

Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Departamento de Periodismo



El Perfil de la Dirección de Comunicaciones del
Ministerio de Educación

Tesina Presentada por:
Lebí Canaán Calderón Martínez

Para optar al grado de licenciado en periodismo

Ciudad Universitaria, 12 febrero de 2009.

Autoridades de la Universidad de El Salvador

Rector:

Máster Rufino Antonio Quezada Sánchez

Vice-Rector académico:

Máster Miguel Ángel Pérez Ramos

Vice-Rector Administrativo:

Máster Óscar Noé Navarrete

Secretario:

Licenciado Douglas Vladimir Alfaro Chávez

Autoridades de la Facultad de Ciencias y Humanidades

Decano:

Licenciado José Raymundo Calderón

Vice-Decano:

Doctor Carlos Roberto Paz Manzano

Autoridades del Departamento de Periodismo

Jefe del Departamento de Periodismo:

Licenciado Roberto Antonio Maza

Coordinador de Proceso de Grado:

Master Carlos Ernesto Deras

Docente Director:

Licenciado Iván Alexander Hernández Serrano

AGRADECIMIENTO

A mi Padre celestial, a Jesucristo y al Espíritu Santo, quienes me dieron fuerzas, sabiduría y entendimiento, para aprobar cada materia de la carrera, sin Ellos no hubiera sido posible este éxito en mi vida.

A mi esposa Cecilia y a mis hijas Katerine y Joice Calderón Izaguirre quienes me dieron su tiempo, apoyo y oraciones para llegar hasta el final de esfuerzo, a ellas gracias y les dedico este logro personal.

A mi padre Eliseo Ángel Calderón que durante mis años de estudio el Señor se lo llevó al paraíso, pero sé que se sentiría orgulloso de mi coronación en mis estudios universitarios, a mi madre Juanita de Calderón que con sus oraciones y su palabras estuvo conmigo; a mi hermano Armando Calderón quien fue un gran apoyo con sus palabras de ánimo y esfuerzo; a mi hermano Billy, y mis hermanas Graciela, Flor y Matilde, a mi sobrino, Melvin quienes con sus oraciones me ayudaron a la perseverancia.

Finalmente, a mi jefa Alexandra de Ramírez quien me apoyó en darme tiempo para mis estudios y aconsejarme para ser mejor cada día. Además, a mis compañeros de trabajo, quienes siempre me dieron palabras de superación.

A mis amigos: Roberto Mejía y Alex Saravia quienes me ayudaron en el proceso de estudiante, también al Licenciado Iván Hernández mi asesor de tesis y todos los docentes que fueron parte de la enseñanza y aprendizaje de la carrera y a todos aquellos que no están sus nombres en este escrito, pero el Señor los usó para ayudarme y terminar este paso en mi vida, a todos gracias y que Dios me los bendiga.

Lebí Canaán Calderón M.

INDICE

Introducción	IX
Capítulo I Definición del objeto de estudio	
1.1 Planteamiento del problema.....	11
1.2 Delimitación del espacio temporal.....	14
1.3 Tipo de investigación.....	15
1.4 Preguntas guías de la investigación.....	16
Capítulo II Justificación	
2.1 Relevancia de la investigación.....	18
2.3 Valor teórico de estudio.....	19
2.4-Factibilidad para su desarrollo.....	20
2.5-Implicaciones practicas de la investigación.....	20
Capítulo III Objetivos-generales y específico	
3.1-Objetivo general y específicos.....	23
Capítulo IV Consideraciones teóricos conceptuales	
4.1-Antecedentes del objetos.....	25
4.2-Perspectiva o enfoque Teórico.....	28
4.3-Sistema de conceptos.....	40
Capítulo V Metodología	
5.1-Carácter del trabajo.....	45
5.2-Definición de la muestra o corpus de análisis.....	46
5.3-Determinación y descripción de las técnicas de investigación.....	48
5.4-Procedimiento del trabajo de investigación.....	53
6. Capítulo VI Exposición y resultados	55
7. Conclusiones	68
8. Recomendaciones	75

9.Bibliografia.....	77
10.Anexos.....	79

INTRODUCCIÒN

El presente trabajo de investigación es un perfil de comunicación que se realizó a la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación, en el cual se da a conocer que es la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación, cómo son los antecedentes históricos de la comunicación institucional durante el desarrollo de los tiempos y cómo las Direcciones o Departamentos de Comunicaciones de las organizaciones públicas o de gobierno están usando este tipo de comunicación, para informar a sus usuarios internos y externos sobre los trabajos de la institución de gobierno que representan.

El presente Perfil de la Dirección de Comunicaciones del MINED se realizó al no existir investigaciones previas, además para conocer las funciones, rutinas y estructura de la Dirección de Comunicaciones. Lo que hizo necesario, la observación laboral, el análisis de contenido y la entrevista estructurada.

Por otra parte, podrá conocerse los instrumentos que se usaron para obtener la información en la investigación y como estos dieron resultados en dar las recomendaciones, para el mejoramiento del trabajo de la Dirección de Comunicaciones del MINED.

Finalmente, el perfil de comunicaciones del Ministerio de Educación será de utilidad en investigaciones de este tipo y servirá para futuros estudiantes de periodismo o comunicación que deseen conocer más sobre trabajos relacionados en área de investigación, se agrega que es un aporte a la sociedad salvadoreña.

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Las ciencias de la comunicación son aquellas disciplinas de las ciencias sociales que se encargan de estudiar la esencia de los procesos de comunicación como fenómenos en sí mismos, los medios que se emplean y el conjunto semiótico que construyen, generando sus propios métodos de estudio y herramientas analíticas. Las ciencias de la comunicación es una herramienta básica para comprender la naturaleza de las sociedades, así como la comunicación diaria entre personas o grupo de personas, sea en su dimensión institucional o comunitaria.¹

En este proceso la comunicación se convierte en la matriz donde se insertan todas las actividades de las personas.

Al tener claro el concepto de comunicación y considerando nuestro objeto a estudiar e investigar, resulta necesario identificar y descubrir una rama emergente dentro de la comunicación: la Comunicación Institucional.

Antes de analizar el concepto “Comunicación Institucional” es necesario conocer el concepto de institución, según Carlos Sótelo Enríquez, en su artículo Introducción a la Comunicación Institucional, sostiene: “la institución es toda organización humana en la que varias personas, a partir de unos principios configurados y bajo una estructura concreta, coordinan diversas actividades para lograr determinados fines en el ámbito de una sociedad superior, a la que sirve y proporciona cohesión y paradigma”.²

Las sociedades organizadas tienen instituciones básicas de índole: políticas, religiosas, educativas, económicas, defensa, de seguridad y recreativas.

¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Ciencias_de_la_comunicaci%C3%B3n

² <http://www.decomunicacion.com>

Estas instituciones organizadas que se desarrollan en un marco de normas y valores que persiguen fines determinados en las que sus integrantes mantienen relaciones funcionales, han permitido que el concepto de comunicación institucional es un concepto relativamente nuevo que se agrega a la terminología de la comunicación.

La comunicación institucional puede definirse como el tipo de información realizada de modo organizado por una institución y sus representantes, dirigida a las personas y grupos de su entorno social en el que desarrolla su actividad. Tiene como objetivos establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen adecuada a sus fines.³

Según un informe del Instituto de Estudios de la Comunicación Institucional son las relaciones, los mensajes y la información que las instituciones del más diverso género establecen y dirigen hacia sus diversos públicos, en forma integrada, coordinada y alineada con función de su visión y objetivos.⁴

La Comunicación Institucional es como un puente fundamental del planteamiento estratégico de las instituciones que comprenden que su éxito depende de una gestión profesional en todas sus áreas; así todo proceso de comunicación institucional exigirá de un trabajo de planeación que le permita obtener resultados medibles, en tiempos marcados y con objetivos concretos.

Para la elaboración del perfil, se debe entender la identidad de la institución, su imagen ante sus usuarios, y cómo la desarrolla interna y externa a sus receptores.

³ <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

⁴ <http://www.uces.edu.sv/institucion/comunicacion>

1.2 Delimitación Espacio-Temporal

La presente investigación se realizó entre octubre 2007 y abril del 2008 en la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación, donde se tomó como muestra al Director de Comunicaciones, José Balmore Barrientos, el Jefe del Departamento de Prensa, Carlos Marroquín, el periodistas de Prensa, Luis Guillermo Urbina, el camarógrafo, Oscar René Barrera, el Jefe de Publicidad y Monitoreo de Noticias, Alexander Bonilla y el Jefe de Producción de Audio y Video, Eduardo Melgar. Además, se realizó el análisis documental y de rutinas de producción.

Esta Dirección se ubica en la Alameda Juan Pablo II, Calle Guadalupe, Centro de Gobierno, San Salvador.

1.3 Tipo de Investigación

Por su finalidad:

La investigación fue exploratoria por ser una primera aproximación al fenómeno, no había investigaciones previas sobre la investigación.

La investigación permitió conocer la situación actual de Dirección de Comunicaciones y posteriormente se emitió propuestas, recomendaciones, observaciones y soluciones que llevaron a mejorar su funcionamiento.

Por su alcance:

Por su alcance temporal sincrónica: porque el tiempo de investigación coincide con el tiempo delimitado, además de su carácter actual.

Implicaciones: En esta parte se explica a quiénes fueron dirigidos los resultados de este estudio:

1. Instituciones de Gobierno-Ministerio de Educación

Con esta investigación, permitió a los encargados de las Direcciones de Comunicaciones del Ministerio de Educación para saber como está organizado, como trabaja y funciona, que proyectos desarrolla y cuál es la relación informativa que tiene la Dirección de Comunicaciones con los medios de comunicación y públicos internos y externos del Ministerio de Educación.

2. Universidad de El Salvador y Facultades Académicas

Con los resultados de este estudio, los estudiantes de diferentes carreras universitarias y mayormente de periodismo y comunicaciones podrán conocer como es el Perfil de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio De Educación. Para que puedan fortalecer futuras investigaciones sobre perfiles comunicacionales. Lo que originó conocimientos nuevos sobre la estructura, rutinas laborales y funcionamiento de la Dirección de Comunicaciones del MINED. Así como obtener realizar un análisis de contenido del programa Televisión Educativa que produce al Dirección.

1.4 Preguntas guías de la investigación

- ¿Qué estructura organizativa tiene la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación?
- ¿Qué rutinas de trabajo tiene la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación?
- ¿Conocer el desarrollo laboral de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación?
- ¿Qué proyectos de comunicación está desarrollando la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación?

CAPÍTULO II

JUSTIFICACIÓN

2. JUSTIFICACIÓN

Las instituciones se clasifican según sus funciones: comerciales, empresariales, educativas, pedagógicas, gubernamentales, administrativas, militares, publicitarias, culturales, de salud, entre otras; donde las personas conviven e interactúan en los espacios y normas de cada institución.

Teniendo este referente, se puede decir que la comunicación institucional es un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre las personas de la Dirección y entre la institución como tal.⁵

Las instituciones buscan tener presencia e imagen en las sociedades, por medio de una comunicación institucional que logre tener de manera eficaz los pensamientos y opiniones acerca de su gestión y la forma en que estas desempeñan sus funciones.

Es normal que las direcciones, unidades, departamentos o gabinetes de prensa se conviertan en una forma “conductos especializados” de aquellas instituciones que pese a deber brindar información transparente que beneficie la imagen institucional, se convierten en Direcciones “burocráticas” que responden a las ideas de las instituciones públicas.

El trabajo de estas instituciones de comunicación en algunas veces cuestionados por los mismos medios de comunicación y la población, hace entender que la comunicación juega un importante funcionamiento en la gestión de calidad.

Difícilmente las instituciones principalmente nuestro objeto de estudio podrá lograr receptividad ante sus expectativas y una clara apertura de aceptación en los medios de comunicación y la sociedad, mientras no tengan claro la importancia de la comunicación y la información para el cumplimiento de sus objetivos.

⁵ Muriel, Luisa María y Rota, Gilda, Comunicación Institucional. Enfoque social de relaciones humanas, Quito 1980 p. 32.

Instituciones, partidos políticos, sindicatos, empresas, universidades, movimientos sociales, etc. destinan cada vez más recursos e interés por la comunicación y se han percatado de la necesidad de incorporar dentro de su estructura un departamento o unidad especializada que controle, analice, ejecute y difunda todas y cada una de las acciones de gestión de la comunicación, transmitiendo esa imagen positiva de la institución ⁶

Las instituciones son como una entidad representativa de la sociedad, cuyo principal desarrollo se basa en objetivos y metas en función de las necesidades de la sociedad o de un sector de ellas. La visión y la misión como componentes importantes de las instituciones se convierten en el punto de partida para la buena imagen y proyección de la misma. ⁷

En la investigación se buscó analizar tres áreas importantes:

a) Comunicación interna y externa: Es organizar las comunicaciones entre la Dirección y personal de la propia organización, de modo que el personal del servicio público conozca perfectamente los objetivos estratégicos y operativos de la prestación del servicio. Asimismo, de forma externa, para dar a conocer el trabajo y la imagen institucional.

b). Relaciones con la prensa: Es de tener relaciones permanente con los medios de comunicación de prensa, radio y televisión, para darles a conocer la información de interés, garantizando que será recibida por los ciudadanos, destacando cuidar sus relaciones con los medios, manteniendo una actitud cordial, veraz y transparente con ellos.

⁶ <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

⁷ Muriel, Luisa María y Rota, Gilda, Comunicación Institucional. Enfoque social de relaciones humanas. Quito 1980 p. 35

c) Diseño de campañas de publicidad: Supone dar a conocer aspectos específicos de un servicio que sean de utilidad al ciudadano para una mejor prestación del mismo. En el caso de las instituciones públicas, la publicidad no es un objetivo tan prioritario como en las grandes firmas comerciales y financieras, por lo que la unidad se limita muchas veces a gestionar y supervisar las campañas encargadas a agencias externas.

Los conceptos de los niveles descriptivo y explorativo aclararon y demostraron de mejor manera como en nuestra sociedad, funciona esta Dirección institucional considerando que se abordaran aspecto funcionales en cuanto a producción de información y procesos comunicación.

Esta investigación ofreció factibilidad para su desarrollo por conocer el espacio de estudio. Esta permitió tener un acceso con la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación. Para dar una descripción y explicación del perfil de la Dirección, lo más objetiva posible.

Para la investigación fue necesario establecer como fuentes claves, al personal que labora en la Dirección de Comunicaciones que se convierten en los profesionales encargados de las comunicaciones, estos son: El Director de Comunicaciones, José more Barrientos, el Jefe de Prensa, Carlos Marroquín, el Periodistas de Prensa, Luis Guillermo Urbina, el Camarógrafo, Oscar René Barrera, el Jefe del Departamento de Audio Video, Eduardo Melgar y El Jefe del Departamento de Monitoreo de Noticias, Alexander Bonilla.

Además, la presente investigación se hace a raíz que no existía un perfil de la Dirección de Comunicaciones del MINED, y no hubo aproximaciones de la investigación del fenómeno investigado.

Lo que dio como resultado, el crear el Perfil de la Dirección de Comunicaciones, investigación que será de utilidad para futuras investigaciones de este tipo por estudiantes de periodismo o de comunicaciones.

CAPÍTULO III

OBJETIVOS

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

- Elaborar el perfil de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación, Centro de Gobierno, San Salvador.

3.2 Objetivos Específicos

- Describir el desarrollo actual de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación.
- Describir las funciones y rutinas de trabajo que realiza la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación.
- Establecer el tipo de estructura organizativa que existe de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación.

CAPÍTULO IV
CONSIDERACIONES TEÓRICO
CONCEPTUALES

4. CONSIDERACIONES TEÓRICO CONCEPTUALES

4.1 Antecedentes del objeto

En los antecedentes sobre la existencia de un perfil de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación es nula, ya que la comunicación institucional ha sido poco investigada en instituciones de gobierno.

No obstante, se encontró una investigación sobre el “Perfil de Comunicación Institucional Externa de los Ministerios de El Salvador”, donde informa de un breve perfil de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación y una poca información sobre el funcionamiento laboral de los departamentos de: análisis de datos, Área de videos, Oficina de Atención al Público con el interés del funcionamiento de la comunicación interna. Y añade sobre la difusión de la buena imagen de la Institución de gobierno.

Además, da una pequeña información de la jefatura o Dirección de Comunicación en su administración y comunicación con los medios de comunicación externos. También, sobre el apoyo en las actividades culturales que se realizan a nivel nacional junto con otras unidades del Ministerio.⁸

También, se verificó otra tesina titulada: “Estrategias informativas del Ministerio de Educación” donde describe las formas de las estrategias informativas que la Dirección de Comunicaciones del MINED, esta plantea como informar a la sociedad salvadoreña sobre el trabajo que desarrolla la institución gubernamental mediante el uso de los medios de comunicación como: Televisión, radio y prensa escrita para informar las estrategias.⁹

⁸ Brizuela Alvarenga, Edith Margarita y otros: Tesina Identificación del perfil de comunicación institucional externa de los ministerios de El Salvador, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. San Salvador 2001 p.25

⁹ Belloso Pérez, Karla Nimidia y otros: Tesina Estudio de necesidades de comunicación interna de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. San Salvador 2000 p.26

En el proceso de la investigación, se encontró que no existe una documentación sobre la historia de la creación de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación, pero al consultar a la Secretaría de Comunicaciones, Silvia Elizabeth Sánchez, una de las pioneras de la Dirección, manifestó que desde 1971 ya existía un Departamento de Relaciones Públicas y era una persona quien se encargaba de atender los diferentes eventos que se desarrollaban; con sus protocolos y actividades con los medios, en un primer momento esta Oficina estaba ubicada en el centro de la capital de San Salvador.

Después del terremoto del 10 octubre de 1986, que destruyó muchos edificios de San Salvador, las oficinas del Ministerio de Educación, entre estas las de Relaciones Públicas se trasladaron a Nueva San Salvador o Santa Tecla del Departamento de la Libertad, y esta oficina de Comunicación estaba ubicada en la Avenida Badén Powell, lo que es Canal 10 de Televisión actualmente, pero posterior se trasladó en año de 1995 a los Edificios A-2, Tercera Planta, del Ministerio de Educación, Centro de Gobierno, de San Salvador, que en la actualidad permanece ubicado en esta dirección.

A partir de esta fecha existió la necesidad de crear la Unidad de Comunicaciones por la parte de la Jefa, Nancy Perla, quien dirigió esta Unidad; en este año se contaba con dos fotoperiodistas quienes también redactaban las notas de los diversos eventos del Ministerio de Educación. Además, existía la encargada del Departamento de Relaciones Públicas, una secretaria y un ordenanza. Pero posterior se formalizó y se creó el Departamento de Prensa, el Departamento de Monitoreo de Noticias y el Departamento de Producción de Audio Video, y el Departamento de Administración.

En la actualidad esta Dirección cuenta con 20 empleados en su personal técnico administrativo, con los mismos departamentos en funcionamiento, y con la proyección

de transmitir la buena imagen institucional del MINED, para los usuarios internos y externos.

4.2 Perspectiva o Enfoque Teórico

Historia de la comunicación institucional:

La comunicación institucional ha existido desde que se originan las instituciones, desde que el hombre se organizó con sus semejantes para alcanzar un objetivo en común. Ciertamente la comunicación ha evolucionado con la historia y las formas diversas que las tribus nómadas unían esfuerzos para la caza, de la que tenían lugar en sociedades más desarrolladas como la de antiguo Egipto o Grecia; conforme las sociedades evolucionaron se crearon instituciones que respondían a funciones muy diversas: de defensa, de comercio, religiosas, políticas, culturales.¹⁰

La difusión de ideas siempre han estado presente, lo que ha variado es el modo de realizarse a lo largo de la historia, Julio Cesar ofrece en las Guerras de las Galias y en otros escritos una visión particular de su Imperio que podría compararse a tipos de comunicación políticas institucional de nuestros días, como la justificación de una determinación armada en un determinado país, las representaciones de batallas militares, los bustos, los relieves, los relatos, han sido durante siglos símbolos que han representado la comunicación con los griegos, egipcios, aztecas y tanto otros pueblos. Esos símbolos fomentados por los gobernantes, transmitían unos valores desarrollados, pero también por relatos y canciones populares.¹¹

La propagación institucional de las ideas, presente en la sociedad desde sus orígenes, adquirió desde la imprenta un impulso decisivo, pues era de una manera de una enorme capacidad de difusión; las luchas religiosas que tuvieron lugar en Europa que aprovecharían la influencia de la imprenta para difundir de modo masivo sus ideas y opiniones frente los adversarios.

¹⁰ <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

¹¹ <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

De hecho, el término de propaganda, en el sentido de difusión y propagación, fue institucionalizado en 1622 con la creación de -Sacra Congragato Christiano Nomine Propaganda que tenia como misión de propagar la fe católica en la recién descubierta América, para detener el efecto del protestantismo de Europa.¹²

Mas adelante con el crecimiento de la burguesía y el desarrollo mercantil la imprenta fue mejorando sus posibilidades y nacieron los primeros periódicos y hojas volantes que estaban ligados a la información comercial y a la política: El primer periódico sería la Gazzette, nacido en 1631, en Francia, con el apoyo de Richelien y Luis XIII. La prensa se desarrollaría progresivamente provocando que la difusión organizada de ideas adquiriera un papel cada vez mayor; primero en las guerras europeas, y mas tarde en la Revolución Francesa 1789, en el nacimiento de los Estados Unidos, en el desarrollo de los nacionalismos del siglo XIX, y en la unificación de países como Italia 1870.¹³

En los siglo XIX-XX, el enorme desarrollo económico-industrial y los adelantos científicos provocaron el nacimiento de nuevos medios de comunicación con un potencial de difusión extraordinario: primero la radio, después la televisión y más adelante la tecnología digital o Internet. Estos medios configuraron una nueva sociedad, la sociedad de la información, dando vida una cultura global y sitiando a los medios de comunicación en el centro del debate, político, religioso, industrial e ideológico del todo el siglo XX. El carácter masivo de los medios de comunicación provocó que en algunos países se usaran como medio de manipulación a gran escala durante la I y II Guerra Mundial.¹⁴

La comunicación institucional tiene muchos antecedentes históricos, pero en cuanto disciplina se ha desarrollado especialmente desde mediados del siglo XX. Muy unida a la comunicación de empresas comerciales, estas comenzaron a vender sus productos a

¹² <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

¹³ <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

gran escala especialmente en Estados Unidos y vieron la oportunidad de comunicar con sus clientes de un modo masivo a través de las múltiples formulas comunicativas que ofrecen los nuevos medios.¹⁵

Entre las características de la comunicación institucional pueden destacarse las siguientes:

1. La comunicación institucional está relacionada con el mercadeo, la publicidad, las relaciones públicas, pero van más allá de las funciones realizadas por ellas, ya que busca transmitir la personalidad de la institución y los valores que la fundamentan.
2. La comunicación institucional tiene un carácter de diálogo porque busca relacionarse con los miembros de la sociedad en la que esta presente, tanto individuos como instituciones, contribuyendo al bien común a través de sus fines específicos.
3. No puede separarse la identidad de una institución y sus valores. Y su identidad debe estar en armonía con el contenido, con el modo y con la finalidad de su comunicación.
4. Las instituciones son responsables de sus acciones ante la sociedad y su comunicación debe tener muy en cuenta esta responsabilidad.
5. Existen tres posibles imágenes que no siempre coinciden de una institución: la imagen que se desea dar, la imagen real de la institución y la imagen percibida. Una buena comunicación institucional busca la armonía entre las tres imágenes, procurando que se identifiquen, y evitando que la imagen que se comunica no corresponda con la realidad o que la institución sea percibida de un modo equivoco y que la percepción no coincida con la realidad.
6. La comunicación institucional no solo se identifica solamente con la información ofrecida por quienes coordinan las actividades comunicativas en las empresas. Hay un

¹⁴ <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

¹⁵ <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

tipo de comunicación institucional formal que es la realizan quienes han sido designados oficialmente para ello. Hay otro tipo de información que es informal: la que transmiten quienes forman la institución con su modo de actuar y proceder, aunque no estén investidos de una autoridad son percibidos como parte representativa de la organización, todo acto realizado por la institución tiene por tanto, repercusión social que muchas veces es interpretada por la sociedad como comunicación institucional.

7. La comunicación institucional tiende a gestionar todos los contactos comunicativos de la institución y sus miembros con los diversos públicos, sean públicos internos y externos.¹⁶

Tipos de comunicación institucional y planes de comunicación:

La institución determina los principios de comunicación con los que actúa, por ello, el fin con los que fue creada y los valores que la sustentan orientan de modo sucesivo su actividad comunicativa. Puesto que el concepto de comunicación institucional se ha desarrollado muy unido al de comunicación empresarial, las principales estrategias de comunicación se han llevado a cabo en terreno comercial. Es en ese terreno donde cada vez se ha dado mayor importancia a la comunicación en el gobierno y no solamente como un medio de difusión. En las dos últimas décadas del siglo XX han proliferado los gabinetes y oficinas de comunicación con una presencia dentro de la empresa que varía según los casos. En muchos casos gestionan las relaciones con los medios de comunicación; coordinan las actividades de marketing, las relaciones públicas y la publicidad; gestionan la comunicación dentro de la institución y velan por los contratos con los clientes actuales y potenciales.¹⁷

A pesar que el campo comercial es donde más se ha desarrollado, la comunicación institucional se ha aplicado a otras áreas con igual eficacia, respondiendo a la identidad

¹⁶ <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

¹⁷ <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

propia de cada institución, que determina el tipo de mensaje, la audiencia, los medios y fines mas apropiados. Por ello, la comunicación de una institución comercial se distingue de la realizada por una institución religiosa, ya que se especifica la identidad que conllevan modos propios de obrar de comunicar, distintos entre si. Una institución pública también posee características específicas que la diferencian de una institución recreativas sin ánimo de lucro, o de partidos políticos. Sin embargo, también hay semejanzas comunicativas entre el múltiple tipo de instituciones existentes.¹⁸

La comunicación institucional se realiza a través de un programa que requiere normalmente cuatro fases:

1. Investigación: Es un estudio en profundidad de la institución y de los públicos con los que se relaciona, para detectar la carencia, las capacidades competitivas, los desafíos futuros y posibles oportunidades
2. Programación: Creación de una estrategia comunicativa desarrollada en un periodo, tomando como base la información recogida en la fase anterior.
3. Realización: Es la puesta en marcha efectiva de la estrategia programada, de acuerdo con los objetivos trazados.
4. Evaluación: Es la valoración de los resultados obtenidos, confrontándolos con los iniciales objetivos del programa, en función de unos criterios establecidos previamente.¹⁹

También la comunicación es una forma de encuentro de un punto con otro, es vital, considerando que es esa su razón de ser, y a través de ella como las personas logran el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones y/o instituciones.²⁰

¹⁸ <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

¹⁹ <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

²⁰ Muriel Luisa Maria y Rota Gilda, Comunicación Institucional. Enfoque social de relaciones humanas. Quito 1980 p.39

La institución debe priorizar dentro de su centro de su estructura organizacional un sistema de comunicaciones e información que agilice los procesos que a nivel interno y proyectan hacia su área o públicos de influencia.

La institución como sistema, con el fin de entender la institución como ente organizacional se hace necesario explicarla desde la teoría de sistemas expuestas por la autoras María Luisa Muriel y Gilda Gota²¹ Desde el enfoque teórico se define a la institución como un sistema social que mediante la utilización de recursos actúa coordinadamente para lo que fue creada.

La institución es vista como un sistema que forma parte de uno mayor que configura su medio ambiente político, económico y social específico. Asimismo, este sistema mayor esta contenido en un microsistema representado por la sociedad en general.

Por otra parte, según Crunning y Hunt el modelo de práctica de Comunicación Empresarial e Institucional y Relaciones Publicas que denominan Public Information Model/ Agente de Prensa que arrancó en le siglo XX, en el año de 1906, Estados Unidos, por medio del Periodista y Agente de Prensa Yvy Led-better Lee, quien es padre de la Comunicación Empresarial e Institucional y de las Relaciones Públicas.

Es donde el periodista Yvy Led-better Lee da el primer apoyo a la actividad comunicativa, que consiste en separar la Información de la Publicidad, esto con la ayuda del comunicador americano George Greel, informando que la labor que se desarrollamos en nombre de las empresas e instituciones consiste en facilitar a la prensa y al publico de Estados Unidos materia informativa, rápida y precisa sobre todo asunto, cuyo valor e interés le haga merecedor de ser reconocidos por ellos.

²¹ <http://www.rppnet.com.ar/estrategiasdecomunicacion>

Por otra parte, Edward L. Bernays en 1923, fue uno de los iniciadores en la docencia de relaciones públicas en la Universidad de New York, donde en su trayectoria como docente escribió el primer libro sobre comunicación empresarial e institucional y trabajando con Lee y Greel fueron parte del Comité on Public Information del gobierno de Estados Unidos en la primera guerra mundial.

Posterior al analizar la segunda guerra mundial, el Gobierno de Estados Unidos creó la Office of War Information que también estaba a cargo por el periodista, Elmer Davis, quien realizó una actividad comunicativa, que tuvo profesionales de publicidad, propaganda y comunicación institucional y relaciones públicas.

La Comunicación institucional Empresarial y de Relaciones Públicas nace cuando una sociedad tiene plena conciencia de que existe una necesidad de comunicación institucional, esta necesidad nace a principios del siglo XX en Estados Unidos de América, es donde la materia de las relaciones se desarrollan desde los años de 1900 – 1945 y 1945 – 2000, donde se han aplicado las siguientes fuentes:

Se puede decir que la comunicación Empresarial e Institucional y Relaciones Públicas están integradas en las políticas de comunicación de cualquier institución, y que es elemental en cualquier organización durante su funcionamiento, ya que es importante las relaciones que tienen sus medios con sus públicos internos y externos.

Por esta razón se está realizando una investigación de fuentes que ayuden a sustentar la estructura en torno a la formación de la Teoría de Comunicación Empresarial e Institucional y Relaciones Públicas y diferentes teorías existentes.

Asimismo, en nuestro país ya existen trabajos sobre comunicación institucional, en dichos trabajos solo se han realizado recuentos de recursos humanos y materiales con que cuentan las unidades.

Por otro lado, las instituciones públicas que son las que pertenecen a la nación que se caracterizan por el ejercicio que las actividades de gobierno requieren realizar para el bien común, diversas actividades y objetivos para alcanzar sus metas para el desarrollo nacional.

Ante esto, el estado tiene las siguientes funciones:²²

1. Auto preservación de la nación: Entendida como la defensa y conservación de sus valores, de su cultura, de su estabilidad, y de las relaciones que le interesa mantener.
2. Regulación: Se refiere a la labor de determinar las normas, leyes y políticas que promueven el bien común, esta labor pertenece al área legislativa.
3. Gestión: Función por la cual estado realiza, implementa o lleva a cabo la administración o coordinación de las actividades necesarias para el bien común.
4. Supervisión: Función de vigilancia de Estado. Vigila las normas, leyes y políticas producidas por la función reguladora sean llevadas a cabo.

Comunicación institucional es un sistema que coordina entre la institución y sus públicos que actúan para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y a través de ello, contribuir al desarrollo nacional²³ la importancia de la comunicación institucional radica en que cumple un papel como mediador entre sus objetivos institucionales y los objetivos de sus públicos, tanto internos como externos.

Ante esto hace que las instituciones coordinen y formen mecanismos de comunicación ya sea a nivel formal e informal, con la finalidad que lo que se desarrollan sea entendido por la sociedad.

²² Muriel, Luisa Maria y Rota Gilda, Comunicación Institucional. Enfoque social de relaciones humanas. Quito 1980 p.44,45

²³ Muriel, Luisa Maria y Rota Gilda, Comunicación Institucional. Enfoque social de relaciones humanas. Quito 1980 p. 31

Bajo este tipo de comunicación se debe trabajar la comunicación externa en las instituciones, de una forma común se hace relaciones con los medios de comunicación o como una estructura importante de comunicación, asimismo existen otros enfoques que son los vínculos de relación que hace juntamente con la sociedad, teniendo un comunicación global basados en los objetivos establecidos por la institución, estas relaciones de trabajo deben ser con los medios, comunicación con el público, análisis y manejos de la información, marketing y publicidad, relaciones con la sociedad, comunicación en tiempos de crisis, publicaciones.

La comunicación institucional se debe trabajar en las áreas de comunicación internas y externas, ya que la comunicación es un factor estratégico para toda gestión, entendida esta última como la capacidad para tomar decisiones sobre el funcionamiento de la institución, empresa y organización, se debe trabajar tanto interno como externo.

La comunicación institucional se construye desde el interior de la entidad hacia fuera, lo cual hace imprescindible definir una identidad de la organización, con objetivos y metas claras, y generar una comunicación integral, estratégica y eficaz entre los diversos mensajes de la entidad.²⁴

Es muy claro que en Comunicación institucional, no es como dice Umberto Eco de hablar solamente al exterior, como lo hacen los publicitarios y relaciones públicas. Se trata de interpretar la estructura de la entidad como un flujo permanentemente de información y gestionar dicha información de un modo eficaz y estratégico.²⁵

Ante esto la comunicación institucional tiene como gran función la relación de la empresa con sus diferentes públicos -internos (personal, accionistas, proveedores, distribuidores, etc. o externos clientes, líderes de opinión, medios de comunicación, grupos de presión, organizaciones no gubernamentales, etc. que les facilite una mejor

²⁴ <http://www.decomunicacion.com/institucional.htm>

²⁵ <http://www.decomunicacion.com/institucional.htm>

relación con una sociedad y medios de comunicación cada vez más interesados en observarlas.

Configurar, desarrollar, controlar y difundir las estrategias de comunicación que respalden a la organización en el cumplimiento de sus objetivos, ofreciendo recursos efectivos de coordinación, apoyando los procesos de cambio y reforzando la integración del personal, son los objetivos de una gestión estratégica e integral de la comunicación institucional.²⁶

Podemos decir, entonces, que la comunicación institucional es la transmisión de información, ideas, imágenes, símbolos, etc. que realizan justamente las instituciones para mantenerse y proyectarse en el juego de la interacción institucional.²⁷

Bajo esto la comunicación institucional es un elemento decisivo para lograr: Una mejor gestión general de la Institución (interna-organizativa; externa-social), también, una práctica informativa democrática (de servicio público) que contribuya a hacer efectivo el derecho a la información y las obligaciones adquiridas por las Administraciones. Donde exista una proyección social de la institución pública que fomente el conocimiento y la participación de la ciudadanía.

Finalmente, podemos decir que la comunicación institucional podemos planificarla, esto no solo se aplica a comunicación institucional privada sino también a la pública o gubernamentales, para poder desarrollar metas que se encaminen al desarrollo nacional.

“El valor de la comunicación institucional resalta dentro de la planificación nacional debido a que como instrumento coordinador constituye un insumo fundamental de los proyectos, planes y estrategias de cada uno de los sectores de gobierno. A su vez, la eficacia, la eficiencia y la efectividad de la comunicación institucional ayudarán en la

²⁶ <http://www.decomunicacion.com/institucional.htm>

²⁷ <http://www.rs.ejercito.mil.ar/Contenido/Nro639/Revista/comuinstiti639.htm>

optimización de los recursos para alcanzar las metas de un desarrollo nacional integral al propiciar los objetivos del sistema”.²⁸

Los ministerios como partes de sus estructuras gubernamentales, cuentan con oficinas cuyo fin específico es hacer más ágiles los procesos de comunicación internos y externos de cada uno de ellos.

Teniendo esta corriente fue necesaria una constante búsqueda de todo el proceso, desde los primeros momentos en que se conoció la realidad de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación, Centro de Gobierno San Salvador en las interpretaciones que se hicieron, como su acción metodológica.

Se buscó desarrollar un registro testimonial del objeto que se estudio, mediante técnicas de la observación participante y las entrevistas, capaces de construir contextos estructurales y situacionales. Esta nos permitió identificar la naturaleza profunda de la realidad de la Dirección de Comunicaciones del MINED, su sistema de relaciones con su estructura dinámica.

²⁸ Muriel, Luisa María y Rota Gilda, Comunicación Institucional. Enfoque social de relaciones humanas. Quito 1980 p.164

4.3 SISTEMA DE CONCEPTOS

Se conoce como **comunicación** al proceso de transmisión información o un mensaje de un emisor a un receptor a través de un medio y para la transmisión y recepción de esa información se utiliza un código específico que debe ser codificado por el emisor y decodificado por el receptor.

Entendiendo este concepto la **comunicación social** es el conjunto de señales al servicio de la formación y conservación del grupo social que se vuelve condición fundamental para la participación ciudadana en la relación de confianza entre mandatarios y ciudadanos, que se mantiene y crece conforme la administración de las demandas relevantes de los grupos sociales, que a través de los medios o de manera directa sostiene a los actores sociales, dando viabilidad, fuerza y dirección al desarrollo del gobierno, es así como en toda organización o empresa es necesaria la **estructura de comunicación** que es una Oficina o Departamento encargado de coordinar todos los procesos que se dan en un ministerio, en el ámbito interno como externo.

Lo que vuelve necesario tener y desarrollar una **comunicación institucional** que son las relaciones, los mensajes y la información que las instituciones de diverso género establecen y dirigen hacia sus diversos públicos, en forma integrada, coordinada y alineada con funciones de su visión, misión, objetivos y metas, estas funciones desarrollándose en un **ministerio** la cual es una institución de carácter público que lleva a cabo las actividades de gobierno que se requiere realizar para el bien común de la administración pública.

Es así como **la imagen** organización o empresa es el tipo de percepción que tiene los públicos internos y externos de la organización, cada uno de ellos por separado y todos en conjunto, la percepción de la imagen puede ser congruente con la identidad de la organización o totalmente opuesta a ella, se entenderá como **institución** a toda organización humana en la que varias personas, a partir de unos principios configurados y bajo una estructura concreta, coordinan diversas actividades para lograr determinados fines en el ámbito de una sociedad a la que sirve.

Para esto es importante tener una **imagen institucional** que representa el proyectar la imagen de la organización o empresa a los diversos públicos internos y externos, la imagen es la mejor de las situaciones que se procurará que califique dentro de la verdad y en estricto apego a la realidad institucional, pero esto es una cuestión de ética de un establecimiento organizacional que es propio de cada ente, propio de su trabajo institucional.

Bajo este proceso de proyección es necesario la **comunicación interna** que dentro de las instituciones, son las relaciones, los mensajes y la información que estas tienen con el público interno o bien el personal institucional, asimismo, se anexa la **comunicación externa** que tiene como fundamento el de proyectar en la institución, las relaciones, los mensajes y la información que estas tienen con los públicos que están fuera de ella.

En toda organización es necesario que se tenga un **plan de comunicaciones** que es una programación detallada de las actividades de comunicación que una organización o empresa establece para desarrollar su trabajo en un tiempo determinado, para lo anterior es necesario que la empresa o organización cuente con un **perfil** que es la presentación o características con las cuenta una organización, empresa, persona o objeto, para darlos ha conocer.

Entendiendo este concepto es necesario que la organización tenga un **perfil de comunicaciones** que es la identificación o conjunto de características del trabajo de comunicación interna y externa que las diferentes estructuras o departamentos de comunicación de una organización o empresa están desarrollando, dicha identificación se hace por una investigación de campo.

Bajo estas características en toda organización es necesario **medios o recursos** que serán vistos como todos aquellos instrumentos con los que cuenta una organización o empresa para informar o comunicarse con sus públicos, de estos medios son de gran uso para un comunicación interna, que es la **intranet** un correo electrónico interno de una organización o empresa que es necesario tener internet para poder ver la información transmitida o enviada a los usuarios, asimismo para transmitir la información es necesario las **conferencias de prensa** que son lugares o espacios donde transmite una información importante una organización o empresa para se transmita a sus públicos o usuarios usando los medios de comunicación que son convocados para darle cobertura, y que son la televisión, radio y prensa escrita.

Para estos medios es muy importantes recibir en las conferencias **boletines de prensa** que son informaciones pos escrito de la noticias que se esta informando, y se describen datos muy importantes o nombres de las personas que las están desarrollando.

Entendiendo el concepto de **públicos** como personas o entidades que mantienen una relación directa o indirecta, constante o eventual con una organización, igualmente están, distribuyéndose éstos en **públicos externos** que son aquellas personas o sistemas sociales que forman parte del sistema externo de una organización que reciben un servicio o producto o **públicos internos** que son aquellas personas o sistemas sociales que forman parte de un sistema interno de una organización que reciben un servicio o producto.

Por otra parte, estos medios de comunicación que dan cobertura como **la prensa escrita** que es un medio de comunicación periodístico que transmite su información vía periódicos escritos e imágenes fotográficas y publicidad, etc.

Asimismo, **la televisión** que es un medio de comunicación que informa sus noticias por medio de imágenes y sonidos o audio a sus diversos públicos, también otro medio es **la radio**, que es otra forma de comunicación que transmite la información de noticias por medio de audio o sonidos a sus receptores. Finalmente otro medio es la **página web** que son medios electrónicos informáticos que usan el espacio del **internet** para proyectarse a sus usuarios en todo el mundo a todo usuario que visite vía electrónica la página.

Para todo estos canales de información es de gran importancia antes tener un **marketing** que es la que estudia los mercados para crear productos y servicios para que satisfagan las necesidades de los clientes, y desarrolla programas de distribución y comunicación, que permiten incrementar las ventas y satisfacer a los consumidores, al mismo tiempo, en este proceso es importante **la publicidad** que es una actividad por la cual una institución paga un monto económico para transmitir mensajes en algunos de los medios de comunicación con el fin de persuadir a una audiencia determinada.

Finalmente, para cada periodista es importante realizar su **rutina periodística** que consiste en realizar el trabajo periodístico durante un tiempo determinado y es una costumbre diaria del que hacer en un evento ya programado.

CAPÍTULO V
METODOLOGÍA

5. METODOLOGÍA

5.1 Carácter del trabajo.

El carácter es cualitativo porque toda la información recogida en el proceso de investigación fue de experiencias, observaciones e informaciones recolectadas en la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación. Y fue muy importante usar técnicas de entrevistas pre determinadas, rutinas periodísticas, para obtener la información.

5.2 Definición de la muestra

El área de investigación lo conformó el personal de la Dirección Comunicaciones del Ministerio de Educación.

El equipo se encontró integrado por el Director de Comunicaciones, su secretaria, el jefe de prensa, cuatro periodistas de prensa, un camarógrafo, un fotoperiodista, dos personas encargadas del máster de audio y video, dos técnicos en monitoreo de noticias, una persona en relaciones públicas, seis personas administrativas en el áreas administrativas, siendo un total veintiún personas que trabajan la Dirección de Comunicaciones.

La muestra se realizó específicamente, al Director de Comunicaciones, José Balmore Barrientos por ser la persona encargada de administrar la imagen y comunicaciones del Ministerio de Educación a la comunidad educativa y por ser él que conoce la política de comunicación con que se dirige la Dirección.

También se tomó como muestra, al Jefe del Departamento de Prensa, Carlos Marroquín por ser el encargado de tener manejo de la información que gira el Ministerio de Educación con los medios de comunicación y usuarios internos y externos, asimismo se tomó como muestra del periodistas, José Luis Urbina de este departamento por uno de los encargados de dar cobertura a los eventos informativos del Ministerio de Educación, también, para conocer la rutina periodística que realizaban. Además, se tomó como muestra al camarógrafo, Oscar René Barrera de este mismo departamento donde se supo de su rutina y su trabajo periodístico en cuanto a sus funciones.

También se tomó una muestra al Jefe del Departamento de Monitoreo de noticias, Alexander Bonilla quien informó las rutinas y funciones de este departamento ante la Dirección de Comunicaciones y su apoyo a ésta.

Finalmente, con el Jefe del Departamento de Producción, Eduardo Melgar se tomó otra muestra, por ser él encargado de producir los diferentes videos y audios en el departamento donde se produce el “Programa Visión Educativa” de la Dirección de Comunicaciones.

Gracias a que la muestra fue eficaz, amplia y accesible se cumplió con los objetivos propuestos.

5.3 Determinación y descripción de las técnicas de investigación

Las técnicas que se utilizaron en la presente investigación fueron: la entrevista semi estructurada. Con la entrevista, lo que se pretendió fue obtener información sobre las experiencias de las personas que forman parte del objeto de estudio y al mismo tiempo conocer la estructura, organización y rutinas de trabajos que son parte de las actividades diarias de la Dirección.

La entrevistas es una técnica común de las ciencias sociales y que consiste en un interrogatorio que se realiza a un grupo muy reducido de personas inclusive una sola persona; en este caso se entrevistó a una persona por cada departamento que lo componen: El Jefe de Dirección de Comunicaciones, José Balmore Barrientos, el Jefe del Departamento de Prensa, Carlos Marroquín y un periodista del Departamento de Prensa, Luis Guillermo Urbina y el camarógrafo, Oscar René Bonilla, el Jefe del Departamento de Audio y Video, Alexander Bonilla y finalmente el Jefe del Departamento de Monitoreo de Noticias, Eduardo Melgar.

Entre la guía de entrevista semi estructurada que se realizó a nuestros entrevistados según sus cargos laborales fueron:

¿Qué hace la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación?

¿Cuál es la visión y misión de la Dirección de comunicaciones?

¿Qué política institucional de comunicaciones sigue la Dirección de Comunicaciones?

¿Qué medios y que recursos utilizan la Dirección para proyectar la imagen institucional?

¿Tienen un plan de comunicaciones y cómo lo ejecutan?

¿Qué mecanismos de evaluación utilizan para verificar la efectividad de las comunicaciones que se dan a los públicos externos?

¿Cómo es el ranking de publicación en los medios diariamente?

¿Con cuántos departamentos cuenta la Dirección de Comunicaciones y cuáles son sus funciones?

¿Cada cuánto tiempo reciben capacitación y de qué tipo?

¿Cuál es la rutina laboral que mayor cobertura le dan?

¿Cómo es una rutina laboral en tu área?

¿Cómo es tu relación con los compañeros de trabajo?

¿Cuándo hay una inquietud de parte de empleado como la atiendes?

¿Quién es el encargado que te distribuye el trabajo diariamente?

¿Cuáles son los proyectos de trabajos actualmente y ha futuro tiene la Dirección de Comunicaciones?

¿Cuáles son los medios que utilizan para recibir y transmitir la información que ustedes manejan?

¿Posee la Dirección página web?

¿Qué tipo de información brinda a los medios de comunicación externa?

¿Cómo es su relación con los diferentes medios de comunicación?

¿Cómo evaluaría la Dirección de Comunicaciones?

¿Cree qué es adecuado el espacio físico y los recursos, equipo que tienen en la Dirección?

¿Ha detectado un problema en la Dirección de Comunicaciones o su área de trabajo que podría mejorar el trabajo de la Dirección?

¿Cree qué es rápida y efectiva y la información que se trasmite a los medios de comunicación?

¿Cuál es el presupuesto económico que actualmente tiene la Dirección de Comunicaciones y como lo distribuyen?

¿Cuántas personas conforman tu Departamento de Prensa?

¿Quiénes son los encargados de realizar estos proyectos?

¿Qué medios utilizan transmitir y recibir la información que ustedes manejan?

¿Qué medios de comunicación usan internamente?

¿Cada cuánto tiempo dan la información de este tipo?

5.4 Procedimiento del trabajo de investigación

Para la investigación y elaboración del perfil de la Dirección Comunicaciones del Ministerio de Educación, el trabajo de investigación se siguió partiendo que se tiene el planteamiento del problema, objetivos, justificación, delimitaciones, marcos teóricos, diseño metodológico, posterior se desarrollaron las siguientes fases.

Primer paso: diseño de la investigación o anteproyecto.

Segundo paso: realización de trabajo de campo que implica la recolección de información de las fuentes a observar y entrevistar.

Tercer paso: presentar un análisis de contenido y guía de entrevista semi estructurada.

Cuarto paso: crear las conclusiones y recomendaciones para la Dirección de Comunicaciones.

Cuarto paso: elaborar el documento final que tuvo como objetivo demostrar por medio de un documento científico que sustente las fases que se han realizado previamente, lo cual fue acompañado y asesorado por un profesional que conoce del tema y apporto al desarrollo del trabajo investigado.

CAPÍTULO VI

EXPOSICIÓN Y RESULTADOS

EXPOSICIÓN Y RESULTADOS

La Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación es una fuente de información para los diferentes medios de Información internos y externos del MINED, de igual forma para la comunidad educativa en general.

A continuación se presenta la información recopilada por medio de entrevistas a los principales jefes de cada Departamento de la Dirección de Comunicaciones, a sus colaboradores y el conocimiento del desarrollo de trabajo de toda la Dirección y sus departamentos. De las entrevistas se pudo obtener información actual de la Dirección de Comunicaciones, las funciones y rutinas de trabajos de los empleados de la Dirección, estructura organizativa, tipos de capacitaciones que reciben.

Además de conocer los canales de información de comunicación que utilizan ante los usuarios internos y externos del MINED, como el plan de trabajo de comunicaciones que ejecutan.

Finalmente, en la observación no participante diarias que se hicieron en cada visita cuando se desarrollaba la investigación, y fue de observar las rutinas laborales de los muestras que se eligieron, es decir en el presente capítulo se exponen la interpretación de los resultados finales.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La Dirección de Comunicaciones está compuesta en su personal humano de veintiún empleados, que se distribuyen de la siguiente manera: el Director de Comunicaciones, el Jefe de Prensa, el Jefe del Departamento de Monitoreo de Noticias, el Jefe del Departamento de Audio y Video, el Jefe de Relaciones Públicas y el Jefe de Administración, de los cuales existen cuatro periodistas, un camarógrafo, un fotoperiodistas, dos técnicos administrativos, un técnicos de audio y video, dos asistentes administrativos, una secretaria y dos motoristas.

La Dirección de Comunicaciones está ubicada en el Edificio A-2 de la Tercera Planta del Ministerio de Educación, Centro de Gobierno, San Salvador, San Salvador, opuesto donde están los despachos de los titulares del MINED, es importante destacar que relación laboral que existe entre el Director de Comunicaciones Balmore Barrientos y la Ministra de Educación, Darlyn Xiomara Meza Lara, el Vice Ministro de Educación, José Luis Guzmán y el Vice Ministro de Tecnología, Carlos Benjamín Orozco es constante cada día, donde se le informa de la agenda diaria de las actividades con los medios y de cómo esta en el medio social y mediático de cada información educativa.

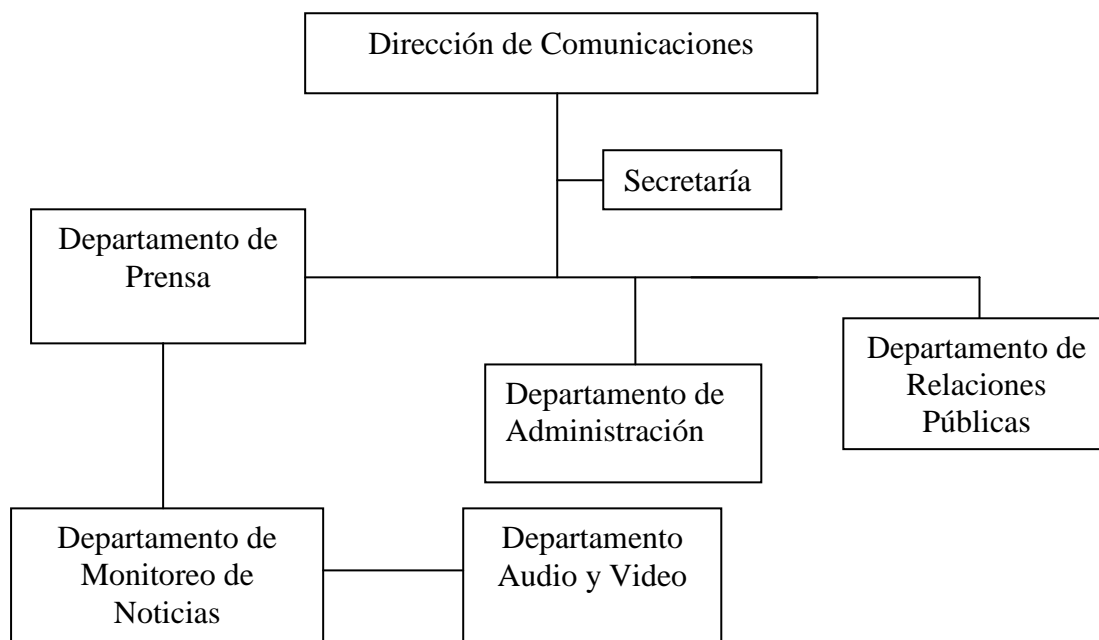
Además, se agrega que la Dirección de Comunicaciones transmite toda información que alguna Dirección o Departamento desea publicar, como: publicaciones en los periódicos, cuñas radiales, actividades de los diferentes programas del Plan 2021: Grado Digital, EDUCAME, MEGATEC, etc. Además de publicaciones de nuevas plazas para docentes del sector publico, informaciones para los colegios privados, licitaciones del MINED o comunicados de prensa, esto bajo verificación del Departamento de Monitoreo de Noticias.

Para las autoridades del MINED o Despacho Ministerial, la Dirección de Comunicaciones es muy importante ya que es la que maneja toda la información de los medios de prensa, y la información que se transmite a la comunidad educativa, que les permite tener mayor conocimiento de cómo se encuentra el MINED en la agenda de los medios y de las opiniones de los usuarios internos y externos.

Por otra parte, la Dirección de Comunicaciones cuenta con tres vehículos para transportar a los jefes y periodistas para las diferentes actividades que tiene que cubrir por la agenda de los titulares del MINED, este tipo de transporte sirve para trasladar todo el equipo de comunicación para el desarrollo de las actividades, que es son: cámaras de video, bocinas de sonidos, banner de publicidad del MINED, etc., estas actividades se realizan en los diferentes Centros Escolares de San Salvador y o en diferentes eventos en el interior del país como: Santa Ana, Sonsonate, La Unión, San Miguel, Cuscatlán, Chalatenango, etc., lo que hace que algunas actividades sean para salir a las 4:30 a.m. de mañana y se regrese hasta la noche a las 7:00 p.m. en otras circunstancias es necesario quedarse hospedado, en estas actividades a veces no se pueden cubrir por falta de transporte porque se acumulan con las mismas horas y días programadas, por lo se hace necesario solicitar mas de este servicio al Departamento de Transporte del MINED.

El espacio de trabajo o ubicación de los diferentes Departamentos de la Dirección de Comunicaciones es muy amplio, ya que cada persona esta ubicada según su Departamento, no obstante, si en el futuro sigue creciendo con mayor personal humano será necesaria una redistribución o crear nuevos espacios físicos de infraestructura.

ORGANIGRAMA DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES DEL MINED



INVENTARIO DE EQUIPO

Diecisiete Computadoras, dos computadoras portátil, un cañón retro-proyector, una pantalla para retroproyector, dos impresores para computadoras, dos Fax, seis líneas telefónicas, un scanner, dos Cámaras de video, una Cámara fotográfica, cuatro grabadoras para entrevistas, dos computadora para edición de video, un dvd, tres televisores para edición de video, cuatro Televisores para monitoreo de noticias, dos bocinas, tres micrófonos, una Consola de sonido, quince Escritorios y dieciséis sillas.

IMAGEN INSTITUCIONAL

La Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación tiene como trabajo principal, proyectar la mejor imagen ante sus usuarios, esto con diferentes proyectos que se da a conocer por los diferentes medios de comunicación, que es importante para todo el desarrollo de cada actividad educativa que se realiza dentro y fuera del Ministerio de Educación, ya que la Dirección es el canal que recibe en primera instancia la información que es trasladada a sus usuarios, incluyendo principalmente los diferentes medios de comunicación que dan cobertura día a día a esta cartera de gobierno.

Para el Director de Comunicaciones del MINED, Balmore Barrientos, la Dirección tiene como objetivo principal el trabajar por la proyección institucional por medio de la publicidad, por las comunicaciones internas y a través de la prensa, con el objetivo de proyectar las actividades institucionales, la comunicación entre el público y las actividades del Ministerio de Educación, en este caso el Plan Nacional 2021(ver anexo :1).

Según Barrientos, la política de la Dirección de Comunicaciones es tratar de hacer lo mejor con el poco recurso que tiene, ya que es uno de los Ministerios más grandes y con una cantidad de presupuesto que no es compatible, no es adecuado, ya que son un millón ochocientos mil estudiantes, cuarenta y seis mil maestros, y la política se desarrolla con los recursos que se tiene, en divulgar las cosas que se están haciendo a través del Plan Nacional 2021 y proyectar también la institucionalidad en el trabajo de cada una de las gestiones.

Barrientos define la visión en ser una Dirección de comunicaciones que permita la comunicación precisamente entre el Ministerio de Educación y sus públicos en todo

caso los estudiantes, los centros escolares, los padres de familias y los maestros (ver anexo:1).

Y la Misión es mantener una comunicación fluida en la medida de lo posible, es una institución que no tiene tanta publicidad, es una comunicación entre los públicos y la institución.

También, para el jefe del Departamento de Prensa del MINED, Carlos Marroquín la Dirección de Comunicaciones es la encargada de coordinar la comunicación interna y externa del Ministerio de Educación, todos los mensajes institucionales y técnicos que deben ir desde la institución del Ministerio desde sus públicos internos tanto externos, ya que cuenta con 1,850,000 estudiantes, tanto públicos como privados que son como recipientes del mensaje institucional del Ministerio de Educación, además, se cuenta con 45,000 docentes del sector público, que pertenecen a las 5,100 escuelas que hay en el país, lo que hace que el Ministerio de Educación sea el más grande de todos los ministerios, también cuentan a nivel interno con 1,600 empleados distribuidos, 600 empleados a nivel central y el resto se dividen en las oficinas departamentales de educación que hay una en cada departamento del país (ver anexo:2).

Para Luis Guillermo Urbina, Periodista del Departamento de Prensa, la Dirección de Comunicaciones se encarga de divulgar todo el trabajo que se realiza al interior del Ministerio de Educación, desde los titulares hasta cada Dirección departamental, ya que se tiene mucha comunicación constante y asegura que el trabajo que realiza al interior de la Dirección de comunicaciones tendrá un alcance nacional en los catorce departamentos (ver anexo:3).

Alexander Bonilla, Jefe de Publicidad y Monitoreo de Noticias de la Dirección de Comunicaciones del MINED, manifiesta que el trabajo de la Dirección es coordinar y mantener las comunicaciones internas y externas de todo lo que tiene que ver con el Ministerio, públicos internos que somos todo el nivel administrativo y el externo que incluye a la comunidad educativa, medios de comunicación (ver anexo:5).

También es mantener una imagen positiva porque a veces se construyen imágenes de ciertos punto de vista, no siempre son los puntos de vistas completos, entonces la obligación es dar a conocer lo que el Ministerio de Educación hace o tiene proyectado hacer, que la gente sepa que el Ministerio esta trabajando para ellos y eso se hace por comunicados, conferencias, de cualquier tipo de comunicación que sea viable para los objetivos del Ministerio (ver anexo:5).

Por otra parte, Eduardo Melgar Jefe del Departamento de Producción y Video de la Dirección de Comunicaciones del MINED define a la Dirección de Comunicaciones como la encargada de promover y difundir los diferentes programas que el Ministerio de Educación ejecuta (ver anexo:6).

FUNSIONES Y RUTINAS

La Dirección de Comunicaciones tiene como función principal proyectar la imagen institucional del MINED, para desarrollar estas actividades, la Dirección sigue como plan de trabajo de comunicaciones, el Calendario Escolar Anual del Ministerio de Educación, donde están identificadas todas las actividades educativas que el Ministerio de Educación a nivel nacional desarrolla en todo El Salvador, estas para dar seguimiento al Plan Nacional 2021.

También la Dirección da seguimiento según las fechas ya programas desde el mes de enero a diciembre de cada año, en este caso 2008. Además, sigue la agenda de los titulares del Ministerio de Educación, como es la Ministra de Educación, Darlyn Xiomara Meza Lara, el Vice Ministro de Educación, José Luis Guzmán y el Vice Ministro de Tecnología, Carlos Benjamín Orozco, según calendario escolar o agenda extra oficial de titulares.

Para el Jefe de Prensa, Carlos Marroquín el plan de comunicaciones tiene dos fuentes básicas, la primera fuente es el Calendario Escolar, esto son los postes que señalan el camino, cuando va comenzar el año escolar, se sabe que tienen que hacer concientización en la gente para estudiar, si va ser la PAES, dar el mensaje a los estudiantes para que se inscriban, busquen hacer la prueba, así todo el mes cívico, el mes de la juventud, cada semana hay una dos actividades fuertes en el calendario escolar.

Otra fuente es el plan de comunicaciones del Ministerio porque se sabe cual va hacer las actividades del siguiente mes, donde están inauguraciones de programas, primeras piedras en escuelas, firma de convenios con otras instituciones, entrega de material educativo o deportivo a escuela que pertenecen algún programa, son actividades más específicas que no son anuales, pero son mas puntuales importantes de difundir, esas

fuentes nutren lo que es el plan de comunicaciones, a raíz de los eventos se genera la estrategia de comunicaciones, si va a hacer una conferencia de prensa, si se va a publicar en el periódico, si se va a dar una entrevista algún medio de comunicación específico, si ha de buscarse un espacio de una entrevista por la noche, en radio o televisión, se ve la importancia o el interés, se valora generar la noticia, de la manera más conveniente de llegar a la comunidad educativa (Ver anexo:2).

Para el Jefe de Prensa, Carlos Marroquín una rutina laboral diaria personalmente inicia temprano, hacer el monitoreo de las noticias que se hayan publicado, el día empieza como se amanece, ver si hay noticias fuertes, si por ejemplo hay sesión en la comisión de educación y cultura en la asamblea como van a hacer los temas que se van a llevar ese día, después de eso hay una reunión con la dirección y con otros departamentos, donde se ven los puntos fuertes del día, cuáles son las necesidades de ese día, el trabajo es diferente al resto del ministerio porque trabaja con periodistas, porque el periodista no planifica dos meses, el periodista planifica la mañana y luego la tarde, igual la mañana se tiene demandas de los periodistas, en la tarde son otras, todo es como tan cambiante y se hace de una manera tan rápida, entonces también se genera la forma de trabajar más ágil.

Después que se da una actividad se atiende a los periodistas, se les manda el material en audio, en video, si ellos no lo tienen, se les pasa el boletín de prensa, a mediodía se hace otro monitoreo con las noticias, en la tarde se chequea con los periodistas generalmente con los medios escritos, de noticieros nocturnos de horario vespertino que necesitan material para el día siguiente, entonces no es nada raro, que el periodista llame a las cinco de la tarde porque necesita un dato que necesita en una redacción para publicar el día siguiente, así es en grandes rasgos un día promedio (Ver anexo:2).

Otro Departamento de la Dirección de Comunicaciones de importancia en el funcionamiento, es Monitoreo de Noticias, en donde una función principal es de verificar las noticias educativas de prensa escrita y televisión, este monitoreo consiste en archivar las notas de periódicos, o audio de videos de mayor importancia que tienen que ver con la imagen institucional del MINED.

Y es publicar los diferentes comunicados oficiales en los pedios de comunicación, que se informan a la comunidad educativa, para el Jefe del Departamento, Alexander Bonilla describe un día de trabajo: es llegar temprano, bastante antes de lo que entra la gente la mayoría y empezar a rastrear que es lo que hay en los medios, las entrevistas en todos los canales en radios, los noticieros, y con el tiempo se sabe los noticieros, generalmente se pone más atención a los noticieros que se sabe que da más espacio a la opinión de educación y es un medio que piensa diferente, ver las cosas de otras perspectiva se pone atención a esos medios, igual a los periódicos se revisan de principio a fin, se lee todas las notas, especialmente aquellas que tienen que ver con el área educativas, luego se elabora un reporte y antes de eso se envía un panorama general a los titulares y otras personal claves para que sepan que es lo que hay en los medios en esa mañana, con que se amaneció y para cuando titulares sean abordados sepan un poco que responder, luego se elabora un reporte que es enviado a los directores nacionales y también a los titulares y personas claves de la oficina de la Dirección de Comunicaciones y eso queda ya archivado en un sistema digital de noticias y un archivo físico, el seguimiento de las noticias es toda la mañana y toda la tarde, es fin coordinar todos esos sucesos (ver anexo:5).

Otro departamento que tiene también como función el fortalecimiento de proyectar la imagen institucional del MINED, es el Departamento de Audio y Video que produce el Programa “Visión Educativa”, este es un programa noticioso que se transmite martes

y jueves de 7:00 pm a 7:30 pm de cada semana, y su finalidad es transmitir noticias educativas de todo el aquellas actividades que desarrollan la Ministra Darlyn Meza y el Vice Ministro, José Luis Guzmán y el Vice Ministro de Tecnología, Carlos Benjamín Orozco, así también como actividades que se desarrollan de educación con otros Ministerios o instituciones que apoyan la educación, asimismo trabajar juntamente con Canal 10 de Televisión para proyectar la imagen institucional del MINED, para el encargado de este Departamento, Manuel Melgar resume una rutina laboral en coordinar lo producción del noticiero, desde la mañana, el día lunes se define la pauta con los compañeros, una vez teniendo las pautas se procede a la redacción de las notas, después que los compañeros terminan la redacción de las notas, se reciben e inician a la elaboración del aspecto visual, se comienzan las grabaciones, las locuciones respectivas y luego viene la producción que es otro compañero que la trabaja. (ver anexo:6)

La Dirección de Comunicaciones tiene un Departamento de Relaciones Públicas que es administrado por la Jefe, Miriam Pastora donde junto tres personas más tienen la responsabilidad de la preparación de los eventos presididos por los titulares del MINED, este Departamento tiene que preparar el equipamiento de todo lo que se necesitará en el escenario, dónde se realizará el evento, ya sea una conferencia de prensa con los medios, inauguración de un centro escolar, lanzamiento de un programa educativo, entrega de una donación de parte de una empresa privada, etc.

También, existe el Departamento de Administración dirigido por la Licenciada Yanira Panameño donde la función principal es de administrar y gestionar todos los procesos administrativos financieros de la Dirección, como son las compras de las necesidades de materiales y equipos de oficina que se necesitan, etc. Además, del control del buen uso de éstos, también es controlar las misiones oficiales que tiene todo el personal de la Dirección fuera de la Dirección de Comunicaciones.

Para el Director de Comunicaciones Balmore Barrientos resume una rutina laboral es llegar temprano para leer los periódicos, para estar al día de las noticias, porque salen eventualmente un maestro capturado por “x” o “y” razón, o de repente un centro escolar que fue hurtado su centro de computo, un medio que quiere saber cual es la razón del titular sobre los colegios privados que han puesto una denuncia, una pieza de correspondencia o un recurso; lo primero ponerse al día con la noticia, ver los periódico, hacemos el monitoreo, se ve que hay, quien esta en tal entrevista, después hacer una reunión, previa a las actividades, para analizar la agenda de ese día, después acompañar los eventos, hay que de darles seguimiento a las cosas administrativas, como gasolina, permisos, firma de viáticos, aparte de los proyectos (ver anexo:1).

CANALES DE INFORMACIÓN Y RELACION CON LOS USUARIOS INTERNOS Y EXTERNOS

La Dirección de Comunicaciones del MINED como un principal objetivo es de desarrollar una buena imagen institucional ante sus usuarios internos y externos, entendiendo como usuarios internos todos los empleados que laboran en cada una de las Direcciones del Ministerio de Educación y los externos empresarios, profesionales, periodistas, profesores, alumnos, público en general.

El MINED usa como canales de información para los usuarios internos, las carteleras informativas en cada uno de los cinco edificios que tienen en el Centro de Gobierno en San Salvador, en las carteleras se informan diferentes actividades o eventos que desarrolla la Ministra, Darlyn Meza y sus Vice Ministros, José Luis Guzmán y Carlos Benjamín Orozco, así actividades de los diferentes departamentos que componen el MINED central.

Si bien es cierto existe este tipo de canal de información para los empleados no existe una información recíproca, como un buzón institucional para dar a conocer alguna observación para que la Dirección de comunicaciones mejore la información interna.

Además, la Dirección de comunicaciones usa como medio de información de actividades el correo interno o Outlook, no obstante esta información llega a aquellas personas que se les ha habilitado o activado este servicio de correo interno, que en este caso son los técnicos o jefes que son los que tienen habilitado esta herramienta informática de comunicación, no obstante, también existen técnicos y personal administrativo que no cuenta con este tipo de comunicación interna entre los empleados.

Actualmente, el Ministerio de Educación está desarrollando un nuevo sistema de comunicación interna vía electrónica de nombre intranet, que es también una información que se envía por el correo electrónico y las informaciones que se envían son actividades, anuncios, o noticias internas y externas importantes para los empleados, como por ejemplo: informe del clima del día durante el país, cambio de alguna parada de buses de los buses contratados por el MINED para dar servicios a sus empleados, alguna reunión importante que se ha programado para técnicos a realizar lista de cumpleaños del día, fotos de capacitaciones hechas por el Departamento de Recursos Humanos, etc. no obstante, aunque es efectiva solo pueden tener acceso aquellas personas que tienen servicio de Internet en sus computadoras, ya que este tipo de información se puede ver por completo si se ingresa automáticamente al sistema de Internet.

Por otra parte, usa la página web del MINED, www.mined.gob.sv donde existe información general del Ministerio, esto para interés de usuarios que la visitan: profesores, alumnos, público en general, que es la página institucional que el MINED tiene para los usuarios vía Internet, la Dirección de Comunicaciones tiene un espacio o link de noticias de la Dirección de Comunicaciones, donde informa por medio de cortos noticiosos que es lo el MINED esta haciendo o desarrollando.

Además, para informar a los diferentes medios de comunicación, como prensa escrita, televisión y radio, de las diferentes actividades del MINED, la Dirección de Comunicaciones usa correos electrónicos, teléfonos o fax para informar de las diferentes conferencias de prensa o actividades que tendrán los titulares del Ministerio de Educación, es de esta forma que cuando un periodista de un medio comunicación llega tarde o necesita más información, como fotos, información escrita o alguna copia de un video, se busca la forma para que la tenga lo más rápida posible para

complementar su información y posterior cumpla su propósito y la Dirección se agiliza en dar la información más eficiente posible a sus usuarios.

Además, la Dirección de Comunicaciones tiene como un gran soporte de comunicación y transmisión el Canal 10 de Televisión, que en la actualidad es propiedad y administrado por el MINED, y que la Dirección solo produce un programa de nombre “Visión Educativa” donde se transmite noticias e información de las diferentes actividades y programas educativos que da seguimiento el Ministerio de Educación, este programa es transmitido martes y jueves de cada semana a partir de las 7:00 pm hasta 7:30 pm, el programa informativo tiene la misión de transmitir la imagen institucional del MINED, así como fortalecer por medio de las imágenes e informaciones de noticias aquellos hechos educativos, que están dirigidos a la comunidad educativa en general, no obstante, este tipo de producción de noticiero necesita ser mejorado si se instala un mejor audio para el equipo técnico que se usa para su desarrollar las ediciones y transmisiones que se hacen, además es necesario mejorar el Departamento donde se hacen unas grabaciones del programa. También, es importante que se le debe dar mas provecho ha esta herramienta de televisión, ya que es una buena forma de fortalecer mas la imagen institucional.

Por otra parte, la Dirección de Comunicaciones tiene el Departamento de Monitoreo de Noticias donde una de sus funciones principales es de publicar por los medios impresos, específicamente la prensa escrita, aquellos avisos o comunicados oficiales que el MINED, hace saber a la comunidad educativa, como por ejemplo: centros escolares donde se abren plazas nuevas para maestros/as, colegios que están autorizados para aumentar a la matrícula y colegiaturas en el año, publicaciones de capacitaciones, cierres de colegios, etc. este Departamento registra el monitoreo de noticias en la mañana y en la tarde, para posterior hacer un resumen de las mas

importantes y ser distribuido a los titulares del Ministerio y Directores Departamentales y Directores del MINED del Centro de Gobierno, San Salvador, con el propósito que estén con conocimiento de la agenda de los medios con relación al Ministerio de Educación.

CAPACITACIONES Y AMBIENTE LABORAL

Los empleados de la Dirección de Comunicaciones del MINED, en su desarrollo profesional son muy pocos capacitados de acuerdo a su área de trabajo, y la Dirección no ha desarrollado estrategias para el desarrollo de sus empleados, para el Director de Comunicaciones, Balmore Barrientos manifiesta que es muy poco, no se si es por el tiempo, sin embargo, he tratado que la gente pueda por lo menos reciba un par de cursos, no lo que debería de ser, pero he hecho muy poco, y no es por recursos sino por el tiempo...Para el camarógrafo Oscar René Barrera, no son muchas las capacitaciones, en mi caso particular serian seminarios de radio, televisión y fotografía que fue hace cuatro meses, asimismo, para Luis Guillermo manifiesta que la última capacitación fue el año pasado (ver anexo:1).

La Dirección de Comunicaciones maneja un buen ambiente laboral, ya que es muy agradable y se percibe mucha comunicación entre los empleados, carisma y risas, para el Jefe de Prensa, Carlos Marroquín, porque busca que no lo vean como un jefe, y trata de hacerles sentir que soy como sus compañeros y voy al campo con ellos y trato de estar con ellos, para que vean que estoy ahí, que soy un periodista mas. (ver anexo:2)

ESTADO ACTUAL DEL PERFIL DE LA DIRECCION DE COMUNICACIONES DEL MINISTERIO DE EDUCACION.

En la actualidad el perfil de la Dirección de Comunicaciones es aceptable ante la comunidad Educativa, sin embargo, es importante destacar que no ha sabido manejar de una manera eficaz la imagen institucional internamente, descuidando en gran parte que los usuarios como el personal técnico y administrativo, no tengan acceso a conocer por medio de la página web, lo que el Ministerio esta desarrollando, más aun, unos pocos tienen acceso a este servicio en la era de la tecnología y en este siglo XXI que es el siglo del desarrollo del conocimiento e investigación, a lo anterior se agrega que unos pocos tienen acceso al correo interno institucional o Outlook y no existe una publicación de un boletín por lo menos tres veces al año o cada trimestre que informe de las actividades a los empleados que esta desarrollando el MINED, también la falta de una revista institucional, cuando este mismo personal son los autores y ejecutores pensantes de todo lo que se desarrolla en el MINED para la imagen interna y externa.

No así ha desarrollado de una manera mejor la imagen externamente por medio de noticias en los medios de comunicación como radio, prensa y televisión, así también por tener conferencias de prensa constantemente antes estos medios por la diferente agenda según la calendarización que se tiene del calendario escolar, para que los titulares de educación sigan esta línea de los eventos educativos durante todo el año.

Además, es importante destacar que el Ministerio cuenta con una página web www.mined.gob.sv, pero necesita que esta tenga un espacio o se cree una página exclusiva para la Dirección de Comunicaciones por la gran cantidad de información que maneja y que puede ser muy importantes para los medios o comunidad en general,

resumiendo estas informaciones en: fotografías de los eventos, videos, notas periodísticas, reportajes, información emergente, etc., lo que hará que sea una página que cuente con la suficiente información de lo que están realizando y ejecutando los titulares como son la Ministra y los Viceministros, así como el terollo de los proyectos de las demás direcciones o departamentos del MINED, y donde los principales buscadores de información necesitan que esta información este en el espacio de la internet.

Se destaca y es muy importante que la Dirección de Comunicaciones no ha sabido explotar un canal de televisión, como es el Canal 10 de Televisión, y que la Dirección en la actualidad es el administrador de este importante medio de transmisión televisiva para la comunidad. Y que es un medio o una herramienta que se puede usar para dar toda la información necesaria a la comunidad educativa que siempre esta atenta a su sintonía; esto porque en la investigación la dirección solo esta produciendo un programa de noticias educativas que se llama: “Visión educativa”, que se transmite martes y jueves de 7:00 pm a 7:30 pm , y que es de destacar que se tiene un canal de televisión, y se podría producir un programa de entrevista educativas, un noticiero mas amplio, con reportajes, opiniones, etc., y se podría producir publicidad del Ministerio de Educación las veces y las horas que desee presentar, y así proyectar mas al Ministerio de Educación y mas a un ahorrarse mucho dinero en publicidad, reinvertiendo todo este ahorro para mejorar mayor la calidad educativa.

En la capacitación es necesario mejorar las áreas del personal de la dirección en cada uno de su especialidad, como la de los periodistas, camarógrafo, fotoperiodistas, personal administrativo y técnico, porque las capacitaciones no han sido realizadas de una manera general y no se han ejecutado en el tiempo programado, no por falta de fondos económicos sino de prioridad.

En reestructuración física y equipo técnico la Dirección de Comunicaciones cuenta con lo necesario para producir un buen trabajo de periodístico de comunicación a beneficio de la proyección de la imagen del MINED, sin embargo, si se incrementa el personal será necesario reestructurar el espacio físico, para reubicarse.

CONCLUSIONES

Es cierto que la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación tiene bien claro a que usuarios hay que dirigir la imagen institucional, ha descuidado un poco la imagen ante los usuarios internos que son los que le dan vida a todas las actividades o programas educativos que el MINED transmite por las actividades o conferencias de información ante los medios de comunicación como: prensa escrita, televisión y radio, ya que la comunicación constante ante sus usuarios internos no esta llegando con una respuesta de comunicación reciproca.

Asimismo, la información de noticias que se transmite de la Dirección de Comunicaciones por medio de la página web www.mined.gob.sv a los usuarios y medios de comunicación que la visitan es muy poca, comparando a la multinformación que maneja e informa el MINED, ya sea por conferencias, actividades, desarrollos de programas, videos, fotos, noticias escritas, etc. Esta información que es esperada para ser recibida de la mejor y eficazmente posible por los periodistas de los medios de comunicación o usuarios externos en general que la solicitan.

También, no se esta desarrollando la imagen institucional internamente del MINED por medio del recurso impreso como revistas periódicamente o información por plegables o boletines.

Además, aunque el Departamento de Audio y Video en la actualidad produce un programa de Televisión Educativa dos veces por semana, y es el encargado de registrar y producir programas audiovisuales del MINED y que también apoya a la imagen institucional, es necesario buscar unos nuevos enfoques de desarrollo para fortalecer mas la imagen del MINED, también es mínima las producciones de programas que se están desarrollando, cuando cuentan con la administración de un canal de Televisión.

Es de destacar que la estructura de la Dirección de comunicaciones es funcional, porque ha sabido dividir cada uno de los departamentos en sus áreas, para la descentralización de las responsabilidades laborales de cada uno de los empleados que los componen.

Finalmente, se pudo observar que las rutinas laborales de las muestras que se tomaron son cargadas laboralmente y se debe tener una continúa comunicación con los jefes de cada departamento de la Dirección de Comunicaciones, para dar la información más exacta a los usuarios internos y externos y sobre todo a los titulares del MINED.

Se puede mantener que el MINED tiene un perfil favorable y que refleja una imagen funcional a los usuarios internos y externo.

RECOMENDACIONES

Aunque una de la prioridad de la Dirección de Comunicaciones es la imagen institucional ante los públicos externos, una de las herramienta que fortalecerá la imagen institucional para los usuarios internos es crear una revista institucional cada trimestre, es decir cuatro veces al año, asimismo crear un boletín o plegable que informe de las actividades que el MINED desarrolla, más para las personas que no tienen acceso al correo interno o intranet, además, en mejorar los sistema de servicios de Internet para que todos los usuarios puedan acceder a la información por intranet, también ampliar el correo interno o Outlook de los correos internos del MINED.

Es necesario que en esta era de la información en línea, en la cual gran parte de la información se mueve por medio de páginas o sitios web, en las cual facilita el enviar y recibir la información para los usuarios y en este caso para los medios de comunicación, se vuelve necesario que la Dirección de Comunicaciones cree su propia página web, para que pueda informar noticias institucionales más completas, videos, fotos, publicaciones, avisos de horarios o agenda de conferencias de las actividades que desarrolla la Dirección de Comunicaciones, y aumentara la eficacia en la información a los medios de comunicación, asimismo se volverá importante la constante actualización de la información y la respuesta vías correos electrónicos.

También es de gran importancia que la Dirección de Comunicaciones por medio de su Departamento de Audio y Video cree nuevos programas informativos institucionales, como un programa de entrevista a las Diferentes autoridades del MINED, programas de opinión pública educativa, programas de educación educativa, para las familia, para desarrollar y aprovechar más el Canal 10 de Televisión, que es de

propiedad y administrado por el MINED, también se necesita producir una serie de anuncios televisivos para fortalecer la imagen institucional ante los televidentes.

Por otra parte, es necesario que la Dirección de Comunicaciones desarrolle y de seguimiento a un plan de capacitación a su personal humano cada año, de acuerdo a las necesidades y potenciales de cada empleado, lo que creará un mejor equipo de trabajo, más capacitado, con buena autoestima y un mejor espíritu de trabajo institucional.

En la estructura es funcional por el momento, pero si en el futuro necesita aumentar de personal, será necesario de readecuar espacios físicos para su desarrollo laboral, y actualizar los equipos de trabajo para mejor eficacia en los empleados.

A medida que crezcan las responsabilidades de rutinas o aumento de trabajo, será necesario descentralizar más el trabajo en los empleados para empoderarlos más en responsabilidades y toma de decisiones, asimismo se debe fortalecer más la comunicación para ser más efectivos en su manejo hacia los usuarios.

BIBLIGRAFÍA

BIBLIOGRÁFICAS:

MURIEL, Luisa María y Rota Gilda, (1980) Comunicación Institucional. Enfoque social de relaciones humanas. Quito.

HEMEROGRAFICAS

TESIS:

BELLOSO PEREZ, Karla Nimidia y otros, (2000) Tesina Estudio de necesidades de comunicación interna de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación, San Salvador, El Salvador, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.

BRIZUELA ALVARENGA, Edith Margarita y otros, (2001) Tesina Identificación del perfil de comunicación institucional externa de los ministerios de El Salvador, San Salvador, El Salvador, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.

FUENTES PERSONALES:

- **BARRERRA**, René Oscar, Camarógrafo de Departamento de Prensa, **Entrevista realizada en Ministerio de Educación en el 2008.**
- **BARRIENTOS**, Balmore José, Director de Comunicaciones del Ministerio de Educación, **Entrevista realizada en Ministerio de Educación en el 2008.**
- **BONILLA**, Alexander, Jefe de Departamento de Monitoreo de Noticias, **Entrevista realizada en Ministerio de Educación en el 2008.**
- **MARROQUIN**, Carlos, Jefe de Departamento de Prensa, **Entrevista realizada en Ministerio de Educación en el 2008.**
- **MELGAR**, Eduardo, Jefe de Departamento de Audio y Video, **Entrevista realizada en Ministerio de Educación en el 2008.**
- **SANCHEZ**, Elizabet Silvia, Secretaria de Dirección, **Entrevista realizada en Ministerio de Educación en el 2008.**
- **URBINA**, Guillermo Luis, Periodista de Departamento de Prensa. **Entrevista realizada en el 2008.**

CONSULTAS DE INTERNET:

http://es.wikipedia.org/wiki/Ciencias_de_la_comunicaci%C3%B3n

<http://wikipedia.org/wiki/Especial:Search?search=comunicacion&fulltext>

<http://www.decomunicacion.com>

<http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

<http://www.uces.edu.sv/institucion/comunicacion>

<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

<http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

<http://www.monografias.com/trabajos16/diccionario-comunicacion/diccionario-comunicacion.shtml>

<http://www.rppnet.com.ar/estrategiasdecomunicacion>

<http://www.decomunicacion.com/institucional.htm>

<http://www.decomunicacion.com/institucional.htm>

<http://www.rs.ejercito.mil.ar/Contenido/Nro639/Revista/comuinsti639.htm>

<http://www.mined.gob.sv>

<http://intranet.mined.gob.sv>

ANEXOS

ANEXO:1

José Balmore Barrientos

Director de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación.

¿Qué hace la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación?

Bueno la Dirección de Comunicaciones del Ministerio tiene como objetivo principal trabajar por la proyección institucional ya sea por la publicidad ya sea por las comunicaciones internas y a través de la prensa con el objetivo de proyectar las actividades institucionales, la comunicación entre el público y las actividades del Ministerio de Educación, en este caso el Plan Nacional 2021 que está haciendo impulsado por el gobierno y en esta administración.

¿Cuál es la visión y misión de la Dirección de comunicaciones?

La visión es ser una unidad de comunicaciones que permita la comunicación precisamente entre el Ministerio de Educación y su público en todo caso los estudiantes, los centros escolares, los padres de familias, los maestros y la misión es precisamente esa mantener una comunicación fluida en la medida en que lo que cabe, es una institución que no tiene tanta publicidad, es una comunicación entre el público y la institución.

¿Qué política institucional de comunicaciones sigue la Dirección de Comunicaciones?

La política es tratar de hacer lo mejor con el poco recurso que tenemos, si tomamos en cuenta que uno de los Ministerios entre los más grandes y la cantidad de presupuesto que tenemos no es compatible, no es adecuado, si tomamos en cuenta que es un millón ochocientos mil estudiantes, cuarenta y seis mil maestros y no se cuántos millones de

padres de familia o miles de padres de familia, entonces la política es simple con los recursos que se tiene, divulgar las cosas que se están haciendo a través del Plan Nacional Plan 2021 y proyectar también la institucionalidad el trabajo de cada uno de las gestiones, que al final nuestro objetivo y es parte de la misión es mantener una comunicación fluida y una información fluida de las actividades del Ministerio con los públicos que al final redundan en los beneficios a quienes los debemos, los estudiantes.

¿Qué medios y que recursos utilizan la Dirección para proyectar la imagen institucional?

Nosotros estamos usando un presupuesto como doscientos mil dólares, usamos casi solo periódicos, muy por radio y muy poca televisión, aunque estamos usamos el recurso de canal 10, para promocionar hacemos nuestros propios spok, y los divulgamos a través del canal 10, pero sobre todo es el recurso periódicos que estamos haciendo uso y hay otros mecanismos, para comunicarnos con los públicos, la Intranet, boletines, o notificaciones que se manda a los centros escolares o circulares.

¿Tienen un plan de comunicaciones y cómo lo ejecutan?

Hay un plan que va adecuado al calendario escolar, y que también esta abonado a las actividades que esta lanzando el Plan 2021, por ejemplo el lunes, lanzamos el Instituto EDUCAME y hay que hacer una actividad, el plan mas que esta establecido como una proyección es de acuerdo al calendario escolar, el ciclo escolar es uno, y sabes ya hay inicio de ano escolar, entrega de fondos, supervisión de colegios privados, ese es nuestra guía, nuestro plan de trabajo esta enmarcado al calendario escolar.

¿Qué mecanismos de evaluación utilizan para verificar la efectividad de las comunicaciones que se dan a los públicos externos?

Fíjate que usamos un sistema de monitoreo de noticias que nos permite saber como hemos estado, hay veces que estamos fuera de contexto, y veces estamos muy adentro

pero eso te lo da el calendario escolar, cuando hay un proceso electoral muy poco se habla de educación, sin embargo ahora que estamos fuera de ese espiral, tenemos actividades, acá, por ejemplo el inicio del año escolar, la PAES, el tema de colegios privado ahorita, es parte de la actividad ,estamos poniendo en boga el tema de la reformas a la ley para los sacar a los maestros acusados de violación, y ese es un tema que esta ahorita y no lo estamos publicitando a través de publicidad valga la redundancia sino que apuras noticias.

¿Cómo es el ranking de publicación en los medios diariamente?

No te podría saber como, pero si hay una buena credibilidad institución, de hecho la institución genere buenas noticias, pero yo creo que si y el sistema de monitoreo nos esta dando cuantas noticias y uno lo va percibiendo, casi siempre hay una noticia, aunque sea muy pequeña, pero siempre hay, que una escuela, se esta capacitando, se esta lanzando un proyecto.

¿Con cuantos departamentos cuenta la Dirección de Comunicaciones y cuales son sus funciones?

Quiero ver los departamentos son dos, el de prensa y relaciones publicas, prensa maneja todas las que son las entidades periodísticas y los grupos de periodistas que acompañan a los titulares y directores y la unidad de video que se encarga de hacer las actividades de video, tenemos un noticiero en canal 10, de cobertura institucional y la otra de Relaciones Publicas que tiene el área de monitoreo de noticias y actividades de publicidad, Publicidad y Monitoreo que lo ve Alex y la otra es el área de Apoyo Logística que es motoristas, ordenanzas, la gente del sonido y la Administración y somos como 20 incluyendo secretarias.

¿Cada cuánto tiempo reciben capacitación y de que tipo?

Fíjate que muy poco, no se si es por el tiempo, sin embargo yo he tratado que la gente pueda por lo menos ha un par de cursos, por ejemplo que Norman que es el de el área de video se esta capacitándose con la Mónica Herrera, Alex estuvo hace muy poco en un curso de ingles, mejorando su inglés, Miríam ha ido par de cursos de Relaciones Públicas, no lo que debería de ser pero si se ha hecho muy poco, no estando de recursos sino de por lo de tiempo, sin embargo han estado estando en temas de computación, sobre todo en áreas de televisión, de diseño y cosas de edición.

¿Cuál es la rutina laboral que mayor cobertura le dan?

Las actividades de los titulares y de los Directores que es una forma de proyectar, que es conferencias de prensa, actividades, reuniones, esas son las de nivel central.

¿Cómo es una rutina laboral en tu área?

En la mañana temprano, trato de venir temprano para leer los periódicos, para estar al tanto de las noticias, porque esto te sale eventualmente un maestro capturado por x o y vía razón, o de repente un centro escolar que fue hurtado su centro de computo, de repente un medio que quiere saber cual es la razón del titular sobre los colegios privados que han puesto una pieza de correspondencia o un recurso, lo primero ponerse al día con la noticia, venimos, vemos el periódico, hacemos el monitoreo, vemos que hay, quien esta en tal entrevista, porque no solo quien esta, hay que analizarlo porque puede hablar de comunicación, después hacer una reunión ahí, previa a las actividades, para analizar la agenda de ese día, después vamos acompañamiento a los eventos, hay que de darles seguimiento a las cosas administrativas, te estoy hablando de lo mío, como cosas administrativas, como gasolina, permisos, firma de viáticos, aparte de los proyectos.

¿Cómo es tu relación con los compañeros de trabajo?

Mira yo creo que bien en la medida de lo posible, yo trato que no me vean como un jefe, pero si que me respeten como jefe y trato de hacerles sentir que soy como sus compañeros y voy al campo con ellos y trato de estar con ellos para que vean que estoy ahí, que soy un periodista mas.

¿Cuándo hay una inquietud de parte de empleado como la atiendes?

Vienen directamente, trato de pedirle que lo resuelvan, si ellos no lo pueden resolver, trato que lo resuelvan directamente con el jefe inmediato, en este caso que es Miriam o Carlos, después veo como lo puedo hacer, sino yo no puedo voy a los titulares, voy a los directores y les digo mira esto.

¿Quién es el encargado que te distribuye el trabajo diariamente?

En este caso son hay una línea del despacho que tiene que ver con la agenda de la Ministra, vamos viendo las actividades semana y diario, semana y ha diario, y en base a eso nosotros distribuimos las actividades, de hecho Verónica Escamilla es la que coordina las actividades, ella toma decisiones quien va aquí quien va allá y me apoyo con Carlos y Carlos ve mas con cuestiones de medios.

¿Cuáles son los proyectos de trabajos actualmente y ha futuro tiene la Dirección de Comunicaciones?

Ahorita estamos apoyando el sistema de la Intranet, que nuestra gente al interior del centros Ministerio de Educación, centros escolares este enterado de las actividades diarias, porque a veces estamos mas en las actividades de afuera, que lo interno, por ejemplo que este haciendo la Dirección Nacional de Centros privador, informarle a nuestra gente por medio de la Intranet están en las evaluación de los colegios o que ya

va ha salir la nueva publicación o se le murió el papá al julanito, es como una comunicación estamos trabajando eso al interior.

¿Cuáles son los medios que utilizan para recibir y transmitir la información que ustedes manejan?

Estamos utilizando la intranet a nivel interno y para los titulares estamos usando el correo interno, estamos usando el sistema de mensajes por teléfonos a través del monitoreo.

¿Posee la Dirección página web?

No posee, eso es otros de los proyectos los estamos emitiendo a través de la pagina web.

¿Qué tipo de información brinda a los medios de comunicación externa?

De todo tipo, aquí no llama no solo periodistas preguntamos datos, solicitando fotografías, solicitando videos, sino dándoles información sino proponiéndoles temas, pues también los piden temas, gente que viene a preguntar información del Ministerio del Plan general de Nacional de Educación, sino de los diferentes programas, que se quieren inscribir en EDUCAME, vienen quejas o solicitudes que se canalizan a alas respectivas he muchas.

¿Cómo es su relación con los diferentes medios de comunicación?

Yo creo que muy buenas, porque tenemos una ventajas conocemos a gran parte de los periodistas y a los que no los conocemos tratamos de darle ese trato de facilitarles en la medida de lo posible, porque ha veces hay cosas que vos sabes no puedes facilitárseles tan rápido, pero si tratamos de tener una oficina de puertas abiertas donde vienen los compañeros y si tratamos de ayudarles.

¿Cómo evaluaría la Dirección de Comunicaciones?

Yo evaluaría muy activa, muy profesional, pero también tiene sus debilidades no cuenta con los recursos como para apoyarse o apoyar su trabajo a de la publicidad, tomando en cuenta que hay un hecho, hay una comunicación que tiene que ver con la actividad de prensa con la

actividad de relaciones publicas y hay apoyo de publicidad, hecho, comunicación y publicidad, creo que los estamos quedando en hecho y comunicación, muy poco en publicidad

¿Cree que es adecuado el espacio físico y los recursos, equipo que tienen en la Dirección?

Si es el adecuado, tenemos los suficientes para dar cobertura, a veces nos quedamos cortos porque también el ministerio es grande, tal vez nos piden un apoyo para ir a Santa Ana y tenemos otros en San Salvador, y otro en San Vicente, hay que ver cual es el que se cubre, que tiene mayor relevancia.

¿Ha detectado un problema en la Dirección de Comunicaciones o su área de trabajo que podría mejorar el trabajo de la Dirección?

Si quizá hacer mas prepositiva la unidad de video, que ellos puedan ser mucho mas propositivos, no estar a la espera que se les pida hagan esto, sino hay un calendario escolar y puedes ir adelante, ok que viene, viene la visita a los colegios privados, poder decir a los colegios privados el Ministerio de Educación les informa que el otro mes de tal fecha a tal fecha serán las visitas, por el cual se les pide, o viene el inicio del año escolar o viene la PAES, estar listo con varios spok de la PAES y aprovecharlos en el canal.

¿Cree qué es rápida y efectiva y la información que se trasmite a los medios de comunicación?

Por nuestro lado tenemos un sistema que nos permite mandar fotos, si el medio no viene, le mandamos la información con el boletín, si el medio no va igual le mandamos el fax y todo lo hacemos por la vía física a través de video, a través electrónico o fax e igual la información datos estadísticos y fotografías y en radio con audio.

¿Cuál es el presupuesto económico que actualmente tiene la Dirección de Comunicaciones y como lo distribuyen?

Es de \$200, 040 mil dólares, poro ese presupuesto incluye el tema de publicidad, anuncios de plazas, licitaciones de procesos de la UACI, Adjudicaciones, fe de ratas, anuncios de la PAES, anuncios de colegios privados, todos son anuncios y publicados hasta muy poco en publicidad y ahí va también el apoyo logístico para inicios del año escolar, ahí va incluido todo.

ANEXO: 2

Carlos Marroquín

Jefe del Departamento Prensa de la Dirección de Comunicaciones del MINED.

¿Qué hace la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación?

Nosotros coordinamos lo que es la comunicación interna y externa del Ministerio de Educación todos los mensajes institucionales y técnicos que deben ir desde la institución del Ministerio desde sus públicos internos tanto externos, con sus públicos externos el Ministerio cuenta con 1,850,000 estudiantes, tanto públicos como privados que son como recipientes del mensaje institucional del Ministerio de Educación, sus padres de familia, además contamos con 45,000 docentes del sector publico, que pertenecen a las 5100 escuelas que hay en el país, eso a nivel de públicos externos, lo que hace que el Ministerio de Educación sea la más grande del país, nadie tiene una población objetiva como lo tiene el Ministerio de Educación, también contamos a nivel interno con 1600 empleados distribuidos desde el nivel central donde mas o menos hay unos 600 empleados y el resto se dividen en las oficinas departamentales de educación que hay una en cada departamento lo que se encargan de manejar los procesos institucionales de manera local para tener mayor eficiencia y atender mejor a las escuelas.

¿Cuál es la visión y misión de la Dirección de comunicaciones?

La misión de la oficina de comunicación social es producir y canalizar el mensaje institucional que el Ministerio necesita dar ha conocer hacia la comunidad educativa y la visión es ser generadores, proporcionadores organizadores y canalizadores de ese mensaje que debe llevar ese mensaje tanto a sus públicos internos tanto como la opinión publica en general

¿Qué política institucional de comunicaciones sigue la Dirección de Comunicaciones?

Nosotros estamos en función de la directrices del despacho, somos una unidad de staff, lo que significa que dependemos de los lineamientos del despacho Ministerio, lo que de la administración que esta en momento determinado del Ministerio propone como línea de comunicación nosotros somos los encargados de ejecutarla, sin embargo también depende de nosotros proponer la mejor forma como se debe llevar la comunicación.

¿Qué medios y que recursos utilizan la Dirección para proyectar la imagen institucional?

Contamos gracias a Dios con todo tipo de recursos entre los mas importantes esta el Canal 10, contamos con un canal de comunicación que es una Dirección mas que ha pasado de ser televisión nacional cultural educativa a pasar hacer un televisión educativa cultural donde el mensaje educativo tiene preponderancia encima del mensaje cultural, además contamos con cinco portales educativos, donde esta el portal de Internet nuestro, hay un portal dedicado solo a estudiantes, hay una intranet, hay varios portales hay unos muy específicos, de competencias en informática de llama gradodigital.com estos son herramientas de difusión, pero nosotros no entendemos no entendemos la comunicación como una herramienta de difusión, sino que la comunicación es una herramienta al servicio de la comunidad educativa, aparte de eso contamos con un noticiero que sale dos veces a la semana se llama visión educativa, tenemos noticias que informamos en el servicios web del Ministerio he organizamos conferencias de prensa, organizamos eventos en escuelas, seminarios en el ministerio, diversas instituciones donde se necesita, cualquier tipo de información deme mensaje radiales, hay campanas en televisión en radio, publicamos anuncios en el periódico, cualquier tipo de comunicación la manejamos.

¿Tienen un plan de comunicaciones y cómo lo ejecutan?

Si el plan de comunicaciones tiene dos fuentes básicas, la primera fuente es el calendario escolar, esto es como los postes que señalan el camino las diversas campanas, por ponerte un ejemplo si nosotros sabemos que va comenzar el año escolar, nosotros sabemos que tenemos que hacer concientización en la gente para que venga ha estudiar, si va ser la PAES sabemos que tenemos dar el mensaje a los estudiantes para que se inscriban, busquen hacer la prueba dar los resultados, así todo el mes cívico, el mes de la juventud, cada semana hay una dos actividades fuertes en el calendario escolar, ese es un, otra fuente es el plan de comunicaciones del Ministerio que se hace por lo menos un mes de diferencias, nosotros ya sabemos cual va hacer las actividades del siguiente mes, donde están inauguraciones, inauguración de programas, primeras piedras en escuelas, firma de convenios con otras instituciones, entrega de material educativo o deportivo a escuela que pertenecen algún programa, son actividades mas especificas que nos son anuales pero son mas puntuales importantes de difundir, esas dos fuentes nutren lo que es el plan de comunicaciones, a raíz del evento se genera la estrategia de comunicaciones si va ser una conferencia de prensa, si se va publicar en el periódico, si se va dar una entrevista algún medio de comunicación especifico, si vamos ha buscar un espacio de una entrevista por la noche por ejemplo en la radio o televisión, entonces viendo a la importancia o el interés entonces valoramos de generar la noticia de la manera mas conveniente de llegar a la comunidad educativa.

¿Cuántas personas conforman tu Departamento de Prensa?

Hay dos unidades dependiendo del departamento de Prensa, Prensa propiamente dicho donde contamos con cuatro periodistas, dos camarógrafos y un fotógrafo, además esta

la Unidad de Producción audiovisual que produce los noticieros y un programa que produce en canal 10 que esta compuesta por dos personas mas.

¿Cada cuánto tiempo reciben capacitación y de qué tipo?

Dependiendo el área de la persona, por ejemplo para los redactores hay cierto tipo de capacitaciones que se trata por lo menos hacer una capacitación ala año, para las personas no siempre se puede desgraciadamente porque tampoco tenemos mucha disponibilidad de fondos, como nosotros las quisiéramos tener, sin embargo si procuramos cuando nos ofrecen cursos, cuando viene un especialista traerlo un fin de semana o hacer un taller, junto la gente de planificación hacemos un taller y vamos ha organizar el trabajo ha enseñarle a la gente la mejor forma que puede desarrollar su trabajo.

¿Cómo es una rutina laboral en tu área?

Cada área tiene su rutina especifica, por ejemplo en prensa que lleva mayor tiempo es la investigación periodista, ya que el periodista institucional debe hacer la investigación periodística previa al evento, esa actividad es la que genera mas tiempo, de esa investigación se hacen varios tipos productos, un boletín de prensa, una ayuda memoria, para tener los datos a la actividad de una forma mas accesible, eso en cuanto a los periodistas, los fotógrafos obviamente su actividad que les consume mas tiempo es estar en el campo tomando esas imágenes fotográficas, después llevan se procesan, se archivan, se publican, diariamente, si hay tres actividades en el día se hace tres veces.

En mi caso como jefe de prensa mi rutina inicia temprano, hacer el monitoreo de la s noticias que hayan salido, hay una unidad de monitoreo de estar pendiente de la agenda publica, entonces el día empieza como hemos amenace sido, entrando si hay noticias

fuertes, si por ejemplo hay sesión en la comisión de educación y cultura en la asamblea como van hacer los temas que se van a llevar ese día, después de eso hay una reunión con la dirección de al, oficina y con otros departamentos donde se ven como son los puntos fuertes del día, cuales son las necesidades de ese día date cuenta que estas trabajando de una forma muy distinta como trabaja el resto del ministerio porque trabajos con periodistas, porque el trabajo día a día, el periodista no planifica dos meses, el periodista planifica la mañana y luego la tarde, igual nosotros en la mañana tenemos unas demandas de los periodistas en la tarde tenemos otras, todo es como tan cambiante y se hace de una manera tan rápida, entonces también tenemos de generar la forma de trabajar mas ágil, después que se da una actividad se atiende a los periodistas que pueden venir, se les manda el material en audio, en video, si ellos no lo tienen, se les pasa el boletín de prensa, a mediodía se hace otro monitoreo con las noticias del medio día, en la tarde se chequea con los periodistas generalmente con los medios escritos, de noticieros nocturnos de horario vespertino que necesitan material para el día siguiente, entonces no es nada raro, que el periodista se llama las cinco de la tarde porque necesita un dato que necesita una redacción para publicar el día siguiente entonces esta cerca, así ha muy grandes rasgos ese es un día promedio.

¿Cómo es su relación con sus compañeros de trabajo?

Muy buena, muy buen ambiente, de mucho respeto, de mucho solidaridad y sin embargo haciéndoles saber cuales son las responsabilidades de cada uno y exigiéndoles resultados en cada una de esas responsabilidades.

¿Cuándo hay una inquietud de sus compañeros cual es la forma de atenderla?

La forma mas natural posible, mira que pasa esto, mire tengo inquietud, o tengo ese problema y se resuelve.

¿Quién es el encargado de distribuir el trabajo diariamente?

Como te digo, como la agenda es tan cambiante, dependemos de la dirección del Director, el tiene la línea directa del despacho, en el caso del jefe de prensa, mi agenda viene por los periodistas por las peticiones de los periodistas, en verdad que es una cosa que no controlamos nosotros, hay una agenda que si la controlamos y la generamos desde la oficina y hay otra que nos es solicitada, sin un periodista quiere una entrevista, acude a mi y mira quiero hablar con alguien porque estoy trabajando este tema, veo esas dos fuentes y yo tengo que ver primero como coordino lo que necesito darle al periodista de la institución y después lo que el periodista ha pedido porque me lo ha pedido particularmente.

¿Cuáles son los proyectos de trabajos actualmente y ha futuro tiene la Dirección de Comunicaciones?

Estamos trabajando en implementar noticias del ministerio hacia los públicos internos del Ministerio se acaba de poner en funcionamiento el Intranet para todos los empleados, porque es importante que se fortalezca al empleado del Ministerio sobre lo que esta haciendo el Ministerio, es tan grande que es posible que se una Dirección se de cuenta que no es posible que haciendo una con otra, entonces para enterarlos a todos y ponerlos en sintonía lo que esta haciendo el Ministerio, esta inaugurando la sección de noticias en el portal de noticias, me preguntaste los proyectos ha futuro, además estamos pensando abrir un programa de televisión en el que se puedan dar noticias del Ministerio del que hacer el Ministerios y tratar temas interesante de la comunidad educativa.

¿Quiénes son los encargados de realizar estos proyectos?

La Dirección de la Dirección por así decirlo lo determina.

¿Qué medios utilizan transmitir y recibir la información que ustedes manejan?

Lo que te explicaba antes desde prensa, radio, televisión, boletines de prensa, Internet, mensajes de texto, llamadas telefónicas.

¿Posee la Dirección página web?

Especifica no, pero si tenemos espacios completos de la dirección si tu entras a la pagina web de Ministerio hay una sección de noticias que maneja directamente este tipo de información, si entras Intranet hay una sección de noticias que maneja directamente si ves canal 10, hay un programa dos veces por la semana producido por la Dirección.

¿Qué medios de comunicación usan internamente?

Lo que te explicaba, la Intranet, las carteleras, el mismo Internet, boletines, invitaciones que se hacen desde la oficina, correo electrónico.

¿Cada cuando tiempo dan la información de este tipo?

Se hace ha diario.

¿Cómo es la relación con los diferentes medios de comunicación?

Es buena, muy buena, es una relación de doble vía, tanto del Ministerio hacia el medio, el cual nosotros somos los que buscamos a ellos para darles la información que les pueda servir, los periodistas siempre van estar demandando información siempre, porque es su trabajo es su razón de ser demandar información, esa información o ellos la buscan o nosotros se damos a ellos, entonces mi trabajos es tanto dárselos, como proporcionárselos cuando ellos nos solicitan, entonces en esas relaciones que es muy cordial y debe ser muy cordial con el periodista, se trata que el Ministerio de Educación

aparezca ante los periodistas como una institución abierta, que pueden acudir y van encontrar las puertas siempre abiertas.

¿Ha detectado un problema en la Dirección de Comunicaciones o su área de trabajo que podría mejorar el trabajo de la Dirección?

Definitivamente como todos, hay aspectos ha mejorar, por ejemplo muchas veces la falta de tiempo te hace poner mayor profundidad en lo que haces, producto por producto, si hablamos del noticiero, si se puede hacer un mejor noticiero si tuviéramos mas recursos, te estoy hablando de tiempo, de gente, entonces se podría hacer mejor videos institucionales, como cualquier medio de comunicación en el país, te van ha decir que unos de los principales frenos a calidad es la falta de tiempo, entonces ese un a de las cosas que se tienen que mejorar.

¿Cree qué es rápida y efectiva y la infamación que se trasmite a los medios de comunicación?

Si es rápida y efectiva porque sino fuera así no la exigirían porque no exige, sobre todo nuestro publico externo, nos exige un a comunicación ágil, rápida, efectiva y eficientes, la exige y cuando nos es así nos la demanda, si el periodista que vino a cubrir la noticia, y yo no le di el boletín me lo pide, y me lo pide antes de irse y se va cinco minutos después que termine la conferencia de prensa y yo lo tengo que tener, si el no tomo la foto yo se la tengo que dar y me la va ha pedir, sino se la doy se va ha quedar, así que yo creo que no tenemos problemas y es un reto ha mejorar la atención, ya que cada uno miembros de la unidad conozca muy bien su responsabilidad dentro de la unidad y la tome, cosa que lo hacen muy bien y todo se puede mejorar.

ANEXO:3

Luis Guillermo Urbina

Periodista de la Dirección de comunicaciones de la Dirección del MINED

¿Qué hace la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación?

La Dirección de Comunicaciones se encarga de divulgar todo el trabajo que se realiza al interior del Ministerio de Educación vaya esto desde las cabezas que son nuestros titulares hasta lo ultimo, que son muchos a nivel nacional estamos hablando que en cada una de las cabeceras departamentales, tenemos Direcciones departamentales y que tenemos mucha comunicación constante esto nos asegura que el trabajo que realizamos al interior de la Dirección de comunicaciones va tener un trabajo constante y va tener un alcance nacional en los catorce departamentos.

¿Cuál es la visión y misión de la Dirección de comunicaciones?

Yo diría que la misión que tenemos es trabajar por el trabajo divulgativo que realizamos como Ministerio de Educación sabemos que de esta cartera de estado hay un sin número de unidades y gerencias que llevan cargo un sin número de trabajo relacionado con el que hacer con el trabajo educativo nacional, la visión de nosotros es divulgar ese trabajo y dar el cumplimiento a las metas que nos hemos trazado como oficina que es básicamente tener informado a la población salvadoreña a través de esta Dirección del trabajo que se realiza en el Ministerio, obviamente creo que la visión es cualquiera que pueda tener cualquier ministerio de llegarse a constituir un instrumento clave tanto para el público interno y externo, estamos hablando de toda aquella población que son la razón de ser del trabajo institucional del MINED.

¿Qué medios y que recursos utilizan la Dirección para proyectar la imagen institucional?

Los medios son muy diversos nosotros los encargamos en la unidad de parte logística de cada una de las actividades de cada uno como Ministerio de Educación origina llaméese esto actividades positivas, he nosotros nos encargamos de la parte de prensa de ser comunicados, de hacer convocatorias, de hacer publicaciones en los periódicos, y yo creo que son los medios que nosotros utilizamos, obviamente nos auxiliamos de todo el aparato del Ministerio de Educación.

¿Tienen un plan de comunicaciones y como lo ejecutan?

Hay un plan de comunicaciones muy definido posiblemente el tiempo se encarga de definir las cosas, tenemos un plan que va en caminado a dar cumplimiento a todas las metas que nosotros nos hemos trazado.

¿Cada cuánto tiempo reciben capacitación y de que tipo?

La ultima capacitación que se tuvo fue el ano pasado al área de televisión , en esta capacitación fueron compañeros que tienen que ver en esta áreas, a ellos se les mando y se les ha dotado de herramientas mas consistentes a lo que es de programas de contenidos.

¿Cómo es una rutina laboral en tu área?

La rutina empieza en la mañana muy temprano, una ves ala semana todos los lunes todos los periodistas tenemos una reunión para definir calendarios, nosotros trabajamos bajo agenda de los titulares, nos sentamos con el Director para ver las actividades que se tienen a la semana nosotros en base a eso, luego buscamos la infamación con la fuente, luego se prepara un informe ejecutivo que le llaman ayuda de memoria que es la información que el titular va necesitar para estar enterado de la actividad de la asiste, hacemos las

convocatorias, asistimos a la actividad acompañar al titular y le servimos de apoyo que la prensa se le aborda, te hablo que a la semana cada periodista tiene dos actividades.

¿Cómo es su relación con sus compañeros de trabajo?

A diferencia de cualquier unidad las relaciones no son por obligación, esta Dirección tiene buenas relaciones, yo particularmente tengo buenas relación con mis compañeros y superiores, y tenemos afinidad porque tenemos el mismo trabajo.

¿Quién es el encargado de distribuir el trabajo diariamente?

Dependemos de la jefatura de Prensa, la asignación es instantánea ya que hay un calendario a la semana.

¿Posee la Dirección página web?

No tenemos una página Web, nosotros trabajamos con la página general del Ministerio de Educación, www.mined.gob.sv allí se demuestra todo el que hacer del Ministerio de Educación y recientemente se ha habilitado el intranet que es un recurso más interno que son cosas relacionadas con las unidades y que esto facilita la comunicación institucional y que comunicaciones tiene mucho que ver ya mucha de esta información se genera de esta oficina.

¿Ha detectado un problema en la Dirección de Comunicaciones o su área de trabajo que podría mejorar el trabajo de la Dirección?

Problemas, esto lo agregaría ya que este trabajo tiene que estar renovando periódicamente, son como nuevas cosas que van surgiendo, siempre hay una forma de redactar una convocatoria, hacer un comunicado, a mí que me toca parte de funcionar como maestro de ceremonia, siempre hay una nueva forma de presentar las actividades, yo creo que no hay problemas sino que hay innovando en este estilo de las comunicaciones

¿Cree que es rápida y efectiva y la infamación que se trasmite a los medios de comunicación?

Si diría que es rápida y fluida a medida y esto tiene que ver con los que acontece, a veces hay cosas no positivas que no ocurren como deberían de ser, pero en la medida es posible creo que la Dirección esta dotada del personal que ayuda que las actividades que generan aquí o cosas que se pueden generar externamente, se fluya y se den ha conocer, entonces si creo que si tenemos las herramientas suficientes y el personal necesario y con le carisma suficiente para que la información que originamos como institución y con Dirección encargada de transmitir todo ese conocimiento puede tener.

ANEXO: 4

Oscar René Barrera

Camarógrafo de la Dirección de Comunicaciones del MINED.

¿Qué hace la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación?

Bueno es la encargada de dar a conocer y montar, dar a conocer y desarrollar todos los eventos relacionados a esta cartera, sobre todo a las actividades en las cuales están presentes los titulares y las demás direcciones por supuesto, el objetivo es o la tarea principal en el caso mío, es grabar todos los eventos para luego ser transmitidos en el noticiero que tiene canal diez que se llama visión educativa y también para distribuirlo a los diferentes medios de comunicación que por “a” o “b” motivo no pueden llegar a las actividades, por supuesto nosotros también nos encargamos de facilitarles el material de cada evento, para que puedan ser también transmitido en los diferentes medios de comunicación del país.

¿Qué medios y que recursos utiliza la dirección para proyectar la imagen institucional?

En el caso particular, cámaras de video, tenemos también salas de edición para editar el material para que puedan salir al aire, en cuanto a equipo técnico hay cámaras de video, fotográficas, grabadoras, áreas de dicción, entrevistas, el facilitar a los periodistas el acceso a los titulares para que ellos los puedan acceder en entrevista, eso lo hace a través de la Dirección de Comunicación.

¿El objetivo principal de la Dirección de Comunicaciones es?

Mantener y proyectar la imagen del Ministerio de Educación, nosotros nos encargamos que el Ministerio siempre este, abierto a que todas las personas conozcan de las actividades que se realizan en el Ministerio, y básicamente la mayoría de actividades si no todas las actividades que se realizan dentro del Ministerio pasan por la Dirección de Comunicaciones

ya que esta es la encargada, somos el contacto con la prensa y también medios de comunicación.

¿Cuál es la visión y misión de la Dirección de comunicaciones?

Sinceramente no, no.

¿Cada cuánto tiempo reciben capacitación y de que tipo?

La verdad que no son muchas las capacitaciones, en mi caso particular serian seminarios de radio y televisión y fotografía y fue hace 4 meses y fue un taller de cine y televisión con La Escuela Mónica Herrera.

¿Cuál es la rutina laboral que mayor cobertura le dan?

Son los eventos propios del Ministerio, ya sea las actividades, conferencias de prensa, graduaciones inauguraciones de escuelas, visitas de campo, por ejemplo si la Dirección de Juventud tiene un campamento, nosotros primero los encargamos de dar ha conocer el evento, el día del evento irlo ah cubrir y darle seguimiento.

¿Cómo es una rutina laboral en tu área?

En mi caso, ya hay una pauta programada que cambia a cada momento nosotros un día antes somos notificados y bueno preparar el equipo, que haya casetes, baterías, el micrófono que este en buenas condiciones, los trasladamos al lugar del evento y luego al regresar procesamos la información y se es factible que salga al aire, sale al aire.

¿Cómo es su relación con sus compañeros de trabajo?

La verdad que en la Dirección, yo he tenido la oportunidad de trabajar en otras empresas, La verdad que en la Dirección se da el compañerismo, aquí somos un equipo, no puede fallar uno, porque sino que digamos patojea la actividad, es muy amena la relación entre los compañeros.

¿Quién es el encargado de distribuir el trabajo diariamente?

En este caso el Jefe de Prensa.

¿Cuáles son los proyectos de trabajos actualmente y ha futuro que tiene la Dirección de Comunicaciones?

Pues son bastantes, creo que no hay una día que tenga actividad, ya que la cartera sino me equivoco tiene el 60 por ciento del total del gobierno, entonces la actividad del Ministerio de Educación son muchas, pero entre ellas graduaciones, seminarios, en este caso el proyecto propio de la Dirección es el Noticiero Visión Educativa, que es el noticiero que se transmite en Canal 10, que son las actividades que nosotros cubrimos.

¿Quiénes realizan estos proyectos?

Esta a cargo del Director, yo soy el encargado de entregar el material y decirle que tipo de material sea cubierto, están los editores y presupuesto la presentadoras.

¿Posee la Dirección pagina Web?

La Dirección en si no, se utiliza misma pagina del Ministerio de Educación sobre todo las fotografías.

¿Cuáles son los medios que utilizan para recibir y transmitir la información que ustedes manejan?

Radio, televisión y prensa escrita.

¿Ha detectado un problema en la Dirección de Comunicaciones o su área de trabajo qué podría mejorar su trabajo?

Básicamente ha veces la limitante podría de ser de recursos, porque son muchas las actividades a veces nos encontramos con la limitación que no hay vehículos sino porque no tengamos sino porque hay muchas actividades, nos es necesario pedir a transporte, en recursos humanos estamos completos.

¿Cree que es rápida y efectiva y la infamación que se trasmite a los medios de comunicación?

Si es rápida, si la convocatoria es bastante buena y en caso, por “a” o “b” no pueden llegar al evento al Ministerio, nosotros nos encargamos de llevarles el material, para ellos mismos tengan la información.

ANEXO: 5

Alexander Bonilla

Jefe de Publicidad y Monitoreo de Noticias de la Dirección de Comunicaciones del MINED.

¿Qué hace la Dirección de Comunicaciones del ministerio de Educación?

Se encarga de coordinar y mantener las comunicaciones internas y externas de todo lo que tiene que ver con el Ministerio, atendemos todo público, de públicos el internos que somos nosotros todo el nivel administrativo y el externo que incluye a la comunidad educativa, medios de comunicación sobre todo, trabajamos las comunicaciones desde esos dos ámbitos, a nivel externo se trabaja principalmente la imagen del funcionario y de la institución

En Monitoreo le damos seguimiento a todas las noticias que tienen que ver con el área educativas, ya sea situaciones que pasan en centros escolares, o situaciones legales que se publican de los funcionarios, básicamente seguimos todo lo que se publica de información, la capturamos y se procesa de acuerdo lo que solicita el funcionario o Director.

¿Qué política institucional de comunicaciones sigue la Dirección de Comunicaciones?

Mantener una imagen positiva porque a veces se construyen imágenes de ciertos punto de vista no siempre son los puntos de vistas completos, entonces nuestra obligación es dar a conocer lo que el Ministerio de Educación hace o tiene proyectado hacer, que la gente sepa que el Ministerio esta trabajando para ellos y esos lo hacemos por comunicados,

conferencias, de cualquier tipo de comunicación que sea viable apegarnos a los objetivos del Ministerio

¿Qué medios y que recursos utilizan la Dirección para proyectar la imagen institucional?

Principalmente nosotros trabajamos con todos los medios de comunicación, nuestra difusión de nuestros programas es a través de medios de comunicación, nosotros organizamos conferencias de prensa o cualquier actividad que se involucren a todos los medios, eso lo que digamos mayoritariamente hacemos para estar presente en la sociedad por la razón, unas de las razones por situaciones financieras, no podemos estar pagando toda esa presencia en los medios, sería imposible de costear y segundo que para informar a la gente no necesariamente tener que pagar, tomamos ese gran apoyo que los medios no brindan ese por un lado la promoción institucional y por otro lado hay ciertas comunicaciones a través de campos pagados, estos campos los podemos hacer a través de periódicos o radio principalmente, televisión es muy poco, a menos que sea Canal 10 porque es algo que no nos requiere mayor costo, porque el personal está contratado, el Canal 10 lo administra el Ministerio, entonces se aprovecha ese recurso.

¿Tienen un plan de comunicaciones y cómo lo ejecutan?

Hay una estrategia de comunicación donde nosotros lo planteamos donde nosotros damos a conocer las cosas más fuertes que se de ha conocer este año, obviamente durante ese año hay ciertos imprevistos que hay que incorporarlas al plan inicial.

¿Cada cuánto tiempo reciben capacitación y de que tipo?

Bueno en el área de las capacitaciones si es muy poca o nula, uno viene acá con su profesión, y la desarrolla, uno aprende muchas cosas en el camino, uno se forma en el camino, o se forma con el contacto con otras personal, lastimosamente no hay algo sistemático, que te obligue digamos, no si es la palabra correcta, mas bien te de la opción de

capacitarte, lo ideal sería algo institucionalizado que te diga que tienes que capacitarte, pero sino hay algo un programa que te diga que tienes que hacerlo.

¿Cómo es una rutina laboral en tu área?

Describiendo un día típico de trabajo es venir temprano, bastante antes de lo que entra la gente la mayoría y empezar a rastrear que es lo que hay en los medios las entrevistas en todos los canales en radios los noticieros, ya el tiempo de estar acá uno sabe los noticieros que están, generalmente le ponemos mas atención a los noticieros que sabemos que le dan mas espacio, por decirlo así a otro punto de vista de la opinión de la educación, digamos un medio que piensa diferente, ver las cosas de otras perspectiva se le pone la atención a esos medios, igual a los periódicos vienen y se revisan de principio a fin se lee prácticamente todas las notas, especialmente aquellas que tiene que ver con el área educativas, luego se elabora un reporte y antes de eso se envía un panorama general a los titulares y otras personal claves para que sepan que es lo que hay en los medios en esa mañana con que se amaneció y para que cuando ellos sean abordados vean un poco que responder o que si quieren mayor infamación ellos se comunican conmigo pidiéndome mayor información sobre eso, luego se elabora un reporte que es enviado a los directores nacionales y también a los titulares y personas claves de la oficina de la Dirección de Comunicaciones y eso queda ya archivado en un sistema digital de noticias y un archivo físico, mas bien el seguimiento de las noticias es todas la mañana y toda la tarde están pasando cosas que capturaron un maestro y esto se combina así todo el día y con el área de publicad de todo el Ministerio, requerimiento de publicaciones, que hay que sacar material de una actividad que se va montar, en fin coordinar todos esos sucesos.

¿Cómo es su relación con sus compañeros de trabajo?

Como toda lugar con unos los llevamos mas y con otros nos llevamos menos, en general es bastante buena, aunque creo que por nuestra misma naturaleza nos hacer tener diferentes

puntos de vista con alguno que otro, pero nada, sobre todo nada fuera de lo normal que perjudique el trabajo de la institución, para trabajar.

¿Quién es el encargado de distribuir el trabajo diariamente?

Ya es algo que está establecido en un contrato, está establecido en unas líneas de trabajos que se dan a conocer cuando llega un nuevo Director o titular, ha estas alturas de esta están bien definidas nuestras áreas de trabajo, no es necesario que cada mañana o cada semana, que los digan que vamos hacer, a menos que sea un solicitud especial que se tenga que realizar pues se ejecuta si como nos han pedido.

¿Posee la Dirección pagina Web?

No, no la Dirección como tal no tiene su propia pagina Web, tiene un espacio o va tener un espacio en lo que la Intranet, pero eso es proyecto que está por comenzar, donde cada dirección va poder dar a conocer el trabajo y las acciones que hace cada unidad

¿Ha detectado un problema en la Dirección de comunicaciones o su área de trabajo que podría mejorar el trabajo de la Dirección?

Si, Yo creo que hace falta un poco mas de planificación, de aquellas actividades ordinarias que sabemos que pasan, por ejemplo en el calendario escolar tenemos unas actividades, siento que habría un poquito mas de organización, aunque a veces el mismo trabajo diario te consume y comprensible que se vayan actividades que ya estaba previstas desde tiempo, quizás eso habría que verlo que por falta planificación o es el mismo ritmo que hacen que te boten.

¿Cree que es rápida y efectiva y la infamación que se trasmite a los medios de comunicación?

Yo creo que si junto con el Departamento del área de prensa se preocupa dar una respuesta bastante pronta a la solicitud de los periodistas, han sido ciertas que no ha habido respuesta pronta pero eso es parte de nuestra estrategias, ha veces la no respuesta comunicacional, pero cuando la decisión ha sido que se va dar infamación que lo general es así se ha hecho, pronta, y la prueba es que nos sacan la información que hemos dado y no hemos tenido mayor queja, siempre hay una que otra observación, pero igual somos humanos y fallamos, pero creo que el nivel de efectividad de la Dirección de comunicaciones con los medios es bastante, bastante buena.

ANEXO: 6

Eduardo Melgar

Jefe del Departamento de Audio y Video de la Dirección de Comunicaciones del MINED.

¿Qué hace la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación?

Básicamente la Dirección tiene varias asignaciones, pero una de ellas es prácticamente de promover y difundir los diferentes programas que el Ministerio de Educación ejecuta, después viene lo además se produce un noticiero que se produce en Canal 10 y es prácticamente están involucrados los periodistas de prensa quien son los que redactan las notas, luego hay un equipo que se encarga de trasladar todo este trabajo al aspecto visual que es prácticamente la unidad donde yo estoy.

¿Cuál es la visión y misión de la Dirección de comunicaciones?

Fíjate que para serte sincero yo soy nuevo, entonces no la tengo a la mano, pero tengo una noción, pero así a la mano no la tengo.

¿Qué política institucional de comunicaciones sigue la Dirección de Comunicaciones?

Bueno básicamente es apoyar todo la tarea que los funcionarios del Ministerio de Educación desempeñan y reforzar los diferentes programas.

¿Qué medios y que recursos utilizan la Dirección para proyectar la imagen institucional?

Medios recursos, como te decía anteriormente se elaboran maletines, la producción de noticiero de Televisión Educativa, que básicamente que es un recurso que también contribuye a la distribución de las diferentes actividades que se realizan.

¿Tienen un plan de comunicaciones y cómo lo ejecutan?

Pues mira, la Dirección como tal tiene un plan, mi área que es única y exclusivamente la producción de videos, que nosotros estamos dispuestos para apoyar, ese plan que desempeña la Dirección, entonces desde ese sentido es apoyar desde el área audiovisual, reforzar las diferentes actividades de ese plan.

¿Qué mecanismos de evaluación utilizan para verificar la efectividad de las comunicaciones que se dan a los públicos externos?

Por ejemplo hay captores de prensa de los diferentes medios, en estas conferencias de prensa básicamente se dan ha conocer las actividades de los ministros en esta áreas y pues todo lo que tiene que ver con el desempeño de la misma Dirección, entonces unos de los mecanismo es ese convocatorias de prensa, y Canal 10 que también es usado para reforzar esto la imagen de los públicos externos.

¿Cada cuánto tiempo reciben capacitación y de que tipo?

Fíjate que en ese sentido, yo tengo como tres meses de estar acá, en estos tres meses he recibido como alrededor de tres capacitaciones, hay otros que tienen mayor tiempo y quizá ha recibido mas capacitaciones, en mi caso tiene que ver con la capacitación de videos, entonces fue una capacitación que duro aproximadamente tres meses y que tiene que ver con lo que es la producción en televisión en las diferentes áreas que este representa, y otra capacitación fue como tratamos nosotros el aspecto turístico que de alguna manera nosotros retomamos, pusimos un programa de jóvenes y en ese programa tratamos, precisamente con el turismo, entonces de alguna manera vamos ha ver como proyectamos, tanto internamente como a nivel externo.

¿Cómo es una rutina laboral en tu área?

Aquí en la Unidad de video es básicamente es coordinar lo producción del noticiero de este noticiero, desde la mañana, el día lunes por ejemplo definimos la pauta con los compañeros,

una vez teniendo las pautas se procede a la redacción de las notas, después que los compañeros terminan la redacción de las notas, nosotros las recibimos y empezamos a dar la elaboración del aspecto visual, se comienzan las grabaciones, las locuciones respectivas y esto es aspecto visual, luego viene la producción que es otro compañero que la trabaja, entonces eso es lo que realizamos durante el día.

¿Cómo es su relación con sus compañeros de trabajo?

Bueno yo diría que es una relación cordial cada quien se dedica a su área y tratamos la manera de apoyarnos en las áreas que tenemos deficiencias, la definiría como una relación cordial.

¿Quién es el encargado de distribuir el trabajo diariamente?

En ese sentido es el Director, el Director es el que asigna las diferentes actividades, en que cada uno de nosotros en las distintas unidades realizamos, nosotros tenemos una reunión de rutina los días lunes, ya formal, pero a diario tenemos reuniones ordinarias y extraordinarias que a nosotros se nos esta instruyendo el trabajo a realizar.

¿Cuáles son los proyectos de trabajos actualmente y ha futuro tiene la Dirección de Comunicaciones?

Como te dije aquí en video actualmente trabajamos en la producción de un espacio juvenil que se produce en el Canal 10, entonces eso es lo que actualmente se realiza, ha futuro estamos trabajando, ha producir una campana publicitaria del trabajo que se realiza en Canal 10, porque es un aspecto que se ha descuidado y nosotros desde acá vamos estar apoyando en ese aspecto.

¿Posee la Dirección página web?

Pagina Web no tenemos prácticamente esta la pagina institucional desde ahí hay una información que todavía se esta actualizando, prácticamente esta el link que te dan una

información de lo que es la Dirección de Comunicaciones de cómo esta estructurada, pero una pagina como tal no así no se tiene.

¿Cuáles son los medios que utilizan para recibir y transmitir la información que ustedes manejan?

Por medio de las convocatorias a los distintos medios y apartar de estos los medios que atienden las distintas convocatorias se reúnen para conocer las diferentes actividades que el Ministerio de Educación realiza.

¿Ha detectado un problema en la Dirección de Comunicaciones o su área de trabajo que podría mejorar el trabajo de la Dirección?

Quizás la inexistencia actualmente de equipo para la misma producción y que de alguna manera eso vendría contribuir a una mejor producción en materiales que aquí se realizan, pero por la naturaleza de la institución las cosas no caminan con la rapidez con que uno quisiera, pero ya es un proyecto que esta en camino, ya una vez se cuente con la innovación adecuada, el equipo idóneo, ya se esta haciendo algo en eso, porque ya hemos recibido una buena parte de equipo nuevo, pero contar con el recurso se mejoraría con el trabajo.

Me refiero con la instalación con la cuestión del audio no esta resuelta, entonces mejorar ese aspecto para que la calidad del aire mejore un poco, las ediciones de hacho, nosotros trabajos con equipo digital, entonces nos ayudan un poquito, pero no es como obtener las instalaciones adecuadas.

¿Cree que es rápida y efectiva y la infamación que se trasmite a los medios de comunicación?

Esta pregunta que te puedo decir tienen dos respuestas porque de nuestra parte yo te podría decir que se maneja de una manera rápida verdad, sin embargo debería preguntar a la gente no, la contraparte en ese sentido como lo perciben ellos, porque a nuestra

forma de ver se hace lo posible para que toda la información llegue lo más rápido que se pueda.

