

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA DESCENTRALIZAR
EL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y PRENSA
DEL MINISTERIO PÚBLICO**

Emy Rosmery González Ramírez

Guatemala, abril 2018

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA DESCENTRALIZAR
EL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y PRENSA DEL
MINISTERIO PÚBLICO**

Trabajo de tesis presentado por
Emy Rosmery González Ramírez

Previo a optar el título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora de tesis
Dra. Aracelly Krisanda Mérida González

Guatemala, abril 2018

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Representantes Estudiantiles

Anaité Machuca
Mario Barrientos

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González, Presidenta
Lic. Douglas Danilo Barillas Peña, Revisor
M.A. Carlos Antonio Melgar Contreras, Revisor
Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón, Examinador
M.A. Edgar Augusto Martínez García, Examinador
Lic. Hugo Rolando Castro Guzmán, Suplente



Guatemala, 14 de septiembre de 2016
Dictamen aprobación 123-16
Comisión de Tesis

Estudiante
Emy Rosmery González Ramírez
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante González

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.5 del punto 1 del acta 16-2016 de sesión celebrada el 14 de septiembre de 2016 que literalmente dice:


1.5 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante: *Emy Rosmery González Ramírez, carné 9410323, proyecto de tesis: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA DESCENTRALIZAR EL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y PRENSA DEL MINISTERIO PÚBLICO.* B) *Nombrar como asesor (a) a: Dra. Aracelly Krisanda Mérida González.*

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



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

418-16

Guatemala, 06 de octubre de 2017
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 069-2017

Estudiante
Emy Rosmery González Ramírez
Carné 2428 83885 0101
Registro Académico 9410323
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: *ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA DESCENTRALIZAR EL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y PRENSA DEL MINISTERIO PÚBLICO*.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González	presidente(a)
Lic. Douglas Danilo Barillas Peña	revisor (a)
M.A. Carlos Antonio Melgar Contreras	revisor (a)

Atentamente.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



C.C. comité revisor
Archivo expediente
AMSV/G.A.

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Guatemala, 26 de octubre de 2017.

Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

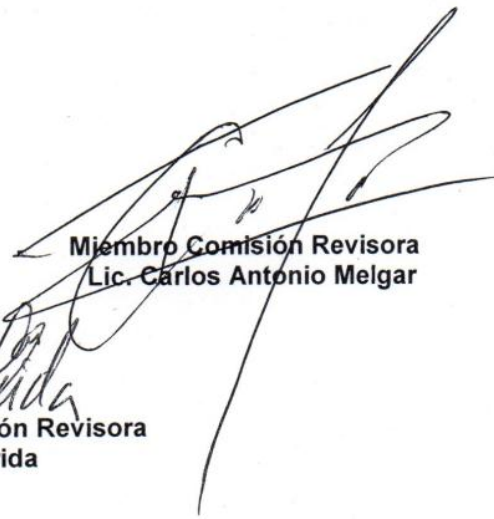
Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel
Ciudad Universitaria, zona 12.

Atentamente informamos a ustedes que la estudiante Emy Rosmery González Ramírez, con registro académico, 9410323 y carné 2428-83885-0101, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su Tesis, cuyo título es: "Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público". En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"Id y enseñad a todos"



Miembro Comisión Revisora
M.A. Douglas Barillas



Miembro Comisión Revisora
Lic. Carlos Antonio Melgar



Presidente Comisión Revisora
Dra. Aracelly Mérida

c.c. archivo



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

418-16

Guatemala, 01 de marzo de 2018
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
CT-Akmg-No.020-18

Estudiante
Emy Rosmery González Ramírez
Carné 2428 83885 0101
Registro Académico 9410323
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: *"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA DESCENTRALIZAR EL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y PRENSA DEL MINISTERIO PÚBLICO"*, siendo ellos:

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González	presidente(a)
Lic. Douglas Danilo Barillas Peña	revisor(a)
M.A. Carlos Antonio Melgar Contreras	revisor(a)
Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón	examinador(a)
M.A. Edgar Augusto Martínez García	examinador(a)
Lic. Hugo Rolando Castro Guzmán	suplente

Cuando Secretaría nos indique la fecha de su examen privado se la estaremos confirmando vía correo electrónico, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García,
Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

c.c: Comité Examinador
Archivo/expediente
AM/SVMG/AiJr

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



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

418-16

Guatemala, 17 de abril de 2018
Orden de impresión/NR
CT-Akmg- No. 007-18

Licenciado (a)
Emy Rosmery González Ramírez
Carné 2428 83885 0101
Registro Académico 9410323
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a):


Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA DESCENTRALIZAR EL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y PRENSA DEL MINISTERIO PÚBLICO", se emite la orden de impresión.


Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC



Copia: archivo
AM/SVMG/ajr



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

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

Dedicatoria

A Dios Todo Poderoso: Mi fuente de fe y fortaleza. Porque de Él, y por Él y en Él, son todas las cosas. A Dios sea la gloria y honra por los siglos. Amén.

A mi Padre: Humberto Gustavo González Álvarez (+). En agradecimiento póstumo para un hombre de ejemplo, entregado a su familia. El pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida. Gracias por su incondicional amor, apoyo y todos sus esfuerzos y enseñanzas. Siempre estará en mi corazón y pensamientos. Lo amo papi.

A mi Madre: Josefina Ramírez de González. Por su apoyo en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor incondicional. La amo mami.

A mis Hijos: Vladimir y Leilany. Mis incondicionales compañeros de viaje en este trayecto llamado vida, desde su nacimiento se convirtieron en mis más tiernas y firmes expresiones de motivación, me impulsan a siempre avanzar en cada meta propuesta y ser ejemplo para ustedes. Gracias por su comprensión. Los amo. Bendigo sus vidas en el Nombre de Jesús. Le pido a Dios les conceda cumplir cada uno de sus proyectos y sueños.

Al padre de mis hijos: Francisco Antonio González Arrecis. Gracias por todo.

A mis Hermanos: Darling, Jerson, Yósselin. Con mucho cariño, les insto a seguir adelante. Dios bendiga cada uno de sus sueños y proyectos.

Agradecimientos

A mi querida Sully Amibeth Johnson. "*Mi nana universitaria*". Muchísimas gracias por todo, tu cariño, apoyo y amistad incondicional. Dios te compense mi amiga, por cada consejo, atenciones brindadas y momentos compartidos.

Mi asesora de tesis: Dra. Aracelly Krisanda Mérida González. Muchas gracias por todo su apoyo y paciencia, por compartir sus conocimientos. Mis respetos a una excelente profesional.

A mi prima: María del Rosario Melgar Martínez: Mujer de fe, fortaleza firme, perseverante. Gracias por contagiarme de tu entusiasmo, por todo tu apoyo, cada palabra, consejo, atención y, sobre todo, por tu cariño para mí y mis hijos.

A mis amigas y amigos:

A cada uno de ustedes, gracias por apoyarme de una u otra forma e instarme a seguir adelante. Gracias por su amistad, cariño y comprensión en los buenos y malos momentos. Los llevo en mi corazón, nunca podré pagarle a la vida el privilegio conocerlos y compartir con ustedes. Dios los bendiga a cada uno por nombre.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de prepararme como profesional en tan distinguida casa de estudio.

Resumen	i
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
1. MARCO CONCEPTUAL	2
1.1 Título del tema	2
1.2 Antecedentes	2
1.3 Justificación	3
1.4 Planteamiento del problema	4
1.5 Alcances y límites	5
CAPÍTULO 2	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Comunicación Estratégica	7
2.1.1 Modelo de Comunicación Estratégica.....	10
2.1.2 Funciones de la Comunicación Estratégica	11
2.1.3 Uso de la Comunicación Estratégica	12
2.1.4 Clasificación de la Comunicación Estratégica	13
2.2 Funcionalismo	14
2.3 Comunicación Institucional	14
2.3.1 Tipos de Comunicación Institucional.....	16
2.4 Descentralización.....	18
2.5 Ministerio Público.....	23
CAPÍTULO 3	34
3. MARCO METODOLÓGICO	34

3.1 Método.....	34
3.2 Tipo de investigación	34
3.3 Objetivos.....	35
3.4 Técnicas	35
3.5 Instrumentos	35
3.6 Población	35
3.7 Muestra.....	36
3.8 Procedimiento.....	36
3.9 El proceso que se siguió.....	36
CAPÍTULO 4	39
4. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	39
4.1 Resultados obtenidos del cuestionario realizado a Jefes de Fiscalías, Secretarios y Subsecretarios del Ministerio Público.	39
4.2 Relato de las respuestas de los entrevistados.....	41
4.3 Resultado de la entrevista realizada al Secretario de Política Criminal, Rootman Estiven Pérez.	45
CAPÍTULO 5	50
5.1 Propuesta de Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.....	50
5.2 Introducción	50
5.3 Justificación	50
5.4 Objetivos de la Estrategia.....	51
5.5 Marco Legal	51
5.6 Estructura Organizacional.....	52
5.7 Funciones del Departamento de Información y Prensa	54

5.8 Análisis del entorno.....	61
5.9 Publico objetivo.....	62
5.10 Acciones para la descentralización.....	62
6. CONCLUSIONES.....	68
7. RECOMENDACIONES	69
8. ANEXOS	70
8.1 Encuestas realizadas	70
8.2 Entrevista	91
8.3 Costos para la creación de cada una de las Oficinas de Información y Prensa.....	97
8.4 Presentación de la Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público al Despacho de la Fiscal General y Jefa del Ministerio Público.....	98
8.5 Respuesta de la Fiscal General y Jefa del Ministerio Público a la Presentación de la Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público	99
9. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL MINISTERIO PÚBLICO	100
10. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LAS OCHO REGIONES	101
11. ORGANIGRAMA REGIONAL DEL DEPARTAMENTO Y OFICINAS DE INFORMACIÓN Y PRENSA.....	102
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103
EGRAFÍA.....	107

Resumen

Título: “Estrategia de Comunicación para Descentralizar El Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público”

Autora: Emy Rosmery González Ramírez
Universidad: Universidad de San Carlos de Guatemala
Unidad Académica: Escuela de Ciencias de la Comunicación

Planteamiento del Problema:

¿Cuál es la estrategia de comunicación adecuada que permita la descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público?

Procedimientos para obtener datos:

Para la base teórica se recopiló información bibliográfica de la información tanto en libros, leyes e internet y una encuesta que se realizó a Fiscales, Secretarios y Subsecretarios del Ministerio Público. Así como consultas sobre un Plan de Comunicación que contiene el diagnóstico sobre la situación del Departamento de Información y Prensa. Posteriormente se realizó una elaboración propia de organigrama de la descentralización del Departamento. Esto permitió obtener una información amplia y profunda sobre los temas para determinar las necesidades del mismo.

Resultados:

Se partió de los resultados del Diagnóstico de Comunicación realizado por USAID en el año 2013, donde se evidenció la necesidad de mejorar la comunicación institucional, en todas las fiscalías del Ministerio Público; asimismo el Plan de Comunicación estableció la descentralización de dicho departamento, como acción fundamental para alcanzar con éxito sus objetivos.

Es por ello, que con base a ese diagnóstico en esta tesis se propone una Estrategia de Comunicación, la cual se basa en aprovechar el proceso de regionalización de las Fiscalías dentro del Ministerio Público, según el artículo 16 de la Ley Orgánica del MP -tras la creación de la Coordinación Nacionales y Fiscales Regionales, quien tendrá a su cargo la articulación con los fiscales regionales-; para sensibilizar sobre la necesidad de descentralizar el Departamento de Información y Prensa de la Institución, que implicaría, que de la forma en que se defina esa regionalización, se incluya personal y equipo para que cada región cuente con una Oficina de Información y Prensa, que permita recabar, procesar, redactar y publicar los resultados obtenidos de las Fiscalía, los cuales serán trasladados hacia la sede central en la ciudad capital.

Conclusiones:

- Se describió la estrategia de comunicación para descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.
- Se detallaron las necesidades identificadas para descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público
- Se propuso los lineamientos con base a las reformas de la Ley Orgánica del Ministerio Público la conformación de oficinas de prensa con base a las ocho regiones que conforman las fiscalías para informar a los medios de comunicación locales.

INTRODUCCIÓN

Esta tesis tiene como objetivo presentar una estrategia de comunicación que permita la descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público, para destacar la importancia de fortalecer su imagen y prestigio ante la ciudadanía.

Por medio de la creación de oficinas de Información y Prensa regionales que, en base a directrices establecidas por el Departamento de Información y Prensa central del Ministerio Público, contribuyan a la generación de información de resultados de las sedes Fiscales a nivel nacional

Asimismo, esta propuesta busca visibilizar a nivel nacional el conjunto de principios, normas y aspiraciones que han orientado las funciones del Departamento de Información y Prensa. Además, inhiere incorporar la información que pueda dar respuesta a los vacíos detectados a través del Diagnóstico de Comunicación Institucional realizado por USAID en el año 2013, que contiene información actualizada recogida a través de cuestionarios, efectuados al personal de las distintas fiscalías; con entrevistas, informantes claves del DIP y la revisión documental que corresponda a esta misma acción estratégica.

La estrategia de comunicación para esta labor busca dar a conocer de forma eficaz y eficiente el trabajo que realiza el Ministerio Público, y así contribuir a generar confianza y bienestar en la población, por lo que se considera de importancia el estudio del tema en mención para toda la sociedad guatemalteca.

CAPÍTULO 1

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 Título del tema

“Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público”.

1.2 Antecedentes

El Departamento de Información y Prensa (DIP) del Ministerio Público (MP) realizó, por medio de la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID), un Diagnóstico de Comunicación Institucional en el año 2013; el cual permitió una primera aproximación al estado de las necesidades comunicacionales en el MP. Con toda la información recabada en dicho diagnóstico fue posible desarrollar y establecer un Plan de Comunicación en el que se trazaron varias acciones necesarias para fortalecer y recuperar la credibilidad y confianza de los usuarios y la ciudadanía.

Dentro de los hallazgos en el Diagnóstico de Comunicación se evidenció la urgente necesidad de mejorar la comunicación institucional, en todas las fiscalías del Ministerio Público; asimismo el Plan de Comunicación estableció la descentralización de dicho departamento, como acción fundamental para alcanzar con éxito sus objetivos. Lo que da como resultado la presente propuesta de descentralización del Departamento de Información y Prensa en el Ministerio Público.

Por aparte, se encontraron trabajos de tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que se relacionan con el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP), como el presentado por Fredierikhs Chavarría, (2016), que lleva por título: *Transformación*

del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público, donde afirma que sí es necesario que se transforme y modernice este departamento con funciones más completas, para evaluar las actividades y opiniones del personal y del usuario, ya que la Institución debe brindar la información que solicite el público, sin encontrar obstáculos.

Y la tesis elaborada por José Javier Oliver Subuyuj De León, (2017), titulada: *Diagnóstico y Propuesta para la Creación de la Oficina de Información y Prensa del Ministerio Público para la Fiscalía Distrital de Chiquimula.*

1.3 Justificación

Si bien se puede remontar a la década de los noventa cuando se reforma el sistema de justicia en el país con un nuevo Código Procesal Penal y la división que se marcó de la Procuraduría General de la Nación y el Ministerio Público, es donde se empieza a generar cobertura mediática del Ministerio Público como fuente de información, y es en el presente siglo que toma mayor relevancia, y más, a partir de 2015.

Ese año marca un cambio en Guatemala en relación al tema de justicia y el rol del Ministerio Público en ese contexto, toda vez que anteriormente llamaba más la atención la institución cuando se llegaba el tiempo de nombramientos a través de la selección del Fiscal General, no así por los casos que impulsada como parte de la cadena de justicia y en el entendido que parte de sus funciones es la de investigar los delitos de acción pública y promover la persecución penal ante los tribunales.

En ese año, 2015, se dan a conocer las denuncias e imputaciones que se hacen a funcionarios públicos llegando hasta la figura de la Presidencia y Vicepresidencia de la República, a quienes el MP con el apoyo de la Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala (la CICIG), señalaron a la pareja presidencial de ese entonces (Otto Pérez y Roxana Baldetti) de formar parte de una banda criminal dedicada al saqueo de fondos públicos.

Ese hecho hace que el tema de justicia, las denuncias y la persecución penal recobren relevancia ante la sociedad. En ese sentido, y tomando en cuenta que en el ámbito estatal la práctica de la información pública y la rendición de cuentas a la sociedad son componentes indispensables y de carácter legal, se requiere de procesos que fortalezcan tanto la fuente de la información como el acceso a la misma.

El artículo 58 de la Ley Orgánica del Ministerio Público establece que el jefe administrativo organizará una oficina que informe a la población y a los medios de comunicación sobre todos los aspectos que se relacionen con la institución y que tengan relevancia pública. Aunque el Departamento de Información y Prensa realiza grandes esfuerzos, no posee la estructura necesaria para cumplir con este mandato.

Entonces, esta tesis tiene como objetivo general establecer la estructura necesaria y adecuada para la descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público y así poder cumplir con el mandato antes mencionado. A través de esta descentralización se contribuirá a visibilizar de manera adecuada el conjunto de principios, normas y aspiraciones que han orientado el trabajo del Departamento de Información y Prensa hasta el día de hoy, y también a incorporar aquellos que puedan dar respuesta a los vacíos detectados a través del Diagnóstico de Comunicación Institucional y que no ha sido posible incorporar por la falta de una distribución apropiada en el departamento.

1.4 Planteamiento del problema

El Departamento de Información y Prensa (DIP) en el Ministerio Público enfrenta aún numerosos retos en materia de comunicación, debido en gran medida a que no han sido implementadas las necesidades que quedaron evidenciadas en los estudios comunicacionales realizados con anterioridad por este mismo departamento.

En la actualidad, el MP cuenta con 22 Fiscalías Distritales, 22 Fiscalías de Sección, 38 Fiscalías Municipales y 4 Regionales a nivel nacional, para atender al público y un Departamento de Información y Prensa (DIP) ubicado en las oficinas centrales. Este es el encargado de generar y transmitir la información y el trabajo que lleva a cabo el MP a través de distintas rutas, ya sea campañas publicitarias, redes sociales, comunicados y conferencias de prensa, entre otros.

Cada día se hace más evidente la carga de trabajo del Ministerio Público, evidenciándose la necesidad de incrementar el personal del Departamento de Información y Prensa, responsabilidad que en la actualidad recae en 10 personas quienes están a cargo del tema de comunicación.

En síntesis, el Departamento de Información y Prensa en el Ministerio Público está consciente del problema que representa para la institución la centralización de este departamento y la urgencia de implementar acciones de una estrategia para lograr una adecuada descentralización. Ante esto, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la Estrategia de Comunicación adecuada que permita la descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público?

1.5 Alcances y límites

1.5.1 Objeto de estudio

El objeto de estudio fue elaborar una “Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público”.

1.5.2. Limitación geográfica

La investigación para desarrollar la presente Estrategia se realizó en la sede central del Ministerio Público ubicado en la 15 avenida 15-16 zona 1, Barrio Gerona de la ciudad capital del departamento de Guatemala.

1.5.3 Limitación Temporal

El tiempo que se llevó a cabo fue de tres meses noviembre del año 2016 a enero del año 2017.

1.5.4 Limitación Poblacional

El Ministerio Público cuenta con 22 Fiscalías Distritales, 22 Fiscalías de Sección y 38 Fiscalías Municipales y 4 Regionales para atender a los usuarios a nivel nacional.

1.5.5 Limitación Institucional

La Institución objeto de estudio es el Departamento de Información y Prensa del Ministerio (DIP).

CAPÍTULO 2

2. MARCO TEÓRICO

Para el mejor entendimiento de los conceptos y/o ideas que se tratan en esta tesis, a continuación, se presentan las definiciones de los temas básicos que se desarrollan en el informe final.

2.1 Comunicación Estratégica

Enunciados sobre conceptos de comunicación

Según lo indica Parra Alvarracín (2000: pp.95-96) “desde una visión social, y en su vinculación con la praxis. “La comunicación es un hecho social omnipresente y permanente, que se expresa en el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos; de modo que quienes participan en ese intercambio se encuentran en capacidad de presuponer sentidos o conceptos similares”.

“La comunicación, entonces, hay que asumirla como una praxis colectiva, que se instituye y manifiesta a través de formas simbólicas y de sistemas de significación, cuya esencia radica en la percepción, generación, producción, intercambio, aceptación-negación de realidades” Parra Alvarracín (2000: p.96). Esta definición reafirma el carácter social de la comunicación. Revela los procesos de transformación en los que ha participado históricamente el ser humano, habiéndose logrado como resultado el dominio de la naturaleza y la creación de la cultura.

Respecto al concepto de comunicación estratégica Ibarra (www.comunicacionestrategica.pe) indica que es necesario conocer la definición tanto de uno y otro término y define que “estrategia” proviene del idioma griego y que su uso inicial estaba ceñido a las operaciones militares. También es sabido que es la forma o el “cómo” se logra una meta. Entonces se puede decir que lo

“estratégico” sirve para lograr objetivos y “comunicación” sirve para cohesionar, educar, informar y persuadir. Funciones que pueden ser usadas todas a la vez, por separado o agrupadas.

Massoni, (2008: p.87) la define de la siguiente manera: “Comunicación: espacio y momento relacionante de la diversidad sociocultural. Espacio de encuentro de los actores. Es estratégica por cuanto es donde ocurre el cambio, la transformación cognitiva de los actores. Implica la participación en tanto es una acción común –con otro– sin pretensiones de completitud.” De la misma manera Tironi y Cavallo, (2001) la describen como: “una práctica que emerge con la maduración que experimenta el campo de las comunicaciones en la modernización de las sociedades cuyo objetivo es convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno en una relación armoniosa y positiva desde el punto de sus intereses y objetivos”.

Con relación a la comunicación estratégica en las organizaciones, Ibarra (www.comunicacionestrategica.pe) desglosa el concepto: “organizaciones como sinónimo de empresa, institución, corporación, asociación, federación o todo tipo de grupo que integra individuos haciendo sinergias para lograr un objetivo, cumplir una misión y hacer realidad una visión en un entramado social del cual forma parte”. Las personas son organizadas por tareas, procesos y sistemas que, con el liderazgo, un entorno favorable y un plan adecuado consiguen el fin que buscan.

A la vez, debe tenerse presente que existen otros grupos de personas que no se organizan por sí mismos, sino que son, por otros, “calificados” y “clasificados” según sus intereses, necesidades, conocimientos, actitudes, conductas, entre otros. De manera amplia, tanto los grupos organizados como los grupos clasificados, forman parte de una gran organización social, de un macro sistema social en el que todos nos organizamos, bien o mal, para vivir. Este gran grupo,

conformado por miles de miles de subgrupos, es el entorno -ambiente externo- en el que nos desarrollamos. Así, cuando una empresa despliega actividades, ellas pueden ser al interior del mismo grupo o exterior a él; con grupos organizados o con grupos segmentados desde la propia óptica de la organización.

Es al unir estos conceptos básicos que Ibarra (www.comunicacionestrategica.pe), plantea una definición para la comunicación estratégica de las organizaciones tan simple como: “Influir y persuadir a las personas dentro y fuera de la organización de manera que se comporten de cierta forma, generando un entorno que favorezca el logro de objetivos tanto de la empresa como los de ellos mismos”.

Otros conceptos relacionados con la concepción del término comunicación estratégica la da Scheinsohn (2009) quien la define como: “una interactividad que interviene para asistir a los procesos de significación, ya sean éstos en empresas o en cualquier otro sujeto social”.

Nosnik (1991) la describe como una forma de pensar sistémicamente en cualquier nivel, ya sea persona, grupal y/o social. Este pensamiento sistémico obliga a concebir el proceso de la comunicación como un sistema para lo cual se necesita estar consciente de todas las partes que la integran. Tironi y Cavallo (2001) manifiestan que es: “una práctica que emerge con la maduración que experimenta el campo de las comunicaciones en la modernización de las sociedades cuyo objetivo es convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno en una relación armoniosa y positiva desde el punto de sus intereses y objetivos”.

2.1.1 Modelo de Comunicación Estratégica

Ser parte de manera fundamental, aunque no exclusiva, del Modelo de Comunicación Estratégica (MCE) que propone Scheinsohn (2010:p. 156) y que plantea el desarrollo de una “(...) estrategia global en la cual se articulen todas las comunicaciones de nivel táctico, gestionándolas como un sistema integrador, sinérgico y coherente”, pero que a la vez busca superar ese nivel intermedio o táctico y encaminarse a un siguiente nivel, el estratégico, para alcanzar objetivos específicos, por lo que la propuesta se sustenta en un marco teórico y metodológico que propone integrar conceptos de comunicación estratégica.

Optar por la comunicación estratégica, supone una mirada integral y coherente con las políticas de desarrollo institucional y se inscribe al nivel de la planificación estratégica. Tal como expone Rubiños (2014), la comunicación estratégica no es entonces simple publicidad de las iniciativas adoptadas, sino una acción planificada en base a los intereses y preocupaciones reales de las y los interesados, a partir de un trabajo previo para identificar sus prioridades y expectativas, y orientar la acción de la institución y las políticas públicas a satisfacerlas, en la medida de lo posible.

Román (2005), al citar a Valsagna (2005), plantea que un enfoque estratégico de la comunicación puede permitir superar las acciones aisladas y potenciar la presencia de la institución en el medio. Asimismo, aportar a dilemas como por ejemplo cómo alcanzar un mayor reconocimiento social de las funciones institucionales, de qué manera democratizar el acceso a la información, cómo sustentar la legitimidad de la institución en el espacio público y propiciar su involucramiento en temas de interés social, cómo contribuir al debate, la formación de opinión y la construcción de ciudadanía.

De acuerdo con Román (2005:p.11) la comunicación constituye “(...) un componente decisivo para lograr la gestión estratégica general de la institución,

para una práctica democrática de producción y circulación de información, para una proyección social de las instituciones públicas que fomente el conocimiento y la participación de la ciudadanía”. Este autor destaca, citando a Levatti (2005), que la comunicación institucional estratégica se vincula con el derecho de las y los ciudadanos a la información, con el derecho de cada institución pública de publicitar sus acciones y con la producción de sentido, pues no sólo se trata de informar sobre los actos institucionales, sino también de lograr la comprensión y el apoyo de la ciudadanía socializando lo que se hace, cómo y por qué. Está orientada a sistematizar los atributos, valores, estilos de la identidad institucional, integrando y dando coherencia a las imágenes que se construyen a partir de sus diferentes acciones y servicios.

Scheinsohn (2010:p.119) al referirse a la comunicación estratégica sostiene que desde esta perspectiva se entiende que deben trascenderse ámbitos restringidos como relaciones públicas, marketing, publicidad, recursos humanos, entre otros, para establecerse en los ámbitos más generales y jerárquicos de las decisiones, y desde allí ofrecer soluciones para los más específicos o restringidos. Describe la comunicación estratégica como “(...) un paradigma sistémico, contingente, principalmente interesado en los efectos mutuos de los elementos que lo componen y que entiende la comunicación como un proceso complejo, dinámico y continuo”.

2.1.2 Funciones de la Comunicación Estratégica

La comunicación estratégica según Pérez González (2001) cumple al menos tres funciones:

- ✚ **Obliga a una reflexión y a un análisis periódico sobre la relación de una organización o de una marca con su público:**

Básicamente se trata de establecer si las relaciones de una

organización con su entorno son las más adecuadas, y, en concreto, son el componente simbólico de esa relación es el que más se adecua para la misión y los fines que dicha organización pretende alcanzar.

- ✚ **Define una línea directriz de la comunicación:** Precisa qué sistemas conviene utilizar y qué peso relativo ha de tener cada uno en razón de los objetivos asignados, el público objetivo, las rentabilidades comparadas y las posibles sinergias.
- ✚ **Da coherencia a la pluralidad de comunicaciones de una organización:** La estrategia de comunicación se convierte así en el marco unitario de referencia al que se remiten todos los actores de la organización, encauzando de facto una misma lectura de los problemas y oportunidades; poniendo en común unos mismos valores y un lenguaje compartido, y, sobre todo, dando coherencia a la pluralidad de voluntades y a la tremenda complejidad de las actuaciones que pueden darse en una institución.

2.1.3 Uso de la Comunicación Estratégica

Con relación a la utilidad de la comunicación estratégica Pérez González (2001), indica que hay que tener en cuenta cómo será percibida cualquiera de las acciones comunicativas llevadas a cabo por parte del receptor para evitar barreras sociales, culturales y lingüísticas que pueden no tenerse en cuenta a la hora de diseñar un mensaje de forma creativa. En las organizaciones se parte de unos determinados principios que el autor señala y que nos dan una idea de la percepción que se tiene de la comunicación estratégica.

Todo en la vida se produce por intercambios comunicativos. Todo comunica. No se puede improvisar la comunicación o dejarla fluir de forma natural porque dará lugar a errores o percepciones erróneas. Nuevos públicos y demandas exigen nuevos sistemas, a no se trata de producir y hacerlo al mejor precio/calidad sino de responder a las demandas sobre responsabilidad social y desarrollo sostenible que exigen los públicos.

2.1.4 Clasificación de la Comunicación Estratégica

Con relación a la clasificación de la comunicación estratégica Pérez González (2001) la clasifica en cuatro niveles de acción:

Nivel estratégico: Toma en cuenta que la estrategia es un plan de acción global que opera en el campo especulativo, con decisiones no estructuradas, mediante el método de prueba y error. La estrategia es el procesado de la información de inteligencia, que facilita saber en dónde es que se está y hacia dónde se dirige. Más que la aplicación de recursos es la explotación de la fuerza potencial. Su principal problema son los fines.

Nivel logístico: Hace una aproximación cognoscitiva a la empresa, para orientar la producción y mantenimiento de todos los recursos necesarios para la consecución de los fines estratégicos comunicacionales.

Nivel Táctico: Refiere a todo lo que tiene que ver con el tacto. La táctica es el arte del mejor empleo de los recursos, así como también lo es detectar el momento más adecuado para su implementación.

Nivel Técnico: Se refiere a todas aquellas maniobras operacionales que, desde cada una de las herramientas tácticas, serán llevadas a cabo.

2.2 Funcionalismo

El funcionalismo es una teoría sociológica que pretende explicar los fenómenos sociales por la función que ejercen las instituciones en la sociedad. Si un cambio social particular promueve un equilibrio armonioso, se considera funcional; si rompe el equilibrio, es disfuncional; y si no tiene efectos, es no funcional. Rosental (1997) Explica que, en el campo de la sociología, los trabajos y el pensamiento de Emile Durkheim, quien por primera vez le dio el carácter de científico a los estudios sociales ha influido notablemente diversos campos del conocimiento humano. Su teoría funcionalista derivada del Positivismo centra su atención en el funcionamiento, regularidades y normas de la sociedad. Alude, en términos generales, al uso de la función, considerada ésta como la manifestación externa de un objeto, en un determinado sistema de relaciones.

El término función nos remite a la idea de la actividad particular que realiza cada objeto, sea cual fuera su condición y clase, para esta teoría, la función es un concepto que, además de expresar las relaciones existentes entre los elementos de un conjunto, manifiesta el carácter de la dependencia de dichos elementos.

2.3 Comunicación Institucional

Rodrich (2012), al citar a Cornelissen (2008), Dolphin (2001) y a Van Riel (1997), destaca que la comunicación institucional es una disciplina y un proceso de gestión que integra la actividad comunicativa de la organización, que se basa en la comunicación de la institución con los interesados y que aspira a una mayor comprensión y valoración de su identidad, de sus principios fundamentales y de su qué hacer. Es decir, que es una disciplina esencial de la gestión institucional, cuyo objeto es garantizar la coherencia del mensaje corporativo y la transparencia, así como de coordinar hacia el interior y exterior de la institución los distintos tipos de

comunicación y de alinearlos con los objetivos, estrategias y cultura institucionales para establecer y mantener una opinión favorable frente a sus distintos públicos.

De acuerdo con Aranes (1996:p.27) la comunicación institucional se asocia con el agente productor del discurso y de realidad: la institución; y, además, con la orientación de la comunicación que se encuentra determinada por dos lógicas: la político-gubernamental y la administrativa-de servicio. Para este autor, “la materialización del principio comunicativo vendría de la puesta en marcha de un sistema de información global, encargado de impulsar y concretar la política de comunicación (...)”. Agrega que en una institución pública “(...) la función de comunicar es un constituyente esencial de su propia actividad: la de prestar servicios a la sociedad”. En ese marco, una perspectiva global (comunicación interna y externa), una estrategia general y compartida por la organización, así como la coherencia de los sentidos transmitidos, son fundamentales.

Tal como expone Rubiños (2014: p.78) el “(...) efectivo vínculo de comunicación entre las instituciones públicas y los ciudadanos es vital para la democracia moderna”. Al citar a Castells (2006), esta autora afirma que “la comunicación es un elemento muy relevante para articular el espacio público contemporáneo, que a su vez es necesario para elevar la calidad de la democracia”. Por otra parte, señala que generar interés y hacer comprensible la información que se hace pública constituye un gran reto para las instituciones que buscan ser transparentes, pues no se trata sólo de cantidad de datos sino de su calidad y posibilidad de uso, de un manejo sencillo y accesible para la mayoría.

En coincidencia con Martínez (1987), citado en Gómez (2007), se puede afirmar que uno de los principales objetivos de la comunicación institucional consiste en identificar y desarrollar al máximo las relaciones con la ciudadanía para reforzar el conocimiento que esta posee del quehacer institucional y procurar consenso alrededor de su gestión. Asimismo, dado el carácter público de las instituciones se

encuentran sometidas al control ciudadano, por lo que tienen obligación de informar y transparentar sus acciones.

Sobre el concepto de comunicación global, Aranes citando a Weil (1996:p.33) plantea que lo que lo caracteriza es “(...) la existencia de una política de comunicación, de un proyecto de organización que recorra e impulse el conjunto de sus acciones y de sus actos de habla. (...) su finalidad consiste en armonizar el decir y el hacer, lo que se enuncia y lo que se practica (...)”. Las palabras y los hechos son comprendidos como entidades inseparables, cuya correspondencia “(...) garantiza el que la coherencia alcance a los contenidos y no sólo afecte aspectos meramente formales o instrumentales (configuración de los mensajes, elección de medios y soportes, etc.)”, lo cual significaría una noción de compromiso frente al servicio a la sociedad.

2.3.1 Tipos de Comunicación Institucional

La comunicación institucional según lo plantea Castro (2001). “Es aquella que establecen las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas. Debido a ello, la comunicación entre los funcionarios de diferentes niveles, los jefes y sus subordinados, y los directivos con el resto de la organización, deberá ser fluida”.

Otros autores refieren que la comunicación organizacional refiere la realidad de la organización como de la identidad corporativa interna, por lo que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes.

A decir de la comunicación organizacional, ésta se centra en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, con el fin de mejorar

la interrelación entre sus miembros, entre éstos y el público externo y así fortalecer y mejorar la identidad y desempeño de las entidades.

2.3.2 Comunicación Interna

La comunicación interna enfrenta una serie de inconvenientes a lo interno de una empresa de grandes dimensiones, ya que debe ser transmitida por conducto de varios niveles de autoridad. En dicha transmisión, el significado del mensaje con frecuencia puede ser tergiversado y/o mal entendido, por lo que es imprescindible que ésta se dé de manera periódica y por medio de los canales adecuados.

En este tipo de comunicación existe la comunicación formal vertical, la cual sigue la cadena organizacional de mando hacia abajo, es decir, desde la mayor autoridad, pasando por los diferentes niveles gerenciales hacia los trabajadores, por medio de boletines, periódicos, oficios, etc.

Asimismo, la comunicación formal horizontal, que se refiere a aquella comunicación entre ejecutivos, supervisores y jefes del mismo nivel de autoridad y se lleva a cabo por medio de conferencias, juntas informativas y discusiones.

2.3.3 Comunicación Externa

Esta tiene que ver con los públicos externos, es decir, consumidores, representantes o distribuidores, proveedores, agencias gubernamentales y legisladores, entre otros. Esta comunicación involucra tres elementos de los cuales depende su efectividad:

1. Transmisor o emisor
2. El Medio de comunicación (mensaje)
3. El Receptor o perceptor

2.4 Descentralización

La descentralización es un proceso que consiste en el traspaso paulatino de competencias, potestades y atribuciones del Gobierno Central al nivel local de la administración pública, casi siempre las municipalidades; la redistribución del poder político en una sociedad, de tal forma que la población resuelva sus problemas y genere su desarrollo desde las localidades

Los gobiernos centrales, en países desarrollados y en vías de desarrollo, han iniciado en los últimos 30 años procesos de descentralización de sus responsabilidades políticas, fiscales y administrativas hacia los estados subnacionales y organizaciones del sector privado y el social.

La descentralización ha provocado mucho interés en los círculos académicos por su carácter global, que incluye aspectos como establecer la relación entre el desarrollo fiscal y el desarrollo financiero; la estabilidad macroeconómica y el alivio a la pobreza, la red de protección social; la capacidad institucional, la corrupción y la gobernabilidad; la inversión en infraestructura y la provisión de servicios sociales.

En Centroamérica, por ejemplo, la ley guatemalteca según el decreto 14-2002 del Congreso de la República de Guatemala, define la descentralización como “el proceso mediante el cual se transfiere desde el Organismo Ejecutivo a las municipalidades y demás instituciones del Estado, y a las comunidades organizadas legalmente, con participación de las municipalidades, el poder de decisión, la titularidad de la competencia, las funciones, los recursos de financiamiento para la aplicación de las políticas públicas nacionales, a través de la implementación de políticas públicas nacionales, a través de la implementación de políticas municipales y locales en el marco de la más amplia participación de los ciudadanos, en la administración pública, priorización y ejecución de obras,

organización y prestación de servicios públicos, así como el ejercicio del control social sobre la gestión gubernamental y el uso de los recursos del Estado”.

2.4.1 Descentralización y gobernabilidad

La descentralización tiene que ver con la gobernabilidad. La palabra gobernabilidad tiene dos significados. Uno se refiere al complejo de instituciones y organizaciones que regulan la vida en sociedad. Abarca normas (leyes formales y consuetudinarias, reglamentos internos de las organizaciones, imperativos morales, obligaciones contractuales, etc.) y agrupaciones sociales (familia, iglesia, municipio, asociaciones profesionales, partidos políticos, bancos, empresas comerciales, cooperativas, tribunales, gobierno, parlamento). El otro sentido se refiere al acto de gobernar, esto es, la forma como se establecen las instituciones (por ejemplo, como se proponen y se promulgan las leyes) y la forma como las organizaciones se comportan, manejan sus asuntos y gobiernan a la gente. Ambos sentidos de la palabra están incluidos en el término buena gobernabilidad. La creciente conciencia de la importancia de la buena gobernabilidad ha sido un elemento fundamental de los años noventa.

Ello se refiere al sistema apropiado para lograr metas de la sociedad tales como la estabilidad, el crecimiento, la equidad, la justicia, la eficiencia; y a la acción de los que manejan las organizaciones de tal manera que se logren dichas metas. En este Manual, el interés en la buena gobernabilidad se limita a la prestación de los servicios de apoyo a la agricultura.

Lograr una buena gobernabilidad puede requerir el análisis y la reforma de las instituciones que conforman el marco político, cultural y burocrático de un país. La descentralización, en su más amplio sentido, se convierte entonces en un punto central del nuevo enfoque.

2.4.2 Descentralización y democratización

La descentralización de la administración pública, al hacer cambios en la asignación de responsabilidades y recursos entre los diferentes ámbitos y organismos del gobierno, se vincula estrechamente al proceso de democratización política. Cuando los gobiernos son elegidos libremente por la población se podría esperar que mientras más bajo sea el ámbito de gobierno, más cercana será la relación de las personas en el poder con su electorado. El debate político tiende a centrarse hacia los problemas específicos del lugar y es mucho más accesible a los votantes. Puede esperarse que esta relación más cercana entre políticos y ciudadanos, conjuntamente con un debate más concreto, aumentará la responsabilidad de los políticos frente a aquéllos que los apoyan. Ello, a su vez, genera:

- Cambios en la estructura del gasto público en términos del tipo de actividades que reciben apoyo de los ciudadanos, así como en la distribución geográfica del gasto en el territorio nacional.
- Aumento en la transparencia del proceso de toma de decisiones.
- Mejora en la cantidad y calidad de los servicios prestados.
- Aumento de la disposición, por parte de quienes reciben un servicio mejor y más confiable, a pagar por él.
- Mejoras en la recuperación de costos y en la recaudación de recursos de fuentes distintas al gobierno central.
- Posible descenso del costo global asumido por el gobierno.

2.4.3 Razones para la descentralización

La descentralización según Trujillo (2006), es necesaria para el diseño y ejecución de políticas públicas eficaces. Esto por la cercanía al ciudadano y sus problemas. Los elementos de los procesos descentralizadores son importantes en cualquier nación, pero indispensables en una, como la guatemalteca, con diversidad lingüística, étnica, cultura, educativa y de desarrollo.

Así también de acuerdo a Mattos (1990) la descentralización tiene como objetivo aumentar el poder, la autonomía de la decisión y el control de los recursos, las responsabilidades y las competencias de las colectividades locales, en detrimento del poder de los órganos del gobierno central. Un aspecto importante a considerar son los verdaderos alcances de la descentralización.

Entre estos alcances, la descentralización promueve el crecimiento económico y el desarrollo social de las localidades, aumentar la participación ciudadana y democratizar los procesos políticos y sociales. Los procesos de descentralización están ligados a distintas expectativas y pueden servir de instrumento para alcanzar diferentes objetivos, principalmente fomentar procesos que favorezcan una colaboración constructiva y dinámica entre el Estado, el sector privado y la sociedad, así como entre las fuerzas políticas y las autoridades del Estado central y las de las entidades descentralizadas, Benique (s.f.), indica los objetivos de los procesos de descentralización

2.4.4 Regionalización

La Regionalización es una metodología, un procedimiento o una intervención para modificar el orden territorial de un Estado en unidades territoriales más pequeñas. La regionalización implica la división de un territorio en áreas menores con características comunes y representa una herramienta metodológica básica en la planeación ambiental, pues permite el conocimiento de los recursos para su manejo adecuado. La importancia de regionalizaciones de tipo ambiental estriba en que se consideran análisis basados en ecosistemas, cuyo objetivo principal es incluir toda la heterogeneidad ecológica que prevalece dentro de un determinado espacio geográfico para, así, proteger hábitats y áreas con funciones ecológicas vitales para la biodiversidad, las cuales no hubiesen sido consideradas con otro tipo de análisis.

En Guatemala existe una Ley de Regionalización creada por el Decreto número 70-86 del Congreso de la República la cual, según su artículo 1, se creó con el objetivo de descentralizar la administración pública y lograr que las acciones de gobierno se lleven a cabo conforme a las necesidades de la población, se establecen regiones de desarrollo.

Según especifica en artículo 2: Se entiende por región la delimitación territorial de uno o más departamentos que reúnan similares condiciones geográficas, económicas y sociales, con el objeto de efectuar acciones de gobierno en las que, junto o subsidiariamente con la administración pública, participen sectores organizados de la población.

Su artículo 3. Para el ordenamiento territorial y el funcionamiento de los Consejos Regionales de Desarrollo Urbano y Rural, se establecen regiones, las cuales deben integrarse preferentemente en razón de la interrelación entre centros urbanos y potencial de desarrollo del territorio circundante, así:

- I. **Región Metropolitana:** Integrada por el departamento de Guatemala.
- II. **Región Norte:** Integrada por los departamentos de Alta y Baja Verapaz.
- III. **Región Nororiente:** Integrada por los departamentos de Izabal, Chiquimula, Zacapa y el Progreso.
- IV. **Región Suroriente:** Integrada por los departamentos de Jutiapa, Jalapa y Santa Rosa.
- V. **Región Central:** Integrada por los departamentos de Chimaltenango, Sacatepéquez y 1. Escuintla.
- VI. **Región Suroccidente:** Integrada por los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango, Totonicapán, Sololá, Retalhuleu y Suchitepéquez.
- VII. **Región Noroccidente:** Integrada por los departamentos de Huehuetenango y Quiché.
- VIII. **Región Petén:** Integrada por el departamento de Petén.

2.4.5 Público o ciudadanía

Toda institución pública gestiona información que es fundamental para el desarrollo de sus actividades y para proyectarse hacia sus diferentes públicos. Aunque dicha gestión no sea intencionada, siempre se comunica. Las instituciones y servicios públicos se encuentran cada vez más expuestos al escrutinio público, los públicos clave y la sociedad en general tienen y generan percepciones acerca de estos. Por lo que, tal y como lo expone Aranes (1996:p.34), “(...) para la correcta gestión político-administrativa de los asuntos públicos es indispensable reconocer en todo su sentido a la ciudadanía -individual y colectivamente- como el principal destinatario de su actividad”.

2.5 Ministerio Público

El Ministerio Público es una institución auxiliar de la administración pública y de los tribunales de justicia, al que corresponde el ejercicio de la acción penal pública y la dirección de la investigación dentro del sistema de justicia penal guatemalteco. Según se lee en su página web, los servicios que brinda esta institución son: Recepción de denuncias verbales y escritas por la comisión de los delitos contemplados en el Código Penal; atención urgente y especializada para las víctimas del delito y expedición de constancias de las denuncias presentadas. Además, informa que promueve la persecución penal, dirige la investigación de los delitos de acción pública y vela por el estricto cumplimiento de las leyes del país.

La Ley Orgánica del Ministerio Público (MP), en el decreto 40-94, define a esta Institución con funciones autónomas (...) perseguirá la realización de la justicia, y actuará con objetividad, imparcialidad y con apego al principio de legalidad, en los términos que la ley establece.

La Ley Orgánica del Ministerio Público, reformada mediante el Decreto 18-2016, en su artículo 16 en el cual se adiciona el artículo 24 –bis- al Decreto 40-94 del Congreso de la República, el cual queda así: “Artículo 24 –bis-, Coordinación Nacional y Fiscales Regionales. Se crea la Coordinación Nacional, que tendrá a su cargo la articulación con los fiscales regionales. Los Fiscales regionales serán los Jefes del Ministerio Público en las regionales que les fueren encomendadas y los responsables del buen funcionamiento de la Institución en el área respectiva.

2.5.1 Las funciones del Ministerio Público

- 1) Investigar los delitos de acción pública y promover la persecución penal ante los tribunales, según las facultades que le confieren la Constitución, las leyes de la República, y los Tratados y Convenios Internacionales.
- 2) Ejercer la acción civil en los casos previstos por la ley y asesorar a quien pretenda querellarse por delitos de acción privada de conformidad con lo que establece el Código Procesal Penal.
- 3) Dirigir a la policía y demás cuerpos de seguridad del Estado en la investigación de hechos delictivos.
- 4) Preservar el Estado de derecho y el respeto a los derechos humanos, efectuando las diligencias necesarias ante los tribunales de justicia.

Respecto de su autonomía, el Ministerio Público actuará independientemente, por propio impulso y en cumplimiento de las funciones que le atribuyen las leyes sin subordinación a ninguno de los Organismos del Estado ni autoridad alguna, salvo lo establecido en esta ley. Anualmente tendrá una partida en el Presupuesto General de la Nación y sus recursos los administrará de manera autónoma en función a sus propios requerimientos.

El Ministerio Público está integrado por los órganos siguientes: 1) El Fiscal General de la República. 2). Juntas Disciplinarias. 3) Los Fiscales de Distrito y Fiscales de Sección. 4) Los Agentes Fiscales. 5) Los Auxiliares Fiscales.

2.5.2 Fiscal General

El Fiscal General de la República, según la Ley Orgánica del Ministerio Público (MP), en el decreto 40-94, es el Jefe del Ministerio Público y el responsable de su buen funcionamiento, su autoridad se extiende a todo el territorio nacional. Ejercerá la acción penal pública y las atribuciones que la ley le otorga al Ministerio Público, por sí mismo o por medio de los órganos de la institución.

2.5.3 Fiscalías Distritales

Para atender a la población guatemalteca, el Ministerio Público, según se lee en la Ley Orgánica del Ministerio Público (MP), en el decreto 40-94, tiene 22 fiscalías distritales ubicadas estratégicamente a lo largo de la República, las cuales atienden en horario regular, de lunes a viernes de 08:00 a 16:00 horas. Cada una de ellas cuenta con una Oficina de Atención Permanente, que atiende 24 horas todos los días del año.

En todas las fiscalías del Ministerio Público se brinda el servicio de recepción de denuncias verbales y escritas contempladas en el Código Penal.

Así como la atención urgente y especializada para las víctimas del delito y la expedición de constancias de las denuncias presentadas.

(La Ley Orgánica del Ministerio Público, Decreto No. 40-94), establece que los Fiscales de Distrito serán los Jefes del Ministerio Público en los departamentos o regiones que les fueren encomendados y los responsables del buen funcionamiento de la institución en el área respectiva. Ejercerán la acción penal pública y las atribuciones que la ley le otorga al Ministerio Público, por sí mismos o por intermedio de los agentes fiscales y auxiliares fiscales que la ley establece,

salvo cuando el Fiscal General de la República asuma directamente esa función o la encomiende a otro funcionario conjunta o separadamente.

Los Fiscales de Distrito organizarán las oficinas de atención permanente, a cargo de un agente fiscal, para la recepción de las denuncias o prevenciones policiales. Esta oficina también deberá recibir, registrar y distribuir los expedientes y documentos que ingresen y egresen de la institución.

Los Fiscales de Sección serán los Jefes del Ministerio Público en las diferentes secciones que les fueren encomendadas y los responsables del buen funcionamiento de la institución en los asuntos de su competencia. Tendrán a su cargo el ejercicio de las atribuciones que la ley le asigna a la sección a su cargo, actuarán por sí mismos o por intermedio de los agentes fiscales o auxiliares fiscales, salvo cuando el Fiscal General de la República asuma directamente esa función o la encomiende a otro fiscal, conjunta o separadamente.

Estarán a cargo de un Fiscal de Sección las siguientes: 1) Fiscalía de delitos administrativos; 2) Fiscalía de delitos económicos; 3) Fiscalía de delitos de narcoactividad; 4) Fiscalía de delitos contra el ambiente; 5) Fiscalía de asuntos constitucionales, amparos y exhibición personal; 6) Fiscalía de menores o de la niñez; 7) Fiscalía de ejecución; 8) Fiscalía de la mujer.

Las secciones serán competentes para atender, en todo el territorio nacional, los casos que les corresponden de acuerdo a lo establecido en esta ley. Los demás asuntos serán atendidos por los demás órganos del Ministerio Público. El Fiscal General, podrá crear las secciones que se consideren necesarias para el buen funcionamiento del Ministerio Público.

2.5.4 Agentes Fiscales

Los agentes fiscales, especifica la Ley Orgánica del Ministerio Público (MP), en el decreto 40-94, asistirán a los fiscales de Distrito o fiscales de Sección: tendrán a

su cargo el ejercicio de la acción penal pública y en su caso la privada conforme a la ley y las funciones que la ley le asigna al Ministerio Público.

Ejercerán la dirección de la investigación de las causas criminales: formularán acusación o el requerimiento de sobreseimiento, clausura provisional y archivo ante el órgano jurisdiccional competente. Asimismo, actuarán en el debate ante los tribunales de sentencia, podrán promover los recursos que deban tramitarse en las Salas Penales de la Corte de Apelaciones y la Corte Suprema de Justicia.

Los fiscales especiales serán contratados para casos específicos cuando sea necesario garantizar la independencia de los fiscales en la investigación y promoción de la persecución penal. Tendrán las mismas facultades, deberes y preeminencias que los fiscales de distrito o sección y actuarán con absoluta independencia en el caso que se les asignó. En el ejercicio de su función estarán sujetos únicamente a lo que establecen la Constitución Política de la República, los Tratados y Convenios Internacionales y demás leyes del país.

2.5.5 Departamento de Información y Prensa

El Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público fue creado mediante el acuerdo 13-2005, el 04 de abril de 2005. Está conformado por la oficina de acceso a la información pública, protocolo y etiqueta y la oficina de prensa.

El Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público es la dependencia encargada de planificar, organizar, dirigir, ejecutar y evaluar la divulgación interna y externa a través de los diferentes medios de comunicación masiva, de todas aquellas actividades de importancia e interés para la ciudadanía, relacionadas con la gestión del Ministerio Público.

2.5.6 Oficina de Información Pública

Según se observa en la Ley de acceso a la información pública, Decreto 57-2008, esta ley tiene por objeto: 1. Garantizar a toda persona interesada, sin discriminación alguna, el derecho a solicitar y a tener acceso a la información pública en posesión de las autoridades y sujetos obligados por la presente ley; 2. Garantizar a toda persona individual el derecho a conocer y proteger los datos personales de lo que de ella conste en archivos estatales, así como de las actualizaciones de los mismos; 3. Garantizar la transparencia de la administración pública y de los sujetos obligados y el derecho de toda persona a tener acceso libre a la información pública; 4. Establecer como obligatorio el principio de máxima publicidad y transparencia en la administración pública y para los sujetos obligados en la presente ley; 5. Establecer, a manera de excepción y de manera limitativa, los supuestos en que se restrinja el acceso a la información pública; 6. Favorecer por el Estado la rendición de cuentas a los gobernados, de manera que puedan auditar el desempeño de la administración pública; 7. Garantizar que toda persona tenga acceso a los actos de la administración pública.

Esta ley es de orden público, de interés nacional y utilidad social; establece las normas y los procedimientos para garantizar a toda persona, natural o jurídica, el acceso a la información o actos de la administración pública que se encuentre en los archivos, fichas, registros, base, banco o cualquier otra forma de almacenamiento de datos que se encuentren en los organismos del Estado, municipalidades, instituciones autónomas y descentralizadas y las entidades privadas que perciban, inviertan o administren fondos públicos, incluyendo fideicomisos constituidos con fondos públicos, obras o servicios públicos sujetos a concesión o administración.

Esta ley se basa en los principios de: 1) Máxima publicidad; 2) Transparencia en el manejo y ejecución de los recursos públicos y actos de la administración pública; 3) Gratuidad en el acceso a la información pública; 4) Sencillez y celeridad de

procedimiento. Toda la información relacionada al derecho de acceso libre a la información contenida en registros, archivos, fichas, bancos o cualquier otra forma de almacenamiento de información pública, en custodia, depósito o administración de los sujetos obligados, se regirá por lo que establece la Constitución Política de la República de Guatemala y la presente ley.

Es toda persona individual o jurídica, pública o privada, que tiene derecho a solicitar, tener acceso y obtener la información pública que hubiere solicitado conforme lo establecido en esta ley. Es toda persona individual o jurídica, pública o privada, nacional o internacional de cualquier naturaleza, institución o entidad del Estado, organismo, órgano, entidad, dependencia, institución y cualquier otro que maneje, administre o ejecute recursos públicos, bienes del Estado, o actos de la administración pública en general, que está obligado a proporcionar la información pública que se le solicite, dentro de los que se incluye el siguiente listado, que es enunciativo y no limitativo:

1. Organismo Ejecutivo, todas sus dependencias, entidades centralizadas, descentralizadas y autónomas;
2. Organismo Legislativo y todas las dependencias que lo integran;
3. Organismo Judicial y todas las dependencias que lo integran;
4. Todas las entidades centralizadas, descentralizadas y autónomas;
5. Corte de Constitucionalidad;
6. Tribunal Supremo Electoral;
7. Contraloría General de Cuentas;
8. Ministerio Público;
9. Procuraduría General de la Nación;
10. Procurador de los Derechos Humanos;
11. Instituto de la Defensa Pública Penal;
12. Instituto Nacional de Ciencias Forenses de Guatemala;
13. Registro Nacional de las Personas;
14. Instituto de Fomento Municipal;
15. Instituto Guatemalteco de Seguridad Social;
16. Instituto de Previsión Militar;
17. Gobernaciones Departamentales;
18. Municipalidades;
19. Consejos de Desarrollo Urbano y Rural.

20. Banco de Guatemala; 21. Junta Monetaria; 22. Superintendencia de Bancos; 23. Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala, federaciones y asociaciones deportivas nacionales y departamentales que la integran; 24. Comité Olímpico Guatemalteco; 25. Universidad de San Carlos de Guatemala; 26. Superintendencia de Administración Tributaria; 27. Superintendencia de Telecomunicaciones; 28. Empresas del Estado y las entidades privadas que ejerzan funciones públicas; 29. Organizaciones No Gubernamentales, fundaciones y asociaciones que reciban, administren o ejecuten fondos públicos; 30. Todas las entidades de cualquier naturaleza que tengan como fuente de ingresos, ya sea total o parcialmente, recursos, subsidios o aportes del Estado; 31. Las empresas privadas a quienes se les haya otorgado mediante permiso, licencia, concesión o cualquier otra forma contractual la explotación de un bien del Estado; 32. Organismos y entidades públicas o privadas internacionales que reciban, manejen o administren fondos o recursos públicos; 33. Los fideicomisarios y fideicomitentes de los fideicomisos que se constituyan o administren con fondos públicos o provenientes de préstamos, convenios o tratados internacionales suscritos por la República de Guatemala.

34. Las personas individuales o jurídicas de cualquier naturaleza que reciban, manejen o administren fondos o recursos públicos por cualquier concepto, incluyendo los denominados fondos privativos o similares; 35. Comités, patronatos, asociaciones autorizadas por la ley para la recaudación y manejo de fondos para fines públicos y de beneficio social, que perciban aportes o donaciones del Estado. En los casos en que leyes específicas regulen o establezcan reservas o garantías de confidencialidad deberán observarse las mismas para la aplicación de la presente ley.

Los sujetos obligados deberán actualizar su información en un plazo no mayor de treinta días, después de producirse un cambio. La interpretación de la presente ley se hará con estricto apego a lo previsto en la Constitución Política de la República

de Guatemala, la Ley del Organismo Judicial, los tratados y convenios internacionales ratificados por el Estado de Guatemala, prevaleciendo en todo momento el principio de máxima publicidad. Las disposiciones de esta ley se interpretarán de manera de procurar la adecuada protección de los derechos en ella reconocidos y el funcionamiento eficaz de sus garantías y defensas.

Para los efectos de la presente ley, se entiende por: 1. Datos personales: Los relativos a cualquier información concerniente a personas naturales identificadas o identificables. 2. Datos sensibles o datos personales sensibles: Aquellos datos personales que se refieren a las características físicas o morales de las personas o a hechos o circunstancias de su vida privada o actividad, tales como los hábitos personales, el origen racial, el origen étnico, las ideologías y opiniones políticas, las creencias o convicciones religiosas, los estados de salud físicos o psíquicos, preferencia o vida sexual, situación moral y familiar u otras cuestiones íntimas de similar naturaleza.

3. Derecho de acceso a la información pública: El derecho que tiene toda persona para tener acceso a la información generada, administrada o en poder de los sujetos obligados descritos en la presente ley, en los términos y condiciones de la misma. 4. Habeas data: Es la garantía que tiene toda persona de ejercer el derecho para conocer lo que de ella conste en archivos, fichas, registros o cualquier otra forma de registros públicos, y la finalidad a que se dedica esta información, así como a su protección, corrección, rectificación o actualización. Los datos impersonales no identificables, como aquellos de carácter demográfico recolectados para mantener estadísticas, no se sujetan al régimen de hábeas data o protección de datos personales de la presente ley.

5. información confidencial: Es toda información en poder de los sujetos obligados que, por mandato constitucional, o disposición expresa de una ley tenga acceso restringido, o haya sido entregada por personas individuales o jurídicas bajo

garantía de confidencialidad. 6. información pública: Es la información en poder de los sujetos obligados contenida en los expedientes, reportes, estudios, actas, resoluciones, oficios, correspondencia, acuerdos, directivas, directrices, circulares, contratos, convenios, instructivos, notas, memorandos, estadísticas o bien, cualquier otro registro que documente el ejercicio de las facultades o la actividad de los sujetos obligados y sus servidores públicos, sin importar su fuente o fecha de elaboración. Los documentos podrán estar en cualquier medio sea escrito, impreso, sonoro, visual, electrónico, informático u holográfico y que no sea confidencial ni estar clasificado como temporalmente reservado.

7. Información reservada: Es la información pública cuyo acceso se encuentra temporalmente restringido por disposición expresa de una ley, o haya sido clasificada como tal, siguiendo el procedimiento establecido en la presente ley. 8.

Máxima publicidad: Es el principio de que toda información en posesión de cualquier sujeto obligado, es pública. No podrá ser reservada ni limitada sino por disposición constitucional o legal. 9. Seguridad nacional: Son todos aquellos asuntos que son parte de la política del Estado para preservar la integridad física de la nación y de su territorio a fin de proteger todos los elementos que conforman el Estado de cualquier agresión producida por grupos extranjeros o nacionales beligerantes, y aquellos que se refieren a la sobrevivencia del Estado-Nación frente a otros Estados.

2.5.7 Oficina de Prensa

Hoxie Sullivan, M. (2012) asegura que las oficinas de prensa tienen diversas estructuras de personal. Si el personal de la oficina es limitado, como sucede en una oficina pequeña de noticias, la división del trabajo es informal y la mayoría de los empleados hacen tareas generales. Si la organización es mayor, como las grandes empresas de noticias, es posible se disponga de varios funcionarios de prensa y cada uno de ellos sea un especialista o tenga un tema a su cargo. Otras oficinas se organizan por áreas o especialidades, dependiendo del medio de

comunicación que ocupe al encargado de prensa. Algunos sólo se ocupan de los medios impresos, unos atienden la radio y la televisión, y otros los medios sociales.

La cantidad de empleados depende también de la cantidad de reporteros a los que la oficina debe atender y de sus deberes; por ejemplo, ¿se ocupa la oficina sólo de la prensa y los medios sociales, o además de ello se encarga de la redacción de discursos, de las fotografías, videocintas y del seguimiento de noticias? Lo que debe primar en la oficina de prensa es una operación estructurada, disciplinada, flexible y de respuesta rápida, que pueda tratar con facilidad con todos los medios de comunicación, sean tradicionales, sociales o en la web.

CAPÍTULO 3

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Método

Por las premisas con las que se cuentan, el método utilizado en el desarrollo de esta tesis es el deductivo, pues es necesario cumplir con el mandato que estipula el artículo 58 de la Ley Orgánica del Ministerio Público de organizar una oficina que informe a la población y a los medios de comunicación, con todo lo relacionado con la Institución y que tenga relevancia pública. Por lo que es necesaria la descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público, pues en la actualidad no se cuenta con oficinas a nivel departamental que cumpla con esta función.

Durante la investigación también se aplica el método descriptivo pues se detalla y se utilizan herramientas para describir. Tiene un enfoque humanista, comprensivo y trata de conocer los hechos, procesos, estructuras y personas en su totalidad.

Esto permite describir en la estrategia cómo se realizará la Descentralización del Departamento de Información y Prensa y la conformación de siete Oficinas de Información y Prensa para cumplir con el mandato de la Institución, informar a población sobre el qué hacer de la Institución.

3.2 Tipo de investigación

La estrategia de descentralización del Departamento de Información y Prensa del MP, parte de la aplicación del enfoque descriptivo y cualitativo.

3.3 Objetivos

3.3.1 General

- Proponer una estrategia de comunicación que contribuya a descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.

3.3.2 Específicos

- Detallar las necesidades identificadas para descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.
- Proponer los lineamientos con base a las reformas de la Ley Orgánica del Ministerio Público la conformación de oficinas de prensa con base a las ocho regiones que conforman las fiscalías para informar a los medios de comunicación locales.

3.4 Técnicas

Recopilación bibliográfica de la información tanto en libros, leyes e internet y una encuesta que se realizó a Fiscales, Secretarios y Subsecretarios del Ministerio Público. Esto permitió obtener una información amplia y profunda sobre los temas, de manera de determinar las necesidades del departamento.

3.5 Instrumentos

Se utilizaron fichas bibliográficas, de resumen, de contenido y otros elementos físicos que se requieren en la investigación y una entrevista estructurada con siete preguntas.

3.6 Población

La población consultada –siete funcionarios del Ministerio Público- tiene bajo su responsabilidad dimensionar el impacto de tema de comunicación, ya que

coordinan el funcionamiento de las diferentes fiscalías, las cuales son generadoras de los resultados obtenidos y la información.

3.7 Muestra

Debido a que la población era reducida no se extrajo muestra y se encuestó al total de la población.

3.8 Procedimiento

Se recabó información de las encuestas realizadas de forma verbal (cara a cara, personal frente a frente). Todos los aportes de los encuestados se reunieron para armar una crónica de las acciones que fortalecería el trabajo que realiza Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público. Esta actividad se llevó a cabo en un período de cuatro semanas aproximadamente.

Durante ese tiempo se realizó recopilación bibliográfica de la información tanto en libros, leyes e internet y una encuesta que se realizó a Fiscales, Secretarios y Subsecretarios del Ministerio Público. Esto permitió obtener una información amplia y profunda sobre los temas, de manera de determinar las necesidades del departamento.

3.9 El proceso que se siguió

- Se detectó una debilidad en el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (la centralización de la información).
- Se procedió a observar los mecanismos y procesos que se emplean y que no contribuyen a la descentralización de la información.
- Se observó la falta de organización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.

- No se utilizó la información y contenido informativo completo, pues no se cuenta con la capacidad para procesarla y convertirla en artículos noticiosos de interés para los usuarios.
- Se detectó la falta de personal en el departamento de Información y Prensa, lo que no contribuye a procesar la información.
- Se planteó en una estrategia de comunicación que permita descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público, que contribuya a procesar de mejor manera la información de los resultados positivos de las diferentes fiscalías y la Institución en General.
- Se analizó la mejor forma de plantear la estrategia.
- Se procedió a implementar los instrumentos (encuestas y entrevistas) que permitieron verificar que existe una debilidad en los procesos empleados en el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público para resaltar el trabajo de las Fiscalías.
- Se realizó las encuestas y una entrevista a jefes de Fiscalías, Secretarios y Subsecretarios del Ministerio Público, para conocer de primera mano las necesidades y carencias en el manejo de la información que incide en la comunicación interna y externa de la Institución.
- Las encuestas y/o cuestionarios y una entrevista fueron dirigidos a las personas que laboran y/o coordinan las fiscalías distritales, municipales y de sección del Ministerio Público. fueron direccionadas a todas las fiscalías con el uso de las herramientas disponibles en internet a través de Google drive, para obtener un panorama más representativo y, por ende, más certero acerca de la importancia que brindan las fiscalías distritales del Ministerio Público a la comunicación y así tratar de cubrir sus necesidades en materia de comunicación.
- Para guardar la información se hizo uso de un cuaderno de notas para el registro de observación y hechos, grabadora, teléfono celular, computadora e internet; para registrar lo observado durante el proceso.

- Ya existe un Diagnóstico de Comunicación Institucional realizado en el año 2013 por la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional. -USAID-, el cual permitió una aproximación al estado de necesidades comunicacionales del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.
- Con la información recabada en dicho diagnóstico fue posible desarrollar y establecer un Plan de Comunicación.
- Se planteó el plan estratégico de comunicación que permita descentralizar el Departamento de Información y Prensa, de acuerdo a las necesidades y requerimientos para su implementación.
- Se desarrollaron las conclusiones y sugirieron recomendaciones.
- Se cumplió con los objetivos de esta tesis.

CAPÍTULO 4

4. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se describen los resultados obtenidos del cuestionario y la entrevista realizada a los funcionarios y jefes de fiscalías del Ministerio Público.

4.1 Resultados obtenidos del cuestionario realizado a Jefes de Fiscalías, Secretarios y Subsecretarios del Ministerio Público.

4.1.1 Los entrevistados:

Secretaria General	Mayra Véliz
Subsecretaria General Adjunta	Ana Elena Guzmán
Secretaria Privada y de Asuntos Estratégicos	Ofelia de González
Secretario de Política Criminal	Rottman Pérez
Secretaria de Asuntos Internacionales y Cooperación	Jeimy Godoy
Jefe de la Fiscalía de Delitos Electorales	Oscar Schaad
Jefe de la Fiscalía de Asuntos Internos	Romeo Santos

En su mayoría, las respuestas a las preguntas realizadas tienen similitud y coinciden con las necesidades de la descentralización. Se presenta de una forma integrada para que el lector tenga una idea general de las mismas.

1. ¿Qué tipo de información genera la o las Fiscalías a su cargo que, según su criterio deba procesarse como noticia importante para dar a conocer a la población en general, como resultado positivo y publicarla en la página web del Ministerio Público y socializarse por medio de redes sociales?
2. ¿Considera que los logros de su o sus Fiscalías deben ser publicados por el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público? ¿Por qué?

3. ¿Cuenta con personal capacitado en su Fiscalía, que pueda procesar, redactar y compartir información sobre las diligencias y acciones de su Fiscalía?
4. ¿Considera necesario tener un enlace de prensa con el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público y su Fiscalía que coordine y comparta información importante que se pueda convertir en noticia?
5. ¿Considera usted que de acuerdo a la basta información que se genera en las Fiscalías a nivel nacional, es conveniente que se regionalice el Departamento de Información y Prensa?
6. ¿En cuántas unidades considera que sea conveniente la regionalización y en dónde deben ser ubicadas?
7. ¿Qué recomendaciones o sugerencias puede compartir para lograr la descentralización del Departamento de Información y Prensa, que permita dar a conocer tanto a nivel nacional como internacional, el trabajo, estadísticas que realizan y se generan en las diferentes Fiscalías y el qué hacer diario del Ministerio Público?

Con base a las respuestas obtenidas en la entrevista estructurada se pudo conocer perspectivas y pensamiento de los entrevistados.

Las mismas orientaron a considerar el mecanismo que se necesita para empezar a descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP), entre los puntos resaltaron, que es importante contar con personal especializado que facilite el trabajo de información de los avances de la Institución, tanto para las mismas fiscalías como a los medios de comunicación. Todas las respuestas coinciden en la necesidad de contar con enlaces con las capacidades técnicas de procesamiento de la información y redacción periodística, que trabajen de la mano con el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP) de la sede central.

Esta afirmación es la base para que las autoridades del Ministerio Público, especialmente del Departamento de Información y Prensa, tomen en cuenta la reestructuración del mismo y la asignación de personal nuevo contratado especializado en el campo del periodismo y la comunicación.

4.2 Relato de las respuestas de los entrevistados

Durante las entrevistas realizadas a los funcionarios del Ministerio Público, todos coincidieron en la importancia de dar a conocer a la población los avances de investigaciones y acciones obtenidas.

Respecto a los resultados positivos que las fiscalías deben publicar por medio del Departamento de Información y Prensa del MP, los funcionarios de la Institución afirman al unísono que sí es de importancia que la población conozca lo que hace esta institución en pro del pueblo, porque permiten mostrar al público las acciones que realizan en la investigación de hechos ilícitos. En vista de que es necesario que la población esté enterada de que en lo interno del Ministerio Público se está aplicando la justicia, comenzando desde la depuración del propio personal, eso ayudará a fortalecer la confianza del pueblo.

Es primordial que el Departamento de Información y Prensa, constantemente a través de los medios de los que dispone, informe a la población sobre el trabajo realizado por las Fiscalías del interior de la república, esto permitirá generar confianza de los usuarios en la institución; además sirve de incentivo al personal para continuar trabajando de manera eficiente.

Otro aspecto que surgió con las entrevistas a los funcionarios del MP es mantener una comunicación directa a través de algún método de mensajería instantánea con las fiscalías para mantener comunicación directa con el Departamento de Información y Prensa para remitir información urgente, importante e inmediata para replicarla a través de las redes sociales es importante comunicar el acceso a

la justicia a la población y que ésta está haciéndose de una manera pronta y cumplida. Por otra parte, es necesario tener una comunicación directa a través de algún método de coordinación inmediata con las fiscalías que se coordinan y con el Departamento de Información y Prensa para que por ese medio se pueda reportar la información urgente, importante e inmediata y sea publicada en la redes, en la página web del Ministerio Público y que sea replicada por los medios de comunicación; es importante resaltar el acceso a la justicia a la población y que ésta está haciéndose de una manera pronta y cumplida y se da a los usuarios un servicio de calidad y calidez.

Entonces, los entrevistados coincidieron que sí es importante la descentralización del Departamento de Información y Prensa y la creación de oficinas de información de prensa en cada una de las regiones, lo que permitirá distribuir de una mejor manera la información sobre los logros que cada fiscalía obtiene y posteriormente darlos a conocer en la página web y en los medios sociales. Sin embargo, también acotaron que se necesita de una herramienta electrónica de fácil acceso para que la información que se genera sea inmediatamente trasladada a la sede central. Esto es válido y es la forma en que actualmente trabaja el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP), ya que recibe la información por correos electrónicos, vía telefónica, mensajes vía grupos de WhatsApp. Todo lo recopilado los reporteros deben confirmar los datos, redactar y editar la información, y publicar a la página web.

Precisamente todo el proceso anterior es el que se debe concentrar y mejorar. Si en la región existiese una Oficina de Información y Prensa que elaborará toda la cadena de producción de la noticia, entonces esta se recibirá depurada y trasladada a la sede central del Departamento de Información y Prensa, en donde el director de dicha área sólo dará el visto bueno para sociabilizarla. Esta metodología permitirá ahorrar tiempo y dará más oportunidad para que los periodistas que laboren en la sede central se dediquen a dar mayor cobertura de

actividades diarias y programadas. Por ejemplo: profundizar temas propios de investigación del MP, entrevistas, reportajes, etc., logrando una cobertura más grande y profesional.

Al momento las fiscalías cuentan con personal capacitado para la función fiscal y administrativa que les compete; sin embargo, por la falta de oficina de información y prensa, también se desempeñan como enlaces comunicacionales, sin embargo, su redacción es técnica y orientada para sus funciones, no tienen el conocimiento de redactar información de manera noticiosa o atractiva. Siempre hace falta capacitación, pero cuentan con los elementos necesarios para la redacción y procesamiento de la información.

A la fecha la función de redactar los informes y hacer el trabajo periodístico la realiza cada jefe de las fiscalías o un auxiliar fiscal nombrado, o en su defecto, quien tenga la información a la mano, ya que ellos tienen la capacidad de determinar los casos que son de mayor interés a nivel local, y esto ha permitido centralizar y analizar la información que se puede compartir. Asimismo, los jefes de las fiscalías deberían –pero no se ha logrado- mantener una fluida comunicación con el Departamento de Información y Prensa.

Para uno de los jefes de Fiscalía, la función específica de la fiscalía es la persecución penal puesto que están nombrados para realizar funciones fiscales y no administrativas, por lo que tienen instrucciones de trasladar los resultados de los hechos a los responsables de Información y Prensa para que sean ellos quienes procesen y redacten la nota periodística. Las informaciones siempre pasan por la jefatura y ahí se dosifica la información.

Los logros que las fiscalías obtienen, gracias a la labor diaria y a la investigación que realizan los fiscales, auxiliares fiscales y personal administrativo que las conforman, son variados y enfocados a sus objetivos por cumplir. Entre estos

resultados resaltan: seguimiento a denuncias, investigaciones, trabajo de campo, coordinación con investigadores policiales o instituciones afines, solicitudes de órdenes de captura y acompañamiento de detenciones a presuntos delincuentes, las sentencias condenatorias, las etapas procesales de cada caso, la corrupción tanto del personal del Ministerio Público, personas individuales, funcionarios públicos; la resolución de casos de abuso de autoridad, incumplimiento de deberes, negación de justicia, tráfico de influencias; entre otros, genera información de casos relacionados con investigaciones preliminares, aprehensiones, audiencias de primera declaración, audiencias de etapa intermedia. Debates y finalmente sentencias.

La información que se actualiza es sobre el trabajo que realizan las fiscalías en el interior de la República, por ejemplo: sentencias obtenidas, desarticulación de estructuras criminales, capturas efectuadas y servicios que presta la institución. Es importante dar a conocer a la población los avances de la cooperación Internacional, y enfatizar el apoyo recibido en temas puntuales, por ejemplo: lucha contra la corrupción, violencia contra la mujer, entre otros temas mediáticos. También es importante publicitar actos públicos de convenios, dar información de qué consiste el convenio de cooperación para el Ministerio Público. Publicar en redes sociales las reuniones, coordinaciones y resultados obtenidos entre cooperantes y la Institución, así como las reuniones de alto nivel que se llevan a cabo con la Fiscal General y embajadores de diferentes países. También es necesario dar a conocer cuando se extiende la prórroga de un proyecto de cooperación o la firma de un préstamo entre gobiernos que el apoyo puntual sea directo al Sector Justicia o al Ministerio Público.

Otra Fiscalía cuyos resultados es importante dar a conocer, según el criterio de los funcionarios, es la Fiscalía contra la Corrupción; es importante trasladar mediáticamente que esta fiscalía ha sido fortalecida capacitando al personal por

medio de convenios de cooperación y apoyo internacional para lograr resultados positivos del Ministerio Público a favor de la población.

Otro punto importante es reforzar y fortalecer el manejo de las redes sociales para con inmediatez y eficiencia, trasladar de forma inmediata las acciones realizadas en los operativos y el trabajo interinstitucional y de coordinación con las fuerzas de seguridad. Entre estas figuran: El Ministerio de Gobernación por medio de la Policía Nacional Civil con quien se operativiza, durante las diligencias. Planificaciones a nivel Fiscalía General y altas autoridades a nivel Seguridad y Justicia para lograr resultados de metas trazadas.

También es importante resaltar los objetivos del Ministerio Público (MP), que consisten en hacer valer las leyes del país. Los logros y avances que este ente investigador tiene cada día con la aplicación de la ley para los casos delictivos, es la mejor carta de presentación que posee para que la población en general tome de nuevo la confianza en sus autoridades. Sin embargo, todo lo que se genera tiende a convertirse en información, pero debido a la cantidad de fiscalías y casos diarios que salen a la luz pública y la poca capacidad del Departamento de Información y Prensa, se delimita y se dan a conocer solamente los casos de alto impacto, los cuales posteriormente se publican en la página web del MP, entre estos casos se encuentran: (corrupción de autoridades), aprehensiones de personajes públicos, entre otros específicos.

4.3 Resultado de la entrevista realizada al Secretario de Política Criminal, Rootman Estiven Pérez.

Uno de los resultados importantes de la entrevista realizada al Secretario de Política Criminal, Rootman Pérez, permitieron enriquecer y fortalecer La Estrategia de Comunicación que permita la Descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público, resalta derivado de la aprobación a

las Reformas a la Ley Orgánica del Ministerio Público, con la creación de la figura de la Coordinación Nacional y los Fiscales Regionales y a partir del Plan Estratégico 2015-2019, una política de descentralización particularmente a través de la figura de la regionalización.

“Es importante que se avance en la descentralización de la Institución, y esto comprende al Departamento de Información y Prensa, ya que esto permitirá que los representantes en las regiones determinen cuáles son los temas que causan mayor interés a nivel local, y propicien acercamientos con los medios locales, con el fin de trasladar información pronta, veraz y con utilización de la terminología adecuada”, refirió Pérez.

El funcionario explicó que la Secretaría General del Ministerio Público, Mayra Veliz, trabajó en conjunto con el Área de Planificación un estudio técnico que permitiera conocer cuáles son las áreas o regiones donde se debería de regionalizar, para tener presencia interinstitucional.

Las regiones son ocho, que son parte de la administración del Organismo Ejecutivo que son públicas y tomando en cuenta esa división administrativa poder como Ministerio Público crecer de la misma forma, estas son:

- Región Metropolitana** - Departamento de Guatemala
 - Región Norte** – Baja y Alta Verapaz
 - Nororiental** – Progreso, Izabal, Chiquimula, Zacapa
 - Suroriental** – Santa Rosa, Jalapa, Jutiapa
 - Región Central** - Sacatepéquez, Chimaltenango, Escuintla
 - Región Suroccidental** – Sololá, Totonicapán, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Retalhuleu, San Marcos
 - Noroccidental** – Huehuetenango y Quiché
- Como una propia región**

por la extensión – Petén

Sin perder la comunicación con el departamento central, se considera importante que pueda desarrollarse la regionalización del departamento de Información y Prensa por dos razones:

Para informar a la población a un nivel más cercano a lo local. Pero también para acercar. “Recordemos que el Departamento tiene la función del servicio de Acceso a la Información Público, para hacer cumplir la Ley que contiene los mecanismos de consulta a la población. Desde la parte de comunicación es importante, pues existen medios locales que informan y son formadores de opinión, pero muchas veces se pierde la oportunidad de informar de una forma más directa lo que sucede con la actuación institucional, en este caso”.

Tener equipos más cerca de la población permitiría establecer un mecanismo que garantice con mayor objetividad la información que se traslada a la sociedad y, por otro lado, ofrecer también el servicio de consultas de acceso a la información, es otro de los aspectos que resalta el funcionario.

Se debe contratar personal externo a las fiscalías para que realicen las tareas de periodismo y comunicación, porque el fiscal ha sido formado para hacer investigación y persecución penal y la tarea de la comunicación puede distraerlo de las funciones propias que constitucionalmente la institución está obligada a cumplir.

Por ello, Pérez enfatiza la necesidad de ampliar el personal especializado, en este caso contratar periodistas redactores y fotógrafos, en cada fiscalía o, por lo menos, en cada región fiscal, se hace necesaria y es estratégica, para que la información llegue de manera efectiva y a la brevedad posible a la sede central y desde ahí se remita para su autorización, publicación y divulgación en la página web, en los medios sociales y a los medios de comunicación social.

Muchas veces se conocen las noticias que transmiten los medios pueden caer en el sesgo, buscando desgastar la imagen institucional del Ministerio Público, por eso tener presencia de 8 delegaciones del departamento de Información y Prensa como mínimo, permitirá aclarar dudas, monitorear y dar seguimiento para asegurar que la información proporcionada a los medios se transmita a la población correctamente, de forma balanceada, esto fortalece la capacidad para que la ciudadanía formen su propio criterio con información veraz y objetiva.

La capacitación a los fiscales debe ser primordial, tener cerca a profesionales de la comunicación permitirá orientarlos en casos especiales sobre cuál es la mejor estrategia para el manejo de la información al momento de transmitir los hechos.

La actuación institucional debe ser siempre abierta y transparente, por supuesto con reservas de nuestra legislación en el artículo 314 del Código Procesal Penal –

Carácter de las Actuaciones: Todos los actos de la investigación serán reservados para los extraños. Las actuaciones podrán ser examinadas por el imputado, las demás personas a quienes se les haya acordado intervención en el procedimiento, los defensores y los mandatarios-. Muchas veces limita el poder informar, pero mantener un buen contacto con medios de prensa, reconociendo que cada entrevista, cada rueda de prensa es una oportunidad para enviar mensajes a la población que debe ser aprovechado estratégicamente, muchas veces los fiscales lo ven como un mecanismo de cuestionamiento o fiscalización, pero más que sentirse en ese plan, el proceso de aprendizaje debiese desarrollarse a verlo como una oportunidad para comunicarse con la ciudadanía herramienta indispensable para impulsar empatía y confianza en la labor que se desarrolla.

Lo más importante son los resultados obtenidos, la población espera de una manera pronta, información de los casos que mayor atención social acaparan, es

por ello que el Ministerio Público debe asegurar siempre que la información que se transmite debe tener tres componentes, objetiva, ética e inmediata.

El tiempo que llevaría descentralizarse es un tema, sin duda, de planificación y proyección. Incluir en el proyecto de 2018 implicaría que se pueda desarrollar dentro del plan operativo del departamento, poder tener contempladas algunas fases para someterlo a análisis técnico, jurídico y financiero correspondiente y al tener opinión favorable de los tres departamentos –técnico, jurídico y financiero– proceder a su incorporación como parte de los proyectos 2018.

Las sugerencias y recomendaciones que proporciona el entrevistado para dar paso a la descentralización del Departamento de Información y Prensa del MP son las siguientes:

- Que se garanticen mecanismos de comunicación y coordinación entre el Departamento de Información y Prensa y las Oficinas de Información y Prensa de cada región.
- Que el personal asignado las Oficinas de Información y Prensa llene el perfil adecuado: Ser profesional con capacidades técnicas de la función; ser probo, transparente, ética; conocimiento, función y constitución de los medios locales; actitud positiva; don de servicio; excelente manejo de relaciones públicas con los periodistas.

CAPÍTULO 5

5.1 “Propuesta de Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público”

5.2 Introducción

La propuesta incluye una estrategia de comunicación que permita Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público, por medio de la creación de oficinas de Información y Prensa regionales que, en base a las directrices establecidas por el Departamento de Información y Prensa central del Ministerio Público, contribuyan a la generación de información de resultados de las sedes Fiscales a nivel nacional.

Esta propuesta busca visibilizar a nivel nacional el conjunto de principios, normas y aspiraciones que orientan el quehacer del Departamento de Información y Prensa. Además, inquiera incorporar la información que pueda dar respuesta a los vacíos detectados en el Diagnóstico de Comunicación Institucional realizado por USAID en el año 2013.

5.3 Justificación

La tesis establece la estructura necesaria para la descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público. A través de esta descentralización se contribuirá a visibilizar de manera adecuada el conjunto de principios, normas y aspiraciones que han orientado el quehacer del Departamento de Información y Prensa, también a incorporar aquellos que puedan dar respuesta a los vacíos detectados a través del Diagnóstico de Comunicación Institucional ha sido posible incorporar por la falta de una distribución apropiada en el departamento.

5.4 Objetivos de la Estrategia

- **General**

Desarrollar la Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.

- **Específicos**

- Proponer las líneas de acción para descentralizar el Departamento de Información y Prensa y conformar siete oficinas regionalizadas de información de y prensa.
- Contribuir al fortalecimiento del Departamento de Información y Prensa como responsable de asesorar a la Institución y dirigir las acciones en materia de comunicación estratégica.

5.5 Marco Legal

El Ministerio Público de Guatemala tiene como Misión proveer la persecución penal, dirigir la investigación de los delitos de acción pública y velar por el estricto cumplimiento de las leyes del país. La Visión de esta entidad es la de ser una institución eficiente, eficaz y transparente, que, con apego al principio de legalidad, contribuye a la consolidación del Estado de Derecho, según el Plan Estratégico de la Institución.

Respecto del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público, es la dependencia encargada de definir, ejecutar y evaluar, previa aprobación del Fiscal General de la República, las políticas, estrategias y actividades relacionadas con la divulgación de las funciones del Ministerio Público.

Para el ejercicio de sus funciones el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP) depende administrativamente de la Dirección Administrativa y es coordinado por la Secretaría Privada de conformidad con el Acuerdo 12-2007. El marco legal se compone de la siguiente forma, según Ministerio Público:

- Constitución Política de la República de Guatemala.
- Ley Orgánica del Ministerio Público, Decreto No. 40-94 del Congreso de la República.
- Ley de Acceso a la Información, Decreto No. 57-2008 del Congreso de la República.
- Reglamento Interior de Trabajo del Ministerio Público, Acuerdo 2-98, del Fiscal General de la República y Jefe del MP.
- Pacto Colectivo de Condiciones de Trabajo entre el MP y el Sindicato de Trabajadores del MP.
- Manual de Organización y de Clasificación de Puestos del Ministerio Público, Acuerdo No. 11-95 del Fiscal General de la República y Jefe del Ministerio Público.
- Reglamento de Organización y Funcionamiento del Área Administrativa del Ministerio Público, Acuerdo 12-2007, del Fiscal General de la República y Jefe del Ministerio Público.
- Reglamento de Organización y Funcionamiento del Departamento de Información y Prensa.
- Organización, Integración, Funciones y Atribuciones de la Unidad de Información Pública, Acuerdo NO. 22-2009, del Fiscal General de la República y Jefe del Ministerio Público.
- Otras disposiciones legales y administrativas que norman el funcionamiento del Ministerio Público.

5.6 Estructura Organizacional

El Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP) posee una estructura organizacional que se compone de la siguiente manera, según aparece en Ministerio Público (2010):

- Despacho del Fiscal General de la República
- Secretaría General
- Jefatura administrativa
- Dirección administrativa
- Departamento de Información y Prensa

Las dependencias del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP) son:

- **Unidad de Información Pública:** Con base al Acuerdo de su creación No. 22-2009, esta unidad tiene bajo su responsabilidad:
 - ✓ Recibir y tramitar las solicitudes de acceso a la información pública.
 - ✓ Orientar a los interesados en la formulación de solicitudes de información pública.
 - ✓ Proporcionar para su consulta la información pública solicitada por los interesados o notificar la negativa de acceso a la misma. Razonando dicha negativa.
 - ✓ Expedir copia simple o certificada de la información pública solicitada, siempre que se encuentre en los archivos del MP.
 - ✓ Coordinar, organizar, administrar, custodiar y sistematizar la información pública contenida en los archivos a su cargo, respetando en todo momento la legislación de la materia.
 - ✓ Coordinar con las demás dependencias que conforman el MP el envío de la información pública al sistema, de manera que los archivo contenidos de dicha información se mantengan actualizados.
 - ✓ Elaborar reportes semanales relacionados con el ingreso y trámite de las solicitudes que se gestionen en el Área de Recepción y Registro, para presentarlos a la Jefatura del Departamento de Información y Prensa.

- ✓ Elaborar informe anual de actividades de conformidad con lo establecido en el Artículo No. 48 de la Ley de Acceso a la Información Pública para presentarlo al Fiscal General para su revisión y aprobación, previo a su envío al Procurador de los Derechos Humanos.

- **Área Funcional de Protocolo y Logística:** Es la responsable de atender de manera adecuada a los visitantes, diplomáticos o de altos cargos, periodistas nacionales y extranjeros que visiten el MP con el propósito de recabar información sobre la gestión de la institución, además procura que las reglas de protocolo sean observadas con estricto cumplimiento a las normas internacionales y asesora a los funcionarios de la institución en lo que corresponde al protocolo y normas diplomáticas, para la realización de sus eventos. Esta área funcional brindará apoyo en la organización de eventos y actividades a las diferentes dependencias de la institución que lo soliciten.

5.7 Funciones del Departamento de Información y Prensa

Dentro de las funciones del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP), según el acuerdo 13-2005 que le da vida al Reglamento de Organización y Funcionamiento del Departamento de Información y Prensa:

- Proponer una estrategia de relaciones públicas del MP, sometiéndola a consideración y aprobación del Fiscal General de la República y Jefe del Ministerio Público y, una vez aprobada, coordinarla, ejecutarla y evaluar los resultados.
- Analizar y evaluar permanentemente la imagen interna y externa del MP, así como la de sus funcionarios y empleados, para proponer y ejecutar las

acciones que incidan en el posicionamiento positivo de la imagen y la gestión institucional.

- Efectuar el monitoreo permanente de la imagen del MP, en los medios de comunicación social.
- Coordinar la elaboración de publicaciones de prensa y darlas a conocer a través de los diferentes medios de comunicación social, apoyando la gestión de cada una de las dependencias que integran la institución.
- Elaborar los planes y programas para la divulgación de información, por diferentes medios de comunicación social.
- Emitir boletines, comunicados, revistas u otros documentos que contengan información fidedigna de la labor realizada por el MP.
- Publicar las políticas y acciones de la institución que deban ser de conocimiento público, mediante los medios y recursos disponibles en la institución.
- Elaborar documentos divulgativos, tomando en consideración las características de la población externa e interna, a quien va dirigido el mensaje.
- Coordinar con las dependencias de la institución las actividades necesarias para mantener actualizada la información sobre fundamentación legal, programas de trabajo, organización, avance en la investigación de casos de alto impacto, estadísticas de la gestión de la institución y otros aspectos de funcionamiento.
- Organizar y ejecutar un proceso de información fidedigna permanente con la población, con el propósito de fomentar la credibilidad en la institución.
- Redactar boletines y comunicados de prensa, relacionados con las actividades y labores desarrolladas conforme los planes de trabajo del MP.
- Convocar a conferencias de prensa, conforme a instrucciones del Despacho del Fiscal General de la República.

- Revisar y clasificar la información publicada en los diferentes medios escritos del país, para ser puestos a disposición del Fiscal General.
- Monitorear diariamente las emisiones de los telenoticieros, para tener conocimiento de la información que proporcionen y trasladarla al Despacho del Fiscal General de la República.
- Proporcionar material informativo sobre las diferentes actividades y eventos que desarrolla el MP, para su divulgación en los medios de comunicación.
- Obtener información diaria sobre las actividades que realiza el MP, dentro o fuera de la capital y que sirva de base para las publicaciones correspondientes.
- Redactar aclaraciones o publicaciones relativas a temas relacionados con la institución, bajo responsabilidad del MP, cuando fuere necesario.
- Llevar registro y control de la información relativa al MP que ha sido divulgada por los diferentes medios de comunicación social, para referencia y retroalimentación permanente.
- Coordinar las relaciones entre el Fiscal General de la República y Jefe del Ministerio Público y los medios de comunicación social, para referencia y retroalimentación permanente.
- Atender a los periodistas nacionales y extranjeros que visiten el Ministerio Público, que soliciten información sobre actividades que desarrolla la institución.
- Proporcionar información fidedigna a sectores interesados sobre el Ministerio Público, su fundamentación legal, programa de trabajo, organización y otros aspectos de su funcionamiento.
- Planificar, organizar y realizar todas aquellas actividades y actos oficiales que sean requeridos por las diferentes dependencias de la institución.
- Proporcionar atención personalizada al público usuario de los diferentes servicios que se ofrecen, para brindarle información verbal, escrita y recepción de quejas relacionadas con la gestión del MP.

- Procurar que las reglas de protocolo sean observadas con estricto cumplimiento a las normas internacionales.
- Coordinar con la Dirección de Análisis y Planificación, a través del Departamento de Planificación, la divulgación de la memoria de labores anual de la institución.
- Organizar y mantener actualizada una base de datos con información de autoridades relacionadas con instituciones del sector justicia, embajadas y otros que tengan relación con el MP, para efectos protocolarios.
- Asesorar a los funcionarios de la institución en lo que corresponde al protocolo y normas diplomáticas, para la realización de actividades y eventos.
- Realizar otras funciones que le sean asignadas en el ámbito de su competencia.

Los puestos en el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público -MP- y su descripción es la siguiente:

- **Jefe del Departamento de Información y Prensa:** Puesto de carácter profesional, responsable de planificar, organizar, dirigir, supervisar y evaluar las actividades técnicas y administrativas que se realizan en las áreas funcionales del Departamento de Información y Prensa.
- **Subjefe del Departamento de Información y Prensa:** Puesto de carácter profesional y administrativo, que además tiene bajo su responsabilidad la vocería de la Institución.
- **Asistente de Comunicación Externa:** Puesto de carácter técnico-administrativo responsable de asistir al Jefe del Departamento en la ejecución de actividades relacionadas con la comunicación externa de la institución.
- **Asistente de Comunicación Interna:** Puesto de carácter técnico-administrativo responsable de asistir al jefe del Departamento en la

ejecución de actividades relacionadas con la comunicación interna de la institución.

- **Asistente en Protocolo y Logística:** Puesto de carácter técnico-administrativo responsable de asistir al Jefe del Departamento en la ejecución de actividades relacionadas con aspectos de protocolo y logística.
- **Orientador al usuario:** Puesto de carácter administrativo responsable de realizar actividades de atención y orientación al público que se presenta a realizar diligencias al Ministerio Público.
- **Reportero Redactor:** Puesto de carácter técnico-administrativo responsable de realizar actividades de investigación periodística sobre diferentes actividades en el MP, eventos que se desarrollan en diferentes instancias y redacción de documentos informativos. Sus atribuciones son las siguientes:
 - ✓ Investigar diferentes temas y redactar notas informativas y comunicados de prensa relacionados con las actividades desarrolladas por el MP.
 - ✓ Elaborar publicaciones relacionadas con actividades del MP para los diferentes medios de comunicación.
 - ✓ Redactar comentario para ser difundidos a través de los distintos medios de comunicación.
 - ✓ Revisar y clasificar la información publicada por los diferentes medios de comunicación escritos y ponerlos a disposición del Jefe del Departamento.
 - ✓ Monitorear diariamente las emisiones de los medios escritos y telenoticieros para tener conocimiento de las publicaciones relacionadas con la institución.
 - ✓ Elaborar y proporcionar para su divulgación material informativa sobre las diferentes actividades y eventos que desarrolla el MP, a los diferentes medios de comunicación y pública en general.

- ✓ Redactar con instrucciones del Jefe del Departamento aclaraciones o publicaciones relativas a temas bajo responsabilidad del MP, cuando fuere necesario.
 - ✓ Llevar registro y control de la información relativa al MP que no ha sido divulgada para referencia y retroalimentación permanente.
 - ✓ Realizar entrevistas con funcionarios de la institución, elaborando los boletines que correspondan.
 - ✓ Resumir y redactar comentarios relacionados con actividades de la institución, para ser producidos en el boletín informativo institucional, así como otros órganos informativos.
 - ✓ Apoyar la elaboración de revistas de circulación externa y demás medios informativos que se requiera.
 - ✓ Participar en la elaboración de los planes de trabajo del Departamento de Información y Prensa cuando le sea requerido por el Jefe del Departamento.
 - ✓ Efectuar visitas a los lugares donde se desarrollan eventos o actividades institucionales de importancia, preparando los reportes correspondientes.
 - ✓ Elaborar y presentar informes al Jefe del Departamento sobre las actividades realizadas.
 - ✓ Participar en las reuniones de trabajo convocadas por el Jefe del Departamento.
 - ✓ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto.
- **Asistente en Audiovisuales:** Puesto de carácter técnico responsable de realizar tareas propias del proceso fotográfico, relacionado con las diferentes actividades y eventos que se realizan en el MP.
 - **Receptor:** Puesto de carácter administrativo responsable de realizar actividades de recepción, revisión y registro en el sistema correspondiente de las solicitudes de acceso a la información pública.

- **Analista:** Puesto de carácter administrativo responsable de realizar actividades de analizar y gestionar las solicitudes de acceso a la información que ingresan a la Unidad de Información.

Debido al incremento de trabajo y la dinámica que se ejerce en el Departamento de Información y Prensa, se ha visto la necesidad de ampliar a partir del año 2014, la contratación de personal para dar mayor cobertura a las actividades del Ministerio Público.

- **Asesor en Comunicación:** Encargado de implementar estrategias de comunicación, determinadas por la dirección del Departamento, articula, gestiona e implementa las diferentes acciones, además de aportar insumos que permitan la actualización y optimización de las acciones estratégicas en base a las modificaciones que la coyuntura requiera.
- **Vocero Institucional:** Tiene bajo sus funciones estar informado acerca de las actividades de la Institución. Comunicar sobre alguna decisión, ofrecimiento, lanzamiento, disculpas o cualquiera que fuera el caso. Atender a los medios de comunicación y las preguntas de los periodistas.
- **Diseñador Gráfico:** Tiene como atribuciones elaborar y/o diseñar publicaciones, manuales, gráficas, afiches, trifoliales, entre otros, relacionados al Ministerio Público.
- **Community Manager:** Tiene como responsabilidad gestionar y administrar la comunidad en línea con la Institución, mantener activas las redes sociales con temas relacionados a la gestión del Ministerio Público.
- **Camarógrafo:** Tiene como funciones específicas realizar cobertura de los eventos para los trabajos de comunicación, -grabación de videos-
- **Analista de Medios:** Bajo sus funciones se encuentran realizar monitoreo diario de los medios de comunicación, -escritos, digitales, radiales, televisivos, nacionales e internacionales-, trasladar en un monitoreo diario,

las publicaciones relacionadas al Ministerio Público, así como temas o casos relacionados a temas de investigación o denuncia.

- **Financiero:** Tiene asignada la organización, control y manejo de los costes internos del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.
- **Web Máster:** Tiene bajo su responsabilidad la administración de la página web del Ministerio Público con temas relacionados al tema de comunicación.

5.8 Análisis del entorno

La situación actual que vive la población guatemalteca respecto a la incidencia de violencia, hechos criminales y otro tipo de delitos, provoca un incremento de acciones del MP que, en cumplimiento de su mandato, se ocupar de la persecución penal, lo que ha provocado aumento de trabajo a nivel nacional en las fiscalías que conforman el Ministerio Público.

Las fuerzas de seguridad son las encargadas de implementar mecanismos de prevención y erradicación de la violencia y el Ministerio Público es el responsable de perseguir de manera penal a los victimarios, investigar los hechos y hacer cumplir las leyes para que impere el orden en el país.

El Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP) tiene como responsabilidad principal, visibilizar los resultados obtenidos de las investigaciones y logros por parte de la Institución y darlos a conocer a la población. Por otra parte, este departamento se encuentra saturado de información y no es posible, por lo mismo, presentar al público todos los logros obtenidos.

Esta razón es una de las de mayor peso para crear esta estrategia de comunicación que se presenta en esta tesis, para desconcentrar el manejo de la información de un solo lugar. La oficina central de Información y Prensa del MP en

la Sede Central del MP, y promover un proceso de descentralización para que las Oficinas de Información y Prensa de las Fiscalías regionales del Ministerio Público cuenten con personal y procedimientos que garanticen el suministro de información a la sede central y de esta manera, se traslade a la población en general de una forma óptima.

Las personas hoy día tienen más acceso a medios de comunicación a través de dispositivos electrónicos conectados al internet las 24 horas para estar informados de las noticias. Un proceso de descentralización del Departamento de Información y Prensa, permitirá ampliar canales de comunicación entre la Institución y la población a nivel nacional.

El Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP) es el que casi siempre da los datos a los periodistas de los medios y es el que brinda la noticia. Sin embargo, las carencias de personal y el incremento de trabajo de la Institución no hacen posible que todo lo que ocurre en la República sea dado a conocer en su página web o con sus delegados dentro de la institución. Ante lo cual se resalta la necesidad de descentralizar el departamento de Información y Prensa.

5.9 Público objetivo

El público objetivo para esta estrategia de comunicación es el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público y las fiscalías a nivel nacional.

5.10 Acciones para la descentralización

Para descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público (MP), se propone:

1. **Divulgar la Ley Orgánica:** Crear ocho regiones y que, en cada una, se conforme una Oficina de Información y Prensa, con comunicadores sociales que recaben, procesen y redacten la información de manera periodística para que en la sede central los reporteros o encargados de la recepción de la información, la publiquen en la página web del MP.
2. **Que las fiscalías se agrupen en ocho regiones** –incluyendo la ya conformada en el área metropolitana, Departamento de Información y Prensa- de acuerdo al planteamiento del Secretario de Política Criminal, en base a La Ley de Regionalización creada por el Decreto número 70-86 del Congreso de la República la cual, la cual se creó, según su artículo 1, con el objetivo de descentralizar la administración pública y lograr que las acciones de gobierno se lleven a cabo conforme a las necesidades de la población, se establecen regiones de desarrollo.
 - ✓ **Región Metropolitana:** Integrada por el departamento de Guatemala.
 - ✓ **Región Norte:** Integrada por los departamentos de Alta y Baja Verapaz.
 - ✓ **Región Nororiente:** Integrada por los departamentos de Izabal, Chiquimula, Zacapa y el Progreso.
 - ✓ **Región Suroriente:** Integrada por los departamentos de Jutiapa, Jalapa y Santa Rosa;
 - ✓ **Región Central:** Integrada por los departamentos de Chimaltenango, Sacatepéquez y Escuintla.
 - ✓ **Región Suroccidente:** Integrada por los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango, Totonicapán, Sololá, Retalhuleu y Suchitepéquez.
 - ✓ **Región Noroccidente:** Integrada por los departamentos de Huehuetenango y Quiché.
 - ✓ **Región Petén:** Integrada por el departamento de Petén.

La estrategia de comunicación presentada se sintetiza de la siguiente manera:

1. **Crear siete oficinas de información y prensa** –una por región-, para que cada una tenga un equipo especializado de Información y Prensa y que se dedique únicamente a monitorear, reportear, redactar y compartir la información de sus respectivas oficinas a la sede central, para su aprobación y publicación en la página web y divulgarla a los medios de comunicación.

Las Oficinas de Información y Prensa –OIP-

Las oficinas de información y prensa deben ser organizadas e instaladas en los departamentos de: Xela, Quetzaltenango; Escuintla; Alta Verapaz; Flores, Petén; Zacapa; Jalapa; Quiché, en coordinación a la que actualmente funciona en la sede central del Ministerio Público.

La comunicación se caracteriza por su inmediatez y calidad de información que se genera, por lo que cada una de las oficinas de información y prensa, deben estandarizarse bajo un mismo modelo pues lo que se busca es desconcentrar la comunicación e información bajo una misma línea, la cual busca retroalimentar a nivel regional y posteriormente a nivel central. Cada oficina debe funcionar como un canal y deberá tener una codificación para lograr un mejor control de la misma, por ejemplo:

- ✚ Región Metropolitana –RM– Departamento de Información y Prensa actual
- ✚ Región Suroccidental – RS
- ✚ Región Central – RC
- ✚ Región Norte – RNT
- ✚ Región Nororiental – RNO
- ✚ Región Suroriental – RSO
- ✚ Región Suroccidental - RSOC
- ✚ Región Noroccidental - RNOC

Tanto la oficina como el personal debe estar dotado de herramientas fundamentales para realizar y desempeñar el trabajo, según sean sus asignaciones.

- Oficina –espacio físico- para laborar
- Un espacio para conferencias de prensa
- Equipo audiovisual –proyector y consola de audio y sonido-
- Pantalla
- Computadoras de escritorio
- Fotocopiadora
- Computadora Macintosh Apple directamente para el diseñador gráfico
- Grabadoras USB-digitales tipo reporteril
- 2 vehículos
 - 1 tipo sedán / 1 tipo picop para acompañar en diligencias de allanamientos
- Chalecos antibalas para cobertura de allanamientos y operativos especiales
- cámara profesional para fotografía
- cámara de video profesional
- cámara de video manual
- Teléfonos celulares –uno por empleado para mantener comunicación directa-

Personal

- Jefe de comunicación y vocero institucional
- Asistente y /o Secretaria
- Tres reporteros – redactores / Periodistas
- Un community Manager –periodista y/o publicista-
- Un fotógrafo
- Un camarógrafo
- Un diseñador gráfico
- Un financiero

Líneas de Acción

Para lograr que tanto el equipo de comunicadores del Departamento de Información y Prensa, así como las Oficinas de Información y Prensa, cumplan a cabalidad con los objetivos de esta descentralización se presentan las siguientes líneas de acción:

- **Acción 1:** Que los equipos de reporteros elaboren sus noticias y las publiquen en páginas web creadas para la región y, a su vez, compartan copia a la sede central para que las autoridades y demás personal a través de la política de comunicación interna, tenga acceso a los avances en las sedes departamentales.
- **Acción 2:** Se debe capacitar al personal interno y contratar más comunicadores sociales cuya función sea la de recabar información (reportear) investigar, redactar e informar a la población local y nacional, los medios de comunicación en su región y a las autoridades internas del Ministerio Público.
- **Acción 3:** Reestructurar a lo interno del Departamento de Información y Prensa, las asignaciones de cobertura del personal:
 - ✓ Reporteo por Fiscalía.
 - ✓ Reporteo por audiencias programadas en la Torre de Tribunales, Centros Integrales de Justicia o Juzgados de cada área o región.
 - ✓ Cobertura durante allanamientos y procedimientos especiales
 - ✓ Cobertura de actividades internas y externas de la Institución
 - ✓ Cobertura para los funcionarios del Ministerio Público.
- **Acción 4:** Los comunicadores sociales deben ser capacitados en el uso de la página web y redes sociales, para actualizar periódicamente la información destacada y hacer que este canal de

comunicación este siempre actualizado y que sea de fácil acceso a la población.

- **Acción 5:** Promover vínculos directos con los reporteros de los medios de comunicación y jefes inmediatos (editores) para hacerles llegar la información que interesa al Ministerio Público, hacer pública. Es importante y determinante que la información que se traslade sea veraz y objetiva esto reduce las posibilidades que la misma sea comunicada con sesgo o errores de fondo o forma.
- **Acción 6:** Se debe crear un apartado en la página web del MP, donde se publique la información actualizada luego de ser verificada por el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público, para que todos los casos en los que interviene el MP, sin excepción, salgan a la luz, pues la población necesita estar informada.
- **Acción 8:** Es necesario que se otorgue el presupuesto necesario al Departamento de Información y Prensa del MP, para concretar la descentralización, contratación de personal y adquisición de equipo que funcionará en la oficina de información y prensa regionales encargados de procesamiento de la información que generen las fiscalías.
- **Acción 7:** Que las autoridades del Ministerio Público se sensibilicen para poner en marcha la Estrategia de Comunicación que permita la Descentralización del Departamento de Información y Prensa, lo que incidirá en un mejor manejo de la información que se genera diariamente en la Institución y una ampliación de público al que se informe.

6. CONCLUSIONES

Con base a las necesidades identificadas durante el desarrollo de la elaboración de la propuesta estrategia para descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público, se concluye:

- La descentralización del Departamento de Información y Prensa se concreta a partir de las sedes regionales del Ministerio Público, es decir, se requiere conformar siete oficinas de información y prensa.
- Se requiere generar el espacio presupuestario para contratar personal y equipamiento de las oficinas de información y prensa regionales que permitan la descentralización del Departamento.

Dentro de los lineamientos que se requieren para hacer viable la propuesta de descentralización se pueden citar los siguientes:

- Presentar este plan a las autoridades del Ministerio Público reestructurar el departamento de información y prensa para que haya coherencia y coordinación con las oficinas descentralizadas.
- Creación de mecanismos para enviar de manera más eficiente, la información desde los departamentos a la sede central, pues en la actualidad se carece de un método comunicacional.

7. RECOMENDACIONES

A continuación, se enuncian las recomendaciones que van dirigidas al o (la) Fiscal General del Ministerio Público, para lograr una óptima implementación de la presente Estrategia de Comunicación.

1. Capacitación al personal que sea contratado sobre la conformación y funcionamiento del Ministerio Público, comunicación interinstitucional, legislación básica, técnicas de redacción y manejo de información.
2. Creación de mecanismos para enviar de manera más eficiente la información desde los departamentos a la sede central, pues en la actualidad se carece de un método comunicacional.
3. Elaboración de un manual de estilo con contenidos, normas, redacción y procedimientos que garanticen la estandarización de los materiales de comunicación, que respondan un formato homogéneo para el manejo de la información, tamaño de los artículos periodísticos, resolución de fotografías, tipo de fotografías, encuadre de videos, etc.
4. Fortalecer las relaciones con los medios de comunicación al brindar información local, actualizada para incidir en su agenda.
5. Los medios de comunicación serán favorecidos por la descentralización, ya que contarán con una gama de información más amplia proporcionada por el Departamento de Información y Prensa del MP, lo que permitirá difundir la información de una manera más eficiente, transparente y clara, lo cual fortalecería los flujos de información

8. ANEXOS

8.1 Encuestas realizadas

A continuación, se desglosa cada pregunta del cuestionario que respondieron los jefes de las Fiscalías, Secretarios y Subsecretarios del Ministerio Público para efectos de esta propuesta.

Encuesta No. 1

Cuestionario dirigido a Jefes de Fiscalía, Secretarios y/o Subsecretarios del Ministerio Público

Informe Final de la Tesis “Estrategia de Comunicación que permita la Descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público”.

- 1. ¿Qué tipo de información genera la fiscalía a su cargo que, según su criterio, deba procesarse como noticia importante para dar a conocer a la población en general los resultados positivos y publicarla en la página web y redes sociales del Ministerio Público?**

Los principales logros de las fiscalías que valen la pena resaltar son, por ejemplo, las detenciones; producto de investigaciones realizadas, y cada una de las etapas procesales en las que se encuentren algunos casos, sentencias condenatorias.

- 2. ¿Considera que los logros de su fiscalía deban ser publicados por el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público? ¿Por qué?**

Sí es importante que se publiquen los logros de las fiscalías, principalmente, porque permiten mostrar al público las acciones que realizan en la investigación de hechos ilícitos.

3. ¿Cuenta con personal capacitado en su fiscalía que pueda procesar, redactar y compartir información sobre las diligencias y acciones de su fiscalía?

Las fiscalías cuentan con el personal capacitado para la función fiscal y administrativa que les compete, su redacción es técnica y orientada para sus funciones, no tienen el conocimiento de redactar información de manera noticiosa o atractiva.

4. ¿Cree necesario tener un enlace de prensa con el Departamento de Información y Prensa del MP y su fiscalía que coordine y comparta información importante que se pueda convertir en noticia?

Hubo un intento, pero no funcionó, sin embargo; la información sigue fluyendo, por lo que, de acuerdo con lo que se ha hecho al momento, no es necesario. Con algunas fiscalías de distrito, hay grupos de WhatsApp entre fiscales y el Departamento de Información y Prensa, y por ese medio se publican resultados, así como el agente o auxiliar fiscal responsable para ampliar detalles. En otros casos, el fiscal de distrito remite la información. Hasta el momento, ha funcionado de esa manera.

5. ¿Considera usted que de acuerdo a la vasta información que se genera en las fiscalías a nivel nacional, es conveniente que se regionalice el departamento de información y prensa?

En este momento no sería prudente hacerlo, principalmente porque la situación no lo hace aconsejable.

6. **¿En cuántas unidades considera que sea conveniente la regionalización y en dónde deben ser ubicadas?**

7. **¿Qué recomendaciones o sugerencias puede compartir para lograr la descentralización del departamento de Información y Prensa, que permita dar a conocer tanto a nivel nacional como internacional el trabajo, estadísticas que realizan y se generan en las diferentes Fiscalías y el quehacer diario del Ministerio Público?**

Creo que, por diversas razones, principalmente, la situación presupuestaria que atraviesa el MP, lo principal es establecer mecanismos o herramientas de comunicación entre los medios ya existentes y disponibles, entre el Departamento y las Fiscalías que permitan dar a conocer sus logros. Otro aspecto importante es reorganizar y fortalecer el Departamento para luego pensar en la posibilidad de “regionalizarlo”.

Encuesta 2

Cuestionario dirigido a Jefes de Fiscalía, Secretarios y/o Subsecretarios del Ministerio Público

Informe Final de la Tesis “Estrategia de Comunicación que permita la Descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.

- 1. ¿Qué tipo de información genera la fiscalía a su cargo que, según su criterio, deba procesarse como noticia importante para dar a conocer a la población en general los resultados positivos y publicarla en la página web y redes sociales del Ministerio Público?**

Sobre todo, información relacionada a actos de corrupción del personal del Ministerio Público y generalmente casos de abuso de autoridad, incumplimientos de deberes, denegación de justicia, tráfico de influencias.

- 2. ¿Considera que los logros de su fiscalía deban ser publicados por el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público?
¿Por qué?**

Claro que sí, en vista que es necesario que la población esté enterada de que en lo interno del Ministerio Público se está aplicando la justicia y existe depuración del personal, eso ayudará a que la población tome más confianza en la Institución.

- 3. ¿Cuenta con personal capacitado en su fiscalía que pueda procesar, redactar y compartir información sobre las diligencias y acciones de su fiscalía?**

Siempre hace falta capacitación, sin embargo, contamos con los elementos necesarios para la redacción y procesamiento de la información.

- 4. ¿Cree necesario tener un enlace de prensa con el Departamento de Información y Prensa del MP y su fiscalía que coordine y comparta información importante que se pueda convertir en noticia?**

Efectivamente es necesario ese enlace para darle mayor publicidad a los resultados de la Fiscalía.

- 5. ¿Considera usted que de acuerdo a la vasta información que se genera en las fiscalías a nivel nacional, es conveniente que se regionalice el departamento de información y prensa?**

Por lo menos deberían existir cuatro regiones para recopilar, procesar y redactar la información generada por el Ministerio Público en relación a los casos de impacto que se generan a diario.

- 6. ¿En cuántas unidades considera que sea conveniente la regionalización y en dónde deben ser ubicadas?**

Como lo expuse anteriormente, la regionalización debería ser en 4 regiones de acuerdo a las necesidades y al mayor movimiento de información.

- 7. ¿Qué recomendaciones o sugerencias puede compartir para lograr la descentralización del departamento de Información y Prensa, que permita dar a conocer tanto a nivel nacional como internacional el trabajo, estadísticas que realizan y se generan en las diferentes Fiscalías y el quehacer diario del Ministerio Público?**

Por el momento la recomendación sería siempre regionalizar y también que exista capacitación por parte del departamento de Información y Prensa para los Fiscales del Ministerio Público.

Encuesta 3

Cuestionario dirigido a Jefes de Fiscalía, Secretarios y/o Subsecretarios del Ministerio Público

Informe Final de la Tesis “Estrategia de Comunicación que permita la Descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.

- 1. ¿Qué tipo de información genera la fiscalía a su cargo que, según su criterio, deba procesarse como noticia importante para dar a conocer a la población en general los resultados positivos y publicarla en la página web y redes sociales del Ministerio Público?**

Genera información de casos relacionados con investigaciones preliminares,
Aprehensiones, audiencias de primera declaración, audiencias de etapa intermedia
Debates y sentencias.

- 2. ¿Considera que los logros de su fiscalía deban ser publicados por el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público? ¿Por qué?**

Por supuesto que todo trabajo que se realiza en el Ministerio Público debe ser conocido por la población guatemalteca, porque de lo contrario es como que no realizáramos en trabajo bien hecho, de lo contrario es como que no realizáramos en trabajo bien hecho como lo hacemos en la institución.

- 3. ¿Cuenta con personal capacitado en su fiscalía que pueda procesar, redactar y compartir información sobre las diligencias y acciones de su fiscalía?**

Sí, cuento con personal que trabaja todo lo relacionado a los casos, pero en lo que se refiere a redacción periodística no hay personal capacitado para estas labores.

- 4. ¿Cree necesario tener un enlace de prensa con el Departamento de Información y Prensa del MP y su fiscalía que coordine y comparta información importante que se pueda convertir en noticia?**

Sí es necesario para que cada fiscalía tenga una persona que comparta información, claro que sin perjudicar los casos que se encuentran bajo información, por eso creo que sí debe haber una persona responsable que conozca el trabajo que requieren los periodistas, porque en algunos casos con solo decirles que sí se tiene en investigación un caso, pero se les debe aclarar que no se pueden compartir detalles para no perjudicar la información es suficiente. Por eso creo que sí debe haber un responsable de compartir información a los periodistas.

- 5. ¿Considera usted que de acuerdo a la vasta información que se genera en las fiscalías a nivel nacional, es conveniente que se regionalice el departamento de información y prensa?**

Sería una buena posibilidad, incluso información y prensa debe ser fortalecido porque si se documentara toda la información que se procesa en el Ministerio Público llenaríamos los medios de comunicación.

6. **¿En cuántas unidades considera que sea conveniente la regionalización y en dónde deben ser ubicadas?**

Se debería iniciar en las Fiscalías Regionales, que aún no han sido creadas.

7. **¿Qué recomendaciones o sugerencias puede compartir para lograr la descentralización del departamento de Información y Prensa, que permita dar a conocer tanto a nivel nacional como internacional el trabajo, estadísticas que realizan y se generan en las diferentes Fiscalías y el quehacer diario del Ministerio Público?**

Deberíamos de iniciar con las regionales ahora que la Ley Orgánica del Ministerio Público recién fue aprobada. Luego se puede extender a las Fiscalías Distritales y en ese sentido ya se puede extender a las Fiscalías de Sección. El proceso debe ser gradual por la cobertura que se busca que tenga el MP en todo el territorio nacional.

Encuesta 4

Cuestionario dirigido a Jefes de Fiscalía, Secretarios y/o Subsecretarios del Ministerio Público

Informe Final de la Tesis “Estrategia de Comunicación que permita la Descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.

- 1. ¿Qué tipo de información genera la fiscalía a su cargo que, según su criterio, deba procesarse como noticia importante para dar a conocer a la población en general los resultados positivos y publicarla en la página web y redes sociales del Ministerio Público?**

La información que se genera es sobre el trabajo que realizan las fiscalías en el interior de la república, por ejemplo: sentencias obtenidas, desarticulación de estructuras criminales, capturas efectuadas y servicios que presta la institución.

- 2. ¿Considera que los logros de su fiscalía deban ser publicados por el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público? ¿Por qué?**

Es importante que el Departamento de Información y Prensa, constantemente a través de los medios de los que dispone, informe a la población sobre el trabajo realizado por las Fiscalías del interior de la república, esto permitirá generar confianza de los usuarios en la institución; además que sirve de incentivo al personal para continuar trabajando de manera eficiente.

- 3. ¿Cuenta con personal capacitado en su fiscalía que pueda procesar, redactar y compartir información sobre las diligencias y acciones de su fiscalía?**

Estimo que esa función la debe realizar cada jefe de las fiscalías, ya que ellos tienen la capacidad de determinar los casos que son de mayor interés a nivel local, y esto permitirá centralizar y analizar la información que se puede compartir. Asimismo, los jefes de las fiscalías deberían mantener una fluida comunicación con el Departamento de Información y Prensa.

- 4. ¿Cree necesario tener un enlace de prensa con el Departamento de Información y Prensa del MP y su fiscalía que coordine y comparta información importante que se pueda convertir en noticia?**

Sí, considero que el enlace debe hacerse a través de los jefes de las distintas fiscalías. Incluso propiciar mayor acercamiento con los medios de información locales, destacando las noticias que son más sensibles en las distintas áreas.

- 5. ¿Considera usted que de acuerdo a la vasta información que se genera en las fiscalías a nivel nacional, es conveniente que se regionalice el departamento de información y prensa?**

Considero que derivado de la aprobación a las Reformas a la Ley Orgánica del Ministerio Público, con la creación de la figura de la Coordinación Nacional y los Fiscales Regionales, es importante que se avance en la descentralización de la institución, y esto comprende al Departamento de Información y Prensa, ya que esto permitiría que los representantes en las regiones determinen cuáles son los temas que causan mayor interés a nivel

local, y propicien acercamientos con los medios locales, con el fin de trasladar información pronta, veraz y con utilización de la terminología adecuada.

6. ¿En cuántas unidades considera que sea conveniente la regionalización y en dónde deben ser ubicadas?

Considero que sí es conveniente la regionalización y podría utilizarse el modelo de regionalización contenido en la Ley de Regionalización, la cual divide a Guatemala en 8 regiones, integrada así:

- I. **Región Metropolitana:** Integrada por el departamento de Guatemala.
- II. **Región Norte:** Integrada por los departamentos de Alta y Baja Verapaz.
- III. **Región Nororiente:** Integrada por los departamentos de Izabal, Chiquimula, Zacapa y el Progreso.
- IV. **Región Suroriente:** Integrada por los departamentos de Jutiapa, Jalapa y Santa Rosa;
- V. **Región Central:** Integrada por los departamentos de Chimaltenango, Sacatepéquez y Escuintla.
- VI. **Región Suroccidente:** Integrada por los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango, Totonicapán, Sololá, Retalhuleu y Suchitepéquez.
- VII. **Región Noroccidente:** Integrada por los departamentos de Huehuetenango y Quiché.
- VIII. **Región Petén:** Integrada por el departamento de Petén.

7. ¿Qué recomendaciones o sugerencias puede compartir para lograr la descentralización del departamento de Información y Prensa, que permita dar a conocer tanto a nivel nacional como internacional el trabajo, estadísticas que realizan y se generan en las diferentes Fiscalías y el quehacer diario del Ministerio Público?

1. Realizar acercamientos con los fiscales de las distintas fiscalías, que permita generar un clima de confianza y propicie en estos la cultura de informar en tiempo real los casos que ameritan ser conocidos por la población.
2. Facilitar acercamientos de los fiscales a los medios de información local.
3. Realizar propuestas de regionalización al Departamento de Planificación, con el objeto de que se practiquen los estudios financieros correspondientes.
4. Compartir formatos para que se inserte la información necesaria de los casos.

Encuesta 5

Cuestionario dirigido a Jefes de Fiscalía, Secretarios y/o Subsecretarios del Ministerio Público

Informe Final de la Tesis “Estrategia de Comunicación que permita la Descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.

- 1. ¿Qué tipo de información genera la fiscalía a su cargo que, según su criterio, deba procesarse como noticia importante para dar a conocer a la población en general los resultados positivos y publicarla en la página web y redes sociales del Ministerio Público?**

Es importante dar a conocer a la población los avances de la cooperación Internacionales, y enfatizar el apoyo recibido en temas puntuales como por ejemplo: lucha contra la corrupción, violencia contra la mujer, entre otros temas mediáticos. Así mismo es importante publicitar actos públicos de convenios, dar información en qué consiste el convenio de cooperación para el Ministerio Público.

Publicar en redes sociales las reuniones que se tiene de coordinación de la cooperación, así como también las reuniones de alto nivel que se llevan a cabo con la señora Fiscal y embajadores de diferentes países.

También es necesario dar a conocer cuando se extiende la prórroga de un proyecto de cooperación o la firma de un préstamo entre gobiernos que el apoyo puntual sea directo al Sector Justicia o al Ministerio Público.

- 2. ¿Considera que los logros de su fiscalía deban ser publicados por el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público? ¿Por qué?**

Sí, es necesario tener una comunicación directa a través de algún método de mensajería instantánea con las fiscalías que se coordinan y con el Departamento de Información y Prensa para que por ese medio se pueda remitir información urgente, importante e inmediata para que sea publicada en la redes; es importante comunicar el acceso a la justicia a la población y que esta está haciéndose de una manera pronta y cumplida.

- 3. ¿Cuenta con personal capacitado en su fiscalía que pueda procesar, redactar y compartir información sobre las diligencias y acciones de su fiscalía?**

La función específica de la fiscalía es la persecución penal, puesto que están nombrados para realizar funciones fiscales y no administrativas, por lo que ellos solo deben trasladar la información del hecho a los responsables de Información y Prensa para que sean ellos quienes procesen y redacten la nota periodística.

- 4. ¿Cree necesario tener un enlace de prensa con el Departamento de Información y Prensa del MP y su fiscalía que coordine y comparta información importante que se pueda convertir en noticia?**

Sí es necesario.

- 5. ¿Considera usted que de acuerdo a la vasta información que se genera en las fiscalías a nivel nacional, es conveniente que se regionalice el departamento de información y prensa?**

Habría que evaluar el volumen de información que se maneja para determinar si es viable o no.

- 6. ¿En cuántas unidades considera que sea conveniente la regionalización y en dónde deben ser ubicadas?**

- 7. ¿Qué recomendaciones o sugerencias puede compartir para lograr la descentralización del departamento de Información y Prensa, que permita dar a conocer tanto a nivel nacional como internacional el trabajo, estadísticas que realizan y se generan en las diferentes Fiscalías y el quehacer diario del Ministerio Público?**

Un enlace entre fiscalías, Departamento de Información y Prensa y SICOMP para el uso y manejo de la información actualizada.

Encuesta 6

Cuestionario dirigido a Jefes de Fiscalía, Secretarios y/o Subsecretarios del Ministerio Público

Informe Final de la Tesis “Estrategia de Comunicación que permita la Descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.

- 1. ¿Qué tipo de información genera la fiscalía a su cargo que, según su criterio, deba procesarse como noticia importante para dar a conocer a la población en general los resultados positivos y publicarla en la página web y redes sociales del Ministerio Público?**

Es importante dar a conocer a la población los avances de la fiscalía contra la corrupción en temas puntuales, por ejemplo: lucha contra la corrupción, es importante dar a conocer mediáticamente los convenios de cooperación y apoyo internacional para lograr resultados positivos del Ministerio Público a favor de la población.

Otro punto importante es divulgar en las redes sociales los operativos que se tienen en coordinación con las fuerzas de seguridad, por ejemplo, la Policía Nacional Civil para operativizar, así como coordinaciones que se tienen a nivel con la señora Fiscal y altas autoridades para lograr resultados de metas trazadas.

- 2. ¿Considera que los logros de su fiscalía deban ser publicados por el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público? ¿Por qué?**

Sí, es necesario tener una comunicación directa a través de algún método de coordinación inmediata con las fiscalías que se coordinan y

con el Departamento de Información y Prensa para que por ese medio se pueda reportar la información urgente, importante e inmediata para que sea publicada en la redes, en la página web del Ministerio Público y que esta sea replicada por los medios de comunicación; es importante resaltar el acceso a la justicia a la población y que esta está haciéndose de una manera pronta y cumplida y se da a los usuarios un servicio de calidad y calidez.

3. ¿Cuenta con personal capacitado en su fiscalía que pueda procesar, redactar y compartir información sobre las diligencias y acciones de su fiscalía?

No. Específicamente para redactarlo y publicarlo no, pues la función específica de la fiscalía es la persecución penal puesto que están nombrados para realizar funciones fiscales y no administrativas, por lo que tienen instrucciones de trasladar los resultados de los hechos a los responsables de Información y Prensa para que sean ellos quienes procesen y redacten la nota periodística.

4. ¿Cree necesario tener un enlace de prensa con el Departamento de Información y Prensa del MP y su fiscalía que coordine y comparta información importante que se pueda convertir en noticia?

Por supuesto, es necesario y urgente, pues cada día aumentan los resultados positivos la institución, los cuales la población debe tener conocimiento inmediato.

5. **Considera usted que de acuerdo a la vasta información que se genera en las fiscalías a nivel nacional, es conveniente que se regionalice el departamento de información y prensa**

Por el volumen de información que generan a nivel nacional las Fiscalías, es importante que se regionalice el departamento. No obstante, se debe verificar cuál es la forma viable de hacerlo para que sea funcional.

6. **¿En cuántas unidades considera que sea conveniente la regionalización y en dónde deben ser ubicadas?**

Actualmente se cuenta con una propuesta de regionalizar las Fiscalías, en ese mismo número de áreas sería conveniente la regionalización de oficinas de información y prensa.

7. **¿Qué recomendaciones o sugerencias puede compartir para lograr la descentralización del departamento de Información y Prensa, que permita dar a conocer tanto a nivel nacional como internacional el trabajo, estadísticas que realizan y se generan en las diferentes Fiscalías y el quehacer diario del Ministerio Público?**

Lo más inmediato sería asignar un enlace entre fiscalías, Departamento de Información y Prensa y SICOMP –Sistema Informático de Control de la Investigación del Ministerio Público– para el uso, manejo de la información y datos actualizados de la Institución.

Encuesta 7

Cuestionario dirigido a Jefes de Fiscalía, Secretarios y/o Subsecretarios del Ministerio Público

Informe Final de la Tesis “Estrategia de Comunicación que permita la Descentralización del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público.

- 1. ¿Qué tipo de información genera la fiscalía a su cargo que, según su criterio, deba procesarse como noticia importante para dar a conocer a la población en general los resultados positivos y publicarla en la página web y redes sociales del Ministerio Público?**

Operativos de órdenes de aprehensión, solicitudes de antejuicio, solicitudes de primera declaración, estadísticas de avances de casos, sentencia en procedimiento común, sentencias en procedimiento abreviado, otras salidas alternas al proceso.

- 2. ¿Considera que los logros de su fiscalía deban ser publicados por el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público? ¿Por qué?**

Es la forma en la cual se mantiene informada a la población del resultado de las investigaciones y la lucha contra la impunidad en los delitos específicos.

- 3. ¿Cuenta con personal capacitado en su fiscalía que pueda procesar, redactar y compartir información sobre las diligencias y acciones de su fiscalía?**

No, las informaciones siempre pasan por la jefatura y ahí se dosifica la información.

4. **¿Cree necesario tener un enlace de prensa con el Departamento de Información y Prensa del MP y su fiscalía que coordine y comparta información importante que se pueda convertir en noticia?**

Sí, ya que los fiscales no están capacitados en la técnica periodística.

5. **¿Considera usted que de acuerdo a la vasta información que se genera en las fiscalías a nivel nacional, es conveniente que se regionalice el departamento de información y prensa?**

Sí, así como es necesario crear el periódico del MP y sería a través de corresponsales que se informe de los resultados.

6. **¿En cuántas unidades considera que sea conveniente la regionalización y en dónde deben ser ubicadas?**

En las fiscalías distritales, pues por la distancia la regionalización a veces no es funcional.

7. **¿Qué recomendaciones o sugerencias puede compartir para lograr la descentralización del departamento de Información y Prensa, que permita dar a conocer tanto a nivel nacional como internacional el trabajo, estadísticas que realizan y se generan en las diferentes Fiscalías y el quehacer diario del Ministerio Público?**

Capacitación a fiscales y el uso de tan importante herramienta de información, crear un sistema informático de comunicación interna para alimentar al departamento, crear el puesto de corresponsal o bien algún mecanismo externo que permite recolectar información como lo hace el OJ.

8.2 Entrevista

Entrevista textual realizada al Secretario de Política Criminal del Ministerio Público, Rootman Estivenson Pérez

1. ¿Cómo plantearía una propuesta para descentralizar el Departamento de Información y Prensa?

Hemos impulsado a partir del Plan Estratégico 2015-2019 una política de descentralización particularmente a través de la figura de la regionalización y la Secretaría de Política Criminal le pidió al área de planificación un estudio técnico que permitiera conocer cuáles son las áreas o regiones donde deberíamos siempre que hablamos de regionalizar, tener presencia interinstitucional.

Las regiones fueron ocho, que son parte de la administración del Organismo Ejecutivo que son públicas y tomando en cuenta esa división administrativa poder como Ministerio Público crecer de la misma forma.

En estas ocho áreas hay presencia interinstitucional, además de condiciones como para poder desarrollar un proyecto como el de la encuesta (VER PÁGINA 28 número 6, Del Plan Estratégico del Ministerio Público de Guatemala 2015-2019. ESTÁ EN LA PAGINA DEL MP www.mp.gob.gt, conceptualizado como descentralización ese puede ser uno de los aportes).

2. Basados en ese apartado, ¿Considera usted como Secretario del Ministerio Público que es conveniente regionalizar el Departamento de Información y Prensa?

Sí, totalmente, diría que, sin perder la comunicación con el departamento central, considero importante que pueda desarrollarse la regionalización del departamento de Información y Prensa por dos razones:

Para informar a la población a un nivel más cercano a lo local. Pero también para acercar. Recordemos que el departamento tiene la función del servicio de acceso a la información, para acercar mecanismos de consulta a la población. Desde la parte de comunicación es importante, pues existen medios locales y tomando en cuenta que ellos trasladan información y son formadores de opinión, muchas veces se pierde la oportunidad de informar de una forma más directa lo que sucede con la actuación institucional, en este caso.

Tener equipos más cerca de la población permitiría hacer y tener un mecanismo que garantice con mayor objetividad la información que se traslada a la sociedad y, por otro lado, ofrecer también el servicio de consultas de acceso a la información.

3. La mayoría de personas que trabajamos en el departamento somos comunicadores y periodistas, ¿considera que también para conformar estas unidades se tiene que contratar personal externo que tuvieran esta especialidad o capacitar fiscales que sean los enlaces con el departamento central?

No, creo que lo importante es desarrollar tareas para la formación que se ha recibido, el fiscal ha sido formado para hacer investigación y persecución penal y la tarea de la comunicación puede distraerlo de las funciones propias que constitucionalmente la institución está obligada a cumplir, por la misma formación que es especial, creo que un equipo de comunicadores tendría que ser contratado de forma externa.

4. ¿Sería necesario, con base en que en la administración actual se ha generado o visibilizado más los resultados positivos del MP, que se ubique una unidad en cada región?

Creo que valdría la pena. Considero que sí tendría que haber unidades en las 8 regiones.

Región Metropolitana	-	Departamento de Guatemala
Región Norte	-	Baja y Alta Verapaz
Nororiental	-	Progreso, Izabal, Chiquimula, Zacapa
Suroriental	-	Santa Rosa, Jalapa, Jutiapa
Región Central	-	Sacatepéquez, Chimaltenango, Escuintla
Región Suroccidental	-	Sololá, Totonicapán, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Retalhuleu, San Marcos
Noroccidental	-	Huehuetenango y Quiché
Como una propia región por la extensión	-	Petén

La regionalización debe hacerse respetando esa visión porque permite brindar el servicio de manera adecuada, poder acercar los equipos a cada una de las 8 regiones, permitiría no solo tener una mejor cobertura de información, sino reiterando población informada de mejor forma.

Muchas veces se conocen las noticias o nota en radio de una manera sesgada, particularmente en los últimos acontecimientos donde los casos que se han emprendido ponen en evidencia como mediáticamente una buena parte de los medios de comunicación tratan de desgastar la imagen institucional, tener presencia de 8 delegaciones del departamento permitirá aclarar dudas, poder dar información de una manera correcta y adecuada a la población reiterando para

que formen su propio criterio en base a la información que ellos reciban y no solo quedarse con una cara de la moneda.

5. De estas regiones, ¿en qué fiscalías se podrían instalar las unidades de información y prensa?

Región Suroccidental	Quetzaltenango
Región Central	Escuintla
Región Norte	Alta Verapaz
	Petén
Nororiental	Zacapa
Suroriental	Jalapa
Región Suroccidental	Xela, Quetzaltenango
Noroccidental	Quiché

6. En cuanto al área fiscal, los jefes de las fiscalías son a quienes más buscan los medios para entrevistar. ¿Considera necesaria la capacitación en cuanto a manejo de medios?

Totalmente de acuerdo, sobre todo porque la actuación institucional debe ser siempre abierta y transparente, por supuesto con reservas de nuestra legislación en el artículo 314 en particular. Muchas veces limita el poder informar, pero mantener un buen contacto con medios de prensa, reconociendo que cada entrevista, cada rueda de prensa es una oportunidad para enviar mensajes a la población, muchas veces los fiscales lo ven como un mecanismo de cuestionamiento o fiscalización, más que sentirse en ese plan, el proceso de aprendizaje debiese desarrollarse a verlo como una oportunidad para comunicarse con la gente.

7. Todo lo que se procesa en el MP, ¿qué sería lo más importante resaltar para que las unidades vayan retroalimentando e informando?

Lo más importante son los resultados obtenidos, lo que espera la población de una manera pronta, más en los casos que mayor atención social acaparan, por ejemplo, el caso del niño víctima de secuestro, generó mucha expectativa. Un buen mecanismo de información es, a mi criterio, el que informa de manera objetiva y ética, pero también de manera inmediata.

8. ¿Algunas recomendaciones o sugerencias para lograr la descentralización del departamento?

- Que garanticen mecanismos de comunicación y coordinación entre sede central y subsedes, no puede perderse el control.
- Que el personal que vaya a las sedes llene el perfil adecuado que debe ser una persona aparte de capacidades técnicas de la función, debe ser proba, ética, con don de gentes, capacidad de brindar confianza a medios locales, poder dar percepción de puertas abiertas.
- No contratar personas que, aunque tengan mucha capacidad, transparencia, probidad, pero resulta que el carácter no le ayuda.

9. ¿Podrían ser comunicadores del área, que vivan en el lugar?

Pienso que sí, conocen la realidad, el contexto y la propia cultura local. Sería importante. Que tengan pertinencia cultural, sensibilización con el tema de derechos humanos y género.

10. ¿En cuánto tiempo considera que podría empezarse a descentralizar el lugar, en base a resultados de la actual administración?

Es un tema sin duda, de planificación y proyección. Para poder incluir en el proyecto de 2017 implicaría que se pueda desarrollar dentro del plan operativo del departamento, poder tener contempladas algunas fases para someterlo a análisis técnico, jurídico y financiero correspondiente y al tener opinión favorable de los tres departamentos –técnico, jurídico y financiero– proceder a su incorporación como parte de los proyectos 2017. De lo contrario, recordemos que es en noviembre y diciembre donde se entregan y aprueban los planes para tener dictámenes, caso contrario implicaría esperar un año más para tener que desarrollar el proyecto- Los tiempos dependen de la planificación que se haga.

8.3 Costos para la creación de cada una de las Oficinas de Información y Prensa

De acuerdo con la Secretaría de Planificación, Análisis y Desarrollo Institucional del Ministerio Público, los costos aproximados para la implementación del proyecto de creación de cada una de las Oficinas de Información y Prensa son los siguientes:



COSTOS APROXIMADOS DE LA CREACIÓN DE OFICINAS DE INFORMACIÓN Y PRENSA (REGIONALES)		
1	NOMBRE DEL PROYECTO: Creación de Oficina de Información y Prensa (Xela, Quetzaltenango)	Q 3,498,040.43
2	NOMBRE DEL PROYECTO: Creación de Oficina de Información y Prensa (Escuintla)	Q 3,438,040.43
3	NOMBRE DEL PROYECTO: Creación de Oficina de Información y Prensa (Alta Verapaz)	Q 3,558,040.43
4	NOMBRE DEL PROYECTO: Creación de Oficina de Información y Prensa (Flores, Petén)	Q 3,378,040.43
5	NOMBRE DEL PROYECTO: Creación de Oficina de Información y Prensa (Zacapa)	Q 3,678,040.43
6	NOMBRE DEL PROYECTO: Creación de Oficina de Información y Prensa (Jalapa)	Q 3,378,040.43
7	NOMBRE DEL PROYECTO: Creación de Oficina de Información y Prensa (Quiché)	Q 3,438,040.43
TOTAL 7 REGIONES		Q 24,366,283.00

8.4 Presentación de la Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público al Despacho de la Fiscal General y Jefa del Ministerio Público

Guatemala, 05 de febrero de 2018

Señora
Thelma Aldana
Fiscal General y
Jefa del Ministerio Público
de Guatemala
Su Despacho

Es un gusto saludarla por este medio y a la vez dirigirme a usted con el motivo de presentarle de forma escrita, la propuesta de una *"Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público"*.

La misma forma parte del tema de tesis que presenté para obtener mi título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Mi objetivo es cejar este proyecto académico como un aporte al Ministerio Público y que sea utilizado para contribuir en el fortalecimiento comunicacional interno y externo de la Institución.

Para su conocimiento adjunto una síntesis del mismo y el desglose del proyecto.

Dudas, comentarios o sugerencias quedo a la orden.


Rosmery González
Técnico de Información y Prensa
Departamento de Información y Prensa
Ministerio Público
NIP 20140745



8.5 Respuesta de la Fiscal General y Jefa del Ministerio Público a la Presentación de la Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público



Despacho de la Fiscal General de la República
Jefa del Ministerio Público
Guatemala, C. A.

DFG-147-2018
Guatemala, 8 de febrero de 2018

Licenciada
Rosmery González
Técnico en Información y Prensa
Departamento de Información y Prensa
Su Despacho

Licenciada González:

Atentamente me dirijo a usted, en respuesta a oficio de fecha 5 de febrero de 2018, por medio del cual remite propuesta de una "Estrategia de Comunicación para Descentralizar el Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público."

Agradezco, el documento enviado el cual será de gran utilidad para el fortalecimiento del Ministerio Público.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Deferentemente,


MSc. Thelma Esperanza Aldana Hernández
Fiscal General de la República y
Jefa del Ministerio Público



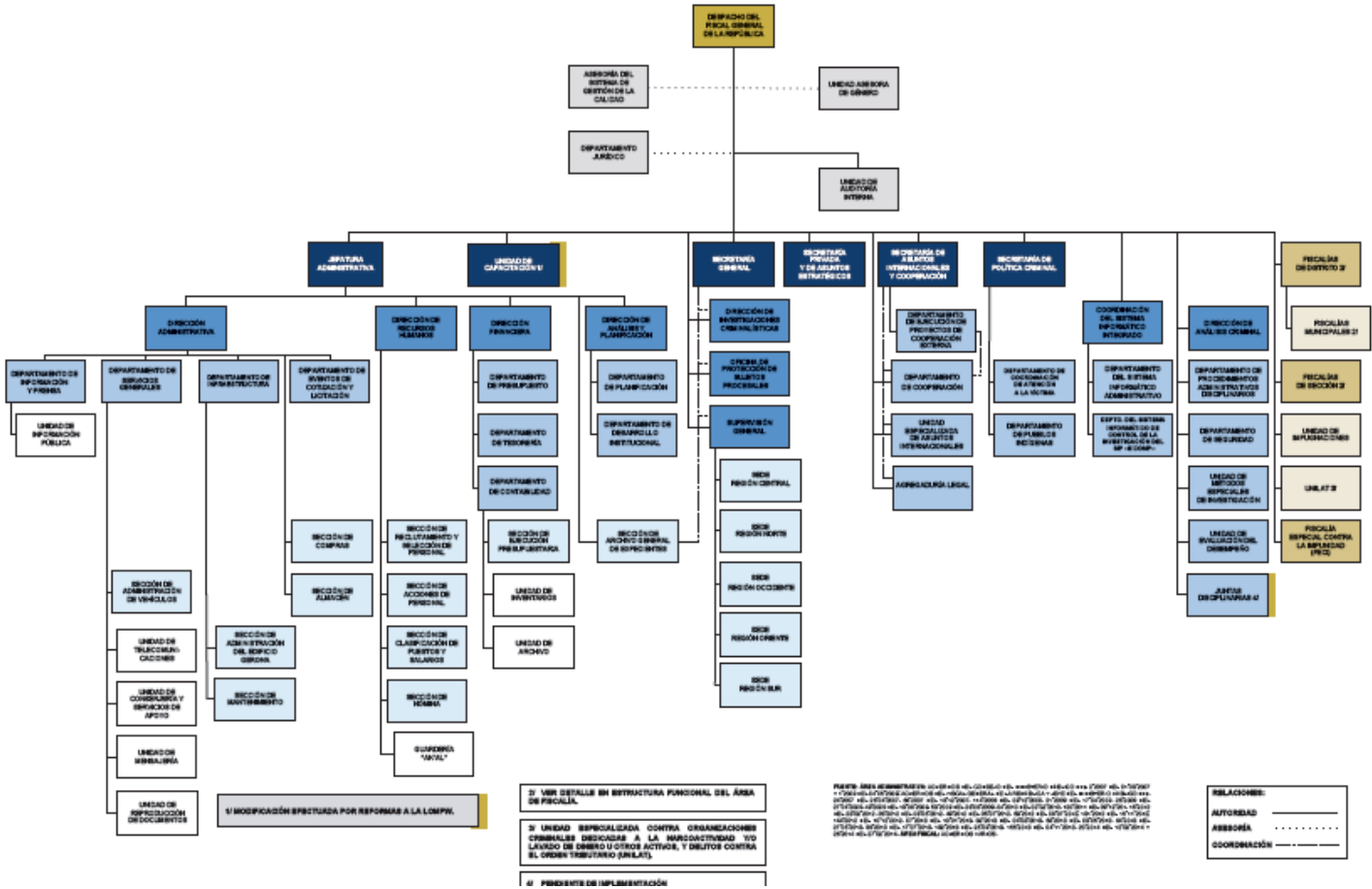
15 Av. 15-16 Zona 1
Barrio Gerona
Ciudad de Guatemala,
Guatemala
Tel.: (502) 2411-9191
www.mp.gob.gt




9:45

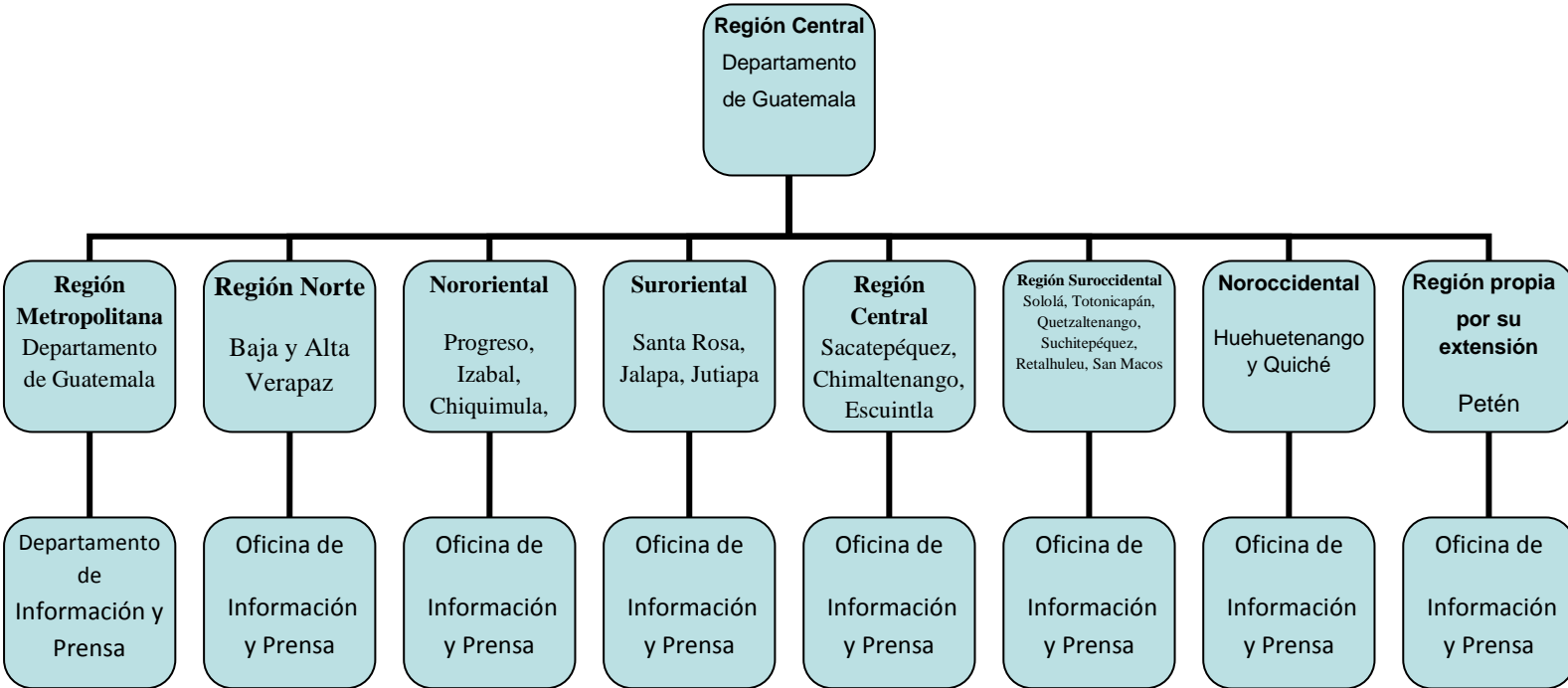
9 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL MINISTERIO PÚBLICO

Estructura Funcional del Ministerio Público



Fuente:
 Ministerio Público

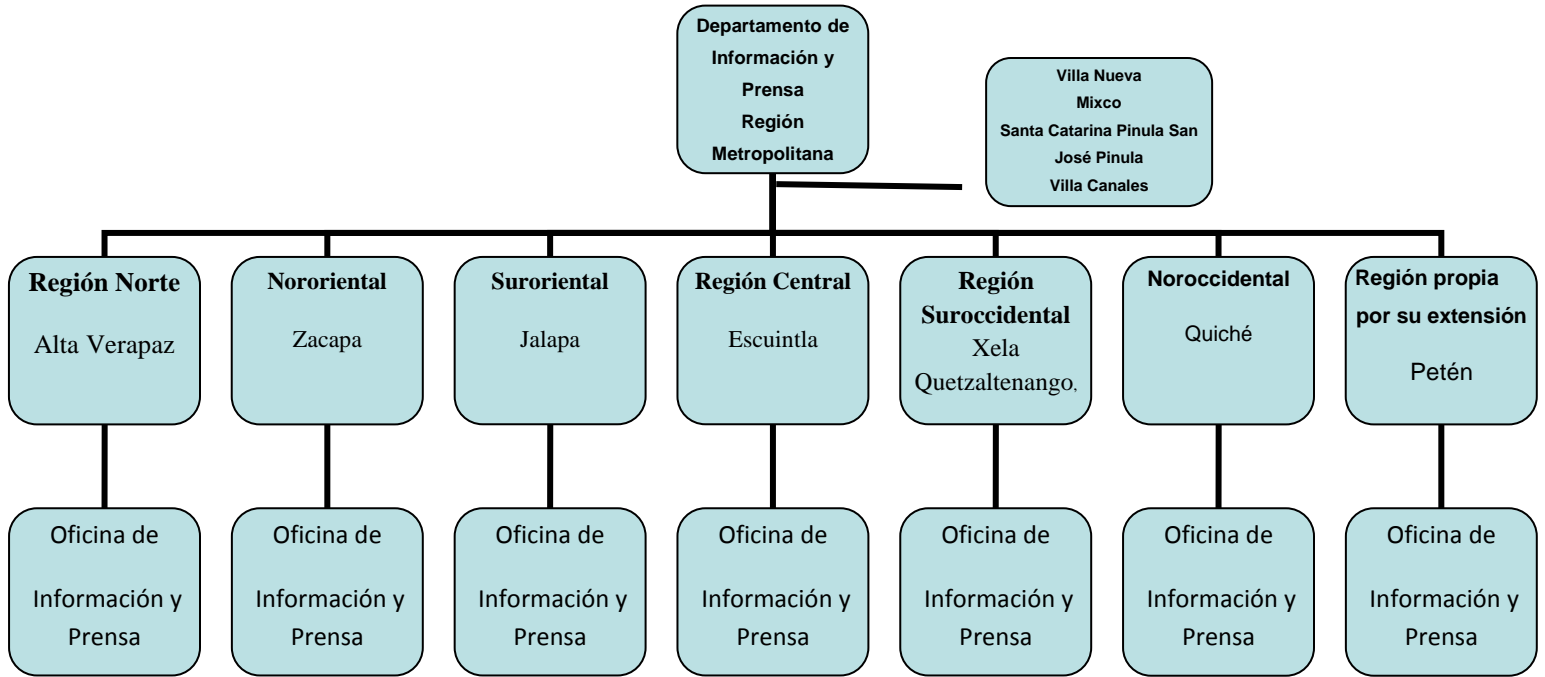
10 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LAS OCHO REGIONES



Fuente

Elaboración propia

11 ORGANIGRAMA REGIONAL DEL DEPARTAMENTO Y OFICINAS DE INFORMACIÓN Y PRENSA



Fuente

Elaboración propia

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Chavarría Astorga, Friederikhs Adgust. (2016). Transformación del Departamento de Información y Prensa del Ministerio Público. Tesis de grado, Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2. De Mattos, Carlos, (1990). La Descentralización. ¿una nueva panacea para impulsar el desarrollo? Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas.
3. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos etc. Acuerdo 13-2005 que le da vida al Reglamento de Organización y Funcionamiento del Departamento de Información y Prensa.
4. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Guatemala: Constitución Política de la República de Guatemala. Reformada por Acuerdo Legislativo No. 18-93 del 17 de noviembre de 1993.
5. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Ley de Acceso a la Información Pública, Decreto 57-2008.
6. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Ley General de Descentralización. Decreto número 14-2002. Congreso de la República de Guatemala, 10 de mayo de 2002.
7. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. la Ley guatemalteca, decreto 14-2002 del Congreso de la República de Guatemala.

8. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Ley Orgánica del Ministerio Público de Guatemala. Decreto No. 40-94. Congreso de la República de Guatemala.
9. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Ley Orgánica del Ministerio Público, la cual fue reformada mediante el Decreto 18-2016, en su artículo 16 en el cual se adiciona el artículo 24 –bis-
10. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Ley Preliminar de Regionalización Decreto número 70-86 del Congreso de la República de Guatemala.
11. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Manual de Organización y de Clasificación de Puestos del Ministerio Público, Acuerdo No. 11-95 del Fiscal General de la República y jefe del Ministerio Público.
12. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Ministerio Público de Guatemala. Manual de Organización. Departamento de Información y Prensa. Ministerio Público. Guatemala. C.A. 2010.
13. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Organización, Integración, Funciones y Atribuciones de la Unidad de Información Pública, Acuerdo NO. 22-2009, del Fiscal General de la República y Jefe del Ministerio Público.
14. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Reglamento de la Ley General de Descentralización. Presidencia de la República de Guatemala, 2003.

15. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos, etc. Reglamento Interior de Trabajo del Ministerio Público, Acuerdo 2-98.
16. Guatemala, Leyes, Reglamentos, Decretos etc. Reglamento de Organización y Funcionamiento del Área Administrativa del Ministerio Público, Acuerdo 12-2007, del Fiscal General de la República y Jefe del Ministerio Público.
17. Parra Alvarracín. Germán. (2000) Bases Epistemológicas de la Educomunicación. Definiciones y perspectivas de su desarrollo. Quito-Ecuador: CIESPAL
18. Pérez González, Rafael Alberto. (1998). Estrategias de Comunicación. Narrativa Contemporánea. España.
19. Pérez González, Rafael Alberto. (2001). Uso de la Comunicación Estratégica. Barcelona, España
20. Subuyuj De León, José Javier Oliver. (2017). Diagnóstico y Propuesta para la Creación de la Oficina de Información y Prensa del Ministerio Público para la Fiscalía Distrital de Chiquimula. Tesis de grado, Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 2018.
21. Tironi Eugenio y Cavallo, Ascanio (2001). Comunicación estratégica. Santiago de Chile, Chile Taurus.
22. Tobón Franco, Luis Rogelio. (2011). Estrategias de la comunicación, una visión integradora. Comunicación. TAP. España.

23. Trujillo Álvarez, Pedro. (10 de junio de 2006). Gobernabilidad y Democracia en Guatemala. Guatemala: Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales de la Universidad Francisco Marroquín.

24. Valsagna, Alicia, (2005), Modelo de comunicación estratégica. Paraguay.

EGRAFIA

1. Aranes Usandizaga, José Ignacio. (1996). La comunicación institucional de la administración pública: entre la lógica autista-instrumental y la democrática. Revista de estudios de comunicación Zer, número 1, vol. 1, 201-213, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco/EuskalHerrikoUnibertsitatea, España. Consultado el 12 de junio de 2015. Disponible en:
<http://www.ehu.eus/zer/%20hemeroteca/pdfs/zer01-13-aranes.pdf>
2. Castro, Adele. (2014) Comunicación organizacional, técnicas y estrategias. Googlebooks. Disponible en:
<https://www.casadellibro.com/ebook-comunicacion-organizacionaltecnicas-y-estrategias-ebook/9789587414448/2598802>
3. Descentralización. Consultado el 8 de junio de 2015. Disponible en:
<http://www.segeplan.gob.gt/nportal/>
4. Hoxie Sullivan, Marguerite. (2012). La oficina de prensa. Oficina de Programas de Información Internacional Departamento de Estado de Estados Unidos. Disponible en:
https://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications-spanish/A_Responsible_Press_Office_Second_Edition_Spanish.pdf
5. Ministerio Público (2015) Administración MSc. Thelma Aldana. Fecha de consulta 21 de septiembre de 2016: Disponible en:
<https://www.mp.gob.gt/directorio-nacional/>
6. Ministerio Público. Página web institucional. Fecha de consulta 8 de enero de 2017_y hora de consulta 4:50 p.m. Disponible en:
<https://www.mp.gob.gt/preguntas-frecuentes>

7. Rodrich Portugal, Rolando. (2012). *Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión*. Revista de Comunicación, vol. XI, 212-234, Facultad de Comunicación, Universidad de Piura, Perú. Consultado el 11 de junio de 2015. Disponible en: <http://beta.udep.edu.pe/comunicacion/rcom/%20pdf/2012/Art212-234.pdf>
8. Román, Mario Sebastián. (2005). *La Comunicación en las instituciones del sector público*. Revista La Trama de la Comunicación, vol.10, 2004/2005, Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Consultado el 11 de junio de 2015. Disponible en: https://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/483/Mario_Sebastian_Roman_A1a.pdf?sequence=1
9. Rubiños Gil, María. (2014) La transparencia, la comunicación y la confianza en las instituciones públicas: los casos comparados de la Freedom of Information Act en el Reino Unido y la Ley de Transparencia, Buen Gobierno y Acceso a la Información en España. III Congreso Internacional en Comunicación Política y Estrategias de Campala, Santiago de Compostela, España, septiembre, 2014. Consultado 15 de junio de 2015. Disponible en: <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/abrir-ponencia.php?f=461-F54168fa34611410764707-ponencia-1.pdf>
10. Scheinsohn, Daniel. (2010). Comunicación estratégica. Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Año X, Vol. 33, agosto 2010, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Consultado 15 de junio de 2015. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=164&id_articulo=6141