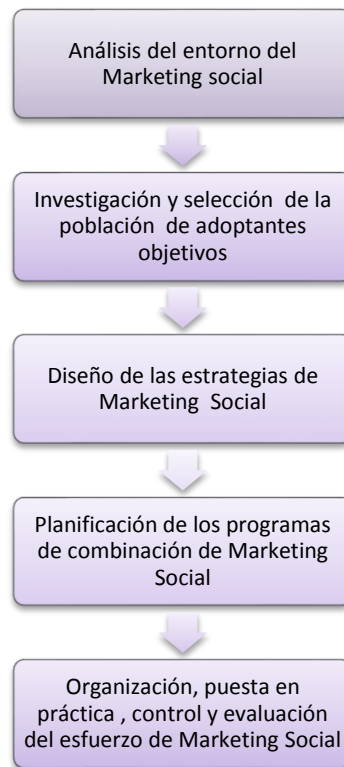
La finalidad es intentar conocer *“la mayor cantidad posible de variables o situaciones que puedan influir en la aceptación, rechazo o abandono que cualquier programa de intervención”*, (Galascio. 2007) así como la posible modificación del comportamiento que se sitúa ante un posible riesgo.

Con esto se puede determinar que no solo es importante saber cómo llegar sino a quién ir dirigido, pues el éxito de una campaña social puede significar entre conocer estos aspectos o no.

2.2.3 Gestión e investigación del Marketing social

Todo proceso debe llevar una planificación, agentes participantes y planes de acción, por eso, diversos estudiosos sociales han identificado algunos de ellos, Kotler (denominado Padre del Marketing Moderno) hizo un esquema donde identificó las etapas para la gestión del Marketing social:

GRÁFICA 3. Gestión de Marketing social



Fuente: Kotler y Roberto.1992

La venta de productos sociales requiere habilidades y actitudes diferentes de las fuerzas o el equipo de ventas a las incorporadas en las filas empresariales, así como su planificación y puesta en marcha de forma efectiva, siguiendo pasos que no solo nos ayuden a desarrollarlo, sino a obtener los resultados que buscamos.

Es esencial que se tengan toda la información necesaria para poder determinar cuáles son las necesidades. La investigación es lo que diferencia la orientación del marketing hacia el cambio social.

“Solamente por medio de la investigación y de la comprensión de las necesidades los deseos las creencias y las actitudes concretas del público objetivo, así como las características de los productos sociales que han de ser promovidos pueden los innovadores sociales ir a una puesta en práctica con éxito de las campañas de cambio social”. (Kotler y Roberto. 1992: p.72)

No solo es necesario conocer los servicios que las Judicaturas especializadas ofrecen, los agentes sociales deben poseer todos los recursos de información,

estadísticas, resultados del proyecto, necesidades que hay y sobre todo las proyecciones.

Galascio (2007) considera que existen tres ventajas fundamentales, que sugieren que el marketing merece la consideración de cualquier persona que desee embarcarse en cualquier institución de acción social:

- Posibilita que pueda llegar al sector que más le interesa con cierta precisión.
- Facilita el diseño de su mensaje hacia los segmentos seleccionados.
- Permite que el cambio de comportamiento generado en esos grupos o segmentos, sea mayor y más duradero.

Esta herramienta ha puesto y demostrado que con información concreta y con aplicación basada en datos certeros, puede tener resultados satisfactorios. Su uso puede implicar un cambio positivo en la manera en que se perciban las cosas.

Es por eso que se ha determinado el uso de estas teorías y su aplicación a los servicios que las Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer prestan.

Capítulo 3: Metodología Aplicada

3.1 Enfoque

Es de enfoque mixto en tanto se utilizó la combinación del enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo.

El primero utiliza un fundamento lógico y deductivo, confiando en la medición estandarizada y numérica (Hernández. 2003), usando el análisis estadístico, puesto que la recolección de la información se hizo a través de encuestas, revisión documental; también se realizó una planificación del proyecto, donde se elaboraron objetivos, se identificó área de estudio, se enumeraron insumos y recursos, se determinó una muestra de donde se obtuvo información que se analizó, se contrastó y se comparó.

El enfoque cualitativo basado en un esquema inductivo es expansivo, además su método de análisis es interpretativo, contextual y etnográfico (Hernández. 2003). Este trabajo se basó en un análisis FODA, entrevistas abiertas, Árbol de Problemas y la Observación directa, que permitió recolectar, ordenar, interpretar y analizar la información obtenida.

3.2 Diseño

El diseño es no experimental porque se observó el fenómeno y analizó recurriendo a descripciones y opiniones, obtenidas con la información recolectada por medio de los instrumentos utilizados, que al final se contrastó, se comparó y se establecieron conclusiones.

Es descriptivo por cuanto se detalla el fenómeno u objeto de estudio a través de los instrumentos usados y es transeccional en tanto se realizó la investigación en un período de tiempo determinado establecido en un cronograma de trabajo incluido en la planificación del proyecto.

3.3 Universo

Cuarenta y tres trabajadores del Juzgado y del Tribunal penal contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Mujeres posibles usuarias de las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Treinta funcionarios administrativos de la Corte Suprema de Justicia.

3.4 Muestra

Se encuestó a 24 trabajadores de las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, 10 hombres y 14 mujeres.

Se encuestó a un grupo de 40 mujeres elegidas al azar, como potenciales usuarias de las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Para esto se usó el Muestreo Aleatorio Simple y el procedimiento empleado fue la asignación de un número a cada individuo, en este caso a mujeres. Se eligió a las asignadas con el número 10 para encuestarlas, un total de 40. Esto se llevó a cabo en el ingreso principal de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se realizaron entrevistas: una a la Presidenta del Organismo Judicial y Corte Suprema de Justicia, Thelma Aldana Hernández y una a la Directora de Comunicación Social de la Corte Suprema de Justicia Nicté Lemus.

3.5 Técnicas

- Recopilación bibliográfica, documental y hemerográfica.
- Árbol de Problemas
- Análisis FODA
- Encuestas
- Entrevistas
- Observación directa

3.6 Instrumentos

Los instrumentos usados fueron las guías de entrevistas, de observación, cuestionarios para las encuestas. También se usó un análisis FODA con el objetivo de medir las características de la institución y un Árbol de problemas para ordenar la información.

3.6.1 Revisión documental

Este instrumento fue necesario usarlo para definir los aspectos internos y de composición organizacional del Organismo Judicial y Corte Suprema de Justicia.

Identificar las características, componentes y funcionamiento de las Judicaturas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Se utilizó material bibliográfico que el Organismo Judicial ha desarrollado en materia de organización, desarrollo, implementación y promoción de las Judicaturas especializadas. También material de información, divulgación y monitoreo.

Decretos y Acuerdos que dan vida a estas judicaturas, que explican su creación, composición y funcionamiento.

3.6.2 Árbol de problemas

El árbol de problemas fue esencial para identificar claramente el problema principal de las Judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

El problema identificado se convierte en causa y efecto de un número considerable de problemas. Es una situación dada, provoca más efectos negativos y de éste convergen una gran cantidad de números de causas.

- Se desarrolló con la información recaba de las dos entrevistas hechas a los funcionarios administrativos de la Corte Suprema de Justicia: La Presidenta de dicha institución, Thelma Aldana y la Directora de Comunicación social Nicté Lemus. Ellas conocen las condiciones financieras que les permiten desarrollar la comunicación de las judicaturas estudiadas.

- Además se tomaron en cuenta algunas de las respuestas obtenidas en las encuestas hechas a la muestra de 24 trabajadores de las judicaturas estudiadas.
- También se uso una guía de observación directa para complementar la información recabada.

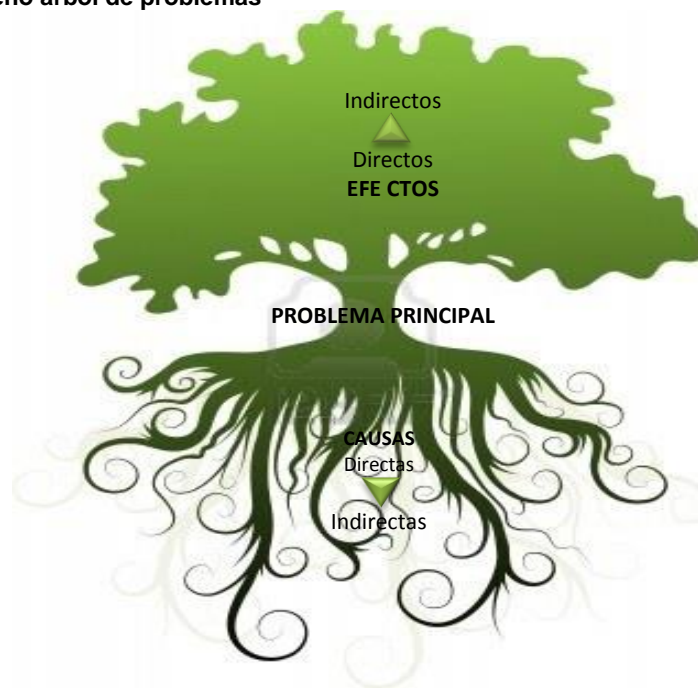
La recopilación de esta información permitió realizar una lista de problemas identificados, se analizaron algunas causas y efectos hasta llegar a obtener el principal.

Para localizar el problema se tuvo en cuenta:

- La definición de una carencia o déficit.
- Se presenta como un estado negativo.
- Es una situación real, no teórica.
- Se localiza en una población objetivo definida.

Punto siguiente fue la identificación de los efectos y las causas del problema general, determinando el nivel de ubicación del más directo al problema principal.

GRÁFICA 4. Diseño árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia

3.6.3 Análisis FODA

Es necesario el uso de un análisis FODA, para poder identificar todas las características del sistema de organización.

El contenido se extrajo de las condiciones internas positivas y negativas:

- Cualidades principales de la institución que la diferencian de las demás.
- Problemas internos y que están relacionadas con áreas específicas y que pueden hacer que el proyecto fracase.

También de las condiciones externas positivas y negativas:

- Información que nos permitan identificar las oportunidades que están en el entorno.
- Los aspectos que están fuera de la institución, que no se pueden controlar y pueden influir negativamente en el quehacer individual y colectivo dentro de nuestro objeto de estudio.

Para poder hacer la descripción del contenido del análisis fue necesario realizar encuestas a 24 empleados de las Judicaturas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, a 40 potenciales usuarias, entrevistas a la Directora de Comunicación Social Nicté Lemus y Presidenta del Organismo Judicial Thelma Aldana y una guía de observación.

El análisis de la información recabada se hizo tomando en cuenta el cuadro siguiente:

TABLA 2. Estrategia FODA

ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
Uso de Fortalezas para aprovechar las Oportunidades	Minimizar las Debilidades aprovechando las Oportunidades
ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
Usar las Fortalezas para reducir el impacto de las Amenazas	Minimizar las Debilidades y evitar las Amenazas

3.6.4 Entrevistas

Objetivos

- Elaborar un diagnóstico situacional del juzgado y del tribunal de Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer para conocer la naturaleza de la institución y su conformación.
- Realizar un diagnóstico comunicacional, para determinar cuáles han sido sus prácticas de información y comunicación del juzgado y tribunal de femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.
- En análisis de la información recabada con las entrevistas se contrastó con la información obtenida de las encuestas y la guía de observación, para determinar y conocer los principales problemas de la comunicación interna y externa de la institución, desde el punto de vista de la administración del Organismo Judicial.

TABLA 3. Matriz de coherencia de entrevistas

VARIABLES/ CATEGORÍAS	INDICADORES/ SUBCATEGORÍAS	INSTRUMENTO	FUENTE DE INFORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Instrumentos usados• Técnicas usadas• Metas esperadas• Funcionamiento de los procesos• Cultura organizacional	Entrevista de profundidad a 2 Administrativos	Guía para entrevista	A la Presidenta de la CSJ y del OJ: Thelma Aldana Directora de Comunicación Social del OJ: Nicté Lemus

Fuente: Elaboración propia
(Ver anexo)

3.6.5 Cuestionarios

Objetivos

- Elaborar un diagnóstico situacional del juzgado y del tribunal de femicidio y otras formas de violencia contra la mujer para conocer la naturaleza de la institución y su conformación.

- Realizar un diagnóstico comunicacional, para determinar cuáles han sido sus prácticas de información y comunicación del juzgado y tribunal de femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.
- El análisis se realizó con la información proporcionada por las dos personas del área administrativa entrevistadas, también se pudo obtener una comparación y contraste entre los dos cuestionarios, para conocer no solo la versión de los empleados de las judicaturas, sino además del público.

TABLA 4. Matriz de coherencia de cuestionario

VARIABLES/ CATEGORÍAS	INDICADORES/ SUBCATEGORÍAS	INSTRUMENTO	FUENTE DE INFORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos usados • Técnicas usadas • Metas esperadas • Funcionamiento de los procesos • Cultura organizacional 	Encuesta a 24 Auxiliares judiciales	Cuestionario	Trabajadores de las judicaturas contra el femicidio y otra formas de violencia contra la mujer
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios recibidos • Comunicación externa • Atención • Acceso 	Encuesta a 40 a posibles usuarias	Cuestionario	Posibles usuarias de las judicaturas de femicidio y otra formas de violencia contra la mujer

Fuente: Elaboración propia
(Ver anexo)

Cuestionario para posibles usuarias

Es importante destacar que inicialmente se quería conocer la opinión de las usuarias directas de las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer. Sin embargo, fue necesario hacerlo también a otras mujeres como posibles usuarias, pues existe temor por parte de las víctimas de colaborar con este tipo de estudios, al dudar del uso que se dará a la información que proporcionarán.

Esto originó que se cambiara también la muestra que se usaría en un inicio, la cual se había determinado fuera de 10 usuarias, al final se usó a 40 mujeres elegidas al azar, residentes en la ciudad capital.

La información recaba con estas encuestas fue utilizada para poder determinar la percepción del público sobre el servicio que las judicaturas prestan.

3.6.6 Observación directa

Se persiguió la interpretación del fenómeno que se tuvo frente a la vista. El observador se distingue del testigo ordinario, ya que este último no intenta llegar al diagnóstico, además son muchos los sucesos que le pasan desapercibidos.

La observación se hizo en los niveles en que se ubican las áreas de ingreso, psicología, trabajo social, de atención y salas de audiencias.

Se observó aspectos como las características físicas de la institución, relaciones interpersonales y atención al público.

La observación se realizó en dos oportunidades, una durante la recopilación de información para los Diagnósticos y otra posterior a ellos, pues las judicaturas fueron trasladadas a otro lugar y era necesario obtener información que complementara y corroborara o viceversa.

Sin embargo aunque la observación fue hecha bajo los mismos parámetros las variaciones en los datos obtenidos fueron mínimas.

TABLA 5. Guía de observación

ASPECTOS INSTITUCIONALES	ÍTEM / PREGUNTAS
¿Cuáles son las características de la institución?	¿Cómo son las características de las edificaciones colindantes, en qué estado se encuentran? ¿Cuál es la actividad socioeconómica (fábricas, comercios, etc.)? ¿Existen otras instituciones culturales y/o educativas?
Caracterización cuantitativa de la institución	Cantidad de trabajadores

ASPECTOS INSTITUCIONALES	ÍTEM / PREGUNTAS
¿Cómo es el clima institucional?	¿Cómo es la interacción de los trabajadores? ¿Cómo se dan las formas de organización de los tiempos, los espacios y las actividades? ¿Se han realizado observaciones sobre los ruidos y silencios en la institución? ¿Se identificaron los personajes fuertes o líderes en la institución?
En relación a la gerencia, directivos, coordinadores.	¿Cómo es la interacción entre empleados, usuarios? ¿Cómo se dan los vínculos entre los directivos y el resto de los actores? Las formas más habituales de trabajo de los directivos ¿son grupales, individuales? Otras. ¿Cuáles son las características y personalidad de los directivos? ¿Qué actividades se realizan? ¿Qué características tiene el espacio físico disponible para la dirección y la secretaría? ¿Cuáles son los aspectos sobre los que pone énfasis?
¿Cuál es el espacio disponible para el funcionamiento de la Coordinación?	¿Cuáles son los días y horarios de presencia de distintas coordinaciones? ¿Cómo son los vínculos con otros actores de la institución?
¿Existe algún espacio disponible para el funcionamiento?	¿Cuál es el uso por parte de los trabajadores? ¿Cómo es el trato del personal entre sí, con los directivos, con los usuarios? ¿Los trabajadores se quedan después de horario regular de labores?
¿Qué observaciones realiza acerca de las formas de trabajo?	¿Qué formas de coordinación de tareas se dan habitualmente?
¿Cómo es el uso de los recursos disponibles en la institución?	¿En qué espacios están ubicados? ¿Son de fácil acceso? ¿Se comunican entre sí? ¿Existe red de computación? ¿Qué otros recursos existen?
La organización de los tiempos	¿Cómo es la entrada a la institución? ¿Qué características tienen los momentos previos? ¿Qué interacciones se dan entre los trabajadores al momento de entrar a la institución? ¿Se cumplen los horarios de entrada y de salida formales?

ASPECTOS INSTITUCIONALES	ÍTEM / PREGUNTAS
	¿Cómo se explicitan los horarios reales?
¿Cómo es la circulación de la información en la institución?	¿Se utilizan carteleras? ¿Cuáles son los mecanismos formales e informales por los cuales circula de la información? ¿Cómo se comunica la información que recibe? ¿Cuáles son los espacios en los que se difunde la información? ¿Cuáles son los sujetos que concentran la información? ¿Existen carteles? ¿Existen otros medios gráficos, de comunicación?
¿Cómo se presenta la institución?	¿Qué puede registrarse de la historia en las paredes: murales, dibujos, medallas, plaquetas, fotos y otros elementos recordatorios? ¿Cuáles son los mensajes circulantes acerca de la institución?

Fuente: Elaboración propia

3.7 Método de análisis

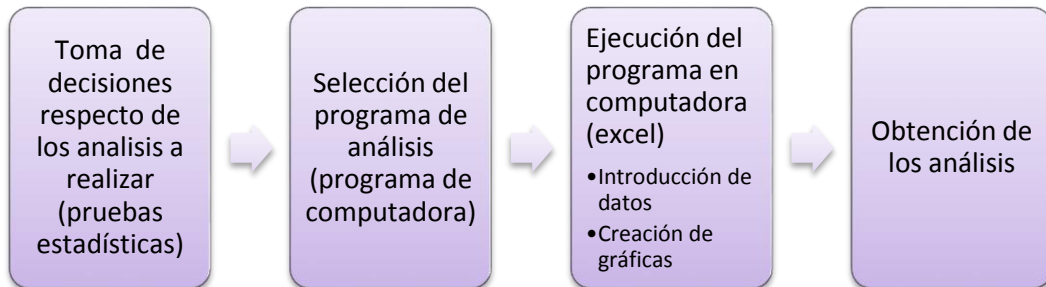
Para el análisis de los datos cuantitativos se usó un análisis estadístico, tabulando las respuestas de los cuestionarios realizados, se obtuvo resultados numéricos usando graficas para su mejor comprensión.

Cada pregunta incluida en las dos encuestas fue graficada y presentada en porcentajes para medir los niveles de respuestas. De esta manera se tomaron los porcentajes mayores como las frecuencias de las respuestas.

De estas frecuencias fue posible determinar algunos de los componentes con que se armó y complementó el análisis FODA y el Árbol de problemas, además del uso de la observación directa que sirvió para agregar información y confirmar algunos datos.

Para comprender de mejor manera el procedimiento de análisis cuantitativo de datos se ilustra de esta manera:

GRÁFICA 5. Procedimiento de análisis cuantitativo



Fuente: Hernández. 2003

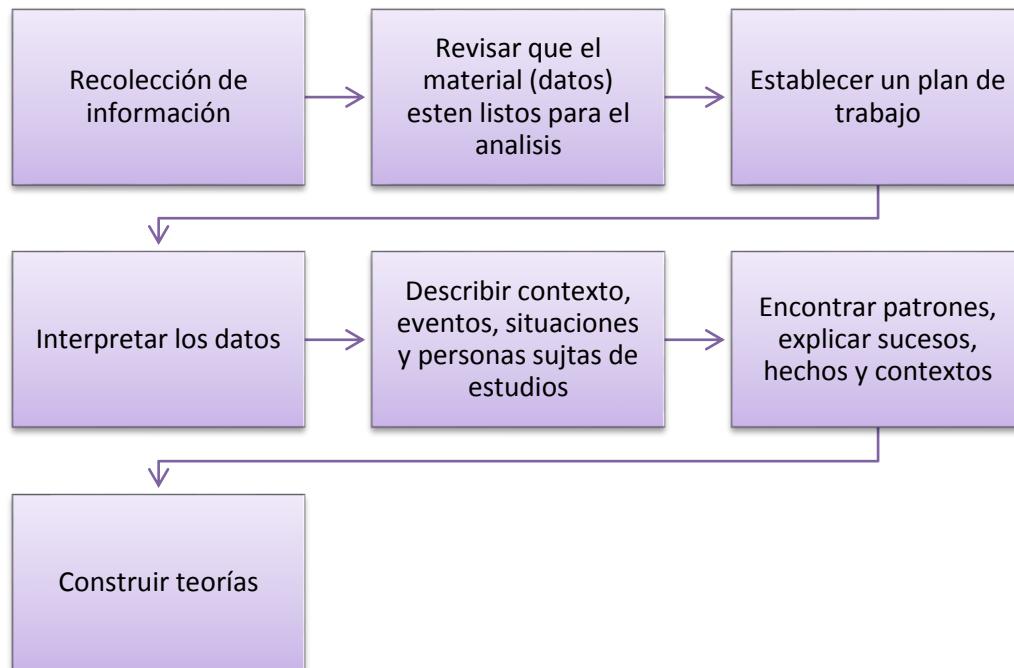
La información cualitativa obtenida mediante la recopilación bibliográfica, las entrevistas y la observación ayudó y complementó los datos estadísticos obtenidos. Se logró hacer un cruce de la información, para poder llegar a obtener los principales problemas localizados.

Para el Árbol de problemas se usaron las entrevistas hechas a Directora de Comunicación Social Nicté Lemus y Presidenta del Organismo Judicial Thelma Aldana que determinaron la carencia de recursos financieros para poder ampliar no solo las juzgados, sino también para desarrollar más acciones de comunicación y de información al público potencialmente usuario de las juzgados.

La observación que se llevó a cabo fue esencial para establecer que la carga de trabajo es elevada y que en el intento por ampliar el servicio, lo que aumenta es el número de jueces y no de juzgados, información que fue complementada con las encuestas realizadas a trabajadores y potenciales usuarias.

Para ilustrar de mejor manera el proceso de análisis de la los datos cualitativos:

GRÁFICA 6. Procedimiento de análisis cualitativo



Fuente: Hernández. 2003

Al final toda la información fue contrastada y planteada de acuerdo a los contextos estudiados. El análisis de los datos fue usado para la planificación y elaboración de la Estrategia de comunicación.

Capítulo 4: Diagnóstico Comunicacional

4.1 Comunicación Interna

Si bien las Judicaturas especializadas en contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer forman parte de una estructura del Organismo Judicial, cuentan con mecanismos internos de comunicación entre sus miembros.

Para poder determinar la forma en qué funciona el intercambio de información entre los trabajadores se realizaron encuestas, entrevistas y por medio de la observación para poder llegar a una conclusión.

4.1.1 Estrategia de comunicación.

El Organismo Judicial cuenta con un Departamento de Comunicación Social y un asesor en Relaciones Públicas, que trabajan en el desarrollo de la comunicación interna y externa de la institución.

Para las Judicaturas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, se manejan campañas de comunicación específicas de información hacia el público.

Según Nicté Lemus, Directora de Comunicación Social del Organismo Judicial (Entrevista. 2012) existe una estrategia de comunicación en dos fases.

- La primera consiste en dar a conocer la creación e implementación de los juzgados de femicidio. Esta divulgación es eminentemente informativa y de carácter local, debido a la competencia de los juzgados y para evitar generar falsas expectativas en aquellos departamentos en donde no existe este tipo de judicaturas.
- La segunda fase, está en la etapa de diseño y consiste en la realización de talleres y acercamientos con grupos organizados para dar a conocer temas relacionados con la Ley contra el femicidio y

- otras formas de violencia contra la mujer y los juzgados de femicidio. Se están programando los talleres para todo el siguiente año.

Esta etapa está dirigida a grupos organizados de mujeres, Policía Nacional Civil, médicos, maestros y grupos de opinión. Con esta fase se espera tener resultados más fuertes en temas de sensibilización, no solo información, sino lograr un cambio de actitud. Además, que los grupos sean replicadores de la información. Esta etapa se realiza con el apoyo de la comunidad internacional.

4.1.2 Prácticas de comunicación del líder.

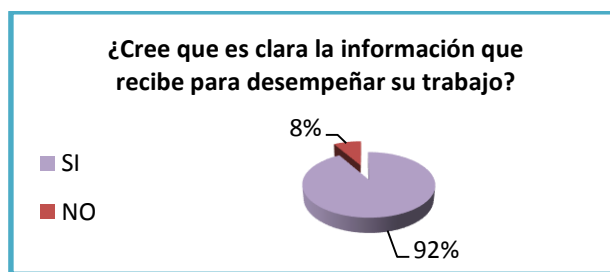
En las instalaciones de la Judicatura contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer mantienen un contacto directo con los jueces que las componen.

A través de la observación se logró determinar que en el tribunal de sentencia penal sobresale la Licenciada Ana María Rodríguez, como presidenta, es la que mayor influencia tiene para la toma de decisiones

Todas las decisiones deben ser avaladas por la juzgadora en mención como presidenta del tribunal, es evidente que muestra un grado de influencia y dominio de las actividades que se desarrollan en el tribunal de sentencia, y son transmitidas al resto de trabajadores por medio del secretario de la judicatura.

Mientras que el juzgado de instancia penal la juzgadora Miriam Méndez Méndez no pudo determinarse el grado de influencia y toma de decisión pues únicamente el secretario del juzgado es el contacto directo y con quien se tuvo intercambio de información.

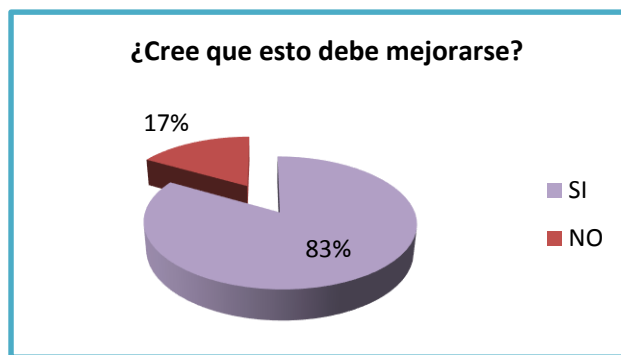
GRÁFICA 7. Encuestas auxiliares judiciales



Fuente: encuesta a auxiliares judiciales

Pero los trabajadores de las judicaturas al ser consultados, de un total de 24 encuestados 22 consideran que es clara la información que reciben de sus mandos para desempeñar su trabajo pero, 20 consideran que es necesario mejorarlo, lo que demuestra que si bien existen canales y mensajes efectivos si necesitan poner atención a esas pequeñas cosas que no han sido cubiertas, pues aunque es un pequeño grupo de trabajadores, es necesario subsanar esas deficiencias.

GRÁFICA 8. Encuesta a auxiliares judiciales



Fuente: encuesta a auxiliares judiciales

Al solicitar sugerencia para mejorar estas deficiencias el 50 por ciento considera que la falta de personal dentro de la judicatura crea problemas de comunicación interna y su aumento podría mejorarlo, aunque no especifican de qué manera.

En una entrevista hecha a la Directora de Comunicación Social de Organismo Judicial Nicté Lemus, indica que la actual administración de la Corte Suprema de Justicia y la Presidencia en particular, ha hecho esfuerzos por acercarse al personal de los diferentes órganos jurisdiccionales del país, no solo para identificar sus necesidades con el fin de atenderlas, sino también para informar sobre las metas de trabajo y solicitar el apoyo y el cumplimiento de las mismas en lo que a cada quien corresponde.

Agrega que la información la comunicación de los niveles altos de jerarquía se da a conocer por medio de circulares, disposiciones, correo electrónico, carteleras informativas y reuniones.

Y es que al preguntarle al personal sobre algunos datos importantes de la institución, 22 de una muestra de 24 por medio de una encuesta respondió

que tienen clara las funciones y responsabilidades que se les han encomendado, esto demuestra que ha existido una comunicación proveniente de sus jefes efectiva en un 92 por ciento, Pero si es necesario poner atención a ese pequeño porcentaje que aún no ha sido cubierto de forma efectiva.

GRÁFICA 9. Encuesta a auxiliares judiciales



Fuente: encuesta a auxiliares judiciales

Mientras que la totalidad de los encuestados consideraron que la misión, visión, y objetivos de la institución a la que pertenecen son claros, las conocen y las usan para desempeñar su trabajo. Otro aspecto importante que demuestra que los jefes han conseguido lo que los trabajadores utilicen para desempeñarse estos recursos.

Lemus agrega que en el caso de la comunicación interna, los medios electrónicos han ayudado a que esta sea cada vez más ágil y funcional y que es necesario reducir el uso de papel para comunicarse y promover aquella que utiliza medios digitales, pues esta última reduce costos y los procesos son más ágiles.

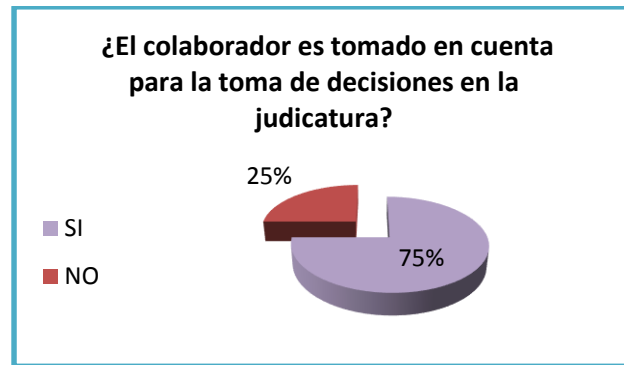
4.1.3 Prácticas de comunicación del personal.

El personal de las Judicaturas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer en este caso podemos referirnos a los auxiliares judiciales y profesionales excepto los jueces que los determinamos en este caso, como parte de la línea alta en la jerarquización.

Estos conocen algunos aspectos importantes de la institución a la que pertenecen, y ejemplo de esto es que al ser consultadas 24 de estos trabajadores, por medio de una encuesta considera que si bien su jefe

inmediato acepta sugerencias, un 75 por ciento cree que no son tomados en cuenta para la toma de decisiones dentro de la judicatura a la que pertenecen, lo que hace pensar que aún hay aspectos dentro de la comunicación directa que es necesario ponerles atención y atenderlos.

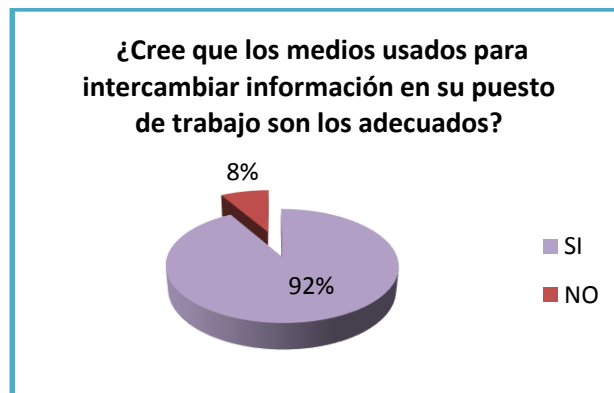
GRÁFICA 10. Encuesta a auxiliares judiciales



Fuente: encuesta a auxiliares judiciales

Además al ser consultados sobre los medios de comunicación que son usados para el intercambio con sus superiores indican que usan medios tecnológicos como el correo electrónico internos, fax, teléfono, oficial, circulares y de forma verbal, medios que consideran 22 de 24 encuestados, son los correctos.

GRÁFICA 11. Encuesta a auxiliares judiciales



Fuente: encuesta a auxiliares judiciales

Estas respuestas nos indican que existen canales de información de los empleados y los jefes de áreas que si bien han funcionado hasta el momento, si existe la necesidad de complementarlos y mejorarlos.

Esto se confirma con la Directora de Comunicación Social del ente judicial Nicté Lemus que considera que aun cuando hay procesos de intercambio de información interna cada vez más ágiles y eficientes, considera importante y necesario fortalecerlos, por ejemplo: la retroalimentación, hacer la comunicación más sencilla y atractiva.

4.1.4 Comunicación en el equipo (comunicación horizontal).

La comunicación en equipo fue observada y si nos enfocamos en los auxiliares judiciales estos mantienen una comunicación constante, es el secretario de cada judicatura el que es utilizado para hacer las sugerencias previo a consultar con la jueza líder de cada juzgado.

La observación determinó que la relación de intercambio de información es amena, hay apertura y confianza por parte de los auxiliares judiciales para consultar. Mientras que trabajadores sociales y psicólogos muestran también apertura de consulta y una relación de interacción amena.

- Comunicación de crisis

En este aspecto el secretario de cada judicatura se convierte en el líder inmediato para los auxiliares judiciales, mientras que el juez es el jefe del equipo.

Por medio de la observación se determinó que hay una buena relación entre los miembros de cada judicatura, y al ser el secretario el líder inmediato este conoce de primera mano las crisis que se presentan entre el personal.

Ahora si de crisis organizacional, es el área de comunicación social de la institución judicial como tal la que se encarga de hacerle frente con el apoyo del asesor en Relaciones Públicas.

- Identidad corporativa

Si bien hay aspectos de comunicación interna que es importante mejorar, pues aunque no han demostrado ser malos, es aconsejable reevaluarlos y así enriquecer lo que ya existe.

Los trabajadores han demostrado un ambiente laboral agradable, al menos en las respuestas solicitadas en la encuesta el 100 por ciento de los trabajadores

utilizan la misión y visión para desempeñar sus funciones específicas y desarrollar su trabajo.

Existen cárteles en paredes de las juzgados que identifican la misión visión y objetivos de la institución. Esto claramente demuestra que existe una Identificación Corporativa.

El Organismo Judicial se compone por cerca de 8 mil 500 trabajadores, de estos 33 son miembros de las juzgados contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer de la capital. Sin embargo lo que les distingue como empleados de esta institución es el gafete asignado a cada uno.

Es requerimiento de las autoridades de seguridad y de administración del Organismo Judicial que cada uno de los empleados tenga en un lugar visible, de preferencia en el pecho el gafete con fotografía que les identifique como tal.

4.2 Otras actividades

4.2.1 Actividades de capacitación con los empleados.

La presidenta del Organismo Judicial y de la Corte Suprema de Justicia Thelma Aldana en entrevista indica que hay capacitación especial para las juzgados especializadas para sancionar el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Indica que antes de su instalación se capacitó al personal para sensibilizarlos en el tema de violencia contra la mujer y en especial de Género. Además de temas relacionados con normativa nacional e internacional vigente que deben aplicar en el desarrollo de sus actividades.

Agrega que tras la instalación de las juzgados se da un acompañamiento para el sistema de gestión oral por audiencias, es decir el uso de la oralidad en las diligencias judiciales, lo que se traduce en efectividad en la prestación del servicio.

La funcionaria indica que se hace un constantes reforzamiento de los conocimientos para su actualización.

4.3 Comunicación Externa

Si bien las Judicaturas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer de la capital, han cumplido dos años desde su instalación, el Organismo judicial junto a otras instituciones ha realizado actividades para darlas a conocer.

Entre el monitoreo de resultados y campañas han logrado llegar a una pequeña parte de la población aunque la Presidenta del Organismo Judicial y Corte Suprema de Justicia y la Directora de Comunicación Social de esa institución consideran que hay mucho por hacer.

Para poder analizar esta situación se hizo una observación y encuesta con potenciales usuarios, además de las entrevistas a las funcionarias.

4.3.1 Comunicación Externa Operativa.

Esta es la comunicación directa que mantiene la institución con el público, pero no solo usuarios, sino también con otras instituciones, organizaciones, entidades públicas o privadas y cooperación internacional.

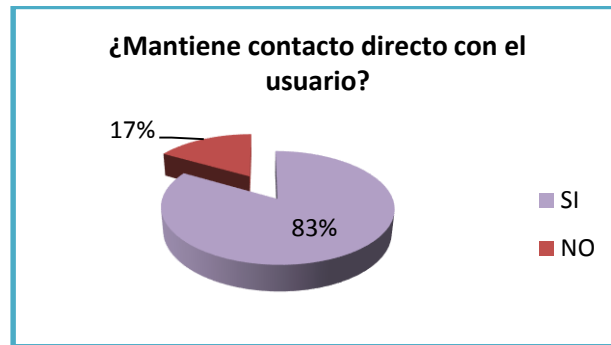
- Relaciones de comunicación con usuarios

Si bien las Judicaturas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer son especializadas manejan procesos especiales en el trato de usuarios, pues hay asignaciones específicas de ley que deben cumplirse, por ejemplo el uso de trabajadora social y psicológica dentro de sus instalaciones y de atención a las víctimas, contrario a otros órganos jurisdiccionales.

Por ser órganos jurisdiccionales especiales y únicos en Guatemala, su implementación ha llevado procesos especiales, entre ellos la comunicación. Pues si bien el Organismo Judicial es el ente encargado de esta judicatura la comunicación externa ha sido manejada de forma individual, es decir se han desarrollado planes exclusivos.

Todo comienza desde la atención al público, pues el trato con las víctimas ha sido más personalizado que en otras judicaturas.

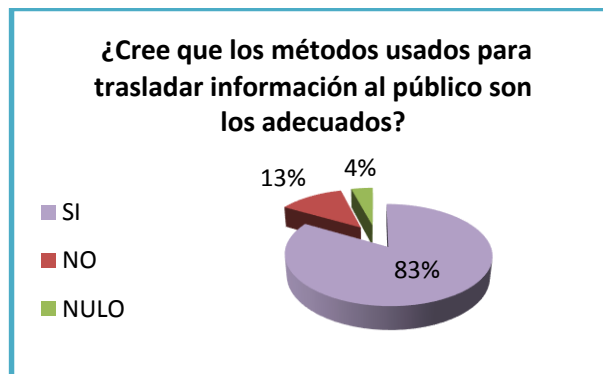
GRÁFICA 12. Encuesta a auxiliares judiciales



Fuente: encuesta a auxiliares judiciales

De las 24 personas encuestadas como empleados de estos juzgados un 83 por ciento mantiene un contacto directo con el usuario y de estos 20 consultados creen que son adecuados los métodos usados para el traslado de información.

GRÁFICA 13. Encuesta a auxiliares judiciales

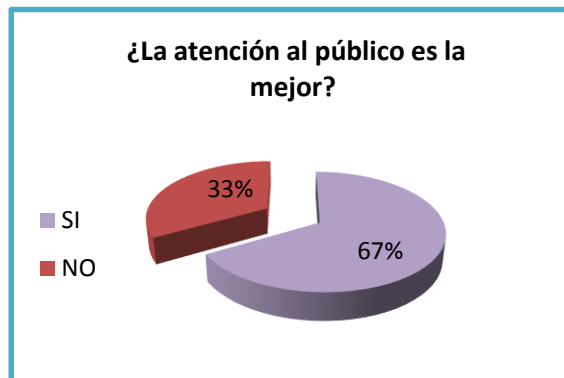


Fuente: encuesta a auxiliares judiciales

Lemus agrega que en el caso de los juzgados de femicidio, todo el personal ha pasado por un estricto proceso de selección, además de haber sido capacitado y sensibilizado para atender de manera efectiva, con calidad y calidez, los casos de mujeres sobrevivientes de violencia.

Considera que lo que hace falta es un proceso de mejora continua para asegurar la calidad en el servicio.

GRÁFICA 14. Encuesta a auxiliares judiciales.



Fuente: encuesta a auxiliares judiciales

Y si de atención al público se trata los números cambian, pues los mismos encuestados, 16 de 24 creen que la atención es buena, pero más de la mitad considera que es necesario mejorarla, porque reconocen que hay deficiencias y sugieren entre otras cosas la contratación de personal especializado en atención al público, e incluso la asignación de un área de recepción de usuarios de las judicaturas que resuelva dudas en la entrada del edificio.

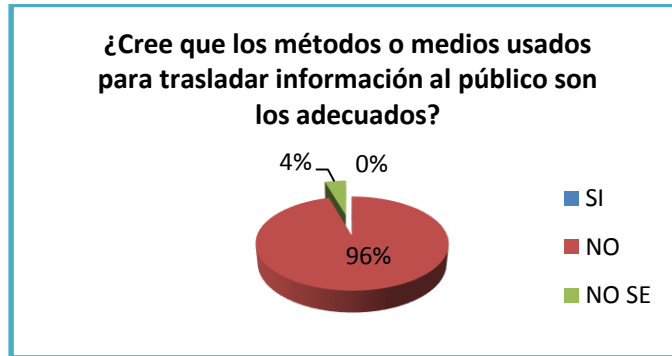
GRÁFICA 15. Encuesta a auxiliares judiciales



Fuente: encuesta a auxiliares judiciales

Estas afirmaciones se complementan, con las respuestas de las mujeres encuestadas, de 45 mujeres de ellas creen que no se ha informado lo suficiente sobre el servicio que prestan estas judicaturas y que los medios usados no han sido los mejores.

GRÁFICA 16. Encuesta a mujeres



Fuente: encuesta a mujeres

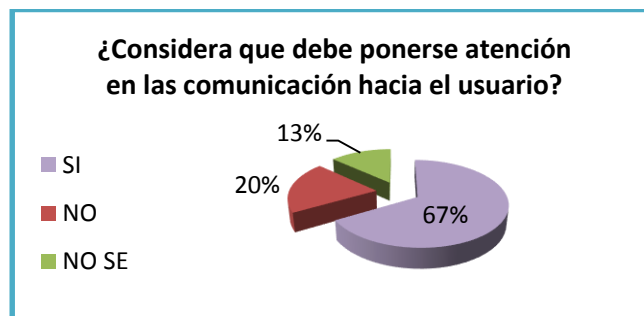
Sin embargo la Directora de Comunicación Social Nicté Lemus es consiente en aceptar que hace falta informar más a la población sobre el servicio que se presta, pero la carencia de recursos económicos para la ampliación de estas judicaturas limita el accionar de comunicación.

Si bien cuentan con el apoyo de organizaciones, la selección de medios depende del presupuesto que se tiene para ello. Actualmente se dirige a usuarios más que a la población en general.

Lemus considera y ve la necesidad de ampliar el área de comunicación para poder apoyar de manera directa, por lo menos en los principales centros de justicia del país.

Los potenciales usuarios de estas judicaturas también coinciden en que es necesario poner más atención en la comunicación que se da al público sobre las judicaturas especializadas.

GRÁFICA 17. Encuesta a mujeres.



Fuente: encuesta a mujeres

La presidenta del Organismo Judicial Thelma Aldana indica que si bien se cuenta con un Departamento de Comunicación social y un asesor en Relaciones Públicas los esfuerzos deben ir encaminados hacia a prevención más que a la sanción y que eso se logrará con el apoyo de entes locales.

En general Lemus indica que falta mucho por mejorar, especialmente que la población tenga claridad en cuanto al funcionamiento del sistema de justicia en general y de la administración de justicia por el Organismo Judicial en particular.

- Relaciones con las instituciones gubernamentales

El Organismo Judicial como el ente encargado de juzgar e impartir justicia, mantiene contacto directo con instituciones gubernamentales, entre ellas:

- El Ministerio Público, MP
- Instituto Nacional de Ciencias Forenses, INACIF
- Defensa Pública Penal; IDPP
- Policía Nacional Civil, PNC
- Presidencia de la República
- Procuraduría General de la Nación. (Lemus. 2012)

- Relaciones con entes autónomos, organizaciones sociales y comunidad internacional

En el marco de la creación de las Judicaturas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, el Organismo Judicial ha recibido apoyo técnico y financiero de entidades públicas y autónomas con el objetivo de desarrollar los mecanismos de prevención, erradicación y sanción de la violencia contra la mujer.

En mayo del 2010 el pleno de Magistrados de la Corte Suprema de Justicia firmó el Acta 18-2010 que establece la creación de una Comisión de trabajo integrada por diversas unidades:

- Unidades administrativas del Organismo Judicial

Además de consultoras y consultores del:

- Programa “Justicia y Seguridad: Reducción de la Impunidad” financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el

Desarrollo –AECID-, ejecutado por la Secretaría Ejecutiva de la Instancia Coordinadora de la Modernización del Sector Justicia

- Fondo de Población de Naciones Unidas, UNFPA
- Narcotics Affairs Section, US-NAS (OJ, 2012)

Las judicaturas de femicidio cuentan con el apoyo profesional de organizaciones sociales que brinda ayuda psicológica a las víctimas y los círculos cercanos.

- Relaciones con los medios de comunicación

Si bien el Organismo Judicial hace uso de medios masivos de comunicación para dar a conocer su labor y trasladar información a sus usuarios, las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer no han tenido un protagonismo en dichos medios.

La Directora de Comunicación Social Nicté Lemus indica que tomando en cuenta la cobertura y el público a quien va dirigida la información, se utilizan los siguientes mecanismos:

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| ➤ Diarios | ➤ Correo electrónico |
| ➤ Conferencias de prensa | ➤ Radio |
| ➤ Publireportajes | ➤ Afiches |
| ➤ Sitio Web | ➤ Banners |

Agregó que para hacer pública la implementación de estas judicaturas se han gestionado entrevistas en los principales medios de comunicación (radio y cable locales), además del uso de dos medios de comunicación masiva en la capital, aunque no mencionó cuales son.

El traslado de instalaciones de las judicaturas especializadas tuvo lugar el 25 de agosto del 2012, y se invitó a medios de comunicación para conocer la nueva ubicación en la Diagonal 6 17-35 en la zona 10 capitalina. En la actividad se realizó una conferencia de prensa y también se entregó material informativo y comunicado de prensa.

4.3.2 Comunicación Corporativa.

El Organismo Judicial no cuenta con un manual de uso de imagen e identidad y todo el material público pasa por el Departamento de Comunicación Social

y es allí donde se crean los diseños e impresiones de los logotipos y las publicaciones propias de la institución.

Las hojas que se usan en casa órgano jurisdiccional están identificadas por el logotipo del Organismo Judicial y es el mismo en cualquier juzgado a nivel nacional.

Las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer utilizan las mismas especificaciones.

- Identidad

La identidad del Organismo Judicial cuenta con una identidad institucional, pese a no contar con un manual de uso de su logotipo, no hay muchas diferencias en los utilizados.

- ❖ Logotipo

La imagen que el Organismo Judicial usa como logotipo es el escudo nacional, en algunas ocasiones lo usa en este diseño, con un fondo plateado o gris, tomando una apariencia de relieve, y en ocasiones un grabado en piedra.

GRÁFICA 18. Logotipo antiguo



Fuente: Departamento de Comunicación social del OJ

- ❖ Imagotipo

Como no existen un manual de uso del logotipo en diversas publicaciones recopiladas se encontraron diversos diseños. Este ha sido utilizado en publicaciones como libros, reglamentos, normativas y otras propias del Organismo Judicial.

Es esta imagen el escudo completo esta en un fondo plateado, es un grabado y en ocasiones tiene una apariencia de estar en relieve, con las letras independientes y rellenas.

GRÁFICA 19. Imagotipo



GRÁFICA 20. Imagotipo



Fuente: Departamento de Comunicación social del OJ

Por otro lado se encontró este imagotipo, es el que se ha utilizado en las últimas publicaciones hechas por el Organismo Judicial. En esta imagen el diseño es más sencillo, sin mayores detalles de relieve o grabado, el estilo de las letras son diferentes, con apariencias más ligeras.

GRÁFICA 21. Imagotipo usado



Fuente: Departamento de Comunicación social del OJ

Al ser consultada al respecto, la Directora de Comunicación Social, Nicté Lemus indicó que se trabaja actualmente en un Manual de Identidad Gráfica donde se pretende especificar el uso del logotipo mostrado pues recientemente fue aprobado el nuevo el diseño y color.

Agregó que “se tomó la decisión de implementarlo gradualmente para no desperdiciar la papelería y documentos en los que ya se tenía el otro logotipo (el gris), por lo que aún habrá varios documentos donde encuentre ese logo, pero poco a poco irá desapareciendo. Dentro de este proyecto de identidad se aprobaron el logo en azul para el Organismo Judicial y uno similar para la Corte Suprema de Justicia en color dorado”

GRÁFICA 22. Logotipo del Organismo Judicial y Corte Suprema de Justicia

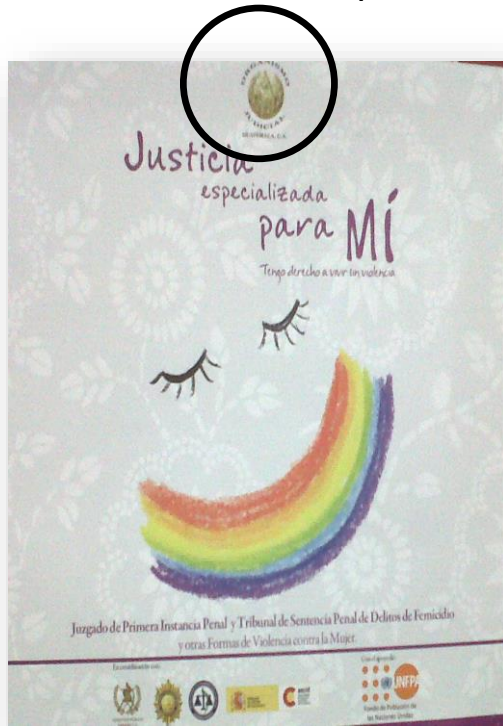


Fuente: Departamento de Comunicación social del OJ

❖ Otros rasgos de homogenización

En publicaciones recientes como normativas y algunos foliares de la última campaña de información sobre las judicaturas de femicidio y otras formas de violencia contra la mujer se muestra imágenes que identifican a dichas judicaturas.

GRÁFICA 23. Portada de material promocional

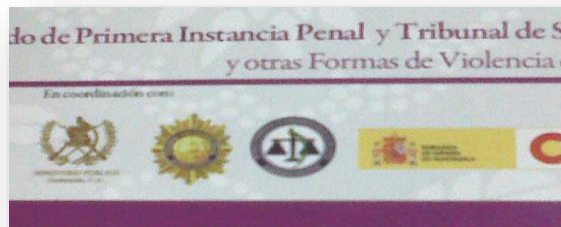


Esta constituye la contra portada foliar que se diseñó. Cabe destacar que en ella se ve el logotipo del Organismo Judicial arriba y se utiliza el logotipo con color dorado y el que tiene apariencia de relieve. Abajo se muestran los imagotipos de las entidades que cooperaron con la realización de la campaña.

Fuente: Departamento de Comunicación social del OJ

Esta es la forma en que son identificadas las organizaciones que coordinan con los proyectos.

GRÁFICA 24. Material informativo



Fuente: Departamento de Comunicación social del OJ

Otro rasgo de homogenización que es prudente mencionar es la página web del Organismo Judicial, el cual utiliza un imagotipo diferente, en este caso utiliza el logotipo más sencillo e incluso le agrega resplandor blanco.

GRÁFICA 25. Página WEB del OJ



Fuente: www.oj.gob.gt

- Imagen.
 - ❖ Reputación

Medir la percepción que se puede tener sobre la institución del Organismo Judicial no es el objeto de este estudio, pero si la de las judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Considero que la reputación de la institución aún mantiene buena y esto se demuestra al momento en que las personas utilizan los servicios de un sistema de justicia.

- ❖ Publicidad

Estos son los aspectos de diseño general de la campaña más reciente que se diseñó para las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Según la Directora de Comunicación Social Nicté Lemus se trabajaron spots de radio y televisión locales, banners para identificar las judicaturas.

El objetivo general fue Informar a la población guatemalteca en general, de los departamentos de Guatemala, Chiquimula y Quetzaltenango en particular, acerca de la implementación de los Juzgados Especializados en Femicidio y otras formas de Violencia contra la Mujer.

Mientras que buscaron específicamente:

- Dar a conocer la implementación de los Juzgados Especializados en Femicidio y otras formas de Violencia contra la Mujer
- Informar acerca de las funciones de los Juzgados Especializados.
- Persuadir a la población masculina de abstenerse de violentar mujeres, informando de las consecuencias.

En cuanto al impacto que tuvo informó que por ser una campaña local y contar con la participación de líderes locales y de organizaciones de mujeres, el impacto fue bastante alto y muy positivo. En el caso de las organizaciones de mujeres, han ayudado mucho como generadoras de opinión y para replicar la información.

En las publicaciones se establecen espacios específicos para colocar los logotipos de las entidades participaron o que coordinaron esfuerzos para desarrollarla.

GRÁFICA 26. Material promocional



Esta es la portada de la última campaña de información especialmente para las judicaturas contra el femicidio.

Fuente: Departamento de Comunicación social del OJ

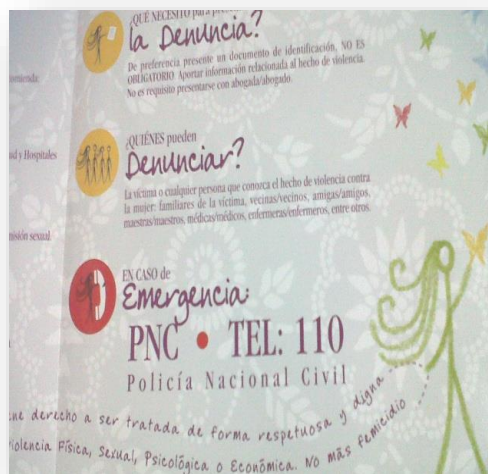
GRÁFICA 27. Material promocional

Por este lado se muestra parte de lo que incluye el foliar por dentro, pasos a seguir para denunciar. La información va dirigida a las víctimas.



Fuente: Departamento de Comunicación social del OJ

GRÁFICA 28. Material promocional

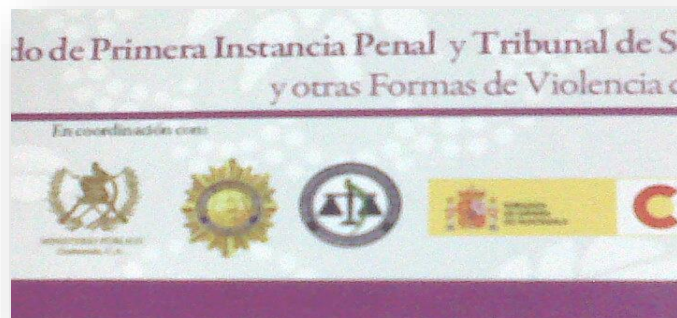


Se muestran teléfonos de emergencia de la Policía Nacional Civil, lo que demuestra que en este caso, si existe una coordinación en la campaña de varias instituciones.

Fuente: Departamento de Comunicación social del OJ

Por otro lado y en la parte final de la publicación se muestran los imatipos de las entidad, publica privada y autónomas que colaboraron con la campaña.

GRÁFICA 29. Material promocional



Fuente: Departamento de Comunicación social del OJ

❖ Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La responsabilidad social de toda institución pública es el servicio a los ciudadanos. En este caso la responsabilidad va de la mano con los objetivos de las judicaturas estudiadas: juzgar.

❖ Señalética

Los juzgados especializados mostraron un nivel de señalética interior muy buena, la identificación de cada una de las áreas que formaban parte del edificio que ocupaban antes.

GRÁFICA 30. Instalaciones anteriores, zona 1



Este es el espacio de entrada del edificio, en este caso no hay identificación de las judicaturas con letreros más que los números de casa identificados.

Fuente de fotografía: Elaboración propia

Estos letreros muestran las identificaciones de las principales oficinas y salas utilizadas, que es el juzgado de instancia penal, el tribunal de sentencia y una de las salas de audiencias.

GRÁFICA 31. Señalética de instalaciones anteriores, zona 1



Fuente de fotografía: Elaboración propia

El cambio de instalaciones les valió para una mejor identificación exterior.

GRÁFICA 32. Instalaciones actuales, zona 10



Fotografía: Elaboración propia

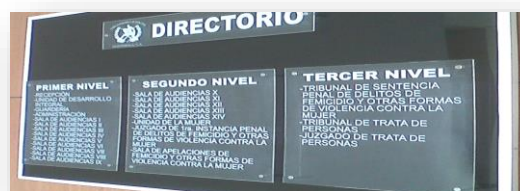


Este es el letrero que se muestra en la entrada previa del Centro de Justicia, sin embargo indica su ubicación únicamente en un punto de vista, es decir que las personas que se movilizan por el lado contrario de la calle no logran visualizar la ubicación

Fuente de fotografía: Elaboración propia

En el interior del edificio se logra apreciar información que pretende ubicar a los usuarios, en la entrada principal hay un directorio del edificio completo.

GRÁFICA 33. Señalética, zona 10



Fuente de fotografía: Elaboración propia

El resto de salas de trabajo también están identificadas e incluso hay banners en los corredores.

GRÁFICA 34. Señalética y banners



Fuente de fotografía: Elaboración propia

Capítulo 5: Propuesta de Estrategia de Comunicación Organizacional

5.1 Justificación

Los diagnósticos situacional y comunicacional dieron un punto de partida para detectar las principales deficiencias que presentan las judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, si de intercambio de información se refiere.

El ser judicaturas especializada y únicas en su género, compromete a las autoridades judiciales a que su funcionamiento sea eficiente, pero para esto es necesario desarrollar mecanismos de comunicación e intercambio de información efectivos no solo internos, sino también los externos, pues es al público al que debe llegar la impartición de justicia real.

Por eso es necesario crear actividades que contribuyan a desarrollarlos y a alimentar los esfuerzos que se hacen actualmente, todo en el mismo sentido, proporcionar un servicio público de calidad a los usuarios.

5.2 Objetivos de comunicación de la estrategia

5.2.1 General.

Diseñar una estrategia de comunicación externa e interna que permite mejorar los procesos de informar y comunicación del juzgado y tribunal contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer de la ciudad capital de Guatemala, para que llegue al público eficazmente.

5.2.2 Específicos.

- Diseñar y elaborar guía de cabildeo para Corte Suprema de Justicia dirigida al Ministerio de Finanzas Públicas y Diputados del Congreso de la Republica de la Comisión de Finanzas Publicas, con el fin de gestionar una partida presupuestaria específica anual para el desarrollo de las judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

- Resolver las deficiencias de información que el público recibe en el momento de llegar a las judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, por medio de un manual de funcionamiento de un módulo, para brindar un mejor servicio a la víctima.
- Crear un plan de comunicación y visibilización para la promoción de las judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

5.3 Públicos

5.3.1 Interno.

- Miembros de la Comisión de Cabildeo (Magistrados de la Corte Suprema de Justicia).
- Las dos personas que formarán parte del módulo de información y atención al público.

5.3.2 Externo.

- A los usuarios del Centro de justicia especializada.
- Público en general.

5.4 Propuesta

La propuesta no es más que los productos que se consideran son los funcionales a un plazo corto y mediano, para apoyar a las actividades de comunicación, pues si bien hay esfuerzos en que el servicio sea efectivo y que el público conozca el funcionamiento de estas judicaturas, hay algunos cabos sueltos que es necesario reforzarlos y trabajar en ellos.

Para poder llegar hasta este punto fue necesario realizar planificaciones, diagnósticos y análisis que permitieron la identificación de los problemas más evidentes, de esto surge la propuesta de algunas acciones que más que gasto de dinero es un aprovechamiento de los recursos con que el Organismo Judicial y en especial el Departamento de Comunicación cuentan.

Es importante destacar que si bien hubo varios problemas detectados se tomaron en cuenta únicamente algunos, que bajo las condiciones de escaso presupuesto con que cuenta el Organismo Judicial, y fue así como se proponen acciones funcionales.

5.4.1 Matriz del Plan de comunicación.

TABLA 6. Matriz del plan de comunicación

OBJETIVO GENERAL	TIPO DE COMUNICACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTOS	OBJETIVOS DE DE COMUNICACIÓN	TIPO DE MENSAJE	PÚBLICO	RESULTADO ESPERADO	MEDIO DE DIFUSIÓN	PRESUPUESTO
Diseñar una estrategia de comunicación externa e interna que permite mejorar los procesos de informar y comunicación de las judicaturas especializadas contra el femicidio para que llegue al público eficazmente.	Comunicación Interna	Diseñar y elaborar guía de cabildeo para Corte Suprema de Justicia dirigidos al Ministerio de Finanzas Públicas y Diputados del Congreso de la República de la Comisión de Finanzas Públicas.	Guía de Cabildeo	Describir los pasos que los miembros de la comisión de cabildeo lleven a cabo para influir en los representantes del Ministerio de Finanzas Públicas y Miembros de la Comisión de finanzas del Congreso de la República para que aprueben una partida específica anual para las judicaturas especializadas.	De información	Miembros de la Comisión de Cabildeo (Magistrados de la Corte Suprema de Justicia)	Obtener una partida presupuestaria específica para las judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, a través de parámetros claros sobre el contenido de las reuniones que se establezcan entre los miembros de la comisión de cabildeo y personeros del Ministerio de Finanzas Públicas y Congreso de la República.	Personal	Q. 325.00
			Agenda de Actividades	Crear una agenda de actividades que detalle las fechas en que deben hacerse cada una de las reuniones entre los miembros de la Comisión de cabildeo y los funcionarios del Ministerio de Finanzas Públicas y de la comisión de Finanzas del Congreso de la República.	De información	Miembros de la Comisión de Cabildeo (Magistrados de la Corte Suprema de Justicia)	Establecer acuerdos a través de una agenda de reuniones periódicas con los funcionarios financieros y que por medio de estas puedan establecerse acciones.	Personal	Q. 00.00
	Comunicación Externa	Resolver las deficiencias de información que el público recibe	Manual de Funciones y atribuciones	Definir los parámetros de funcionamiento, actividades y atribuciones del	De información	Las dos personas que formarán parte del	Establecer parámetros de funcionamiento la atención al público.	Personal	Q. 325.00

OBJETIVO GENERAL	TIPO DE COMUNICACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTOS	OBJETIVOS DE DE COMUNICACIÓN	TIPO DE MENSAJE	PÚBLICO	RESULTADO ESPERADO	MEDIO DE DIFUSIÓN	PRESUPUESTO
		en el momento de llegar a las juzgados especializados contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, por medio de un manual de funcionamiento de un módulo, para brindar un mejor servicio a la víctima		módulo de información y atención al público del Centro de Atención especializada.		módulo de información y atención al público.			
		en el momento de llegar a las juzgados especializados contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, por medio de un manual de funcionamiento de un módulo, para brindar un mejor servicio a la víctima	Señalética para el Módulo de información y atención al público	Identificar el lugar donde se ubicará el módulo de información y atención al público en el Centro de atención especializada.	De información	A los usuarios del Centro de Justicia especializada	Identificar con claridad la ubicación del módulo de información y atención al público en el Centro de atención especializada.	Visual	Q. 500.00
		en el momento de llegar a las juzgados especializados contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, por medio de un manual de funcionamiento de un módulo, para brindar un mejor servicio a la víctima	Trifoliar informativo	Describir actividades, servicios y ubicación que las juzgados especializados brindan al público, para una mejor información.	De información y promoción	Público en general	Mejorar la información de los servicios prestados y la ubicación de las juzgados especializadas hacia la población usuaria.	Personal	Q. 3,500.00
		Crear un plan de comunicación y visibilización para la promoción de las juzgados especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.	Plan de comunicación y visibilización	Visibilizar los servicios que las juzgados especializadas ofrecen a las mujeres víctimas de violencia y su nueva ubicación. Generar información desde la Oficina de Comunicación Social del Organismo Judicial, mediante entrevistas difundidas en los medios de prensa, radio y/o televisión	De información y promoción	Público en general	Visibilizar las Juzgados especializada contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, y su nueva ubicación en el área metropolitana. Una sociedad mejor informada de la aplicación de justicia especializada, mediante los cuales se propicia una justicia personalizada y con enfoque de género.	Medios de Comunicación	Q: 00.00

Fuente: Elaboración Propia

5.4.2 Plan de comunicación interna.

- **PRODUCTO**

Guía de Cabildeo



GUÍA DE CABILDEO



Las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer



Contenido

Presentación.....	3
Objetivo.....	4
Metodología.....	5
Miembros de la Comisión de Cabildeo.....	6
Estrategias.....	7
Agenda de Actividades.....	8



Presentación

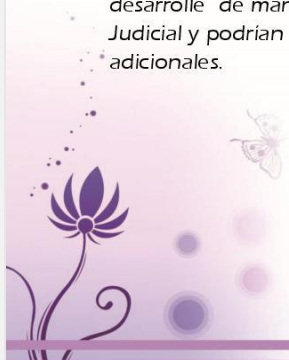
Esta Guía se hace con la finalidad de estimular el interés en la Corte Suprema de Justicia en conformar una Comisión que se encargue de gestionar recursos económicos específicamente para el uso de la Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer

La necesidad de su desarrollo se ve reflejada en los resultados positivos que estos órganos jurisdiccionales han tenido. Fueron creadas por la Corte Suprema de Justicia en el 2010, en cumplimiento de la Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, aprobada en el 2008, por medio del Decreto 22-2008.

Partiendo de que el cabildeo es considerado una acción legítima de las instituciones, la Real Academia Española define la acción de cabildear como “gestionar con actividad para ganar voluntades de un cuerpo colegiado”, entonces se puede decir que cualquier comunicación cuyo propósito es influir para realizar cambios, por eso es pertinente crear una Guía para los miembros de la integren. (<http://rae.es>)

El propósito de la Guía de Cabildeo es suministrar a sus miembros sugerencias en relación a los pasos a seguir para influir en los funcionarios y conseguir una partida presupuestaria específica. Cualquier acción de cabildeo debe contemplar la necesidad de enfatizar a los funcionarios a que aumenten el presupuesto para estos proyectos.

Las acciones de cabildeo también deben asegurar que el proyecto se implemente y desarrolle de manera exitosa, ya que si fracasan tendrán un impacto en el Organismo Judicial y podrían hacer que los funcionarios duden a la hora de comprometer recursos adicionales.



4 **Objetivo**

Describir los pasos que los miembros de la comisión de cabildeo lleven a cabo para influir en los representantes del Ministerio de Finanzas Públicas y Miembros de la Comisión de Finanzas del Congreso de la República para que aprueben una partida específica anual para las Judicaturas especializadas.

Grupo Objetivo

Personeros del Ministerio de Finanzas Públicas y de la Comisión de Finanzas del Congreso de la República.

Resultados Esperados

Obtener una partida presupuestaria específica para las Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, a través de parámetros claros sobre el contenido de las reuniones que se establezcan entre los miembros de la Comisión de Cabildeo y personeros del Ministerio de Finanzas Públicas y Congreso de la República.

Enfoque

Para lograr los resultados propuestos, es altamente relevante considerar un enfoque que permitirá una adecuada contextualización y por ende, un mayor impacto, se debe considerar un lenguaje positivo, claro, técnico, sencillo y amable tomando en cuenta a los funcionarios a los que van dirigidos los mensajes.

Las peticiones deben ser claras y con base a investigación y recolección de información precisa, clara y concisa. Se deben incluir argumentos claves con datos certeros, y es aconsejable usar ejemplos que puedan respaldarse y las razones para conocer lo que se solicita.

Unidades e Instituciones con las que se coordina

La ejecución de esta Guía, se realizará en coordinación directa de la Presidencia de la Corte Suprema de Justicia.

Lugar para la realización de las reuniones de cabildeo

Las reuniones de cabildeo deben ser gestionadas por los miembros de la Comisión, y es recomendable que se lleven a cabo en los lugares de trabajo de cada uno de los funcionarios a quienes se les presentarán los detalles de la Judicaturas especializadas, dentro de la Capital guatemalteca. Sin embargo si en caso no es prudente sostener las reuniones en esos lugares se recomienda que la Corte Suprema de Justicia habilite un punto de reunión dentro del Palacio de Justicia.

Las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer



Metodología

5

Desarrollo de reuniones con los personeros del Ministerio de Finanzas Pública y miembros de la Comisión de Finanzas del Congreso de la República.

En cada reunión es importante que cada miembro de la Comisión tenga una participación activa.

- ✧ *Presidente/a:* Será el encargado o encargada de introducir el tema en cada reunión.
- ✧ *Vicepresidente/a:* Es necesario que en cada reunión se establezca en base a resultados de las judicaturas, para fundamentar las peticiones que se hagan.
- ✧ *Secretario/a:* Dejará constancia de cada una de las reuniones que se realicen y los acuerdos alcanzados con el objetivo de sustentar los alcances.
El secretario o secretaria asignada dentro de la Comisión deberá gestionar cada una de las reuniones con los funcionarios respectivos, y confirmar sus asistencia a cada una con el objetivo de de garantizar su presencia.

Temática

- ✧ *Organismo Judicial como ente impartidor de justicia.*
- ✧ *Proyecto innovador: Las judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.*
- ✧ *Es necesario que se cree una partida presupuestaria exclusiva para su funcionamiento y desarrollo de otras.*
- ✧ *Es necesaria su ampliación pues la demanda es mayor, lo que ha llevado que se extienda, pero deben fortalecerse.*
- ✧ *Promoción y defensa de los derechos humanos de las mujeres víctimas de violencia.*

6 *Miembros de la Comisión de Cabildeo*

La Comisión de Cabildeo debe estar formada por tres magistrados de la Corte Suprema de Justicia representada por el presidente o presidenta, como conocedor directo de la administración judicial y los recursos con los que se cuenta para las Judicaturas especializadas

Los otros dos miembros deben ser Magistrados miembros de la Cámara Penal del ente colegiado, como conocedores directos de los procesos penales y la necesidad de ampliar, en base a las necesidades de los usuarios.

Recursos necesarios

Es esencial que los miembros de la Comisión recolecten toda la información de apoyo y actualizada para cada una de las reuniones programadas, pues para destacar su participación necesita datos a fin de apoyar los argumentos. La información recolectada puede ser:

- ✿ Financiera de los últimos tres años.
- ✿ Resultados de programas exitosos.
- ✿ Estadísticas de casos ingresados en el tema de violencia intrafamiliar previo a la entrada en vigencia de la Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.
- ✿ Estadística tras la implementación de la Judicaturas especializadas.
- ✿ Es importante tener información detallada de otros países que han llevado a cabo programas innovadores como las Judicaturas especializadas.
- ✿ En las peticiones que se hagan en la Comisión de Cabildeo debe quedar claro que las peticiones se hacen en base a resultados claros positivos.



Estrategias

7

Aun cuando los recursos del Organismo Judicial provienen de las contribuciones del Estado existen estrategias que podrían ser implementadas por los magistrados de la Corte Suprema de Justicia para presionar por un incremento en los mismos.

Estrategia No. 1 – Ejercer presión informada sobre los administradores financieros del gobierno con el fin de solicitar un incremento de los aportes creando una partida presupuestaria específica para las Judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

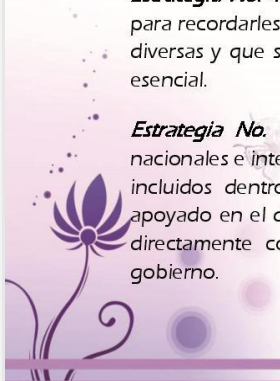
Estrategia No. 2 – Los Magistrados asignados a esta comisión deben ejercer presión directamente sobre los representantes del Ministerio de Finanzas Públicas con el fin de que éstos incrementen sus contribuciones al Organismo Judicial. Una alternativa sería hacerle saber los resultados que se han obtenido tras la implementación de las judicaturas especializadas.

Lo ideal es que previo a que el proyecto de Presupuesto General de Ingresos y Egresos de la Nación llegue al Congreso de la República para su discusión, análisis y aprobación los Magistrados miembros de esta comisión obtengan una partida presupuestaria específica, pues, ya con esto existe más presión por parte de los Congresistas para aprobar una partida que se ha fundamentado en base a resultados positivos.

Estrategia No. 3 – Como sugerencia es esencial que los Magistrados miembros de la comisión usen foros, debates, y conferencias regionales e internacionales para presionar y mencionara de la importancia que existe en que el Estado establezca una partida exclusiva para el desarrollo de las Judicaturas especializadas.

Estrategia No. 4 – También es de aprovechar espacios en los medios de comunicación para recordarles a los administradores financieros del gobierno que las necesidades son diversas y que su participación y colaboración en el desarrollo de estas Judicaturas es esencial.

Estrategia No. 5 – importa también involucrar a otras organizaciones o sectores nacionales e internacionales para que ejerzan presión respecto al tema, si bien, no están incluidos dentro de la Comisión de Cabildeo la Comunidad Internacional que ha apoyado en el desarrollo del proyecto de las Judicaturas especializadas, pueden influir directamente con los funcionarios administradores de los recursos financieros del gobierno.



8

Agenda de Actividades

Fase 1 - De abril a julio

Actores: Comisión Técnica de Finanzas, Presidida por el Viceministro del Ministerio de Finanzas Públicas del Área de Administración, como Órgano asesor del Ministro y Vice ministros de Finanzas Públicas en la definición de políticas programación, control y evaluación de la gestión financiera pública.

En esta fase la Comisión de Cabildeo se encargará de convencer a los técnicos financieros en la necesidad de aumentar el presupuesto y gestionar una partida específica para el desarrollo de la Judicaturas especializadas.

Es preciso que los miembros de la Comisión de Cabildeo sean capaces de convencer a los técnicos que deben incluir esa partida, pues de lograrlo la fase siguiente será más menos complicada.

MES	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ACTIVIDAD																
Identificación de actores claves.	■															
Realizar acercamientos y contacto con los miembros de la Comisión Técnica de Finanzas Públicas.		■	■													
Establecer tiempo en agendas y programar primera reunión de acercamiento.				■												
Reuniones																
Reunión 1						■										
Reunión 2										■						
Reunión 3												■				
Reunión 4															■	



Fase 2 – De septiembre a noviembre

Actores: Comisión de Finanzas Públicas del Congreso de la República, como la encargada de recibir el proyecto inicial y dar el aval para que sea conocida en el pleno para su posterior aprobación.

Los miembros de la Comisión de Cabildeo tendrán esta segunda fase de trabajo para convencer a los Diputados de: si no se ha creado una partida presupuestaria exclusiva para las judicaturas especializadas, que se incluya, es necesario realizar reuniones técnicas con sus miembros para convencerlos con argumentos reales de los resultados que se han tenido y la necesidad que existe de hacerlo.

MES	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ACTIVIDAD												
Identificación de actores claves.	■											
Acercamientos con los Miembros de la Comisión de Finanzas del Congreso.		■	■									
Reuniones												
Reunión 1					■							
Reunión 2								■				
Reunión 3											■	



Palacio de Justicia
21 calle 7-70 zona 1
www.oj.gob.gt

– **Resultados Esperados**

- Obtener una partida presupuestaria específica para las Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, a través de parámetros claros sobre el contenido de las reuniones que se establezcan entre los miembros de la Comisión de Cabildeo y personeros del Ministerio de Finanzas Públicas y Congreso de la República.

- Establecer acuerdos a través de una agenda de reuniones periódicas con los funcionarios financieros y que por medio de estas puedan establecerse acciones.

– **Presupuesto**

El diseño, diagramación e impresión de 5 folletos con 9 hojas, portada y contraportada, full color fue cotizada en Q. 325.00

5.4.3 Plan de comunicación externa.

- **PRODUCTO**

Manual de Funciones y Atribuciones del Módulo de Información y Atención al Público del Centro de Justicia especializado en Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.



MANUAL DE FUNCIONES
Y ATRIBUCIONES DEL
MÓDULO DE
INFORMACIÓN Y
ATENCIÓN AL PÚBLICO
DEL CENTRO DE
JUSTICIA
ESPECIALIZADO EN
FEMICIDIO Y OTRAS
FORMAS DE VIOLENCIA
CONTRA LA MUJER.



Contenido

Presentación.....	3
Descripción y servicios prestados del Módulo.....	4
Guía de Atención e información.....	5
Perfil del cargo.....	7
Otros aspectos.....	9



Presentación

La modernización de la gestión del Estado demanda eficiencia en la utilización de sus recursos, por eso es necesario el diseño y elaboración de manuales que determinen el aprovechamiento de lo que poseen las instituciones.

Todos los documentos técnicos normativos de gestión institucional deben orientar la operatividad de las funciones de manera sistematizada, con eficiencia y efectividad, calidad e integración y sobre todo, procurando la interrelación de los cargos con criterios de funciones, procedimientos, medición y evaluación.

En este caso es conveniente que el Centro de Justicia especializado contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, aproveche al máximo los recursos que tiene. Para esto es necesario definir algunos lineamientos de funcionamiento y atribuciones específicas de quienes tienen el primer contacto con los usuarios en sus instalaciones.



4

Descripción y servicios prestados del Módulo

La persona o las personas asignadas a este módulo deben informar, resolver dudas brindando un servicio de calidad.

El servicio debe ir encaminado a maximizar los recursos con los que el Centro de Justicia especializado cuenta, proporcionando un servicio de calidad a los y las usuarias.

La calidad del mensaje debe ser establecido bajo lineamientos que permitan una fluidez de intercambio de información para que los usuarios tengan el conocimiento que requieren respecto al servicio.

El Módulo debe ser un recurso destinado a poner en conocimiento de las mujeres los derechos que las asisten, orientarlas y asesorarlas en los trámites que deban realizar, en caso llegaran por primera vez y sin haber interpuesto denuncia. También debe proporcionar asistencia a toda mujer que ya forme parte de un proceso penal tramitado en el Centro de Justicia especializado.

Además sobre los recursos públicos y privados, de cualquier naturaleza (sociales, laborales, educativos, sanitarios, etc.), a los que pueden acceder para apoyarse en la toma de decisiones sobre su situación personal y la de las personas que con ella convivan o que estén bajo su responsabilidad.

La persona o personas que estén a cargo de este módulo deben tener la capacidad de ampliar y enriquecer las atribuciones de su cargo, revisando este Manual en un periodo de seis meses para poder evaluar su funcionalidad y agregar preguntas frecuentes o consultas que no estén contempladas, para enriquecer su contenido, a fin de brindar y mejorar el servicio al público.



Guía de Atención e Información

5

Cuando una mujer busca alternativas a la situación de violencia de género que sufre, o no sabe cómo afrontarla, es importante su derivación hacia los servicios y centros de atención especializada.

La persona que dirija este módulo debe ser capaz de resolver todas las dudas que los y las usuarias tengan sobre los servicios que las judicaturas prestan. Debe ser capaz de conocer las fases de procesos judiciales, quiénes participan o intervienen y los tiempos aproximados que puede durar cada etapa.

De denuncias




Se hace necesario que la persona que esté a cargo de este módulo sea capaz de conocer procedimientos de una denuncia, en caso una persona que no ha sido usuaria del Centro de Justicia quiera conocerlas.

Debe estar capacitada para atender y tratar a víctimas de violencia que acudan a pedir ayuda inicial a las judicaturas especializadas, con información de forma general:

- ✿ Cuándo se hace necesario interponer una denuncia.
- ✿ Requisitos para interponer una denuncia.
- ✿ Documentos necesarios de la víctima, victimario o niños (si los hay).
- ✿ A dónde debe acudir la víctima.
- ✿ Proporcionar a las mujeres información sobre qué hacer y los derechos que las asisten.
- ✿ Los recursos y medidas disponibles para su seguridad y protección ante la violencia.
- ✿ Los derechos que las amparan y los recursos de apoyo que tienen a su disposición.
- ✿ Cómo interponer una denuncia.
- ✿ Facilitar a las mujeres víctimas de malos tratos y en situación de especial necesidad el acceso a las ayudas y los recursos.
- ✿ Cómo poder tener acceso a ellos.
- ✿ Evitar la victimización secundaria de las mujeres mediante una actuación coordinada entre las/os diferentes profesionales que intervengan en su atención.

 *De procesos*

6 Es necesario que cuente con un equipo telefónico disponible para atender dudas por teléfono, un equipo de cómputo rápido y con información suficiente:

-  Equipo de computación conectado en red.
-  Acceso a agendas de las judicaturas especializadas.
-  Búsqueda de expedientes

La información debe estar disponible para cualquier persona que tenga dudas sobre algún proceso y pueda resolverla sin necesidad de preguntar a algún oficial u otro miembro de los juzgados y tribunales, pues el objetivo de este módulo es prestar la información especializada.

Si un usuario o usuaria necesita conocer dónde está un expediente y no cuenta con número de este, la persona que asiste en el módulo debe ser capaz de localizarlo con nombre de la víctima o victimario, indicándole con exactitud donde se encuentra. Si se tienen duda sobre fechas de audiencias también pueda obtener esa información en la unidad.



Perfil del cargo

7

Cargo: Asistente de información y atención al público.

1. FUNCIÓN BÁSICA:

Proporcionar información y atención al público usuarios/as del Centro de Justicia especializado contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

2. RELACIONES DEL CARGO:

Relaciones Internas:

- ✿ Coordina con el Director/a de Comunicación Social de la Corte Suprema de Justicia.
- ✿ Depende directamente y reporta el cumplimiento de su función con el Director/a Comunicación Social de la Corte Suprema de Justicia.

3. ATRIBUTOS DEL CARGO:

Informar, atención y organización.

4. FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- ✿ Informar sobre las dudas de los/as usuarios/as del Centro de atención especializada.
- ✿ Atención personal y vía telefónica del público en general que requiera información sobre el Centro de atención especializada y los procesos que allí se tramitan.
- ✿ Tratar con calidez, amabilidad, consideración y respeto al usuario interno y externo.
- ✿ Mantener en directorio de los empleados y las oficinas del Centro de atención especializada al día, con nombres, puestos y extensiones telefónicas.
- ✿ Tener un directorio actualizado de las instituciones a las que las víctimas de violencia pueda acudir dependiendo del servicio que requieran.



8

5. REQUISITOS MÍNIMOS:

Educación:

Mínimos exigibles:

- * Estudios universitarios en Derecho, Trabajadora social, Comunicación o Administración.
- * Tener estudios en derechos de las mujeres, género y acceso a la Justicia, o mínimo haber recibido cursos de capacitación relacionados al tema.

Deseable:

- * Estudios de computación nivel básico.
- * Habilidad mecanográfica.
- * Persona orientada al servicio y con adecuada presentación.

Experiencia:

- * Tiempo mínimo de experiencia en el área administrativa de servicio e información de 1 año.
- * De preferencia haber tenido algún contacto con el personal de las Judicaturas especializada contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Capacidades mínimas deseables:

- * Expresión oral.
- * Buena redacción y ortografía.
- * Excelente presentación personal.
- * Propositiva.

Habilidades mínimas y deseables:

- * Concretar resultados en el tiempo oportuno.
- * Ejecutar trabajo bajo presión.
- * Ejecutar trabajo en equipo.
- * Usar equipos informáticos.
- * Usar equipos telefónicos.



 **Actitudes mínimas y deseables:**

- ✿ De atención y servicio

Otros aspectos

 *Elección*

Es importante que se tome en cuenta la relación directa que la o las personas que conformen este módulo deben tener con los miembros de las Judicaturas especializadas. Es necesario que se tenga un acercamiento previo con el personal para que la convivencia sea de mayor aprovechamiento.

Es recomendable que los jueces especialmente, puedan participar y proponer a los o las aspirantes a este puesto, en base a la experiencia de atención que los profesionales del derecho tienen, esto cuando se tratase de un candidato o candidata que haya colaborado de forma previa en las Judicaturas especializadas.

 *Capacitación*

Es fundamental que las o los miembros de este Módulo mantengan una capacitación constante dentro de la Institución de justicia en aspectos relevantes como:

- ✿ Atención especializada
- ✿ Fundamentos de derecho
- ✿ Servicio al usuario/a
- ✿ Derechos Humanos
- ✿ Derechos de la Mujeres
- ✿ Enfoque de género
- ✿ Prevención de violencia y delito
- ✿ Medidas de seguridad

• Todo esto en beneficio del servicio de calidad que el Módulo debe prestar los y las usuarias del Centro de Justicia de delitos de femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.





Palacio de Justicia
21 calle 7-70 zona 1
www.oj.gob.gt

– **Resultados Esperados**

Que teniendo parámetros de funcionamiento la atención al público y el nivel de información de los usuarios sea eficiente.

– **Presupuesto y cronograma**

El diseño, diagramación e impresión de 5 folletos con 9 hojas, portada y contraportada, full color fue cotizada en Q. 325.00

• **PRODUCTO**

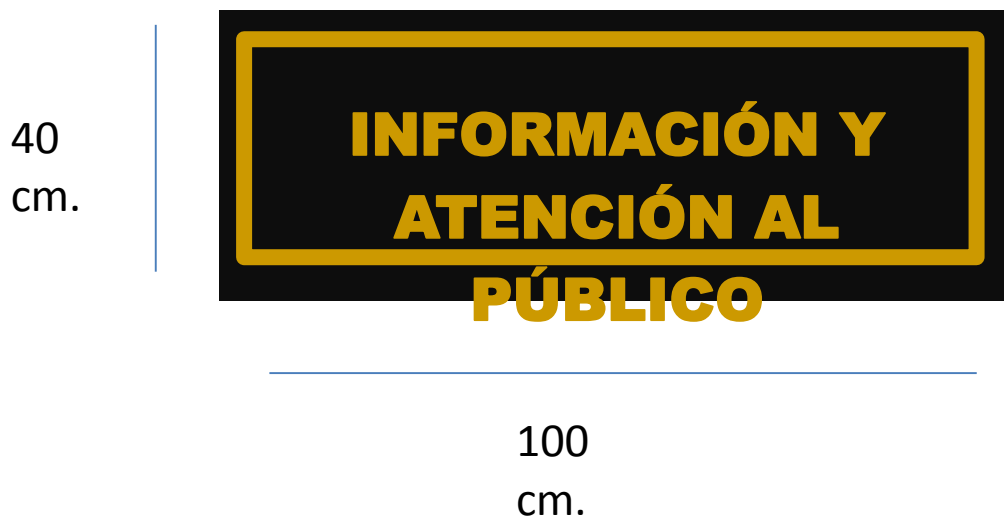
Señalética para el Módulo de información y atención al público.

– **Objetivo**

Identificar el lugar donde se ubicará el módulo de información y atención al público en el Centro de atención especializada.

– **Diseño**

GRÁFICA 35. Diseño señalética sugerida



Fuente: Elaboración propia

– Ubicación

La señalética servirá para informar de la ubicación del Módulo de atención al público, y puede ser ubicada en dos lugares:

- En la parte posterior de Módulo donde se instalará el personal que atenderá el público.
- En la parte superior de la pared que está por detrás de las personas que atenderán al público. Hay dos espacios sin utilizar en donde puede ir ubicada la señalética.

GRÁFICA 36. Módulo sugerido



Fuente de fotografía: elaboración propia

– Resultados Esperados

Que se identifique con claridad la ubicación del módulo de información y atención al público en el Centro de justicia especializada.

– Presupuesto

EL material será acrílico en negro con letras doradas con un costo aproximado de Q. 500.00.

• PRODUCTO

Trifoliar informativo del Centro de Justicia de femicidio y violencia contra la mujer.

– Objetivo

Describir las actividades, servicios y ubicación que las Judicaturas especializadas brindan al público, para una mejor información a la víctima.

– Actividades

El Trifoliar será distribuido y estará disponible en el Módulo de información y atención como material de apoyo para las personas que no conozcan los servicios que se prestan en el Centro de Justicia de Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Se sugiere la impresión de 1 mil ejemplares con un diseño nuevo al que se ha utilizado, con el objetivo de reforzar las campañas de comunicación que se han desarrollado e informar de las nuevas instalaciones que ocupa el Centro de Justicia.

– Diseño final

GRÁFICA 37. Diseño trifoliar

Violencia contra la mujer es:

Violencia física: Cuando una mujer es golpeada o lastimada en su cuerpo, ya sea con manos, pies, armas u otros objetos.

Violencia psicológica/emocional: Cuando se le causa sufrimiento emocional a una mujer, se le intenta agredir, se le insulta, se le grita, se le humilla, se le amenaza o se le intimida: a ella, a sus hijos e hijas.

Violencia sexual: Cuando se le obliga a una mujer a tener relaciones sexuales, se le obliga a prostituirse; no se le permite que use métodos de planificación familiar o no se le permite proteger contra enfermedades de transmisión sexual. Cuando se daña sexualmente a la mujer con cualquier objeto.

Violencia económica: Cuando el hombre no proporciona el dinero suficiente para los gastos del hogar, se niega a dar pensión alimenticia; no permite que la mujer disponga de sus bienes y controle su dinero; destruye o se apropia de los bienes de la mujer y de su hogar; se queda o esconde los instrumentos de trabajo, documentos y objetos personales de la mujer y de sus hijos e hijas.

GUATEMALA
Diagonal 6, 17-35 zona 10
Teléfono 2498-9898
Juzgado de Primera Instancia Penal
Teléfonos 2220-4433 y 2253-0689
Tribunal de Sentencia
Teléfonos 2230-0977 y 2232-1094

QUETZALTENANGO
Centro Regional de Justicia,
Diagonal 10 0-34 zona 6
Juzgado de Primera Instancia Penal
Teléfono 7922-6500 y 7739-6000
Extensiones 1087 y 1093
Tribunal de Sentencia
Teléfonos 7922-6500 y 7739-6000
Extensiones 1330 y 1337

CHIQUMULA
Sta. Calle 00-81 zona 5, barrio La Estación
Juzgado de Primera Instancia Penal
Teléfonos 7942-4606 y 7942-6243
Tribunal de Sentencia
Teléfono 7942-7112

HUEHUETENANGO
10 ma. Avenida 5-01, zona 3
Teléfono 7951-4160

COBÁN, ALTA VERAPAZ
2a. Calle 3-54 zona 8
Teléfono 7762-7324

Palacio de Justicia
21 calle 7-70 zona 1
www.oj.gob.gt

NO +
VIOLENCIA
Alto al Femicidio

JUZGADOS DE PRIMERA INSTANCIA PENAL
TRIBUNALES DE SENTENCIA PENAL DE DELITOS DE FEMICIDIO Y OTRAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

DISCARISMO JUDICIAL
GUATEMALA, C.A.

¿Dónde puedo presentar la denuncia?

- Ministerio Público en cualquier fiscalía distrital o municipal de su localidad y en la Fiscalía de la mujer
- En la ciudad, Oficina de Atención Permanente del Ministerio Público las 24 horas del día los 365 días del año
- Policía Nacional Civil, las 24 horas del día los 365 días del año
- Juzgados de su localidad
- Juzgados de Turno de 24 horas
- En los Bufetes populares
- Procuraduría General de la Nación
- Procuraduría de los Derechos Humanos.

Atención

No más silencio

- Denuncie y comuníquelo inmediatamente a alguien cercano o de confianza

Acérquese

- Ministerio Público, Policía Nacional Civil, Juzgados de su localidad, Centro de Salud, hospitales locales.

Si es víctima de violencia sexual

- No bañarse, no lavarse la boca ni tomar medicina antes de ser examinada.
- Guardar la ropa que llevaba puesta en el momento del ataque.
- Solicitar medicamentos para prevenir enfermedades de transmisión sexual.

Para denunciar

- De preferencia presentar un documento de identificación, **NO ES OBLIGATORIO.**
- Aportar información relacionada al hecho de violencia.
- No es requisito presentarse con abogado/a
- **TODOS PODEMOS DENUNCIAR**

En caso de emergencia **110** Policía Nacional Civil **1571** Asistencia Legal

Fuente: Elaboración propia

– Contenido

Se usó el imagotipo del Organismo Judicial, detallando información fundamental de funcionamiento:

- Dirección
- Números de teléfono para información
- Objetivo
- Creación
- Tipos de violencia
- Requisitos para denuncias
- Qué hacer en caso de emergencia
- Número de emergencia

Se usarán imágenes y diseños femeninos, y el color predominante será el morado por ser el color representativo de las acciones contra la violencia hacia la mujer.

– **Resultados Esperados**

Que los usuarios de las Judicaturas especializadas y población en general tengan mejor información de los servicios prestados y la ubicación, la ubicación y qué hacer en caso de emergencia.

– **Presupuesto y cronograma**

El diseño, diagramación e impresión de 1,000 trifoliales a dos caras, full color fue cotizada Q. 3,500.00

• **PRODUCTO**

Plan de comunicación y visibilización para la promoción de las judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

– **Presentación**

Las Judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, fueron creadas por la Corte Suprema de Justicia en el 2010, en cumplimiento del Decreto 22-2008, Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, aprobada en el 2008.

Se caracterizan por la atención victimológica especializada, con recurso humano que brinda atención en base a las necesidades de las víctimas de violencia física, económica y psicológica.

El presente plan contempla acciones de comunicación y visibilidad como estrategia para lograr los objetivos planteados en este componente y contribuir con la promoción de las judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

– **Objetivos**

General:

- Crear un plan de comunicación y visibilización para la promoción de las judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.

Específicos:

- Visibilizar los servicios que las judicaturas especializadas ofrecen a las mujeres víctimas de violencia y su nueva ubicación.
- Generar información desde la Oficina de Comunicación Social del Organismo Judicial, mediante entrevistas difundidas en los medios de prensa, radio y/o televisión.

– **Grupo objetivo**

Población en general de Guatemala, con énfasis en el área metropolitana.

– **Resultados**

- Visibilizar las Judicaturas especializada contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, y su nueva ubicación en el área metropolitana.
- Una sociedad mejor informada de la aplicación de justicia especializada, mediante los cuales se propicia una justicia personalizada y con enfoque de género.

– **Enfoque**

Para lograr los resultados propuestos, es altamente relevante considerar dentro de la propuesta los siguientes enfoques que permitirán una adecuada contextualización y por ende, un mayor impacto, se debe considerar un lenguaje positivo, claro, sencillo y amable tomando en cuenta a la población a la cual va dirigido la información.

– **Unidades con las que se coordina**

La ejecución de esta propuesta, se realizará en coordinación directa de la Dirección de Comunicación social del Organismo Judicial.

– **Lugar para la realización de la Campaña informativa**

La campaña informativa se realizará desde la ciudad capital de Guatemala, por concentrarse los medios de comunicación masiva en este lugar. Sin embargo, se considera oportuno contactar medios de radio y televisión regionales para eventuales entrevistas.

– **Metodología**

Desarrollo de entrevistas en medios de prensa, radio y televisión de cobertura nacional, regional o departamental.

– **Temática**

- Organismo Judicial como ente impartidor de justicia.
- Proyecto innovador: Las judicaturas especializadas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujeres
- Necesidad de ampliación por la demanda, nuevas instalaciones y los resultados que se han obtenido en el plan piloto impulsado.
- Promoción y defensa de los derechos humanos de las mujeres víctimas de violencia.

– **Expositores/as sugeridos/as**

- Licenciada Thelma Aldana Hernández, Magistrada Presidenta del Organismo Judicial y de la Corte Suprema de Justicia.
- Licenciada Nicté Lemus; Directora de Comunicación Social de la Corte Suprema de Justicia.
- Doctor Carlos Castillo, Asesor en Relaciones Públicas de la Corte Suprema de Justicia.

– **Estrategia para lograr espacios**

Solicitud de espacios abiertos en los medios de comunicación masiva en la Ciudad de Guatemala y eventualmente en medios de comunicación social de algunos departamentos de la República, lo cual se realizará a través de cartas a directores/as de los mismos o por medio de solicitud mediante correo electrónico, por el corto tiempo con el que se cuenta.

Para garantizar la presencia del o la funcionario/a a invitar se deberá coordinar directamente con el Departamento de Comunicación Social de la Corte Suprema de Justicia. Además, se deberá asegurar la participación y traslado de las personas asignadas.

Programas abiertos

TABLA 7. Contactos sugeridos

No.	Programa	Medio	Teléfonos	Dirección de oficinas de producción y E-mail	Director/a, Productor/a y Conductor/a
1.	Voces de Mujeres	Radio Universidad	56300004 22079090	Paraninfo Universitario	Gilmar Bobadilla
2.	Nacionales	Siglo XXI	24236400	14 calle 4-33, zona 1	Jorge Mazariegos
3.	A Primera Hora	Emisoras Unidas	24215353	4ª. Calle 6-84, zona 13	Luís Felipe Valenzuela / Juan Luís Font
4.	Viva la Mañana	Guatevisión	24276123	Calzada Roosevelt 22-43 Zona 11 Edificio Tikal Futura	Ricardo Santander
5.	Revista Amiga	Prensa Libre	24125600	13 calle 9-31, zona 1	Carolina Vásquez
6.	Nacionales	Prensa Libre	24125600	13 calle 9-31, zona 1	Gustavo Monterroso
8.	Entrevista en Nacionales	Radio TGW	23238282	18 calle 6-72, Edificio Tipografía Nacional, zona 1	Jorge Jiménez

Fuente: Elaboración propia

– Tiempo estimado

Para el desarrollo de la campaña se ha considerado un tiempo máximo de 60 días.

5.4.4 Plan de Monitoreo y evaluación.

TABLA 8. Plan de monitoreo y evaluación

TÓPICOS/ RESULTADOS A SER MEDIDOS	PRODUCTO	INDICADORES	MEIOS DE VERIFICACIÓN (PARA CADA INDICADOR)
Resultados cuantitativos	Guía de Cabildeo	<ul style="list-style-type: none"> • Numero de reuniones de abril a octubre del 2013 entre la comisión de cabildeo y los representantes de la Comisión Técnica de Finanzas y la Comisión de Finanzas del Congreso de la República. • Números de propuestas y acuerdos alcanzados de abril a octubre del 2013 en las reuniones de la comisión de cabildeo y los representantes de la Comisión Técnica de Finanzas y la Comisión de Finanzas del Congreso de la República. 	<ul style="list-style-type: none"> • Agenda de reuniones. • Minuta de reuniones. • Cartas de convocatoria para las reuniones.
	Trifoliar de información de las judicaturas especializadas.	En seis meses se ha incrementado el número de personas informadas de los servicios de las judicaturas especializadas, por medio del Trifoliar de forma electrónica e impreso.	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de conocimiento a usuarios de las judicaturas especializadas. • Registro de personas que visitan las judicaturas.
	Plan de comunicación y de visibilización.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de entrevistas publicadas en medios de comunicación 	Realizar encuestas a mujeres para determinar si el nivel de conocimiento

TÓPICOS/ RESULTADOS A SER MEDIDOS	PRODUCTO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN (PARA CADA INDICADOR)
		sobre las judicaturas especializadas de octubre del 2012 a abril del 2013. <ul style="list-style-type: none"> • Número de notas informativas públicas en medios de comunicación de las judicaturas de octubre del 2012 a abril del 2013. 	aumenta en los siguientes seis meses (de octubre del 2012 a abril del 2013).
		<ul style="list-style-type: none"> • Personas que usaron las judicaturas por mes de octubre del 2012 a abril del 2013. • Establecer el número de nuevos usuarios de los judicaturas especializadas por mes de octubre del 2012 a abril del 2013. 	Listado de personas atendidas en por las trabajadoras sociales y psicólogas de las judicaturas especializadas.
Otras actividades		En un año las personas que acuden al Centro de Justicia especializada cuentan con una percepción positiva de los servicios prestados.	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas de percepción. • Informe de las encuestas de percepción.

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 6. Resultados

6.1 Validación

Para poder tener la certeza que la estrategia obtenga resultados satisfactorios, la ejecución de los productos propuestos son una pieza fundamental, para esto fue necesario una validación previa que permitió presentar de forma específica los aspectos de cada productos.

En este caso la validación fue hecha por la autoridad más alta del Organismo Judicial, la Presidenta Magistrada Thelma Aldana, a quien le fue presentada la propuesta basada en los resultados de los diagnósticos y planificaciones realizadas previamente.

La visita tuvo como resultado la aceptación y validación de los productos, con algunas modificaciones de forma mínimas, como en el caso del Manual de Funciones debió socializarse el contenido con los miembros de la Unidad de Control, Seguimiento y Evaluación de Órganos especializados en Delitos de Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer y de las Judicaturas contra el Femicidio, acciones que fueron realizadas de forma satisfactoria en tres reuniones.

Otro cambio pequeño hecho fue a algunos colores que consideraron estaban en tonos fuertes, lo que derivó en una modificación para el nuevo diseño del Trifoliar informativo de los Juzgados especializados, el contenido no fue afectado, y al final fue aceptado.

6.2 Implementación

Como parte de la implementación de la Estrategia de comunicación organizacional hasta la fecha de impresión de este informe se aprobó el diseño y la socialización de: La guía de Cabildeo y el Manual de funciones y atribuciones del Modulo de atención e información.

Además se planteó la oportunidad de la creación de este módulo que por razones presupuestarias llevará un tiempo más su implementación.

En cuanto al trifoliar sugerido se trabajó en el nuevo diseño y se encuentra en la fase de aprobación final.

En cuanto al Plan de comunicación propuesto fue aprobado por el Departamento de Comunicación Social y se comenzó con su implementación dejando con la publicación de notas informativas.

GRÁFICA 38. Publicación en Diario Siglo XXI



La publicación más reciente fue la hecha por el diario Siglo XXI el jueves 10 de noviembre del 2012.

En la versión electrónica puede ser localizada en:

<http://www.s21.com.gt/nacionales/2012/11/08/trasladan-secretaria-mujer>

Fuente: Diario Siglo XXI, el 10 de noviembre del 2012

Una publicación más fue hecha el 10 de octubre del 2012, previo a que la Magistrada Thelma Aldana dejara la presidencia del Organismo Judicial y Corte Suprema de Justicia. En ella se destacan las judicaturas contra el Femicidio como uno de los logros de la administración

GRÁFICA 39. Publicación en Diario Prensa Libre

ACTUALIDAD / NACIONAL

PRENSA LIBRE

Guatemala, miércoles 10 de octubre de 2012

8

THELMA ALDANA, PRESIDENTA DE LA CSJ

Hay carencias en la provincia

POR HUGO ALVARADO

Thelma Aldana, presidenta de la Corte Suprema de Justicia (CSJ), reconoce que los juzgados y tribunales de la provincia se mantienen en un estado de precariedad, y que durante su gestión muchas de las demandas fueron atendidas, aunque afirmó que hace falta mucho por hacer. Aldana, quien entregará el cargo este sábado, destacó que el próximo presidente debe darle cumplimiento a los compromisos que quedaron pendientes.

Su gestión se caracterizó por viajar a los departamentos. ¿Cómo encontró los juzgados y tribunales de la provincia?

Viajé a todos los departamentos y me di cuenta de que en los juzgados y tribunales de la provincia hay desigualdad en relación con la capital, lo cual me permitió conocer la realidad en la que viven y verificar que hay precariedad.

¿Qué tipo de precariedad?

En los juzgados de Paz me enteré de que en algunos de ellos ya tienen 18 años de funcionar y el juez duerme en la misma cama entregada cuando fue inaugurado el juzgado. Me doy cuenta un jueves, y el lunes ya tenía una nueva.

¿Y por qué se dio eso?

Eso solo demuestra abandono. Se pueden imaginar en qué condiciones laboran.

¿Qué otras carencias descubrió?

En Izabal y Retalhuleu me acerqué al lugar donde los guardias que cuidan los complejos del Organismo Judicial viven. Vi un hacinamiento, en el baño estaba la litera donde duermen, en ese lugar comen, así como hacen sus necesidades fisiológicas y con un calor extremo, ya que no hay aire acondicionado. En ese lugar lo tenían todo.

Ya se está trabajando en la construcción de un lugar adecuado para los guardias.

En El Progreso no hay puertas en los baños y el usuario veía cuando algún empleado hacía uso de estos.

¿Cómo le afectó esa situación?

Triste. Al principio estaba molesta con los gerentes de la CSJ por esas situaciones. Pero no fue de mala fe que lo hacían, lo que pasa es que todo lo resolvían desde la capital. Entonces en cada viaje iban conmigo para que conocieran la realidad; incluso me los lleve de la mano, bromea.

Ahora puedo decir que tomaron conciencia.

¿Qué otras quejas recibió?

En una reunión, un juez pidió el pin que lo acredita como juzgador, luego lo siguió otra jueza y al final eran 34 los que no tenían la insignia. La delegada de ese departamento le dijo que su petición la hicieran a través de la forma 56. Le respondí a la encargada que ya no era necesario ningún procedimiento, porque ya me lo habían pedido a mí y eso era suficiente. Le expuse que en un mes debían entregarlos y ella era la responsable. La burocracia hay que eliminarla.

¿Eso es ineficiencia o falta de atención?

Se cumplen las dos y pasa también por la falta de presupuesto en el Organismo Judicial.

¿Qué se necesita para mejorar la atención en la provincia?

Personal, mobiliario, equipo de cómputo, papel, etcétera.

También detecté que desde que la Policía Nacional Civil ya no envía las citaciones a los sujetos procesales, un oficial, por ejemplo, en Cantel, Quetzaltenango, tiene que ir a las faldas del volcán a notificar. Esa persona tiene que irse en bus, a pie o como Dios lo ayude, y eso no puede seguir así.

¿Y cómo lo cambiarán?

Para el próximo —periodo— ya se quedó en el presupuesto la compra de motocicletas para todos los departamentos, porque son necesarios.

¿Hay un divorcio entre la provincia y la capital?

No es divorcio, se trata de burocracia; hay que tratar de eliminarla.

¿Cuál debería ser la función del próximo presidente?

Darle seguimiento a las demandas de la provincia y la capital, por supuesto.

¿Cuál es su mayor logro?

La comunicación con jueces, el apoyo a la justicia especializada con enfoque de género, como lo son los juzgados y tribunales de Femicidio.

¿El sello de esta presidencia es el apoyo a los juzgados especializados?

Es parte del sello lograr que se impulsara la administración de justicia especializada. Asumí el compromiso de impulsarlos y creo que han tenido éxito por la demanda que tienen.



Foto Prensa Libre: ALVARO INTERIANO

THELMA ALDANA, presidenta de la Corte Suprema de Justicia.

Fuente: Diario Prensa Libre, 10 de octubre del 2012

6.3 Resultados futuros

Los productos propuestos buscan reforzar los procesos de comunicación interno y externo de las Judicaturas especializadas de la Ciudad capital en base a la funcionalidad de cada uno, y para cada producto fueron creados los resultados esperados.

Los resultados se medirán en base a acciones que busquen evaluar y monitorear, puesto que no solo es importante esperar buenos resultados sino, estos deben ser demostrados y confiables.

6.3.1 Comunicación Interna.

- Guía de Cabildeo

Como parte de las estrategias para mejorar la comunicación interna, se sugiere el uso de una Guía de Cabildeo que detalle algunos parámetros, aspectos que van detrás de resultados claros.

En este caso el resultado que se espera es la asignación una partida presupuestaria anual destinada a cubrir las necesidades de las Judicaturas especializadas.

La Guía sugiere parámetros claros sobre el contenido de las reuniones que se establezcan entre los miembros de la Comisión de Cabildeo y personeros del Ministerio de Finanzas Públicas y Congreso de la República, en busca de más recursos económicos.

Para obtener los resultados también se sugieren reuniones periódicas con los funcionarios financieros y que por medio de estas puedan establecerse acuerdos y estos podrán ser medibles en base al número de reuniones que se han establecido en la agenda de actividades.

6.3.2 Comunicación Externa.

- Módulo de información y atención al público.

La comunicación externa también debe tomarse en cuenta y hay productos que van en base a mejorarla, esperando resultados que refuercen los esfuerzos que ya se hacen.

El Centro de Justicia especializado no cuenta con un Módulo de información y atención al público y se ha creado un Manual de funciones y atribuciones que llegará a establecer parámetros de funcionamiento la atención al público.

Y como toda área de atención debe ser identificada, se sugiere la señalética para una mejor ubicación de Módulo.

Los resultados serán afinados tras la instalación del módulo de información y atención al público, con información de los mismos usuarios que evalúen los servicios que prestan.

- Trifoliar de información

La información que se dé a los y las usuarias de las Judicaturas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, es esencial pues de ello depende que el público haga uso de ellas de mejor manera y el servicio que se presta sea de mejor calidad.

La actualización de material de promoción e información es fundamental, con este producto se pretende que los usuarios de las Judicaturas especializadas y población en general tengan mejor información de los servicios prestados y la ubicación y qué hacer en caso de emergencia.

Con esta información se pretende proporcionar información y con un monitoreo constante establecer la forma en que los y las usuarias han obtenido datos de los servicios que las Judicaturas especializadas prestan.

- Plan de Comunicación

El Plan de comunicación externa no debe dejar por un lado el aprovechamiento de todos los recursos necesarios dar a conocer los servicios que el Centro de Justicia especializada contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer presta.

En este caso el uso de los medios de comunicación masiva es importante para desarrollar un Plan de visibilización de las judicaturas especializadas y sobre todo aprovecharlo para que el cambio de instalaciones sea divulgado.

Los resultados que esperan no solo es la visibilización sino también una sociedad mejor informada de la aplicación de justicia especializada, mediante los cuales se propicia una justicia personalizada y con enfoque de género.

CONCLUSIONES

1. Por medio de la investigación de campo se identificó la necesidad de implementar una estrategia de comunicación organizacional dirigida al público externo que permita mejorar los procesos de información y comunicación de las juzgados contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.
2. La investigación logró determinar por medio de entrevistas y observaciones directas que la carencia de recursos económicos hace que se limiten acciones de desarrollo para las Juzgados especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.
3. El servicio de atención e información a los y las usuarias de las Juzgados especializadas en las instalaciones en la ciudad capital, no es delegada en una persona específica, por eso limita el acceso a información al público en general.
4. Existe desconocimiento sobre las nuevas instalaciones que ocupa en Centro de Justicia especializado contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer en la ciudad capital, y su reciente instalación y creación hace que muchas víctimas desconozcan los servicios prestados.

RECOMENDACIONES

1. Es fundamental que se desarrollen reuniones en base a una agenda para cabildear, negociar y gestionar recursos que contribuyan al desarrollo de las Judicaturas especializadas a nivel nacional.
2. Reforzar de forma constante los servidores públicos que conforman las Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, sobre relaciones interpersonales, atención e información especializada a los y las usuarias de los servicios ofrecidos.
3. Evaluar las condiciones de buen servicio y atención a las personas encargadas del contacto directo con los y las usuarias de las Judicaturas especializadas.
4. El cambio de instalaciones y la demanda que se tiene del servicio que presentan las Judicaturas especializadas hace necesario que se divulgue de forma periódica los servicios que se prestan en beneficio de las víctimas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Estados Unidos. Alliance for Justice. 2003. *Manual de cabildeo para organizaciones sin fines de lucro*. Estados Unidos de América.
2. España. Dirección General de Prevención de Violencia de Género, Juventud, Protección Jurídica y Reforma de Menores. 2012. *Guía Profesional de Recursos de Atención a Mujeres Víctimas de Violencia de Género, de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia*. 2ª. Ed. España. Consejería de Presidencia.
3. España. Servicio de Coordinación del Sistema Integral contra la Violencia de Género. Consejería de *Bienestar Social, Juventud y Vivienda*. Gobierno de Canarias. 2009. *Guía para la Atención a Mujeres Víctimas de Violencia de Género*. 2ª. Ed. España. Instituto Canario de la Mujer.
4. Hernández Espallardo, Miguel y Augusto Rodríguez. Abril – junio del 2003. *El objeto de estudio de la disciplina de marketing*. Universidad ICESI. Colombia. Numero 87. Pp. 67 -91.
5. Hernández, Roberto y otros. 2003. *Metodología de la investigación*. 3 ed. México: Mc Graw – Hill.
6. Guatemala Acuerdo. Acuerdo 1-2010. *Crea los Juzgados de Primera Instancia Penal y Tribunales de Sentencia de Delitos de Femicidio y otras formas de Violencia contra la Mujer en Guatemala, Chiquimula y Quetzaltenango*. 2010. Guatemala: Corte Suprema de Justicia.
7. Guatemala Acuerdo. Acuerdo 30-2010. *Regula el funcionamiento de los Juzgados de Primera Instancia Penal y Tribunales de Sentencia de Delitos de Femicidio y otras formas de Violencia contra la Mujer en Guatemala, Chiquimula y Quetzaltenango*. 2010. Guatemala: Corte Suprema de Justicia.
8. Guatemala. Constitución. *Constitución Política de la República de Guatemala, y su interpretación por la Corte de Constitucionalidad*. 1985. Guatemala: Corte de Constitucionalidad.

9. Guatemala Leyes. *Ley contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer*. 2008. Guatemala: Editorial.
10. Guatemala Leyes. *Ley Orgánica del Organismo Judicial*. 2010. Guatemala: Organismos Judicial.
11. Guatemala. Organismo Judicial. 2012. *Primer informe de Juzgados y tribunales penales de delitos de femicidio y otras formas de violencia contra la mujer*. Organismo Judicial.
12. Kotler, Philip, Eduardo L. Roberto. 1992. *Marketing Social: Estrategias para cambiar la conducta pública*. Ediciones Díaz de Santos S.A. España.
13. Martínez Terrero, José. 2006. *Teorías de comunicación*. Venezuela. Universidad Católica Andrés Bello
14. McQuail, Dennis. 2000. *Introducción a la Teoría de Masas*. New York: Sage.
15. Mérida González, Aracelly Krisanda. 2009. *Búsqueda bibliográfica, redacción de referencias y citas dentro del texto*. Guatemala: Editorial ARAKRIS.
16. O'Mahony, Brian. 2006. *Cómo desarrollar y mantener una campaña de cabildeo eficaz*. Canada. Federación Mundial de Homofilia.
17. Perú. Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo. *Guía de Estrategias de Sensibilización y Comunicación para la Formulación del Plan Regional de la Formación Profesional*. 2007. Perú. Dirección de Formación Profesional y de Recursos Humanos.
18. Toussaint, Florence. 1981. *Critica de la información de masas*. 2 ed. México: Editorial Trillas.

ENTREVISTA

19. Aldana, Thelma. 13 de agosto del 2012. Guatemala. Presidenta de la Corte Suprema de Justicia y del Organismo Judicial. En el momento en que fue hecha la entrevista fungía en el cargo.

E GRAFÍA

20. Galascio Sánchez, Michael A. 08 noviembre del 2007. *El Marketing Social*. Consultado en línea el 30 de septiembre del 2012 en sitio web de <http://www.teldeactualidad.com/hemeroteca/articulo/opinion/2007/11/8/410.html>
21. Lemus, Nicté. ILemus@oj.bog.gt. *Trifoliar de juzgados especializados*. Personal E-mail. Consultado el 05 de julio del 2012.
22. _____. ILemus@oj.bog.gt. Entrevista. Personal E-mail. Consultado el 17 de agosto del 2012.
23. Millán Tapia, Mayra Teresa. *Modelos y Teorías de la Comunicación*. Consultado en Línea el 30 de septiembre del 2012. En el sitio
24. Organismo Judicial. Obtenido de www.oj.gob.gt. Consultado el 02 de agosto del 2012.
25. Real Academia de la Lengua. Obtenido el de <http://www.rae.es/rae.html>. Consultado el 02 de julio 16 de septiembre del 2012

HEMEROGRAFÍA

26. Alvarado, Hugo. 2012. 10 de octubre. *Hay carencias en la provincia*. Prensa Libre. p 8. Obtenido 10 de octubre del 2012 en <http://www.prensalibre.com>
27. Mejía, Carlos. 2012. 10 de noviembre. *Trasladan secretaría de la mujer*. Siglo XXI. p 10. Obtenido 10 de noviembre del 2012 en <http://www.sigloxxi.com>

ANEXOS

ANEXOS

1 Carta de solicitud de PPS

Licenciada
Thelma Esperanza Aldana Hernández
Presidenta
Organismo Judicial y Corte Suprema de Justicia
Ciudad.

Estimada Licenciada Aldana Hernández:


Es un gusto saludarlo y a la vez presentarle a la Licenciada Mirna Lissette Zeledon Franco, quien se identifica con carné 1000 23978 y es estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional.

La Licda. Zeledon ha solicitado realizar su Práctica Profesional Supervisada (PPS) en la entidad que usted dirige. La práctica en mención, que iniciaría hoy y finalizaría en octubre del año en curso, pretende que la estudiante proponga una estrategia comunicacional para la institución.

Apreciaré su valiosa colaboración en el sentido de enviar su Visto Bueno mediante una carta que avale la aceptación para que la Licda. Zeledon desarrolle su PPS.


Atentamente,

"Id y enseñad a todos"


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Postgrado



c.c. archivo


2/8/12
14:05

2 Carta de autorizaciones de PPS por la Institución

Licda. Thelma Esperanza Aldana Hernández
MAGISTRADA PRESIDENTA DEL ORGANISMO JUDICIAL
Y DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA



Guatemala, 7 de agosto de 2012

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su Despacho.

Licenciada Mérida:

Atentamente me dirijo a usted, en atención a su oficio relacionado con la solicitud de Práctica Profesional Supervisada de la Licenciada Mirna Lisette Zeledón Franco; en ese sentido, me permito manifestar que autorizo la realización de la misma en esta Institución, iniciando en la presente fecha y finalizando en octubre del año en curso, ello de conformidad al Plan de Trabajo propuesto.

Sin otro particular, me suscribo deferentemente,

Licenciada Thelma Esperanza Aldana Hernández
Presidenta del Organismo Judicial y
de la Corte Suprema de Justicia



cc. Licenciada Mirna Lisette Zeledón Franco

3 Cartas de validación de Estrategia

Guatemala 28 de septiembre del 2012

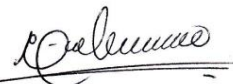
M.A.
Aracelly Mérida
Coordinadora Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimada M.A. Mérida:

Es de mi agrado informarle que ha sido validada la Propuesta de Estrategia de Comunicación Organizacional que la Licenciada Mirna Lissette Zeledon Franco presentó del Centro de Justicia de Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer, como parte de su Práctica Profesional Supervisada, que desarrolla en esta institución.

Por este medio hago constar mi aceptación del trabajo hecho y se proceda a desarrollarlo.

Atentamente,



Licenciada
Thelma Esperanza Aldana Hernández
Presidenta
Organismo Judicial y Corte Suprema de Justicia



Guatemala, 4 de octubre de 2012

M.A.
Aracelly Mérida
Coordinadora Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimada M.A. Mérida:

Por medio de la presente hago constar que la Licenciada Mirna Lissette Zeledon Franco expuso su propuesta "*Estrategia de comunicación organizacional de las judicaturas especializadas contra el Femicidio y Otras Formas de Violencia Contra la Mujer*" al personal de la Unidad de Control, Seguimiento y Evaluación de Órganos Especializadas en Delitos de Femicidio y Otras Formas de Violencia Contra la Mujer del Organismo Judicial, como parte de su Práctica Profesional Supervisada, que desarrolla en esta institución.

Atentamente,



Licda. Myrta Ponce


Coordinadora de la Unidad

Guatemala 10 de Octubre de 2012

**M.A.
Aracelly Merida
Coordinadora de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala**

Por medio de la presente hacemos constar que la Licenciada MIRNA LISSETTE ZELEDON FRANCO expuso su propuesta "Estrategia de comunicación organizacional de las judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras Formas de Violencia contra la mujer" a las infrascrita Juezas de Primera instancia Penal de Delitos de Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer de Guatemala, como parte de su práctica profesional supervisada, que desarrolla en esta institución.

Atentamente,


Licda. MIRIAM ELIZABETH MENDEZ MENDEZ DE BLANCO
JUEZA




Licda. LESBIA ELIZABETH GUZMAN VALLE
JUEZA

JUZGADO PLURIPERSONAL DE 1ª. INSTANCIA PENAL DE DELITOS DE FEMICIDIO Y OTRAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER DE GUATEMALA. Teléfono 24989898

4 Carta de autorización de implementación de la Estrategia



LA UNIDAD DE CONTROL, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN
DE LOS ÓRGANOS ESPECIALIZADOS
EN DELITOS DE FEMICIDIO Y OTRAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER.

Guatemala 16 de noviembre del 2012

M.A.
Aracely Mérida
Coordinadora de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimada M.A. Mérida:

Por medio de la presenta hago constar que la "Estrategia de comunicación organizacional de las Judicaturas especializadas contra el Femicidio y otras formas de violencia contra la mujer" elaborada por la Licenciada Mirna Lissette Zeledon Franco como parte de su Práctica Profesional Supervisada fue aceptada por esta institución y su implementación se hará de acuerdo a los planificación proyectada.

Atentamente,



Licenciada Myrna Ponce
Coordinadora

Unidad de Control, Seguimiento y Evaluación de Órganos Especializadas en
Delitos de Femicidio y Otras Formas de Violencia Contra la Mujer

Corte Suprema de Justicia
7ma Avenida y 21 calle 7-70
Tercer Nivel
24267000, Ext 4701, 4702,4703

5 Diseños iniciales sugeridos

Su Creación

La Corte Suprema de Justicia creó los Juzgados de Primera Instancia Penal y los Tribunales de Sentencia Penal de Delitos de Femicidio y otras formas de Violencia contra la Mujer, por medio del Acuerdo 1-2010, y reguló su funcionamiento mediante el Acuerdo 30-2010. Estos juzgados y tribunales funcionan en los siguientes departamentos: Guatemala, Chiquimula, y Quetzaltenango; (excepto los municipios de Génova, Coatepeque, Flores Costa Cuca y Colimba Costa Cuca).

Su Objetivo

Juzgar y promover la ejecución de la ley en los delitos contemplados en la Ley contra el Femicidio y otras formas de Violencia Contra la Mujer, aprobada por el Congreso de la República mediante Decreto 22-2008.

En la Ley se contemplan los siguientes delitos:
-El Femicidio,
-La Violencia Contra la Mujer, y
-La Violencia económica

Estos órganos jurisdiccionales especializados juzgarán en forma pronta y cumplida los casos en los que las mujeres sean víctimas de violencia.

Su Especialización

- Atención victimológica especializada.
- Equipo humano formado para brindar una atención adecuada a las necesidades de las víctimas.
- Sistema de atención integral a las víctimas.

Además, se ha creado un sistema de registro de violencia contra la mujer, a fin de contar con información confiable que permita tomar las decisiones en tiempo y forma oportuna.

Su Competencia

- Los juzgados penales especializados conocerán a partir del AUTO DE PROCESAMIENTO.
- Los tribunales de sentencia penal especializados, conocerán a partir del AUTO DE APERTURA A JUICIO.

Su Estructura

```

graph TD
    A[JUZGADOS Y TRIBUNALES ESPECIALIZADOS] --> B[JUEZAS Y JUECES ESPECIALIZADOS]
    B --> C[GERENTE]
    C --> D[UNIDAD DE ATENCIÓN AL PÚBLICO]
    C --> E[UNIDAD DE AUDIENCIAS]
    C --> F[UNIDAD DE COMUNICACIÓN Y NOTIFICACIÓN]
    C --> G[UNIDAD DE ATENCIÓN INTEGRAL]
    
```



Su Funcionamiento

El funcionamiento de los juzgados y tribunales especializados será conforme al Modelo de Gestión por Audiencias, pudiendo las partes formular sus requerimientos en forma oral ante las y los jueces. Esto propiciará la transparencia de los actos judiciales, la inmediación de la jueza o juez, así como mayor rapidez en la emisión de resoluciones.

Criterio de Actuación

- Las y los jueces que estén a cargo del caso penal serán competentes para conocer las medidas de seguridad a partir del auto de procesamiento para evitar saturar los juzgados y tribunales especializados.
- Una vez asumida la competencia, la o el juez debe seguir conociendo hasta la resolución que ponga fin al mismo.
- La o el juez especializado atrae los hechos conexos según las reglas del concurso y de la acumulación de casos.



- GUATEMALA**
4ta. Calle 7-37 zona 1
Juzgado de Primera Instancia Penal
Teléfonos 2220-4433 y 2253-0689
Tribunal de Sentencia
Teléfonos 2230-0977 y 2232-1094
- QUETZALTENANGO**
Centro Regional de Justicia,
Diagonal 10 0-34 zona 6
Juzgado de Primera Instancia Penal
Teléfono 7922-6500 y 7739-6000
Extensiones 1087 y 1093
Tribunal de Sentencia
Teléfonos 7922-6500 y 7739-6000
Extensiones 1330 y 1337
- CHIQUIMULA**
5ta. Calle 00-81 zona 5, barrio La Estación
Juzgado de Primera Instancia Penal
Teléfonos 7942-4606 y 7942-6243
Tribunal de Sentencia
Teléfono 7942-7112

Departamento de Comunicación Social
Palacio de Justicia
21 calle 7-70 zona 1
www.oj.gob.gt



NO + VIOLENCIA

Alto al Femicidio

- JUZGADOS DE PRIMERA INSTANCIA PENAL
- TRIBUNALES DE SENTENCIA PENAL DE DELITOS DE FEMICIDIO Y OTRAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER



Su Creación

La Corte Suprema de Justicia creó los Juzgados de Primera Instancia Penal y los Tribunales de Sentencia Penal de Delitos de Femicidio y otras formas de Violencia contra la Mujer, por medio del Acuerdo 1-2010, y reguló su funcionamiento mediante el Acuerdo 30-2010. Estos juzgados y tribunales funcionan en los siguientes departamentos:

Guatemala,
Chiquimula, y
Quetzaltenango.

(excepto los municipios de Génova, Coatepeque, Flores, Costa Cuca y Colimba Costa Cuca).

Su Objetivo

Juzgar y promover la ejecución de lo juzgado en los delitos contemplados en la Ley contra el Femicidio y otras formas de Violencia Contra la Mujer, aprobada por el Congreso de la República mediante Decreto 22-2008.

En la Ley se contemplan los siguientes delitos:

-El Femicidio,

-La Violencia Contra la Mujer, y
-La Violencia económica

Estos órganos jurisdiccionales especializados juzgarán en forma pronta y cumplida los casos en los que las mujeres sean víctimas de violencia.

¿Dónde puedo presentar la denuncia?

- Ministerio Público en cualquier fiscalía distrital o municipal de su localidad y en la Fiscalía de la mujer
- En la ciudad, Oficina de Atención Permanente del Ministerio Público las 24 horas del día los 365 días del año
- Policía Nacional Civil, las 24 horas del día los 365 días del año
- Juzgados de su localidad
- Juzgados de Turno de 24 horas
- En los Bufetes populares
- Procuraduría General de la Nación
- Procuraduría de los Derechos Humanos.

Atención

No más silencio

- Denuncie y comuníquelo inmediatamente a alguien cercano o de confianza

Acérquese

- Ministerio Público, Policía Nacional Civil, Juzgados de su localidad, Centro de Salud, hospitales locales.

Si es víctima de violencia sexual

- No bañarse, no lavarse la boca ni tomar medicina antes de ser examinada.
- Guardar la ropa que llevaba puesta en el momento del ataque.
- Solicitar medicamentos para prevenir enfermedades de transmisión sexual.

Para denunciar

- De preferencia presentar un documento de identificación, **NO ES OBLIGATORIO.**
- Aportar información relacionada al hecho de violencia.
- No es requisito presentarse con abogado/a
- **TODOS PODEMOS DENUNCIAR**

En caso de emergencia **Llame al 110** Policía Nacional Civil

Violencia contra la mujer es:

Violencia física:

Cuando una mujer es golpeada o lastimada en su cuerpo, ya sea con manos, pies, armas u otros objetos.

Violencia psicológica/emocional:

Cuando se le causa sufrimiento emocional a una mujer, se le intenta agredir, se le insulta, se le grita, se le humilla, se le amenaza o se le intimida; a ella, a sus hijos e hijas.

Violencia sexual:

Cuando se le obliga a una mujer a tener relaciones sexuales, se le obliga a prostituirse; no se le permite que use métodos de planificación familiar o no se le permite proteger contra enfermedades de transmisión sexual. Cuando se daña sexualmente a la mujer con cualquier objeto.

Violencia económica:

Cuando el hombre no proporciona el dinero suficiente para los gastos del hogar, se niega a dar pensión alimenticia, no permite que la mujer disponga de sus bienes y controla su dinero; destruye o se apropia de los bienes de la mujer y de su hogar; se queda o esconde los instrumentos de trabajo, documentos y objetos personales de la mujer y de sus hijos e hijas.



- **GUATEMALA**
Diagonal 6, 17-35 zona 10
Juzgado de Primera Instancia Penal
Teléfonos 2220-4433 y 2253-0689
Tribunal de Sentencia
Teléfonos 2230-0977 y 2232-1094
- **QUETZALTENANGO**
Centro Regional de Justicia,
Diagonal 10 0-34 zona 6
Juzgado de Primera Instancia Penal
Teléfono 7922-6500 y 7739-6000
Extensiones 1087 y 1093
Tribunal de Sentencia
Teléfonos 7922-6500 y 7739-6000
Extensiones 1330 y 1337
- **CHIQUMULA**
5ta. Calle 00-81 zona 5, barrio La Estación
Juzgado de Primera Instancia Penal
Teléfonos 7942-4606 y 7942-6243
Tribunal de Sentencia
Teléfono 7942-7112

Palacio de Justicia
21 calle 7-70 zona 1
www.oj.gob.gt

NO +
VIOLENCIA
Alto al Femicidio

- **JUZGADOS DE PRIMERA INSTANCIA PENAL**
- **TRIBUNALES DE SENTENCIA PENAL DE DELITOS DE FEMICIDIO Y OTRAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER**



6 Entrevistas y encuestas

- Entrevista Personal

FUENTE DE INFORMACIÓN	ÍTEM / PREGUNTAS
A la Presidenta de la CSJ y del OJ: Thelma Aldana	<p>¿Qué mecanismos de comunicación tiene para llegar a su usuario sobre las judicaturas de femicidio?</p> <p>¿Manejan algún tipo de comunicación interna y capacitaciones constantes al personal?</p> <p>¿Ud. manejan capacitación especial para el personal? ¿Qué aspectos toman en cuenta?</p> <p>¿Ud. considera que es suficiente lo que se ha hecho presidenta o cree que falta algo más?</p> <p>La prevención no les corresponde, sino la aplicación de la justicia, ¿es suficiente lo que tienen, los recursos no son suficientes, cree que es el principal obstáculo que tiene?</p> <p>¿Se han logrado las metas propuestas?</p> <p>¿Ud. cree que la información que le ha llegado al público es suficiente?</p> <p>A nivel de capital Uds. han tenido que ampliar sus servicios, incluso la necesidad de nuevas instalaciones.</p> <p>¿Es necesario darle conocer a la población la necesidad que existe de que se denuncie?</p>

- Entrevista por correo electrónico

FUENTE DE INFORMACIÓN	ÍTEM / PREGUNTAS
Directora de Comunicación Social del OJ: Nicté Lemus	<p>¿Qué instrumentos y técnicas utilizan para comunicarse con su público externo?</p> <p>¿Qué instrumentos y técnicas de intercambio de información interna se usan?</p> <p>¿Son funcionales estas técnicas e instrumentos usados?</p> <p>¿Qué aspectos de intercambio de información cambiaría interna y porqué?</p> <p>¿Qué aspectos de intercambio de información cambiaría externa y porqué?</p> <p>¿Cuáles son las metas de la organización para este año?</p> <p>¿Cree que los colaboradores en las judicaturas tienen claro los objetivos y metas que se quieren alcanzar?</p> <p>¿Cómo les hace llegar esta información?</p> <p>¿Los procesos administrativos son funcionales?</p> <p>¿Cuáles son los principales obstáculos que considera deben afrontar para brindar el servicio?</p> <p>¿Considera que pueden encontrarse una solución a esas debilidades?</p> <p>¿Considera que en el tema de comunicación la institución ha hecho suficiente?</p> <p>¿Cree que es necesario fortalecer los procesos de intercambio de información interna?</p> <p>¿Cree que es necesario fortalecer los procesos de intercambio de información externa?</p> <p>¿Cuentan las judicaturas contra el femicidio con una estrategia de comunicación, si es negativa porque? Y si es positiva en ¿qué consiste?</p> <p>¿Qué tipo de relación de comunicación y apoyo tiene con otras instituciones o empresas?</p> <p>¿Cuentan las judicaturas contra el femicidio con identidad corporativa?</p> <p>¿Las instalaciones consideran que influyen en la prestación del servicio y porqué?</p> <p>Los prestadores del servicio y que tienen relación directa con el público ¿cree que les falta algo para mejorar?</p>

- Encuestas personales para auxiliares de justicia

FUENTE DE INFORMACIÓN	ÍTEM / PREGUNTAS
Trabajadores de las judicaturas contra el femicidio y otra formas de violencia contra la mujer	<p>¿Tiene claro cuáles son sus funciones y responsabilidades en su puesto de trabajo?</p> <p>¿Le explicaron cuáles son sus funciones y responsabilidades en su puesto de trabajo?</p> <p>¿Tiene claras las políticas y reglamentos de la judicatura a la que pertenece?</p> <p>¿Conoce la misión, visión y objetivos de la institución?</p> <p>¿Tiene clara la misión visión y objetivos de la institución?</p> <p>¿La misión y visión de la institución son claras?</p> <p>¿Tiene claro qué es lo que la institución espera de Ud.?</p> <p>¿Utiliza la misión para desempeñar su trabajo?</p> <p>¿Utiliza la visión para desarrollar su trabajo?</p> <p>¿Considera que los objetivos trazados son buscados?</p> <p>¿Conoce las metas y los objetivos que pretende alcanzar su judicatura para este año?</p> <p>¿Tiene claro cuáles son los beneficios de laborar en esta institución?</p> <p>¿Qué medios internos de comunicación utiliza la institución?</p> <p>¿Cree que es clara la información que Ud. recibe para desempeñar su trabajo?</p> <p>Sus dudas ¿son aclaradas?</p> <p>¿Cree que esto debe mejorarse? ¿Qué sugiere?</p> <p>¿Su jefe inmediato acepta sugerencias?</p> <p>¿El empleado es tomado en cuenta para la toma de decisiones en la judicatura?</p> <p>¿Su jefe inmediato le proporciona todas las herramientas e insumos para desarrollar su trabajo?</p> <p>¿Cree que los medios usados para intercambiar información en su puesto de trabajo son los adecuados?</p> <p>¿Mantiene Ud. contacto directo con el usuario?</p> <p>¿Cree que los métodos usados para trasladar información al público son los adecuados?</p> <p>¿La atención al público es la mejor?</p> <p>¿Cree que es necesario mejorar o cambiar el tipo de atención? ¿Qué sugiere?</p> <p>¿Cree que el usuario de su servicio está satisfecho con su atención?</p> <p>¿El usuario recibe suficiente información de lo que requiere?</p> <p>¿Considera que el usuario recibe tiempo suficiente para aclarar sus dudas?</p> <p>¿Cree que el usuario recibe información institucional suficiente?</p> <p>¿Las instalaciones son las adecuadas para el servicio que presta?</p> <p>¿Cree que deben mejorarse?</p> <p>¿Las instalaciones limitan su acción de trabajo?</p> <p>¿Cree que la judicatura para la que Ud. labora es lo suficientemente conocida por los usuarios?</p> <p>¿Cree que debería haber más información sobre la ubicación?</p> <p>¿Considera que el usuario conoce sus derechos del servicio que requiere en esa institución?</p> <p>¿El usuario es tratado como a Ud. le gustaría que le atendieran?</p> <p>¿Utiliza Ud. un lenguaje adecuado para ofrecer su servicio?</p> <p>¿Cree Ud. que el usuario resuelve las dudas que tiene?</p> <p>¿Hay algún teléfono directo a su judicatura al servicio del usuario? ¿Cuáles es?</p>

- Encuestas personales a mujeres

FUENTE DE INFORMACIÓN	ÍTEM / PREGUNTAS
Posibles usuarias de las judicaturas de femicidio y otra formas de violencia contra la mujer	<p>¿Tiene claro cuáles son los beneficios de utilizar este servicio?</p> <p>¿Los servicios que ofrecen son de calidad?</p> <p>¿Le ha servido de alguna manera la ayuda que le han brindado?</p> <p>¿Tiene claro cuáles son sus funciones de las judicaturas contra el femicidio y otras formas de la violencia contra la mujer?</p> <p>¿Le explicaron cuáles son sus funciones y responsabilidades de las judicaturas contra el femicidio y otras formas de la violencia contra la mujer?</p> <p>¿Cree que la información proporcionada es suficiente en la judicatura es suficiente?</p> <p>Sus dudas ¿son aclaradas?</p> <p>¿Cree que utilizaron suficiente tiempo para aclarar sus dudas?</p> <p>¿Utilizan lenguaje comprensible para explicar lo que Ud. preguntó?</p> <p>¿Le explicaron cuáles son sus derechos dentro de la judicatura?</p> <p>¿La atención al público es adecuada en las judicaturas?</p> <p>¿Cree que esto debe mejorarse?</p> <p>¿Considera que hay coordinación con otras instituciones?</p> <p>¿Cree es necesario mejorar la comunicación de la judicatura con otras entidades o instituciones?</p> <p>¿Cree que la cobertura a nivel capital es suficiente?</p> <p>¿Cree que se han informado lo suficiente para dar a conocer el servicio que en la judicatura se presta?</p> <p>¿Cree que los métodos o medios usados para trasladar información al público son los adecuados?</p> <p>¿Considera que debe ponerse atención en la comunicación hacia el usuario?</p> <p>¿Las instalaciones son las adecuadas para el servicio que requiere?</p> <p>¿Cree que deben mejorarse las instalaciones?</p> <p>¿La ubicación de las judicaturas es accesible?</p> <p>¿Cree que es necesario ampliar el servicio?</p> <p>¿Cree que el horario debe ampliarse?</p> <p>¿Salió satisfecho del trato que le dieron?</p> <p>¿Qué mejoraría de las judicaturas contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer?</p>