



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

**TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
BACHILLERATO EN PERIODISMO**

**TEMA**

ANÁLISIS DEL VALOR AGREGADO QUE REPRESENTA  
CONTAR CON LA OFICINA DE RELACIONES PÚBLICAS Y  
PRENSA EN EL MINISTERIO DE SEGURIDAD PÚBLICA  
DESDE ANTES Y DESPUÉS DE LA CONSTITUCIÓN LEGAL  
(2000-2010)

**AUTOR:**

José Leonardo Villegas Matarrita

SAN JOSÉ, COSTA RICA,  
JULIO DEL 2017

## Contenido

### Capítulo I

1.1 Introducción.....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3Objetivos.....	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	3
1.4 Justificación.....	4
1.5 Antecedentes.....	5
1.5.1 Historia del Ministerio de Seguridad Pública.....	5
1.5.2 Tesis Internacionales.....	17
<b>1.5.3 Tesis nacional.....</b>	<b>18</b>
1.6 Proyecciones.....	20
2.1 Comunicación.....	21
2.2 Funciones de la comunicación dentro de una organización.....	22
2.3 Comunicación de masas.....	22
2.4 Niveles y tipos de comunicación en las organizaciones.....	23
2.5 Barreras para la comunicación eficaz.....	25
<b>2.6 Organización.....</b>	<b>26</b>
2.6.1 Teorías sobre la comunicación organizacional.....	26
2.7 Comportamiento de la organización.....	28
2.8 Importancia de una Oficina de Prensa.....	29
2.9 Relación de los periodistas y los funcionarios de prensa del gobierno.....	30
2.10 Obligaciones del comunicador organizacional con la prensa.....	31
2.11 Funciones del comunicador organizacional.....	31
2.12 Responsabilidades del director de comunicaciones.....	32

2.13 Comunicación organizacional al principio del Siglo XXI .....	33
2.14 Comunicación interna .....	34
2.15 Planteamiento metodológico de la puesta en marcha de un programa de comunicación interna .....	36
2.17 Auditoría de comunicación interna .....	37
2.18 Comunicación Externa .....	37
2.18.1 El análisis en la comunicación externa consta de dos partes: .....	38
2.18.2 Medición de los medios de comunicación .....	39
2.19 Conformación de una oficina de prensa .....	39
2.20 Responsabilidades del encargado de comunicación.....	40
2.21 Actividades que deben desarrollar las oficinas de prensa .....	41
2.22 Gabinetes de comunicación.....	42
2.23 Funciones del gabinete de comunicación del Ministerio de Seguridad Pública.....	42
2.24 Responsabilidades de la oficina de prensa. ....	44
2.25 Recursos de una oficina de prensa .....	45
2.26 Áreas de trabajo de la Oficina de Relaciones Públicas del Ministerio de Seguridad Pública... 46	
B. Producción fotográfica y audiovisual. Está a cargo del fotógrafo-camarógrafo y el encargado de monitoreo que también hace de camarógrafo-fotógrafo. ....	48
C. Asesoría y capacitación. ....	48
• Evacuación de consultas formuladas por personal policial acerca de la divulgación de cumplimientos policiales.....	48
• Organización de seminarios y talleres para capacitar al personal policial en cuanto a su relación con los medios de comunicación.....	48
• Asesoría al personal policial acerca del manejo de equipo fotográfico y audiovisual. ....	48
• Asesoramiento a la comisión encargada del diseño y contratación de campañas publicitarias. ....	48

D. Monitoreo de informaciones periodísticas. Esta área está a cargo de los periodistas, con el apoyo del encargado de grabar noticieros de TV y la secretaria.....	48
2.27 Las organizaciones en la era digital .....	50
2.28 La comunicación digital dentro del Ministerio de Seguridad Pública .....	51
2.29 La comunicación en tiempo de crisis .....	51
2.29.1 Antes de una crisis.....	52
2.29.2 Durante la crisis.....	52
2.29.3 Después de la crisis .....	53
2.30 Código de Ética para los periodistas en las Oficinas de Prensa .....	53
2.30.1 Establecer un Código de Ética .....	54
2.31 Relaciones Públicas.....	54
2.31.1 Objetivos de la función de las Relaciones Públicas .....	56
2.32 Premisas para lograr una imagen positiva.....	56
2.33 Campaña mediática .....	57
2.33.1 Pasos para poner en marcha una campaña mediática.....	58
3.1 Enfoque .....	59
3.2 El enfoque cualitativo posee las siguientes características .....	60
3.3 Las actividades principales del investigador (a) cualitativo (a) son las siguientes: .....	61
3.4 Diseño/Método.....	62
3.5 Variables o unidades de análisis.....	63
3.6 Instrumento de medición.....	64
3.7 Requisitos que deben cubrir un instrumento de medición.....	64
3.8 Entrevista de profundidad: .....	65
3.9 Documentos, registros, materiales, y artefactos: .....	66
3.10 Fuentes .....	66
3.10.1 Fuentes primarias .....	67

3.10.2 Fuentes secundarias.....	67
3.11 Recolección de datos.....	67
4.1 Recolección de los datos .....	69
4.1.2 El papel del investigador en la recolección de los datos cualitativos.....	70
4.2 Entrevistas a colaboradores de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa y jefes del Ministerio de Seguridad Pública .....	71
4.3 Opinión de periodistas.....	85
5.1 Conclusiones .....	96
<b>5.2 Recomendaciones .....</b>	<b>100</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>101</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>103</b>

# Capítulo I

## 1.1 Introducción.

La comunicación es una de las áreas más importantes en la sociedad, ya que es un instrumento que genera crítica, conocimiento e información; contribuyendo a que la sociedad sea más pensante y despierta ante cualquier hecho que genere opinión pública.

En esta investigación se abordará la comunicación desde el ámbito organizacional, ya que se ha considerado como un área de gran relevancia para el buen funcionamiento de una organización, en este caso, el Ministerio de Seguridad Pública que antes del 2005 no contaba con una Oficina de Relaciones Públicas y Prensa, con esto se va a determinar los puntos positivos que ha tenido este Ministerio desde la creación de esta oficina.

Actualmente se está en una época en que hay un bombardeo de información, de la cual gran parte puede ser falsa, portanto, se debe estar preparado para saber cómo reaccionar ante una posible crisis en la institución, además de saber presentar los mensajes a la audiencia y a las autoridades.

Es por esto que la presencia de una Oficina de Prensa bien conformada y organizada puede ser determinante para el buen funcionamiento de la organización y así cumplir la visión, misión y valores de la misma.

Además, se expondrá los logros que ha obtenido el Ministerio de Seguridad Pública con la creación de la Oficina de Prensa, y cómo este Ministerio ha aprovechado el uso de la tecnología para posicionarlo ante la opinión pública y el Gobierno.

## 1.2 Planteamiento del problema

El propósito de este estudio es analizar el cambio que tuvo el Ministerio de Seguridad Pública de Costa Rica con la implementación de la Oficina de Prensa en su relación con la ciudadanía y las autoridades superiores.

Esto ayudará a conocer el manejo que se le daba a la información antes de contar con la oficialización de la Oficina para comparar el impacto que ha tenido con su creación y así determinar su relevancia.

Se investigará cuáles fueron las razones que determinaron la necesidad de la creación de la Oficina, además de la influencia que ha tenido en el funcionamiento operativo del Ministerio.

De esta manera se desprende la pregunta ¿Cuál o cuáles son los valores agregados que tiene el Ministerio de Seguridad Pública con la oficialización de su Oficina de Prensa?

## **1.3Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo General**

Analizar el valor agregado que representa contar con una Oficina de Relaciones Públicas y Prensa en el Ministerio de Seguridad Pública desde su creación, en el 2005y hasta el 2010, con el fin de determinar la importancia de contar con comunicadores profesionales en una institución

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Revisar los antecedentes de la función de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública antes de su creación.
- Describir el manejo de la información a partir de la creación de la oficina de prensa.
- Analizar el desarrollo de la Oficina de Prensa a partir de su creación.
- Explicar las ventajas y desventajas del buen o mal manejo de la comunicación organizacional en el Ministerio de Seguridad Pública

## 1.4 Justificación

Debido a la gran cantidad de información que actualmente se filtra por las plataformas tradicionales y las tecnológicas, es necesario que las instituciones cuenten con oficinas de prensa y personal profesional en el área de la comunicación para tener una mayor y correcta difusión de la información.

Además de saber cómo se debe actuar ante una posible crisis de comunicación para tratar de minimizar el impacto que se pueda generar ante posibles temas controversiales.

También es necesario posicionar a la institución de manera positiva para generar confianza en la ciudadanía y Gobierno.

Es de suma importancia que las instituciones analicen la importancia que tiene la oficina de prensa en su funcionamiento.

La presente tesis reafirmará la importancia que tuvo la creación de la Oficina de Prensa y Relaciones Públicas en el Ministerio de Seguridad Pública, mediante el análisis del manejo de las relaciones públicas e información antes y después de la creación de la oficina.

Además, el Ministerio de Seguridad Pública se beneficiará ya que se describirá sus principales logros que ha tenido con la implementación de la Oficina y las posibles mejoras que pueden implementar en el funcionamiento de esta.

## **1.5 Antecedentes**

Según Tamayo y Tamayo (2004) en los antecedentes se trata de hacer una síntesis conceptual de las investigaciones o trabajos realizados sobre el problema formulado con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación. El antecedente puede indicar conclusiones existentes en torno al problema planteado.

En la presentación del antecedente se busca aprovechar las teorías existentes sobre el problema. Consultando antecedentes nos libramos del riesgo de investigar lo que ya está hecho. (p.146)

En la presente investigación vamos a desarrollar como antecedentes, la historia del Ministerio de Seguridad Pública y de la Oficina de Prensa y Relaciones Públicas, así como de algunas tesis internacionales que se relacionan con esta.

### **1.5.1 Historia del Ministerio de Seguridad Pública**

Durante la época colonial se hicieron esfuerzos por crear una institución de carácter militar, pero dado que la población costarricense tenía necesidades más urgentes, fundamentalmente de tipo socioeconómico, esas inquietudes fueron relegadas.

Tal situación, aunada a que la independencia de Costa Rica se alcanzó sin necesidad de que mediaran enfrentamientos armados con España, con el paso del tiempo esos hechos fueron reafirmando la vocación civilista y pacifista del pueblo costarricense.

La siguiente es una sinopsis de lo que ha sido la evolución de las fuerzas armadas y policiales costarricenses desde el Siglo XIX hasta la actualidad.

En 1821 con la promulgación del Pacto de Concordia se establecieron dos vocales en el área militar, hacienda, economía, policía pública y política, así como comandancias en los pueblos a cargo de un oficial.

En 1842 Se trató de crear el servicio militar obligatorio, sin que tuviera éxito alguno.

En 1848 Posteriormente, la Asamblea Constituyente del 9 de abril de

Para 1844 Se crea mediante la Constitución del Estado Libre de Derecho, en su artículo 163, el Ministerio de Hacienda y Guerra.

En 1848 una nueva constitución abolió el Ejército por primera vez.

En 1849 es restablecido el ejército y, a la vez, fue eliminado el Ministerio de Guerra, pero el Gobierno de turno fue depuesto por el General Tomás Guardia, quien volvió a abolir el Ejército.

En 1850 El presupuesto de este Ministerio era del 20% del presupuesto nacional. Para 1874 era del 37,4%.

En 1855 durante la segunda mitad de esa década se movilizaron y organizaron fuerzas militares con motivo de la presencia en Centroamérica del filibustero estadounidense William Walker y sus fuerzas invasoras, las cuales pretendían apoderarse de nuestro país.

A partir de 1908 el ejército se subdividió en tres cuerpos: artillería, infantería y canallería.

Con la llegada al poder de Federico Tinoco en 1917, tras deponer al presidente Alfredo González Flores, su régimen reestructuró el ejército.

En 1923, el presidente Julio Acosta elimina el Ministerio de Guerra, el cual fue reemplazado por el Ministerio de Seguridad Pública y las actividades militares pasaron a un segundo plano. El 13 de abril de ese mismo año, mediante la Ley número 93, se creó la Dirección de Investigaciones Criminales.

El primero de diciembre de 1948, mediante decreto-ley, se abolió el ejército. En ese entonces existía la Fuerza Aérea Costarricense.

Tal abolición fue ratificada por la Asamblea Constituyente en su artículo 12 de la Constitución de la República de Costa Rica de 1949. Al proscribirse el Ejército como institución permanente y disponiéndose para la vigilancia y conservación del orden público, las fuerzas armadas pasan a llamarse Guardia Civil y ésta se encargaría de funciones policiales y de orden y seguridad de la Nación.

Es así como la Escuela Militar de Guadalupe pasa a llamarse Escuela Cívico Militar, adscrita al Ministerio de la Presidencia.

En 1958 se crea la Sección Aérea, antes nombrada Fuerza Aérea Costarricense.

Para 1964 se constituye la Escuela Nacional de Policía.

En 1970 la Guardia de Asistencia Rural se crea en sustitución del Resguardo Fiscal y la Policía de Villas y Pueblos. También, empieza a funcionar una Dirección de Narcóticos. La Escuela Nacional de Policía pasa a nombrarse como "Escuela Nacional de Policía Francisco J. Orlich"

Mediante decreto ejecutivo N° 2518-S, en 1972 se crea el Cuerpo de agentes de investigación de narcóticos, dependiente de la entonces Guardia Civil.

En este periodo 1978-1982, durante el gobierno de Rodrigo Carazo Odio se fusionó el Ministerio de Seguridad Pública y el Ministerio de Gobernación y Policía en uno solo, el cual se denominó Ministerio del Interior; no obstante, en posteriores administraciones este proyecto no tuvo el apoyo necesario para continuar.

A su vez, se crea la Dirección Nacional del Servicio de Vigilancia Marítima, con el objetivo de proteger los recursos marinos en alta mar, búsqueda y rescate, narcotráfico y contrabando.

En 1979 la Escuela Nacional de Policía se anexa al Ministerio de Seguridad Pública.

En 1981 se construyen las instalaciones de la Escuela Nacional de Policía en San Rafael de Ojo de Agua, Alajuela.

Por decreto ejecutivo N° 14330-S en 1983 se cambia el nombre a la Escuela Nacional de Policía Francisco J. Orlich B. por el de "Academia de la Fuerza Pública Francisco J. Orlich B.", bajo la autoridad del Director General de la Guardia Civil.

En 1985 La Academia de la Fuerza Pública Francisco J. Orlich B. adquiere la condición de Dirección y se desvincula de la Dirección de la Guardia Civil. Se adscribe al Ministerio de Seguridad Pública y se nombra como "Escuela Nacional de Policía Francisco J. Orlich B."

Para el año 1986 se crea el departamento de investigaciones, estupefacientes e inteligencia, adscrito al Ministerio de Gobernación y Policía.

En 1992 se fusionan los recursos humanos, materiales y técnicos de los dos cuerpos policiales antinarcóticos que existían en ese momento- Narcóticos del Ministerio de Seguridad y el DIEI del Ministerio de Gobernación y Policía. Nace así la Dirección Nacional de Control de Drogas y se le da rango legal con el decreto ejecutivo SPG-21661.

El 26 de mayo de 1994 se crea la "Ley General de Policía" número 7410, con lo que, por primera vez, el país cuenta con un cuerpo legal que regula a todas las policías del país.

Esta ley crea por primera vez la carrera policial, con lo que se mejora la capacitación policial, las posibilidades de ascenso, las condiciones salariales y se elimina la remoción de personal con cada cambio de gobierno, con lo que se le garantiza al país la estabilidad laboral de sus fuerzas policiales. Se establece la Policía de Fronteras al crearse dicha Ley.

La Sección Aérea cambia su nombre a Dirección del Servicio de Vigilancia Aérea y la Dirección Nacional de Control de Drogas cambia el nombre a Policía de Control de Drogas.

En 1995 La Guardia de Asistencia Rural, que siempre había pertenecido al Ministerio de Gobernación y Policía, fue traspasada al Ministerio de Seguridad Pública. Posteriormente, a mediados de ese año, los dos ministerios vuelven a tener un solo jerarca.

En 2000 Se publica la Ley No 8000, la cual crea el Servicio Nacional de Guardacostas, la cual sentó las bases de la profesionalización del hasta ese entonces Servicio de Vigilancia Marítima

Mediante la Ley número 8115 del 28 de agosto del 2001, se declara el 1 de diciembre como el "Día de la Abolición del Ejército". Ese mismo año, el 23 de marzo, es publicada la "Ley de Policía Civilista", la cual reforma la Ley General de Policía y, entre otros avances, crea la Dirección de Apoyo Legal Policial, una unidad compuesta por abogados policías, los cuales se encargan de asesorar a los policías en sus funciones. De igual modo son cambiados los rangos de carácter militar por otros de carácter civilista

En el 2002 Costa Rica es declarada "País libre de minas antipersonales", gracias al apoyo de la Organización de Estados Americanos. Aunado a este hecho, se crea una propuesta para la intervención policial y el fortalecimiento con la ciudadanía.

Dicha propuesta es llamada Policía de Proximidad y pretendía mayor presencia policial en las calles; mayor y mejor comunicación entre la comunidad y la policía; mayor información sobre resultados policiales y conocimiento de los problemas que tienen las comunidades.

También se tramitaron, entre otras leyes, la Ley No8231 denominada "Prohibición de Minas antipersonales"; así como se establece el reglamento para las pruebas toxicológicas a los/as miembros de los cuerpos policiales del Ministerio de Seguridad Pública.

En el 2003 Se brinda con gran ahínco la atención a las comunidades más vulnerables, con el propósito de reducir los índices delincuenciales que se presentan en localidades de Desamparados, Tibás, Goicoechea, La Uruca, Pavas, Alajuela, Cartago, Heredia, Puntarenas y Limón.

Se implementa la Policía Electrónica, cuyo sistema constituye una novedad y salto tecnológico de primer orden; colocando a la institución entre los principales centros urbanos de los países desarrollados. Debido a ello, el Ministerio colocó cámaras de circuito cerrado de televisión en zonas comerciales y bancarias del área metropolitana y en actividades año se publica la Ley No 8395, Ley de Servicios Privados de Seguridad.

El el 2004 se reforma el Reglamento de la Ley de armas y explosivos, donde solicita como requisito la idoneidad mental del solicitante. Se proyecta la creación de una Unidad de psicólogos policiales, con el propósito de brindar soporte psicológico al funcionario policial, a su familia y a la sociedad civilprevio, durante y posterior a las situaciones de crisis. Además, a finales de este año se crea la Unidad de Protección Especializada para las diferentes sedes diplomáticas y residencia de ex presidentes.

En el 2005 se da esfuerzo ingente por aumentar la escolaridad y profesionalizar la policía; así como llegar a la cifra de más de 4 mil policías dentro del Estatuto Policial, lo que garantiza la estabilidad del funcionario policial. En este periodo logra el mayor decomiso de droga del país con un total de diez toneladas; ocho toneladas fueron producto del trabajo realizado por el Ministerio de Seguridad Pública.

Los grupos de "Fuerza de Tarea" se establecen como "Grupos de Apoyo Operacional", quienes, junto con oficiales del Organismo de Investigación Judicial, en trabajos de inteligencia y coordinación interinstitucional,obtienen resultados importantes en la captura de más de 400 delincuentes peligrosos reincidentes.

Durante el periodo 2006-2007, se refuerza la lucha antidroga contra el trasiego y consumo de drogas luego del decomiso de 36 toneladas en sólo diez meses. Además, se gradúan 1.027 nuevos policías y la Asamblea Legislativa aprueba un aumento del 35% en el presupuesto para Seguridad Pública.

Además, los oficiales velaron por el orden y seguridad de las personas durante las manifestaciones en contra y a favor del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos de América, República Dominicana y Centroamérica. Este año mejoró el servicio de pasaportes y visas de la Dirección General de Migración y extranjería con el fin de eliminar largas filas y el problema con personas ajenas conocidas como "gavilanes".

Este periodo se lograron dos hechos importantes: Uno es la desarticulación de una organización asiática que pretendía obtener fácilmente visas para ciudadanos orientales y la aprehensión del colombiano Martínez Quinto, miembro de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, quien formara una red para el tráfico de drogas y armas en Costa Rica. Este año se crea la Dirección de Seguridad Turística.

En el año 2008, debido a los esfuerzos, la flotilla supera las 700 unidades entre patrullas y motocicletas. Se establece una nueva política de seguridad, basada en el binomio Policía- Comunidad; así como la implementación de la distritalización de la policía y programas como "Puerta a Puerta" que busca conocer aún más las preocupaciones de las personas en sus comunidades.

También, se pone en marcha el operativo "Crack", el cual permitió el decomiso de 200 mil dosis de esta droga y la desarticulación de más de 100 bandas dedicadas al trasiego y venta a menor escala. Se aplica la política de "Cero Tolerancia a la Corrupción Policial", con el propósito de sacar de las filas policiales a aquellos que deshonren, con sus actos ilícitos, el uniforme que portan.

En el 2009 Se ayuda a las víctimas del terremoto de Cinchona el ocho de enero de este año. Además, se participa en la carrera de la "Antorcha Global de las Fuerzas de Seguridad", la cual fue corrida por las diferentes unidades policiales al lado de los atletas que participaron en los Juegos de Invierno de las Olimpiadas Especiales.

El presupuesto para Seguridad Pública pasó de 65 mil millones de colones a 133.700 millones de colones. El operativo crack llega al decomiso de 800 mil dosis y 319 narco- organizaciones desarticuladas.

Se plantea la unificación de todas las policías del país bajo el nombre de "Policía Nacional" este año se veló por la aplicación del "Manual de Clases Policiales (I Parte)" que define la estructura Ejecutiva y Superior y mejora las condiciones salariales de las escalas básicas, ejecutiva y superior; así como el reconocimiento económico de la disponibilidad, aunque no se encuentren protegidos por el Estatuto Policial.

2010-2011: Para este periodo y gracias a la apertura de los Tribunales de Flagrancia, la policía remitió 1924 aprehendidos.

Se logró invertir más de dos mil millones de colones en equipo automotor y más de 155 millones de colones en infraestructura. Se reactivó la Policía de Fronteras, luego del conflicto entre nuestro país y Nicaragua, por el dragado en Isla Portillas, Calero. Aunado a estas acciones, se inauguran las instalaciones de la Academia Nacional de Guardacostas en Quepos y la Estación de Guardacostas en Caldera, Puntarenas.

El Servicio de Vigilancia Aérea informa la realización de 1.547 vuelos humanitarios, patrullajes y traslados de personal policial u otras instituciones. Se gradúan 923 nuevos policías y se crea la Oficina de Igualdad y equidad de Género, testimoniando la firme política de ninguna tolerancia a cualquier caso de acoso laboral o sexual y el aumento de mujeres dentro del Ministerio de Seguridad Pública.

2011-2012: Las autoridades del Ministerio trabajaron con miras a la puesta en marcha del proyecto "Seguridad Ciudadana Digital", el cual permitiría modernizar la totalidad de la gestión de la Fuerza Pública, principalmente. Uno de sus objetivos fue

brindar un sistema de geo-referenciación que identificará en tiempo real la ubicación de las y los oficiales, así como el recurso vehicular en servicio.

Otro proyecto que se inicia a gestar es la Digitalización de los Trámites en la Dirección de Servicios de Seguridad Privada y de la Dirección General de Armamento, lo que permitiría un mayor y mejor control en la tramitología como la valiosa información que de ella se desprende para lograr un control actualizado y fácilmente accesible, en la trazabilidad de la tenencia de armas; en coherencia con las políticas que en esta materia se han venido legislando en el país.

Además, se presentó a la opinión pública una innovadora aplicación para teléfonos inteligentes llamada Seguridad Pública CR, la cual es gratuita y permite tener un acceso directo, ágil y efectivo a información de interés como la ubicación y datos de contacto de las Delegaciones de Policía, la identidad de las personas más buscadas por la justicia, consejos de prevención, los requisitos de reclutamiento y la realización de reportes de incidentes en tiempo real, entre otros.

Se agrega el Proyecto de Ley Orgánica del Ministerio de Seguridad Pública, el cual se envía a la corriente legislativa bajo el expediente número 18751.

Se concluyeron obras de reparación, mantenimiento o remodelación de unidades policiales, así como en las oficinas Centrales, logrando la construcción de Delegaciones Policiales en las zonas de Matapalo, Juan Viñas, Moín, San Vito, Concepción, Poás, Flamingo, Pacuare y Caldera.

Otra de las metas destaca que entre los vehículos recibidos y los que se encuentran en condición de entrega o con orden de compra, se incrementaron a la acción de la Fuerza Pública al menos 407 vehículos, 302 motocicletas, ocho microbuses, seis automulas y ocho

Centros móviles de Atención Policial. Esto solamente con respecto a la Dirección General de la Fuerza Pública, por ser la cifra más representativa porcentualmente para este Ministerio.

Ha sido posible la adquisición de dos modernos helicópteros para el patrullaje aéreo para el uso del Servicio de Vigilancia Aérea y cinco embarcaciones para la lucha contra el narcotráfico y la delincuencia en aguas nacionales asignadas al Servicio Nacional de Guardacostas.

2012-2013: Para el año 2012 se logró el registro de la menor cantidad de homicidios de los últimos cinco años, reflejándose una reducción de casi un 16% respecto al 2011, alcanzando una tasa de 9.28 homicidios por cada 100 mil habitantes; en el primer trimestre de 2013 se logró una reducción de un 7.4% tomando en cuenta ese mismo período en el año anterior.

La ardua labor que día a día desarrollan las y los policías permitió alcanzar con éxito varias metas, entre ellas: un aumento en el decomiso de drogas, un aproximado de tres toneladas de marihuana, cantidad que supera en un 2.075% la cifra de decomiso del periodo anterior, con respecto al decomiso de cocaína se incrementó en 1.715%, decomisándose un total de 13.592 kgs. En el decomiso de crack aumentó en casi un 50%, para un total de 805 kgs, de esta droga.

En la lucha abierta contra el narcotráfico se debe destacar la oportuna labor realizada de la Policía de Control de Drogas, la cual entre mayo de 2012 a marzo de 2013 logró el decomiso de 2,487 kgs. de marihuana y más de un millón doscientos mil plantas de esta droga; además de 12,736 grs. de cocaína; un aumento de un 22% respecto al periodo anterior.

Uno de los grandes y novedosos proyectos es la construcción de la nueva Academia Nacional de Policía; obra donada por la República Popular de China. Para su desarrollo, fue adquirido con presupuesto de la Administración el terreno que permitiría el acceso a la edificación de la Escuela.

Se coordinaron otras donaciones para complementar el proyecto, entre los cuales se encuentra: 50 millones de dólares por parte de la Unión Europea para su equipamiento, así como la colaboración del Gobierno de Canadá y el Gobierno Estados Unidos de América, para el equipamiento móvil y el policial.

En aras de brindar respaldo a este importante proyecto se actualizaron las mallas curriculares por parte de la Administración y en la manera de evaluar y retroalimentar de los profesores, así como la revisión de los instrumentos legales de la Escuela. En el periodo de mayo de 2012 a marzo de 2013, iniciaron tres cursos básicos policiales con la asistencia de 544 interesados y se graduaron 876 oficiales.

Entre el período mayo de 2012 a marzo de 2013, el Ministerio de Gobernación y Policía logró la aprobación de la Ley de Trata de Personas y Tráfico de Migrantes, Ley No 9095, la cual rige a partir de febrero de 2013.

Otro esfuerzo fue la presentación al Plenario Legislativo de un nuevo y mejorado proyecto de reforma a la Ley de Armas, el cual se consigna en el expediente No.18050.

Tomado 19 de marzo de 2017 del sitio web <http://www.seguridadpublica.go.cr/>

es un órgano asesor o “staff” del Despacho del ministro.

Aunque cuenta con muchas décadas de existencia, es hasta la promulgación del Reglamento de Organización del Ministerio de Seguridad Pública, en el 2005, que se le da sustento jurídico a esta unidad.

Lo anterior según lo contemplado en el Decreto Ejecutivo No. 32177-SP, publicado el 10 de enero del 2005 en la Gaceta No. 6, alcance No. 1, concretamente en el Artículo 11. Tomado del sitio web, <http://www.seguridadpublica.go.cr/>

#### 1.5.2 Tesis Internacionales

- Tesis de Marisol Gómez Madrigal, Málaga (2007) La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas.

La investigación de Gómez trata sobre el impacto positivo que tiene la comunicación organizacional en las empresas para mejorar la productividad de esta.

La presente tesis va sobre una línea similar a la de Gómez, ya que lo que busca es analizar el aporte y el valor agregado que tuvo la creación de la oficina de prensa en el Ministerio de Seguridad Pública y cómo esto ha mejorado el funcionamiento y la imagen del Ministerio.

- Investigación de Carolina Mejía Lopera, Universidad de Antioquia, Colombia (2005): La Comunicación como elemento de fortalecimiento institucional, la

investigación de Mejía refuerza que la comunicación es un elemento determinante para fortalecer la institución en la que se labora.

La presente tesis se relaciona con la de Mejía ya que también se enfoca en describir porqué la comunicación organizacional ha fortalecido el funcionamiento del Ministerio de Seguridad Pública.

- Investigación de Byron David Balarezo Toro. Ecuador, 2014: La comunicación organizacional y su incidencia en el desarrollo universal de la empresa San Miguel Dive.

La investigación de Balarezo tiene relación con la presente, ya que Balarezo analizó la comunicación organizacional interna dentro de la empresa. Lo mismo se hizo con la comunicación interna del Ministerio de Seguridad Pública, para determinar el valor agregado que representó la creación de la oficina de comunicación dentro del ministerio.

### **1.5.3 Tesis nacional**

- Investigación de Melissa María Morales Roja. Costa Rica, 2010: Propuesta para crear una oficina de prensa y comunicación organizacional para el Cuerpo de Bomberos de Costa Rica.

La investigación de Morales se enfoca en crear una oficina de comunicación en una organización donde no existe, en la investigación de se destaca los objetivos que se pueden lograr con la creación de oficina de comunicación, mientras que la presente investigación se muestra el valor agregado que representa que el Ministerio de Seguridad Pública tenga una oficina de comunicación. Es por esto la relación directa que tienen ambas.

## **1.6 Proyecciones**

El principal propósito de esta investigación es conocer el valor agregado que adquiere la Oficina de Prensa en el Ministerio de Seguridad Pública, desde su creación y la manera en que cambió el tratamiento de la información.

Se buscará explicar la transición que ha tenido la Oficina de Prensa en el Ministerio y cómo el personal se adaptó a este nuevo sistema de comunicación.

Para recolectar estos datos se entrevistará a las personas que trabajaron antes y después de la creación de la Oficina, además se buscará opiniones de periodistas que cubren la fuente del Ministerio de Seguridad Pública y así también se aplicará el método de observación.

También se conocerá la historia del Ministerio de Seguridad Pública, para entender la misión, visión y valores y así comprender su funcionamiento.

## **Capítulo II**

### **Marco de referencia**

#### **2.1 Comunicación**

De acuerdo con Martínez de Velazco A. y Nosnik A. (1998), se define comunicación como: Proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea opinión, actividad o conducta. En otras palabras, la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado.

La comunicación es de suma importancia en las relaciones humanas, ya que es un motor de intercambio de información, y aún más en un Ministerio donde se maneja gran cantidad de información y donde hay tanta interacción social. Además, los mensajes que se generen deben ser claros y oportunos ya que la información que se maneja dentro del Ministerio de Seguridad Pública es muy importante y determinante para que la ciudadanía y el gobierno comprendan lo que está sucediendo en su entorno.

## **2.2 Funciones de la comunicación dentro de una organización**

La comunicación tiene cuatro funciones principales dentro de un grupo u organización: control, motivación, expresión emocional e información.

S.Robbins y T.Judge (2009) La comunicación actúa de varias maneras para controlar el comportamiento de los miembros. Las organizaciones tienen jerarquías de autoridad y lineamientos formales que exigen que los empleados sigan. La comunicación impulsa la motivación porque aclara a los empleados lo que se hace, qué tan bien se hace y lo que puede hacerse para mejorar.

La comunicación brinda un medio para la expresión emocional de los sentimientos y para satisfacer las necesidades sociales. La comunicación proporciona la información que los individuos y grupos necesitan para tomar decisiones. (p386)

La comunicación dentro de las organizaciones debe ser uno de los principales pilares ya que por medio de esta se pueden lograr los objetivos de dicha organización, esto porque los empleados se van a sentir cercanos y tomados en cuenta, por lo tanto, sus funciones las van a realizar de la mejor manera.

## **2.3 Comunicación de masas**

Ongallo (2007) La comunicación de masas es el proceso por el que se elaboran y transmiten mensajes al gran público. Los denominados medios de comunicación de masas o mass-media son los encargados de llevar a cabo dicha tarea. En la actualidad la comunicación de masas, la publicidad masiva, y todos los elementos de comunicación están alcanzando las mayores cuotas de protagonismo de la historia. (p.26)

Las organizaciones actuales deben apostar por la comunicación de masas ya que por medio de estas se logra un mayor alcance y se cumplen la mayoría de los objetivos planteados, ya que los públicos metas interactúan con las herramientas que utilizan la comunicación de masas.

#### **2.4 Niveles y tipos de comunicación en las organizaciones**

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones, es denominada comunicación organizacional, esta comunicación se da naturalmente en toda la organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño, es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio (Pérez, 2000, p.6).

La comunicación organizacional debe estar presente en todo tipo de organización ya que esta facilitará las relaciones entre los diferentes públicos. Aplicado al Ministerio de Seguridad Pública toma más fuerte esta afirmación, ya que es de suma importancia que el Ministerio tenga una excelente relación con la ciudadanía y el Gobierno ya que está al servicio de ambos.

El mismo autor plantea que existen tres maneras de comunicación en una organización.

- **Comunicación operativa:** consiste en desarrollar mensajes y piezas comunicativas para distintas personas e instancias de la organización no importando el nivel jerárquico del cliente interno.
- **Comunicación táctica:** se da cuando se identifican necesidades comunicativas y se desarrollan soluciones para potenciar las distintas funciones que sostienen y proyectan a la organización, como la vigilancia del entorno, capacitación, comercialización e incluso la dirección, entre otras.
- **Comunicación estratégica:** proceso de comunicación fundacional y constituyente en el que se construyen las representaciones o modelos de la organización que permiten llegar a decisiones estratégicas, tácticas y operativas. El principal logro de este nivel de actuación consiste en tener un mapa de referencia completo así de sí mismas como organización, del contexto en que se mueven y de la interacción que existe y debe existir entre la empresa y su contexto. (Pérez, 2000, p.6).

Andrade (2005) La comunicación es una responsabilidad compartida, como todos en la organización se comunican, comunicarse bien es una responsabilidad de todos, si bien algunos deben jugar un rol más importante en este sentido por la posición que ocupan o por la información que manejan. Por lo tanto, el desarrollo de las habilidades de comunicación

de las personas, en las distintas áreas, se ha vuelto prioridad, sobre todo ahora que las organizaciones están viviendo cambios fundamentales. (p.22)

Los comunicadores que están dentro de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública, tienen el conocimiento en diferentes áreas ya que todos deben saber y hacer de todo. El comunicador actual debe ser integral para que pueda realizar las diferentes labores que se desarrollan en la organización.

## **2.5 Barreras para la comunicación eficaz**

S.Robbins y T.Judge (2009) Algunas de las barreras recortan o distorsiones la comunicación. Estas son las principales.

- Filtrado: se refiere a la manipulación intencionada que hace el emisor de la información para que sea vista de manera más favorable por el receptor.
- Percepción selectiva: Los receptores en el proceso de comunicación ven escuchan en forma selectiva con base a sus necesidades, motivaciones, experiencias, antecedentes y otras características personales.
- Sobrecarga de la información: Los individuos tienen una capacidad finita de procesamiento de datos. Cuando la información con la que tenemos que trabajar excede esta capacidad el resultado es sobrecarga de la información.
- Emociones: La forma en que el receptor se sienta en el momento de recibir una comunicación influirá el modo en que la interprete.
- Lenguaje: Las palabras significan cosas diferentes para personas distintas. Edad, educación, antecedentes culturales son tres de las variables más obvias que influyen en el lenguaje que usa una persona. (p.370).

Las barreras de comunicación en las organizaciones siempre se van a presentar, ya que dentro de estas existe gran diversidad de personas y circunstancias, pero está en la oficina de comunicación tratar de revertir y minimizarlas.

## **2.6 Organización**

Thomas, B. y Scout (2001) Una organización no es un grupo heterogéneo de personas que se agrupan por casualidad. Se ha establecido consciente y formalmente para alcanzar ciertas metas que sus miembros serían incapaces de hacerlos por sí mismos, por ejemplo, una organización de negocios tiene como objetivos según (p.16)

1. Lograr una utilidad para su propietario.
2. Suministrar a sus clientes bienes y servicios
3. Proporcionar un ingreso a sus empleados
4. Incrementar el nivel de satisfacción para todos los involucrados.(P.16).

La conformación de organizaciones ha sido determinante para que diversas personas con intereses similares conformen grupos sólidos, los cuales les permiten consolidarse en diferentes temas y así poder intercambiar opiniones, preferencias y actitudes, obteniendo así una retroalimentación enriquecedora que los hará consolidarse aún más en sus intereses.

### **2.6.1 Teorías sobre la comunicación organizacional**

Existe una cantidad enorme de escuelas, enfoques y corrientes dentro del estudio de las organizaciones, las cuales se pueden resumir en cuatro escuelas teóricas fundamentales: clásica, humanista, de sistemas y de contingencia.

Mediante la exposición de estas escuelas conoceremos los estudios relacionados con la comunicación organizacional para tener más claro lo que se quiere mostrar en la presente investigación

### **Escuela Clásica**

Los estudiosos de esta escuela compartieron algunas ideas centrales acerca de cómo debería funcionar una organización; gran parte de sus principios y propuestas, han tenido un impacto relevante en la actualidad.

### **Escuela de Relaciones Humanas**

En esta escuela, los autores más importantes aquí considerados parten de una visión más completa de la naturaleza humana y de su impacto en el desempeño y los logros de la empresa. Por ello, aquí se consolidan premisas importantes sobre aspectos como liderazgo, motivación, las relaciones y la comunicación informal, el cambio y desarrollo de recursos humanos

### **Teoría de sistemas**

En esta teoría, las organizaciones deben definir algunos elementos distintos, como los atributos de un sistema abierto y viviente, la identificación de los componentes más importantes, las fuerzas que les dan forma y la interacción entre subsistemas

### **Teoría contingente**

Guzmán, (2012) Con esta teoría se da un paso muy importante a la influencia del medio o contexto, que, de manera analógica, podría considerarse como "estimulo"; en

cambio, la forma en que una organización se reestructura y funciona puede ser la “respuesta”. Es decir, debe existir una estrecha relación entre las demandas del entorno y la manera en que una organización responde. (p.32-43)

## **2.7 Comportamiento de la organización**

La acción de organizar, se hace necesaria a medida que deben coordinarse los esfuerzos de más personas; se deben establecer canales para entenderse entre sí y comprometerse en un complejo de diversas tareas.

Según Guzmán, V (2012) “La organización, expresada como un conjunto de relaciones y comportamientos formalizados entre dos personas que buscan conseguir algo en común determina el comportamiento esperado, añadiendo otras importantes relaciones”.(p.32)

Según Guzmán, V(2012),Max Weberha sido uno de los sociólogos más importantes de todos los tiempos, escribió innumerables obras acerca de las organizaciones, entre las cuales, destaca La teoría de las organizaciones económicas y sociales. Weber, trató de determinar una “forma de organización que sirviera mejor a las crecientes y cada vez más complejas necesidades de la sociedad industrial”. (p.32)

Guzmán (2012) Los estudios y análisis que realizó lo llevaron a plantear su teoría de la burocracia, en la cual propone algunos elementos esenciales distintos de esta forma “ideal” de organización, como la necesidad de una división precisa del trabajo y la especialización de funciones, elementos que, de manera posterior, retoma Adam Smith”.

- Contar con una jerarquía de autoridad definida.
- Desarrollar normas, reglas, y estándares de operación que sean precisas.
- Especificar los deberes y derechos de cada empleado.
- Delimitar la injerencia del personal en la propiedad de la organización.
- Llevar un informe administrativo y por escrito de los actos, decisiones y reglamentos más importantes.
- Que los funcionarios mantengan una distancia social con sus empleados, trato impersonal y formal.” (P.32-33)

La implementación de estos elementos en la organización permite un buen funcionamiento de la misma, ya que al dejar claro las funciones de los integrantes, cada uno tendrá un panorama específico de lo que le corresponde realizar y no se entrometerá en el resto de las funciones optimizando así tiempo y recursos.

## **2.8 Importancia de una Oficina de Prensa**

“Un gobierno popular que no tenga manera de tener información sobre el pueblo, o los medios para conseguirla, no es más que el prólogo de una farsa o de una tragedia, o tal vez de ambas” James Madison, ex presidente de Estados Unidos.

Si se relaciona esta frase con el tema de esta investigación se puede observar la importancia de la creación de la Oficina de Relaciones Públicas, y aun toma más fuerza siendo una oficina perteneciente a un ministerio del gobierno, que tiene como obligación mantener a la ciudadanía informada de lo que sucede en su entorno.

Por otra parte, John F. Kennedy, declaró que el “flujo de ideas, la capacidad de tomar decisiones bien informadas, la opción de criticar, es decir, que todos los supuestos en los que se basa la democracia política, dependen en gran parte de las comunicaciones”

Cuando una organización cuenta con una oficina de prensa, en este caso la del Ministerio de Seguridad Pública, esto hace que el Ministerio tome mejores decisiones en el momento de que la información les llegue a la oficina, además de que pueden asesorar a la persona que se encuentre a cargo, que sería el Ministro de Seguridad Pública y así mermar los conflictos que se puedan generar.

Hoxie (2012) En una democracia, servir al pueblo e informar la verdad es tarea tanto de la prensa como a los funcionarios del gobierno. En las democracias apuntaladas a la libertad de prensa y la libertad de información, son igualmente fundamentales la transparencia y la operación eficaz de las comunicaciones de gobierno. (p.6)

Es por esto que la labor de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública es de suma importancia para la ciudadanía costarricense ya que tiene la obligación de informarlos de todo lo relacionado al ministerio.

## **2.9 Relación de los periodistas y los funcionarios de prensa del gobierno**

Hoxie (2012) Los funcionarios de prensa del gobierno no deben aspirar a ser amigos o enemigos de los periodistas. Estos últimos tienen que ser observadores neutrales del gobierno, y de las acciones y planes del mismo. En una democracia, la prensa y el gobierno

no pueden ser socios. Son adversarios naturales con funciones diferentes. Cada uno debe respetar la función del otro y reconocer la tensión natural que existe entre ambos. (p.5)

Los funcionarios de la Oficina de Relaciones Públicas del Ministerio de Seguridad Pública deben de tener una relación cordial con el gobierno, esto para que puedan desarrollar sus funciones sin sentirse amedrentados.

## **2.10 Obligaciones del comunicador organizacional con la prensa**

Hoxie (2012) Los portavoces de gobierno no deben impedir la consecución de información. Su función como servidores públicos no los faculta para decidir lo que conviene o no conviene que la gente sepa. Su labor consiste en proveer material noticioso a todos los periodistas, aun a los que perciba como poco amigables. (p.9)

Dentro de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública deben de proveer información periodística sin importar la conveniencia de esta, ya que la ciudadanía tiene el derecho a la información independientemente de la afectación que pueda ocasionar ya que se tratan temas de seguridad ciudadana.

## **2.11 Funciones del comunicador organizacional**

El comunicador organizacional debe cumplir con determinados roles para asegurar el buen funcionamiento de la organización, según Horacio, A (2005).

- Debe contribuir al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Este es, quizá el punto más débil de venta de la función y visto esta falta de consistencia en los mensajes que reciben por diferentes medios.
- Debe utilizar todos los medios existentes. Las organizaciones tienen un enorme potencial comunicativo, todo comunica (conducta, instalaciones, normas, uniformes) y no solo los medios “tradicionales” como revistas, videos o tableros de aviso. El comunicador no debe limitarse a estos últimos, sino aprovechar muchos otros que se encuentran desperdiciados en la organización, o que incluso están mandando mensajes contradictorios sin que nadie repare en ello (excepto los receptores que se dan cuenta muy bien de estas contradicciones). (p.43)

El comunicador actual debe estar a la altura del mundo globalizado en el que nos encontramos, está en la “obligación” de conocer y hacer uso de todas las herramientas, plataformas tecnológicas y manejo de idiomas para tener un mayor alcance en los públicos metas.

### **2.12 Responsabilidades del director de comunicaciones.**

Según Hoxie (2012) el director de comunicaciones de una oficina de prensa en una organización debe de tener estas responsabilidades.

- Planear estrategias
- Preparar mensajes y temas
- Preparar un programa maestro
- Hacer seguimiento de futuros anuncios de prensa de los departamentos del gabinete y coordinar su mensaje con ellos

- Supervisar la redacción de discursos, investigación, fotografías, sitios en la web y medios sociales
- Manejar las comunicaciones con los medios establecidos fuera de la ciudad, principalmente la prensa sin afiliaciones políticas. (p.20)

La Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública, trabaja como una sala de redacción de un periódico o noticiero, donde se proponen temas a desarrollar, se monitorean las noticias publicadas en los medios de comunicación, así como acompañar y asesorar al ministro y jerarcas las conferencias de prensa, esto está a cargo del director de comunicación del Ministerio

### **2.13 Comunicación organizacional al principio del Siglo XXI**

Según Félix, A (2014) El uso de las nuevas tecnologías de la información se puede entender como respuesta a las exigencias de la globalización y como un instrumento que fomenta y genera la globalización de las acciones de la organización. Con los cambios causados por el proceso de la globalización, las organizaciones sintieron la necesidad de adaptarse a la nueva realidad, buscando y aplicando nuevas formas y medios de comunicación, con el fin de facilitar sus procesos interactivos. La Comunicación en las teorías de las organizaciones. (p. 203)

Como parte del desarrollo de la comunicación organizacional se desprendió la importancia de mantener una correcta comunicación interna y externa.

Las organizaciones vieron la necesidad de adaptarse al cambio que desencadenó la globalización mundial y se enrumbaron en la creación de oficinas, equipos tecnológicos y humanos para poder cumplir los objetivos de la organización

#### **2.14 Comunicación interna**

Según Carlos Ongallo (2007), La comunicación interna supone no solo un proceso común en la organización, sino un instrumento que debidamente utilizado permite a todos los miembros aumentar la satisfacción con respecto al trabajo desempeñado, a las actividades o tareas realizadas o a la simple percepción de la organización como instancia que ofrecen una buena parte de su tiempo y a la que simultáneamente contribuyen a dar identidad característica. (p.66)

La comunicación interna es uno de los puntos más importantes para que las organizaciones funcionen de la mejor manera, ya que va a depender de cómo se sientan los miembros de esta, así va a ser la relación con los públicos externos, por lo tanto, una buena comunicación interna será reflejada en la comunicación con los públicos.

Según Ongallo (2007). Por ello, decir que una organización posee una buena comunicación interna equivale a decir que ella:

1. Conoce la importancia de la comunicación interna para lograr un mejor funcionamiento de todas las áreas de la organización.
2. Sabe atajar los conflictos que surgen en la organización de una forma clara y en ningún caso traumática.
3. Conoce cada una de las herramientas de comunicación interna y las aplica según las circunstancias, sin dejar de lado ninguna de las formas comunicación y ponderando su uso según las necesidades de los miembros de la organización.
4. Es capaz de adaptar dichas herramientas a las características de la organización, innovando nuevas formas de aplicación, sin negar el uso de las nuevas tecnologías para la mejora de la comunicación entre las personas de la organización. (p. 66)

Cuando en una organización existe una buena comunicación interna los conflictos que se puedan presentar se van a resolver de forma práctica y a tiempo, contribuyendo a una buena relación entre el personal de la organización.

Según J. Barquero y M. Barquero (2005). Las organizaciones deben de plantear un plan de comunicación interna ya que este es un medio por el cual se pueden detectar puntos débiles de la organización para luego revertirlos

## 2.15 Planteamiento metodológico de la puesta en marcha de un programa de comunicación interna

- **Cómo estamos:** Para estudiar las estructuras de las comunicaciones en las empresas y medir las relaciones sociales en la misma podemos utilizar tanto la simple observación, que pone en evidencia situaciones de hecho como los test sociométricos que, enriquecidos con otras aportaciones de investigación interna, también son conocidos como audits de comunicación.
- **Qué queremos:** O es lo mismo, definir los valores empresariales en los que creemos y que deberían conformar el armazón cultural de nuestra organización.
- **Contrastar realidades:** La diferencia entre lo que queremos ser y cómo somos realmente marcará la agenda temática de nuestro trabajo.
- **Acción: El programa de comunicación interna:** Planificar y diagnosticar (teniendo en cuenta las consideraciones antes comentadas), puede resultar hasta simple. Pero cuando llega el momento de actuar las cosas se complican.
- **Evaluación de resultados:** El proceso de feedback nos permitirá la corrección o consolidación de actuaciones. Los instrumentos de evaluación son, asimismo internos y externos y deben mantener una coherencia expositiva para que, comparándolos, se puedan analizar regularmente. (p.248-249)

Cuando se quiere poner en marcha un programa de comunicación interna se debe conocer muy bien la organización en donde se trabaja ya que se necesita adaptar ese programa a las necesidades y objetivos de la organización.

Según, M. Limón (2008) Las organizaciones deben de realizar auditorías sobre la comunicación interna para determinar el alcance que tiene la comunicación interna dentro de la organización

Según M. Limón (2008) Toda organización debe realizar una auditoría interna para determinar cómo se está manejando la comunicación dentro de esta.

### **2.17 Auditoría de comunicación interna**

- Toda actividad de comunicación debe evaluar al menos una vez al año, para garantizar que todos los públicos hayan recibido los mensajes.
- La auditoría en comunicación permite establecer los objetivos de comunicación, evaluar los programas a largo plazo e identificar las fortalezas y debilidades, así como señalar aquellas que requieren actividades adicionales.
- Se mide el grado de satisfacción que experimenta una persona con las diferentes prácticas de la comunicación en su compañía.
- Información general sobre la organización que incluye: información sobre políticas, objetivos, estrategias, cambios, filosofía, valores y el desarrollo y forma de actuar de la organización. (p. 135)

Las auditorías sobre la comunicación interna deben ser obligatorias en cada organización, ya que es el medio por el cual se pueden determinar los puntos en que se está fallando para buscarle mejoras. También se puede saber las cosas que se están haciendo bien y el impacto que están generando.

### **2.18 Comunicación Externa**

Andrade (2005) conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable a promover sus productos o servicios. Abarca tanto lo que en términos generales se conoce como relaciones públicas. (p.17)

En el caso particular de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública, su principal público externo son los ciudadanos, por lo tanto, la comunicación debe ser nítida, precisa, objetiva y clara. Como cuando presentan informaciones acerca de allanamientos, decomisos de drogas, operativos judiciales, estos posicionan positivamente al Ministerio de Seguridad Pública por medio de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa, ya que visualiza este trabajo que genera tanto impacto en la ciudadanía.

### **2.18.1 El análisis en la comunicación externa consta de dos partes:**

Según M. Limón (2008) Las organizaciones deben analizar la comunicación externa para saber cómo se están relacionando con los públicos externos.

El análisis externo consta de dos partes:

- El análisis de los públicos de la organización: Este análisis investiga cuáles son los públicos de la organización, qué características tienen y cuáles de ellos son prioritarios y cuáles no.
- Análisis de la competencia: Al hablar de competencia estamos haciendo la referencia a todas aquellas organizaciones que buscan satisfacer las mismas necesidades en un mismo mercado. Tiene como objetivo establecer quiénes son los competidores, cuáles son sus capacidades y cuáles son sus estrategias de imagen corporativa. (p.138-139).

Con estos dos análisis de comunicación externa, se puede determinar quiénes son la competencia directa y así saber cómo diferenciarse de estos para tomar ventaja y cumplir los objetivos planteados.

### 2.18.2 Medición de los medios de comunicación

Para M. Limón, (2008) Las organizaciones deben medir a los medios de comunicación de la siguiente manera.

- Recortes de prensa que sirvan de referencia de lo publicado y el ahorro que se realiza.
- Registros de audios de lo que se emite por radio.
- Registro en videos.
- Sondear a los periodistas para determinar las fortalezas y debilidades de nuestra función.
- Realizar análisis retrospectivos en relación con los descubrimientos.(p.129)

### 2.19 Conformación de una oficina de prensa

Según Hoxie. M (2012) Cuando se planea conformar una oficina de prensa es necesario tomar en cuenta estos puntos.

- ¿Habrá conferencias telefónicas o reuniones diarias, semanales o mensuales?
- ¿Se intercambiarán de forma habitual los programas de sus eventos futuros?
- ¿Qué materiales, tales como comunicados de prensa, entrevistas, noticias en blog y discursos tienen que ser autorizados por la oficina de prensa de prensa central del gobierno antes de ser distribuidos, y cómo se hace la revisión? Una Oficina de Prensa en la Era Digital. Departamento de Estado de Estados Unidos, Oficina de Programas de Información Internacional, Estados Unidos, (p.46).

La conformación de las oficinas de prensa, no se puede tomar a la ligera, se debe ser muy planificados y organizado. Además de la implementación de todas las herramientas tecnológicas

## **2.20 Responsabilidades del encargado de comunicación**

Según Hoxie M (2012) Los encargados de la comunicación organizacional en las oficinas de prensa deben de tener ciertas responsabilidades para lograr una correcta comunicación interna y externa, algunas de estas son:

- Preparar mensajes y temas
- Planear estrategias
- Supervisar la redacción de discursos, investigación, fotografías, sitios web y medios sociales
- Hacer seguimiento de futuros anuncios de prensa de los departamentos de gabinete y coordinar su mensaje con ellos. Una Oficina de Prensa en la Era Digital. Departamento de Estado de Estados Unidos, Oficina de Programas de Información Internacional, Estados Unidos, (p.20)

## 2.21 Actividades que deben desarrollar las oficinas de prensa

Según Hoxie (2012). Debido a la responsabilidad y cantidad de información que las oficinas de prensa manejan, estas deben ser muy organizadas para poder realizar el trabajo de la mejor manera, algunas de las actividades que deben de cumplir para lograr esto, son:

- **Reuniones:** Su objetivo es compartir información, anticiparse, a las noticias y prepararse para manejarlas.
- **Seguimiento de noticias:** El saber lo que piensan los demás es un componente clave del trabajo que realiza la oficina de prensa. Esta tarea se puede hacer internamente por el personal que llega temprano en la mañana.
- **Llamadas telefónicas, correo electrónico y mensajes de texto:** En nuestra Era de la Información, la difusión de noticias es continua durante las 24 horas del día. En Estados Unidos, las oficinas de prensa de la Casa Blanca y de los departamentos de alto nivel del gobierno tienen un sistema de funcionario de prensa disponible, aun en la noche y los fines de semana, para responder a las preguntas de los medios informativos. (p.24-27)

El papel del periodista es sumamente importancia en el departamento de comunicación, ya que por esta oficina es donde llega toda la información referente al ministerio, y es ahí donde prioriza, se jerarquiza y se estructura para darle su debido tratamiento, es por eso que el director de comunicación debe de realizar su trabajo de la mejor manera, para que la información le llegue al público meta y cumplimiento el objetivo de la misma.

En una oficina de prensa es muy importante que haya un gabinete de prensa bien establecido ya que debido al alto volumen de información que se maneja, es importante que

las tareas sean asignadas a los diferentes integrantes del gabinete para que haya un correcto manejo de esta y que no haya “sorpresas”.

Hoxie, M (2012), La norma “cero sorpresas” también es de vital importancia en relación entre una oficina de gobierno central y sus departamentos. Gran parte de la agenda de un gobierno se lleva a cabo por medio de las oficinas y ministerios del gabinete, y para que operen eficazmente es necesaria la coordinación entre el gobierno central y sus agencias. Una Oficina de Prensa Responsable en la Era Digital, Departamento de Estado de Estados Unidos, Estados Unidos, (p.17)

## **2.22 Gabinetes de comunicación**

Según Txema, Ramírez (1995) Los gabinetes de comunicación son las fuentes activas organizadas y habitualmente estables de información que cubren las necesidades comunicativas tanto interna como externas de aquellas organizaciones y/o personas de relieve que desean transmitir de sí mismas una imagen positiva a la sociedad influyendo de esta forma en la opinión pública. (p.27)

## **2.23 Funciones del gabinete de comunicación del Ministerio de Seguridad Pública.**

La Oficina de Prensa y Relaciones Públicas del Ministerio de Seguridad Pública es un órgano asesor o “staff” del Despacho del ministro.

Aunque cuenta con muchas décadas de existencia, es hasta la promulgación del

Reglamento de Organización del Ministerio de Seguridad Pública, en el 2005, que se le da sustento jurídico a esta unidad.

Lo anterior según lo contemplado en el Decreto Ejecutivo No. 32177-SP, publicado el 10 de enero del 2005 en la Gaceta No. 6, alcance No. 1, concretamente en el Artículo 11, el cual dispone lo siguiente:

**“Artículo 11.-** La Oficina de Relaciones Públicas y Prensa estará adscrita al Despacho del ministro y realizará las siguientes funciones:

- Asesorar a los diferentes despachos de este Ministerio sobre el fondo y la forma de la información difundida por los medios de comunicación colectiva.
- Dar a conocer y suministrar material informativo a medios de comunicación e instituciones públicas y privadas, referente a las principales acciones realizadas por el Ministerio, previa autorización del ministro.
- Producir y comunicar material informativo de las actividades institucionales a los funcionarios del Ministerio.
- Realizar labores de protocolo en que participe el Ministerio.
- Documentar información para los jefes y demás dependencias de este Ministerio, relacionada con el mantenimiento del orden público y la seguridad de los habitantes.
- Atender cualquier otra propia de su competencia; amén de las asignadas por el ministro.

Como se puede ver en las funciones que ejecuta la Oficina de Prensa del Ministerio de Seguridad Pública, se demuestra una labor integral e importante para el buen

funcionamiento de este ministerio.

#### **2.24 Responsabilidades de la oficina de prensa.**

Hoxie, M (2012) La oficina de prensa debe funcionar de manera proactiva y reactiva. Debe responder a los medios de manera inmediata, atendiendo las crisis de cada día y las noticias más recientes.

Pero, a la misma vez, debe actuar de forma proactiva mediante la distribución periódica de información sobre los planes, las políticas y los procedimientos de las organizaciones. Una Oficina de Prensa Responsable en la Era Digital, Departamento de Estado de Estados Unidos, Estados Unidos, (p.20)

Las oficinas de prensa no solo se deben de encargar de transcribir notas o repetir los mensajes, sino tienen el deber de proponer temas y convertirse en una “sala de redacción” para que los receptores puedan estar informados y mantenerlos al tanto de los temas importantes que les pueden afectar, esto genera interés sobre los temas que propone la oficina de prensa.

Hoxie, M (2012) Lo que debe de primar en la oficina de prensa es una operación estructurada, disciplinada, flexible y de respuesta rápida, que pueda tratar con facilidad con todos los medios de comunicación, sean tradicionales, sociales o en la web. Una Oficina de Prensa Responsable en la Era Digital, Departamento de Estado de Estados Unidos, Estados Unidos, (p.19)

Cuando la oficina de prensa está bien estructurada y tiene una correcta planificación, existe plena seguridad que los objetivos planteados por la organización se van a cumplir, ya que van a generar un impacto y cercanía con la audiencia.

## 2.25 Recursos de una oficina de prensa

Hoxie (2012) Parte del trabajo del “director” de medios de comunicación consiste en decidir qué instrumentos usar en cada caso. Doug Wilson, secretario adjunto para asuntos públicos del presidente Barack Obama, en el Departamento de Defensa, le dijo al diario The Washington Post “la clave para no perderse entre esa maraña de instrumentos de comunicación es recordar que todos tienen una función propia a desempeñar. (p.47)

Hoxie (2012) Los instrumentos mediáticos están cambiando continuamente. Los siguientes son unos pocos a disposición del “director” de la era de la información

- Blogs: Son artículos digitales de opinión, en los que los individuos escriben sus observaciones o dan noticias sobre un tema.
- El foro o internet de discusión: es un sitio en línea electrónica en el que los usuarios pueden publicar mensajes en el formato de una conversación.
- Enlace: Es una dirección múltiple que los lectores pueden pulsar para acceder
- Oportunidades fotográficas: Se trata de momentos, o de lugares previstos, en que los fotógrafos pueden captar buenas imágenes.
- Auditoría de las relaciones públicas.

Todas estas nuevas herramientas han logrado que la comunicación llegue a la mayoría de los públicos, lo cual permite que esa mayoría este enterada de lo que está sucediendo. Dentro del Ministerio de Seguridad se utilizan estas herramientas con la colaboración de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa para cumplir con sus objetivos informativos.

## **2.26 Áreas de trabajo de la Oficina de Relaciones Públicas del Ministerio de Seguridad Pública**

Según lo contemplado en el Decreto Ejecutivo No. 32177-SP, publicado el 10 de enero del 2005 en la Gaceta No. 6, alcance No. 1, concretamente en el Artículo 9, el cual dispone lo siguiente:

Para su debido funcionamiento, la Oficina cuenta con seis áreas o subprocesos de hecho. Algunos de estos subprocesos son ejecutados por personal dedicado solo a esa área, pero en otros casos el mismo personal participa en diversas áreas o subprocesos.

- Producción periodística
- Producción fotográfica y audiovisual
- Asesoría y capacitación
- Monitoreo de informaciones periodísticas
- Comunicación interna y actividades especiales
- Comunicación digital

A. Producción periodística. Está a cargo de los periodistas, quienes también se encargan de las Áreas de Asesoría y Capacitación, Monitoreo, Comunicación interna y Actividades Especiales.

- Elaboración de comunicados diarios sobre cumplimientos policiales. Cabe indicar que cada periodista debe redactar al menos un comunicado diario en cuanto a sus fuentes; salvo casos excepcionales.
- Cobertura de operativos

- Cobertura de giras
- Cobertura de actos institucionales (firmas de acuerdos, visitas de altos funcionarios de otras instituciones o gobiernos extranjeros)
- Evacuación de consultas a los periodistas y otros públicos externos
- Redacción y edición de materiales impresos
- Colaboración en la redacción y edición de memorias anuales
- Convocatorias a conferencias de prensa
- Producción de mensajes audiovisuales institucionales
- Producción de mensajes radiofónicos preventivos. Tomado del sitio web <http://www.seguridadpublica.go.cr/>

B. Producción fotográfica y audiovisual. Está a cargo del fotógrafo-camarógrafo y el encargado de monitoreo que también hace de camarógrafo-fotógrafo.

- Documentación mediante fotografía y video de cumplimientos policiales, giras de altos funcionarios, actos institucionales, así como prácticas y ejercicios policiales, entre otras acciones.
- Edición de videos y fotografías.
- Suministro de material fotográfico y audiovisual a los medios de comunicación
- Selección de imágenes para alimentar los archivos internos de fotografía y video.

C. Asesoría y capacitación.

- Evacuación de consultas formuladas por personal policial acerca de la divulgación de cumplimientos policiales.
- Organización de seminarios y talleres para capacitar al personal policial en cuanto a su relación con los medios de comunicación.
- Asesoría al personal policial acerca del manejo de equipo fotográfico y audiovisual.
- Asesoramiento a la comisión encargada del diseño y contratación de campañas publicitarias.

D. Monitoreo de informaciones periodísticas. Esta área está a cargo de los periodistas, con el apoyo del encargado de grabar noticieros de TV y la secretaria.

- Grabación y análisis de noticieros de televisión, así como algunos programas de radio.
- Selección de material informativo para alimentar el archivo de informaciones publicadas, tanto en televisión como en medios escritos.

- Facilitación de material a funcionarios de la Institución o de públicos externos.
- Elaboración de acciones de respuesta ante publicaciones difundidas por los medios escritos y noticieros de televisión, los cuales afectan la imagen de la Institución.

#### E. Comunicación interna y actividades especiales.

- Colaboración con dependencias internas y entes externos en la organización de actividades especiales relacionadas con el quehacer policial
- Realización de actividades protocolarias.
- Atención de visitantes nacionales y extranjeros.
- Divulgación de actividades de interés interno mediante pizarras murales.
- Planeamiento y ejecución de actividades promocionales, tales como exposiciones fotográficas, presentación de videos y organización de exhibiciones y demostraciones de los cuerpos policiales.

F. Comunicación digital. Personal designado por el despacho del señor ministro con apoyo de los periodistas.

- Se publican comunicados en redes sociales, así como convocatorias y otras informaciones.
- Se mantiene una actualización del sitio Web mediante una sala de prensa en la que se publican los comunicados diariamente.
- La Oficina colabora con otras unidades en el mantenimiento general del sitio Web.
- Respuesta inmediata según publicaciones de públicos externos. Tomado del sitio web el 20 de abril de 2017 <http://www.seguridadpublica.go.cr/>

Las organizaciones que desean surgir y tomar ventaja con sus competidores deben de tomarse en serio la conformación de la oficina de comunicación, deben de hacer uso de las capacidades de los comunicadores y de los recursos tecnológicos para logren sus objetivos.

### **2.27 Las organizaciones en la era digital**

“Si uno no se comunica con los medios sociales de comunicación está dejando fuera de la conversación a una parte creciente de la población” dice Anita Dunn, ex directora de comunicaciones de la Casa Blanca durante el gobierno de Barack Obama

Las oficinas de prensa deben de tener una comunicación bilateral con los medios digitales, ya que gran parte de la población se informa y se relaciona por en estos medios sociales.

Un mundo en constante transformación que incide y se retroalimenta de cambios en la forma de ver las cosas, en los comportamientos cotidianos, en las actitudes y en los valores, convirtiendo a ciudadanos, profesionales, clientes y mercados en tensores de cambio en función de nuevas demandas y necesidades que no son satisfechas por las formas y negocios convencionales. (Carlos Magro et al. 2014, p.7).

Las organizaciones deben de responder a las necesidades tecnológicas que se han desprendido producto globalización, para la elaboración de material periodístico novedoso (videos, infografías, audios, fotografías, etc.) para motivar el consumo de las nuevas generaciones que están inmersas en la tecnología.

La digitalización de una empresa no es un objetivo en sí mismo, no es un punto de destino sino un proceso de profunda transformación que exige actitudes de cambio y de adaptación permanente para salir de zonas de confort y explorar nuevas posibilidades.

La clave, para personas y organizaciones, es ver esta transformación como una oportunidad que permita combinar inteligentemente prácticas y formas de hacer que nos siguen dando resultado con nuevas técnicas y habilidades que nos conecten con los resultados del futuro. (Carlos Magro et al. 2014, p.7).

Las organizaciones deben de salir de zonas de confort y explorar nuevos mercados, con ayuda de la tecnología, para que sus organizaciones se desarrollen y se encuentren a la vanguardia. Esto les generará cambios positivos y una mejor relación con sus públicos metas.

### **2.28 La comunicación digital dentro del Ministerio de Seguridad Pública**

A través de esta área, el Ministerio procede a mantener una comunicación diaria y reiterada con los seguidores en redes sociales y por medio de las cuales se dará a conocer el trabajo policial. Publican comunicados en redes sociales, así como convocatorias y otras informaciones. Tomado del sitio web <http://www.seguridadpublica.go.cr/>

Esta área comprende una actualización diaria del sitio Web mediante una sala de prensa en la que se publican los comunicados y se da a conocer constantemente la labor policial.

### **2.29 La comunicación en tiempo de crisis**

“La comunicación eficaz durante una crisis se basa en un sistema ya determinado antes”MarlinFitzwater, ex secretario de prensa de la Casa Blanca

Las oficinas de prensa deben de tener un plan previo de comunicación ante una posible crisis dentro de la organización, ya que cuando esta se presenta no hay tiempo para improvisar, se debe de actuar rápido y con conocimiento, para tratar de mermar la crisis y poderla convertirla en algo positivo.

Hoxie (2012) Una crisis es un acontecimiento que ocurre súbitamente, en general sorpresivamente y que exige respuestas rápidas. Una crisis interfiere con la rutina normal en la oficina y desata la incertidumbre y tensión. Esto puede comprometer la reputación de un funcionario de alta jerarquía y de toda una organización. (p.95)

El papel que juega una oficina de prensa en una organización es determinante para el buen funcionamiento y cumplimiento de los objetivos de esta. Además de que pueden evitar crisis con una correcta asesoría a los funcionarios.

Según Hoxie (2012) esto es lo que se debe planear ante una crisis

#### 2.29.1 Antes de una crisis

- Mantener en todo momento relaciones fidedignas con los medios de comunicación.
- Con la colaboración del equipo entero de control de la crisis obtener información acerca de los problemas y tendencias potencialmente problemáticos
- Establecer procedimientos para la colaboración entre dependencias para minimizar las redundancias y asegurar que la información sea consecuente y exacta.
- Identificar a los miembros de un posible equipo de control de crisis
- Designar un director de comunicaciones para la crisis, que formaría parte del equipo.

#### 2.29.2 Durante la crisis

- Elegir un lugar accesible para instalar un centro de crisis y de prensa abierto las veinticuatro horas.
- De inmediato dirigirse al público a través de todos los medios de comunicación al alcance de la oficina.
- Ver que haya un portavoz entrenado ubicado en el lugar de la crisis.

### 2.29.3 Después de la crisis

- Evaluar la forma en que el personal y el equipo se desempeñó durante la crisis
- Evaluar la eficacia del plan para el manejo de la crisis
- Rectificar los problemas para que no vuelvan a ocurrir. (p.97-100)

### 2.30 Código de Ética para los periodistas en las Oficinas de Prensa

Hoxie(2012) como portavoz de prensa, ¿qué se hace si el jefe le dice al portavoz que debe de ocultar a la prensa información que no es confidencial ni secreta? ¿Qué hacer si ese jefe miente a los medios de comunicación y el portavoz lo sabe? (p.111)

Algunas oficinas de prensa pueden pasar por momentos incómodos como este, pero va a depender de la ética del comunicador y del jerarca. La función del comunicador es siempre decir la verdad y en caso de que sea “obligado” mentir, este debe denunciarlo de inmediato, de no hacerlo compromete su reputación e imagen.

Hoxie (2012) La credibilidad y la integridad son esenciales para un funcionario encargado de las comunicaciones gubernamentales. Si bien es importante demostrar lealtad hacia un empleador, cualquier cosa que no sea una honestidad completa con los medios de comunicación y hacia el público, destruirá la credibilidad del portavoz y por último destruirá también totalmente el valor que esa persona tiene para su empleador. (p.111)

Cuando se trabaja como comunicador en una institución o medio de comunicación debemos mantener la credibilidad e integridad porque el trabajo del comunicador se basa en estos dos pilares, cuando alguno de esta falla, el trabajo del comunicador empieza a decaer.

### 2.30.1 Establecer un Código de Ética

- Establecer códigos de ética para portavoces del gobierno y circularlos con profusión entre los que ya ejercen la profesión, sus empleadores, los medios de comunicadores y los ciudadanos.
- Organizar reuniones de portavoces del gobierno. Formar asociaciones y clubes profesionales. La presión de los colegas para alcanzar ciertos niveles de conducta sirve de contrapeso a los actos poco éticos.
- Evitar la posibilidad de cualquier uso indebido de la formación por parte de alguien con acceso a información privilegiada, o por terceras personas, y no servirse jamás de la información privilegiada para obtener ganancias personales.
- No perjudicar el prestigio o la actividad profesional de otra persona, organización privada o agencia del gobierno. (pp.111-112)

“Los periodistas son responsables ante sus lectores, sus oyentes, ante quienes los miran y también entre sí” Hoxie

### 2.31 Relaciones Públicas

Según J. Barquero y Barquero (2005) Es la planificación y ejecución de acciones encaminadas a establecer y mantener relaciones de confianza y comprensión con los diferentes públicos que se relacionan con la empresa. (p.423).

Una buena oficina de relaciones públicas siempre buscará crear y mantener relaciones cordiales con sus públicos metas, ya que de esa buena relación dependerá los buenos o malos resultados de la organización.

Las relaciones públicas tienen como objeto principal favorecer la imagen de la empresa ante la opinión pública. Es una actividad orientada a conseguir la credibilidad de los públicos mediante gestiones personales, utilizando diversas técnicas de difusión y propagación.

En una organización para tratar de hacerla surgir hay que utilizar la mayoría de herramientas que hay disponibles para llegar directamente a sus públicos meta para generar así credibilidad y cercanía.

Esto viene relacionado con el manejo de la comunicación dentro de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad ya que se han adaptado a la globalización, esto ha permitido que utilicen la mayoría de herramientas tecnológicas para tener una comunicación tanto directa como indirecta con sus públicos metas.

Según J. Barquero y M. Barquero (2005) Los medios para alcanzar los fines de las relaciones públicas son las libertades y la profesionalidad para investigar, informar y dialogar mediante el adecuado uso de los sistemas, subsistemas, métodos y puntos de referencia, con objeto de extraer de las verdades subjetivas las objetivas que permitan decidir y actuar con control de calidad y verificación de resultados (p.91)

Dentro de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública, los comunicadores se esfuerzan por investigar e informar todo el sistema que envuelve al ministerio en busca de mejoras y cumplimiento de objetivos del mismo.

### 2.31.1 Objetivos de la función de las Relaciones Públicas

Según M. Limón (2008) la función de las relaciones públicas se determina por la cantidad e importancia de los públicos involucrados en la corporación, así como también las actitudes y opinión que tienen hacia la misma. Algunos de los objetivos son los siguientes:

- Investigar las necesidades de comunicación en todas las áreas de la organización.
- Sondear la opinión y las actitudes que los diferentes públicos tienen sobre la corporación.
- Interpretar para la gerencia a la opinión pública.
- Elaborar y aplicar programas de comunicación y relaciones públicas para integrar a la organización con todos sus públicos.
- Crear, promover y acrecentar las relaciones de la corporación con sus públicos.

El aporte que otorga las relaciones públicas a las es muy importante para que las organizaciones identifiquen las necesidades y debilidades para poder revertirlas.

### 2.32 Premisas para lograr una imagen positiva

Según M. Limón (2008) las organizaciones considerar estos rubros para proyectar una imagen positiva.

- La imagen debe destacar los puntos fuertes del proyecto empresarial. En este sentido es fundamental que la comunicación, tanto interna como externa de la empresa enfatice el posicionamiento y las orientaciones estratégicas de la misma, porque debe apoyar el plan de negocios.

- Debe existir armonía entre políticas funcionales de la empresa (calidad, producción, distribución, tecnología, etc.) y la imagen intencional que desea proyectarse.
- Es necesario integrar todas las comunicaciones de la empresa (publicitaria, identidad visual, relaciones públicas, comunicación interna, servicio al cliente, etc.) y administradas como una función gerencial de la empresa, con la misma importancia que tiene.
- Configurar una personalidad pública o corporativa para la empresa, acorde con la estrategia, que dote a la empresa de una imagen diferenciada, reconocible y de visibilidad pública.

Parte importante de las relaciones públicas es generar una imagen de la organización para la cual se pertenece, obviamente esta imagen debe ser positiva ya que es como nos vamos a ver ante los públicos y esa proyección debe dejar una buena impresión para lograr los objetivos de la organización

### 2.33 Campaña mediática

Hoxie (2012) el éxito o el fracaso de un plan de comunicaciones estratégicas depende de su habilidad de aplicarlo de una forma ordenada, focalizada, coordinadora y, al mismo tiempo, flexible. Se puede llevar a cabo una estrategia en una campaña mediática y ello depende del mensaje, que es uno de los principales instrumentos que se transmite. Lo que se debe evitar a toda costa es un mensaje fragmentado y confuso. (p.39)

La Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública, tiene personal específico para elaborar campañas en busca de mejorar la imagen del ministerio. Es importante que las instituciones tengan dentro de sus planes realizar campañas con un alcance mediático ya que las nuevas tecnologías ayudan a expandir los mensajes con mayor alcance y facilidad.

### 2.33.1 Pasos para poner en marcha una campaña mediática

- Marcar los principales acontecimientos en un calendario principal: consultar el calendario oficial del gobierno todos los meses y marcar todos los acontecimientos periódicos importantes.
- Preparar un cuadro con los mensajes periódicos previstos: después de registrar en el calendario los acontecimientos y alguno de los objetivos relacionados, anotar el resto de las metas.
- Formular un mensaje principal y varios secundarios, el mensaje principal debe ser breve, fácil de recordar y fácil de comprender. Preparar tres mensajes secundarios relacionado con el principal.
- Identificar públicos, decidir a quiénes se desea que sean los destinatarios de los mensajes. (pp-38-39)

Toda oficina de comunicación debe de tener planes para poner a “navegar” una campaña, no deben de tomarse a la ligera cuando se piensa en lanzar una campaña, ya que de esa campaña va a depender la proyección positiva o negativa ante sus públicos.

### **Capítulo III: Marco Metodológico**

Para determinar el valor agregado que representa contar con una oficina de prensa en el Ministerio de Seguridad Pública, es necesario recurrir a diversos métodos o tipos de investigación que guiaran para cumplir de la mejor manera con los objetivos establecidos.

#### **3.1 Enfoque**

En el momento que se va a elegir el tipo de enfoque (cualitativo y cuantitativo) que se va a escoger para la investigación se debe saber exactamente lo que se quiere investigar para poder realizar una investigación donde se destaquen los puntos más relevantes y determinantes.

En esta investigación se utilizará el método cualitativo ya que se investigará cómo operaba la comunicación en el Ministerio de Seguridad de Pública antes de que se conformara la Oficina de Prensa y cómo el personal se ha ido adaptando al manejo de la comunicación con la creación de esta Oficina.

Para la presente investigación es necesario conocer con profundidad todo lo que gira en la comunicación antes y después de la creación de la Oficina de Prensa en el Ministerio de Seguridad Pública, para determinar el valor agregado que representó la creación de dicha oficina.

También se debe de relacionar las variables y conceptos que giran alrededor de la comunicación en este Ministerio.

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis proceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. (Hernández, 2014, p.7)

### 3.2 El enfoque cualitativo posee las siguientes características

1. El investigador o investigadora plantea un problema, pero no sigue un proceso claramente definido, sus planteamientos no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo y las preguntas de investigación no siempre se han conceptualizado ni definido por completo.
  2. El proceso de indagación es más flexible y se mueve entre las respuestas y el desarrollo de la teoría
  3. Las indagaciones cualitativas no pretenden generalizar de manera probalística los resultados a poblaciones más amplias ni necesariamente obtener muestras representativas; incluso, regularmente no buscan que sus estudios lleguen aplicarse.
- (Hernández, 2014, p. 9)

Además, el enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. (Hernández, 2014, p. 10)

En la presente indagación se analizará y el cambio que ha tenido el Ministerio de Seguridad Pública con la creación de la oficina de prensa, mediante entrevistas de las personas que estuvieron antes de la creación de la oficina de prensa, que explicarán cuál era el trato de la información en ese momento y de los proyectos que se ejecutaban, además se revisarán documentos y archivos informativos para ver cómo se manejaba la información y determinar cómo era la relación de los jefes de Ministerio en asuntos de comunicación con el resto del personal y con la ciudadanía.

### 3.3 Las actividades principales del investigador (a) cualitativo (a) son las siguientes:

1. Utiliza diversas técnicas de investigación y habilidades sociales de una manera flexible, de acuerdo con los requerimientos de la situación.
2. Produce datos en forma de notas extensas, diagramas, mapas, o “cuadros humanos” para generar descripciones bastante detalladas.
3. Extrae significado de los datos y no necesita reducirlos a números ni debe de analizarlos estadísticamente (aunque el conteo puede utilizarse para el análisis)
4. Entiende a los participantes que son estudiados y desarrolla empatía hacia ellos; no solo registra hechos objetivos, “fríos”. (Creswell (1997) y Neuman (1994) citado en Hernández, 2014, p. 10).

En la presente investigación se narrará como era el funcionamiento del Ministerio antes de la conformación de la oficina de prensa por medio de entrevistas y revisión de documentos, y estará sustentada por estos instrumentos y no estadísticamente. También se analizará los documentos para interpretar el contenido y sacar conclusiones que ayudarán a extraer los puntos más determinantes en la presente investigación.

### 3.4 Diseño/Método

Cabe señalar que cada estudio cualitativo es por sí mismo un diseño. Es decir, no hay dos investigaciones cualitativas iguales (son, como “piezas artesanales del conocimiento, hechas a mano”, a la medida de las circunstancias). Puede haber estudios que compartan diversas similitudes, pero no réplicas, como en la investigación cuantitativa. Hay que recordar que sus procedimientos no son estandarizados. Simplemente, el hecho de que el investigador sea el instrumento de recolección de los datos y que el contexto o ambiente evolucione con el transcurrir del tiempo hace a cada estudio único. (Hernández et al. 2014, p.470).

En esta investigación se utilizará el diseño narrativo descriptivo, ya que se develarán las situaciones por medio de entrevistas a las personas que han estado involucradas antes y después de la creación de la oficina de prensa a través de la narración de los hechos de cómo se desarrollaba la comunicación organizacional en el Ministerio de Seguridad Pública.

Los diseños narrativos pretenden entender la sucesión de hechos, situaciones, fenómenos, procesos y eventos donde se involucran pensamientos, sentimientos, emociones e interacciones, a través de las vivencias contadas por quienes los experimentaron. (Czarniawska, 2004, p.487).

El investigador contextualiza la época y lugar donde ocurrieron las experiencias y reconstruye historias individuales, los hechos, la secuencia de eventos y los resultados e identifica categorías y temas en los datos narrativos, para finalmente entretejerlos y armar una historia o narrativa general. (Hernández et al. 2014, p.487).

## 3.5 Variables o unidades de análisis

Tabla 1. Unidad de análisis.

Unidad de Análisis	Definición Conceptual	Definición Instrumental	Definición Operacional
<p><b>1-Tratamiento de la información antes de la creación de la oficina de prensa</b></p>	<p><b>Comparación de la información antes y después de la creación de la oficina</b></p>	<p><b>Se aplicarán entrevistas de profundidad a los encargados de llevar la comunicación antes y después de la creación de la Oficina.</b></p>	<p><b>Ayudará a comparar la información y determinar los principales cambios que hubo con esta</b></p>
<p><b>2- Perfil profesional de las personas encargadas de la comunicación antes de la creación de la oficina</b></p>	<p><b>Determinar cuál era el perfil de profesional de los encargados de la comunicación antes de la creación la Oficina</b></p>	<p><b>Se realizarán entrevistas de profundidad de las personas que trabajaban antes de la creación de la Oficina</b></p>	<p><b>Con esta variable se va a demostrar el cambio que hubo en perfil profesional de contratación en el Ministerio con la creación de la oficina</b></p>
<p><b>3-Impacto que tuvo la creación de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa dentro del Ministerio de Seguridad Pública</b></p>	<p><b>Comparar el tratamiento de la comunicación e información antes y después de la creación de la oficina</b></p>	<p><b>Entrevista de profundidad a los jefes del Ministerio y revisión de documentos</b></p>	<p><b>Se determinará el impacto que tuvo la creación de la oficina y los principales aportes que se generaron con la creación de la oficina</b></p>

*Fuente: Elaboración propia*

Lo que busca con las variables es darle un significado teórico, por medio de la variable conceptual, instrumental y operacional.

En la primera variable lo que se quiere saber es el tratamiento de la información antes de la creación de la Oficina de Prensa en el Ministerio de Seguridad Pública mediante entrevistas a las personas que estuvieron en ese periodo.

Con la segunda variable se indagará el perfil de las personas que en ese periodo estuvieron a cargo de la comunicación e información, esto se realizará con entrevistas de las personas que laboraron en ese periodo.

En la última variable se analizará el impacto que tuvo la creación de la Oficina en las labores del Ministerio, se entrevistará a las personas que estuvieron antes y después de la oficina de prensa.

### 3.6 Instrumento de medición.

Recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables. (Grinnell, Williams y Unrau, 2009, p.199).

### 3.7 Requisitos que deben cubrir un instrumento de medición

Según Hernández (2014) toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad.

**Confiabilidad:** Es el grado en que la aplicación repetida del instrumento al mismo individuo u objeto produce resultados iguales

**Validez:** Es el grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir.

**Objetividad:** Es el grado en que el instrumento es o no permeable a la influencia de los sesgos tendencias de los investigadores que lo administran, califican e interpretan. (p.200).

Estas características son las que van a tener las entrevistas a profundidad y la revisión de documentos en la presente tesis para que tengan validez y aporten lo que se quiere. Además, se busca que estos instrumentos revelen aspectos determinantes e importantes para lograr los objetivos mencionados.

Para la siguiente investigación se van a utilizar diferentes instrumentos para poder registrar la información sobre las variables en las que se van a trabajar.

### 3.8 Entrevista de profundidad:

Es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa. Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). Este último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o equipo. (Hernández, 2014, p.403)

En esta tesis se entrevistará al personal (cinco personas) que estuvo antes y después de la creación de la oficina de prensa, además de periodistas de otros medios que cubren la fuente del Ministerio de Seguridad Pública para conocer como era el manejo de la comunicación organizacional dentro del Ministerio de Seguridad Pública, y cómo ellos han percibido esa transición de antes y después de la conformación de la oficina de prensa en el manejo de la comunicación en el Ministerio de Seguridad Pública.

Para la entrevista se realizará un cuestionario con las principales inquietudes que ayudarán a conocer los detalles más valiosos y determinantes de la investigación, además de las preguntas que surjan durante la entrevista.

Las entrevistas se harán de manera personal y en un lugar cómodo para obtener cada detalle.

### 3.9 Documentos, registros, materiales, y artefactos:

Estos van a ayudar a entender el fenómeno central del estudio. Prácticamente la mayoría de las personas, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades los producen y narran, o delinear sus historias y estatus actuales. Le sirve al investigador para conocer los antecedentes de un ambiente, así como las vivencias o situaciones que se producen en él y su funcionamiento cotidiano y anormal (Hernández, 2014, p.415).

En esta investigación se indagará sobre la información publicada antes y después de la creación de la oficina, además de la relación que tenía el ministerio con el Gobierno y la ciudadanía para hacer una comparación de las publicaciones, que se han realizado, para detallar cómo ha sido el cambio del ministerio con la creación de la oficina.

### 3.10 Fuentes

Para la presente tesis es necesario acudir a los encargados de la comunicación antes y después de la creación de la Oficina de Prensa en el Ministerio de Seguridad Pública, ya que ellos vivieron ese cambio y pueden narrar como ha sido el Ministerio con la creación de dicha Oficina y cuáles han sido los principales aportes que se han generado, para esto se van a realizar seis entrevistas a los principales funcionarios que estuvieron antes y después de la creación de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública.

Además de la revisión de documentos, con el objetivo de conocer el manejo de la información antes y después de la creación de la Oficina, para realizar comparaciones y determinar cuáles son los principales valores agregados que se han generado,

Como fuentes se va a utilizar, las primarias y secundarias.

### 3.10.1 Fuentes primarias

Como fuentes primarias se va a recurrir a entrevistas directas y personales, de al menos cinco personas encargados de la comunicación el Ministerio antes y después de la creación de dicha oficina, así como documentos oficiales del Ministerio.

### 3.10.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias que se van a utilizar son investigaciones previas relacionadas con la presente tesis, así como artículos y antologías que interpretan otros trabajos relacionados.

### 3.11 Recolección de datos

La recolección de datos resulta fundamental, solo que su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico.

Lo que busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada uno. (Hernández, 2014, p. 396)

Para esta investigación, una vez finalizada la entrevista, se van a analizar las respuestas más importantes que han revelado los entrevistados para ir descubriendo lo que nos interesa saber.

Con los Documentos, registros, materiales y artefactos, se van a seleccionar los más reveladores y los que nos permitan hacer las comparaciones para determinar cuál ha sido el

valor agregado que ha tenido la oficina de relaciones públicas dentro del Ministerio de Seguridad Pública.

La recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis. En el caso de los seres humanos, en su vida diaria: cómo hablan, en qué creen, qué sienten, cómo piensan, cómo interactúan.

En la presente tesina la recolección de datos se realizará en el lugar de trabajo de los entrevistados (Ministerio de Seguridad Pública) que estuvieron presentes en la implementación de la oficina de prensa.

Las entrevistas se realizaron de forma personal, cara a cara en la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa, con el objetivo de obtener información vivencial, biográfica puntos de vista de cómo ha sido para ellos trabajar en esta oficina.

## Capítulo IV

### Desarrollo de la investigación.

#### 4.1 Recolección de los datos

Hernández, (2014) La recolección de datos resulta fundamental, solamente que su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico. Lo que busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad. (p.396)

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que lo se tratará de identificar es el valor agregado que representó la creación de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública, esto se hará por medio de la obtención de datos del ministerio y su oficina de prensa que luego la convertiremos en información.

Hernández, (2014) Al tratarse de seres humanos, los datos que interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones interacciones, pensamientos, experiencias y vivencias manifestadas en el lenguaje de los participantes, ya sea de manera individual, grupal o colectiva. Se recolectan con la finalidad de analizarlos y comprenderlos, y así responder a las preguntas de investigación y generar conocimiento. (p.397)

En esta tesina los datos se van a recolectar por medio de entrevistas de fondo, sondeo y observación a los colaboradores que estuvieron antes y después de la creación de la Oficina de Relaciones Públicas del Ministerio de Seguridad Pública, mediante estas entrevistas los colaboradores contarán sus experiencias, emociones, vivencias y creencias de lo que ha sido la creación de esta oficina y como ha impactado en el desarrollo del ministerio.

#### 4.1.2 El papel del investigador en la recolección de los datos cualitativos

En la indagación cualitativa, los investigadores deben establecer formas inclusivas para descubrir las visiones múltiples de los participantes y adoptar papeles más personales e interactivos con ellos. El investigador debe ser sensible, genuino y abierto, y nunca olvidar por qué está en el contexto. (Hernández, 2004, p. 398)

En esta investigación se va entrevistar y observar a diferentes colaboradores que estuvieron en diferentes períodos en la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública y también a los actuales jefes de la institución para poder obtener visiones y vivencias públicas de lo que ha representado la creación de la oficina, también se hará un sondeo a los periodistas de medios de comunicación que cubren la fuente del Ministerio de Seguridad Pública para saber sus opiniones sobre esta oficina.

#### 4.2 Entrevistas a colaboradores de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa y jefes del Ministerio de Seguridad Pública

Una de las personas más importantes en la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública es *Jesús Ureña Mena*, quien estuvo antes después de la creación del decreto de oficialización de la Oficina. Ureña es periodista, y narra cómo fue trabajar en este Ministerio sin contar con una oficina legalmente constituida.

“Cuando ingresé a trabajar en la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública éramos, un chofer, un camarógrafo, un estudiante que me ayudaba y yo en esa época nuestro trabajo se basaba en hacer comunicados de prensa que eran enviados por fax”

Otro dato que añade Ureña, es que antes ciertas funciones periodísticas las realizaban personas que no eran profesionales en comunicación.

En la actualidad eso ya no sucede, tienen un personal de seis periodistas, dos relacionistas públicos, dos camarógrafos y monitores de medios de comunicación.

**¿Cuándo se decreta la creación de la oficina, cuáles fueron los principales cambios que usted percibió?**

“Con este decreto se legitimó la oficina ante los ojos de las jefaturas administrativas y policiales el trabajo realizado que algunas veces nos invisibilizaban y que no nos daban el respeto ni el trato que ameritaba la oficina.

Además, que las jefaturas administrativas entendieran la importancia que teníamos dentro del organigrama de la institución ya que estamos al mismo nivel de las demás oficinas asesoras del ministro. En el organigrama estamos por encima de los despachos de los viceministros y directores generales. Esto se logró con este decreto” añadió Ureña

Con esta respuesta se confirma la seriedad y la importancia que tienen las oficinas de prensa en las organizaciones y de la influencia que generan en estas.

**¿Cómo era el acceso a la información que ustedes tenían para luego facilitarla a los medios de comunicación antes del decreto de la oficina?**

“Se daba de una forma menos organizada por que solo estaba el jefe, un estudiante de periodismo y yo, y así teníamos que atender a la prensa, íbamos a operativos, hacíamos fotos y videos. Trabajábamos sábados y domingos, no teníamos días libre, casi por año estuvimos así. Hasta que se logró contratar a una periodista”.

Ureña narra cómo era la manera en que le suministraban la información a los medios. “teníamos un cuarto oscuro donde revelábamos la fotografía y si teníamos el vehículo en buen estado, nosotros íbamos a lo medios de comunicación a entregarle el negativo, y si no ellos venían a recogerlos. Esto a veces ocasionaba que el material se perdiera y no llegara a todos los medios. Con la llegada del internet se enviaban las fotos por correo electrónico”.

**¿Cuáles herramientas tenían para realizar el trabajo periodístico y cómo se la facilitaban a los medios?**

“Teníamos cámaras muy viejas las VHS, en mal estado. Era muy difícil que los medios pudieran sacar toda la información, porque nosotros no podíamos estar en todas partes”

### **¿Cuáles son las herramientas que utilizan actualmente?**

“Estamos en redes sociales, Facebook, Twitter y la página web, donde transmitimos las conferencias de prensa en vivo, compartimos fotos y videos. Además, revisamos redes sociales todos los días. También salimos a la calle hacer reportajes y les avisamos a los medios por medio de un grupo de WhatsApp para enviárselos”.

Además, Ureña narra, que antes los policías tenían una escasa preparación académica, ni tampoco tenían celulares como ahora, actualmente prácticamente todos los policías tienen teléfonos celulares y la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa capacitan a los policías para que hagan buenas fotos y videos y se las compartan a ellos. Antes no había de eso, casi que solo se enfocaban en realizar comunicados de prensa.

Para Jesús Ureña uno de los mayores cambios positivos que ha tenido la oficina es la posibilidad de ir a todas las policías del país para capacitar a los policías en temas de comunicación, en como expresarse ante los medios, como manejar la información y como utilizar las herramientas digitales. Antes de la conformación oficial de la oficina no se podían realizar estas labores ya que no se tenía el suficiente personal.

Dentro de los primeros cambios que se dieron con el decreto de la creación de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa, fue que hubo un respeto e importancia hacia la labor que realizaba la oficina, ya que antes había jefaturas policiales que cuando les solicitaban informaciones no se las daban a tiempo y con esto no le podían enviar la información a tiempo a los medios de comunicación.

“Cuando yo entré a trabajar en la oficina si yo solicitaba algún tipo de información a los jefarcas me decían que luego me la daban, que más tarde, pero cuando nos incluyeron el

organigrama todo cambió, ya que estamos arriba de cualquier jefe administrativo” explicó Ureña.

Antes de la oficialización de la oficina, cuando se solicitaba información algún despacho tenían que pedirla como si el ministro o viceministro lo solicitaran, ahora cada periodista tiene la potestad para solicitarla por él mismo.

Otro de los grandes problemas que se presentaban cuando la oficina no era oficial, era que algunos jefes tenían relaciones de amistad con otros medios de comunicación y les facilitaban la información antes que a la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública, esto ocasionaba que el Ministro le reclamara a los periodistas por el manejo de la información, ya que un solo medio se dejaba la exclusiva, cuando lo correcto es que salga en la mayoría de los medios de comunicación, cuenta Ureña.

**¿Cómo era la comunicación interna con los funcionarios antes de la creación oficial de la oficina y cómo es ahora?**

“Antes de la creación casi no había comunicación interna, ahora tenemos una pizarra informativa, un boletín digital semanal, además se está trabajando en crear un periódico digital”.

**¿Qué papel tienen los policías en la Oficina de Relaciones Pública y Prensa una vez con la creación de esta oficina?**

Para Ureña, es de suma importancia el papel que desempeñan los policías ya que debido a las capacitaciones que reciben por parte de los comunicadores del Ministerio de Seguridad Pública, ellos están avalados para enviar declaraciones de personas involucradas en los hechos como en decomisos y detenciones ya que ellos trabajan las veinticuatro horas.

“Hemos tratado de no vernos solo como una Oficina de Relaciones Públicas sino como una pequeña agencia de noticias gratuitas” menciona Ureña.

Otro de los puntos importantes que se logró con el decreto oficial de la Oficina de Relaciones Públicas del Ministerio de Seguridad Pública, fue que se empezó a trabajar con la profesionalización del personal, para que no se siguiera contratando periodistas con plazas de policías, con esto se desvirtuaba las plazas de los periodistas.

También las plazas las empezó a adjudicar el servicio civil, lo cual les permitía a los periodistas tener estabilidad laboral y no tener inconveniente cuando había cambio de gobierno.

Según Jesús Ureña, el gran valor trascendental que se obtuvo con el decreto de la oficialización de la Oficina de Relaciones Públicas fue la posición en la que la situaron en el organigrama, ya que esto permitió que esta oficina tomara importancia y fuera respetada hasta la actualidad.

Otra de las personas importantes que han estado en la transición de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa es *Patricia Meléndez Siles*, periodista que fue contratada con una plaza de policía, pero realizaba labores de periodista ya que como se ha mencionado en esta investigación, tener una oficina de comunicación no era prioridad y por lo tanto no había plazas para periodistas.

“Cuando fui contratada esta oficina estaba organizada por un jefe y un periodista, mis funciones no estaban claras. Lo que hacía era asistir al periodista, reporte, empíricamente trataba de generar relaciones públicas y elaborar comunicados de prensa y enviárselos a los medios de comunicación vía fax”

Esta declaración de Meléndez contrasta con lo que actualmente se vive en la oficina, donde cada miembro del equipo sabe lo que tiene que hacer. Además de que hay relacionistas públicos, fotógrafo, camarógrafos y más periodista.

Otra de las cosas que se han podido realizar con la oficialización de la oficina fue que se pudo ampliar labor periodística y empezar a realizar mercadeo que es otra de las funciones de Meléndez.

Meléndez cuenta que no solo la comunicación externa se ha profesionalizado sino también la comunicación interna “tengo a cargo el periódico digital, donde se mantiene informado del personal policial, que además ellos participan en la elaboración de contenido”

“Actualmente el Ministerio de Seguridad Pública cuenta con trece programas de radio dirigidos por los policías que han sido capacitados, con esto se logra ampliar las labores para tener un mayor alcance, que en un principio las labores se concentraban en la redacción de comunicados”

Algo fundamental para Patricia que se ha logrado con el decreto oficial de la oficina, es que ahora la comunicación se desarrolla estratégicamente, además cuentan un plan de comunicación, que han logrado enlazar al periodismo con las relaciones públicas y la publicidad.

Otro cambio positivo que ha tenido la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa fue el espacio físico y las herramientas que tenían para trabajar.” Cuando yo entre solo había una computadora que debíamos compartir entre los tres periodistas, actualmente cada uno tiene una computadora y teléfonos institucional” dijo Meléndez

Esto permitió que se ampliaran los públicos, ahora trabajan por públicos metas y con estructuras más organizadas, que no sólo involucran a profesionales sino también todas las herramientas tecnológicas, por medio de la inversión presupuestaria, según nos cuenta Meléndez

También han abierto el portillo a la creación de campañas publicitarias por medio de una alianza con el Sinart, lo cual permite contratar productos de comunicación.

### **¿Mejóro la imagen del Ministerio de Seguridad Pública con el decreto de la oficialización de la oficina?**

“Desde que yo entré a trabajar a esta oficina, los colegas siempre han hablado bien de nuestro trabajo, sin embargo, las herramientas tecnológicas y la inversión ha permitido acercarnos a los medios y convertimos en una oficina veinticuatro- siete, no es que cerramos la puerta a las 4:30 pm. y dejamos de contestar, cada periodista tiene un teléfono y además siempre hay uno de nosotros trabajando los fines de semana para contestar las preguntas de los medios”

La imagen siempre ha ido de la mano con la labor policial, que es la razón de ser del Ministerio de Seguridad Pública, la profesionalización de las policías ha ido paralelamente con la creación de la imagen, actualmente todos los policías están

uniformados, las jefaturas policiales se tienen formación académica, cuentan con vehículos institucionales.

### **¿Cuál es importancia de que una organización cuente con una oficina de comunicación?**

“Tener una oficina de comunicación no es un plus, es una necesidad como cualquier otra área de administración o financiera de una organización. Una oficina de comunicación es una inversión para cualquier estructura, porque, aunque se vengan haciendo las cosas bien, es necesario darlo a conocer, incluso para motivación del personal. Creo que si no existiera una oficina de comunicación mucho del trabajo que hace una organización no podría ser conocido. Me parece que las oficinas de comunicación no vienen a respalda el trabajo de una persona sino vienen a dar a conocer lo que es la organización”. Patricia Meléndez

Para Meléndez a veces se comete el error de contratar en una organización a un periodista para crear imagen, cuando la verdadera función es informar.

### **¿Que perfil debe tener el comunicador organizacional actual?**

Para Meléndez, hoy un comunicador tiene que estar de la mano con la tecnología, tiene que tener mucha apertura, en el sentido que el periodista no solo está para imponer sino para escuchar, también debe ser abierto a las nuevas herramientas de comunicación, debe ser organizado, creativo, dinámico y la organización debe preocuparse por invertir en el comunicador y la oficina.

“El comunicador organizacional no solo debe centrarse en su formación en periodismo, ojalá tenga conocimiento en otras áreas, como en tecnología, mercadeo, relaciones públicas. El comunicador actual debe ser integral” Patricia Meléndez

El actual jefe de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad, *Carlos Hidalgo Flores*, ingresó a trabajar el 2008, como periodista y luego asumió la jefatura de la oficina.

**¿Cuándo asumió la jefatura de la oficina, cuáles eran sus funciones?**

“Coordinar toda la materia de prensa, como confección de comunicados de prensa, entrevistas videos e imágenes, asesorar a los jefes, capacitar a los directores, jefes policiales y ministros en vocería, para que haya a ver errores en la divulgación de noticias “

**¿Cuál es la importancia de que una organización tenga una oficina de comunicación?**

“Es muy importante porque muchas veces en las instituciones algunas jefaturas creen que saben de comunicación y que ellos pueden atender prensa, dar una posición institucional si ser asesorados por un profesional en comunicación y al día siguiente cuando sale la publicación se dan cuenta que la publicación dice totalmente opuesto a lo que querían transmitir, hasta los pone en aprietos. Es importante para canalizar el mensaje correcto en el momento correcto y poder así generar una imagen positiva de la institución para la que se trabaje”

Para Hidalgo, no necesariamente las personas que ocupan cargos de jefatura en las organizaciones, conocen el manejo de prensa. Es necesario un profesional de comunicación para que puedan asesorar, orientar y determinar el momento en que se va a dar el mensaje, para poder colocarlo en los medios y así generar una opinión pública positiva.

**¿Cómo se afectaría el Ministerio de Seguridad Pública si no existiera la oficina de comunicación?**

“Se afectaría en que los policías no tendrían capacitaciones en vocería, por lo tanto, los policías no tendrían el conocimiento para dar declaraciones a los medios, hablarían en claves policiales que la gente no entendería, pronunciarían mal las palabras y abordarían temas que no les competen. Como sí sucedía antes de la creación de la oficina”.

Para Hidalgo ahora que cuentan con una oficina profesional, se logra coloca mensaje más prudente, más institucional, habla el que está autorizado, como un director regional o un jefe cantonal. Ahora poder determinar quiénes son los voceros genera una mejor imagen institucional.

“No es que se ha puesto una mordaza para que no hable cualquier policía, sino que en cualquier empresa se determina quién habla, cuándo habla, qué dice a nivel interno para evitar distorsión de los mensajes”

**¿Cuál es el perfil que debe tener un periodista que trabaje en una organización?**

“Debe ser leal ya que hay información delicada que no se puede ser publicada, discreto, conocer la institución, los valores, misión y visión para que el mensaje vaya acorde a lo que la institución predica, tiene que tener capacidad comunicativa y respetar la cadena de mando para poder canalizar quien habla”

### **Cómo es el intercambio de información entre la Oficina de Relaciones Públicas con los medios de comunicación?**

“Lo que nosotros queremos es que nuestros trabajos sean publicados, por lo tanto, la relación mutua debe ser muy efectiva, ya que los periodistas necesitan que las dudas se les resuelva con prontitud y precisión. En nuestro caso la relación que tenemos con los medios de comunicación es muy buena y esto se ha logrado por medio de la oficina donde buscamos resolver con rapidez las solicitudes, a partir de aquí un periodista determina si la oficina de comunicación sea efectiva”

Según Hidalgo, la implementación de las herramientas tecnológicas en la oficina ha permitido un mayor alcance para llegar a los públicos metas, en donde conocemos las opiniones de estos como sindicalistas, ciudadanía y medios de comunicación demandan.

### **¿Usted qué piensa de aquellas organizaciones que no cuentan con una oficina de comunicación?**

“Yo haría un llamado a esas organizaciones para que se haga un esfuerzo por la creación de una oficina de comunicación, ya que el contar con un profesional en comunicación va a permitir canalizar el mensaje correctamente, y por ende nos va a generar una imagen positiva.

Además, un profesional en comunicación no solo implica un periodista, nosotros hemos ido ampliando, poniendo relacionistas públicos, camarógrafos, fotógrafos y un encargado de monitoreo, que se encarga de estar monitoreando los noticieros y avisa para reaccionar cuando hay algo importante que nos afecta o beneficia. Las oficinas de

comunicación son muy importantes ya que de ahí es donde sale la noticia que queremos dar a conocer de la organización, y para eso es necesario un profesional en comunicación”

También Hidalgo menciona que las oficinas de prensa son importantes en las organizaciones ya pueden mitigar una posible crisis, ya que tienen planes de comunicación, que ayudan a actuar en el momento preciso con el mensaje correcto.

De aquí la imagen de la organizacional se puede ver afectada y podrían tener grandes pérdidas económicas. O al contrario una buena estrategia anti crisis podría convertir esa crisis en algo positivo y posicionar positivamente a la organización.

“Una oficina de comunicación institucional no solo debe ver públicos externos sino también debe manejar públicos internos, ya que a lo interno se maneja la motivación de sus colaboradores, se podría tener mejores resultados” Carlos Hidalgo.

Una de los principales jefes que se consultó en Ministerio de Seguridad Pública es, el ministro *Luis Gustavo Mata Vega*, quien asumió el cargo en enero del 2015 y hasta mayo 2018.

**¿Para usted es importante que el Ministerio de Seguridad Pública tenga la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa?**

“Por la experiencia que he tenido en otras instituciones públicas, la creación de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa es de gran importancia, más ahora que nunca con la globalización de la información, muchas veces hay que pensar en el beneficio que le trae una oficina de comunicación a una institución, ya que por transparencia es una manera de dar a conocer el fruto y rendimientos de las labores dentro de una institución y la mejor manera para lograr una transparencia es utilizando las oficinas de comunicación”

### **¿Qué opina de aquellas organizaciones que no tienen una oficina de comunicación?**

“Están muy atrasados y no están cumpliendo con la corriente de comunicación que se maneja a nivel mundial, que debe transmitirse y comunicarse a la sociedad que nosotros nos debemos”

Además, Mata, agrega que a las oficinas de comunicación hay que estar reforzándolas e instruyéndolas. En ocasiones se corre el error de dejarlas inmobilizadas e indica que hay que darles un refrescamiento constante, estar actualizándolas, enviar al personal a otros países para que vean lo que se está haciendo y conozcan los avances en comunicación, tendencias y más ahora con el mundo globalizado

También menciona que debido a la globalización en la que nos encontramos es muy fácil que se dé una desinformación ya que hay una gran parte de instituciones que participan de ese mundo virtual, pero hay otra parte que lo que hace es distorsionar la información y eso es lo que provoca la desinformación y es aquí donde sale a relucir el trabajo de los comunicadores de las oficinas de comunicación para encaminar o se genere información de confianza.

“En este momento yo no pensaría en una institución que no cuente con una oficina de comunicación en un mundo tan globalizado” Luis Gustavo Mata.

Otros de las personas entrevistadas fue *NilsChing*, subdirector general de la Fuerza Pública, por lo tanto, mantiene relación directa con la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa.

**¿Cómo compara el manejo que se le daba a la información antes de que existiera oficialmente la oficina de comunicación con el manejo que se le da ahora?**

“Recuerdo que cuando yo ingrese a este ministerio y a cómo se maneja la información hoy, hay una diferencia muy grande porque en ese momento había un auge importante sobre lo que atendía el ministerio en diferentes localidades del país y los medios de comunicación buscaban la noticias en el lugar, eso hacía que los comunicadores o los voceros estuvieran ahí en el momento. Esto generaba que no hubiera concordancia entre la línea de comunicación que la institución quería a ser prevalecer y lo que estaba comunicando el vocero, que lo que hacía era ilustrar lo que se estaba presentado.

Actualmente hay una coordinación, una línea clara sobre la vocería y eso facilita que todo funcionario de la institución vea por donde es que vamos o aspiramos y que hay una línea de comunicación que se debe establecer. Hay unos ítems importantes que hay que resaltar de la institucionalidad, de los procedimientos de trabajo, que es al final lo que se quiere mostrar y las políticas de trabajo.

Esto hace que haya una concordancia entre lo que en la generalidad de la institución quiera comunicar y lo que en la realidad a los medios de comunicación y sociedad les está llegando”

Según Ching es muy importante que siempre haya una retroalimentación entre los diferentes estratos ocupacionales de la institución, para que se dé una cohesión entre los objetivos de la comunicación organizacional.

Para Ching es determinante que el cuerpo policial y jefaturas se han capacitadas en temas de vocería para que se cumplan los objetivos que tiene la institución con respecto a la comunicación.

Pero señala que actualmente es importante que ciertas bases y líneas sean dirigidas por la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa ya que no todo el cuerpo policial está capacitado ni autorizado para hacer labores de vocería.

“Con las constantes capacitaciones en vocería podemos mejorar todos, tanto la institución y la oficina de comunicación en el posicionamiento de la información de la institución con los públicos metas”.

#### 4.3 Opinión de periodistas.

Todos los periodistas que se les solicitó la opinión acerca de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública son comunicadores que se relacionan diariamente con esta fuente, por lo tanto, es muy importante la opinión de ellos.

Para la presente investigación se buscó la opinión de diez periodistas de diferentes medios de comunicación (radio, televisión y escrito) que cubren la fuente del Ministerio de Seguridad Pública.

La finalidad de recabar las opiniones es obtener información sobre la Oficina de Relaciones Públicas de Prensa para determinar de mejor manera el trabajo de esta oficina y determinar aspectos en que esta oficina está fallando para buscarle posibles mejoras.

- *Luis Fernando Muñoz*, periodista de Monumental

**¿Usted cree que es importante que el Ministerio de Seguridad Pública (MSP) tenga una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

Es muy importante, debido a la gran cantidad de incidencias y situaciones que atiende la institución y que son de interés nacional, por lo que contar con un departamento que facilite información es de gran relevancia.

**¿Los periodistas y medios de comunicación que cubren el MSP son beneficiados con el acceso de información al tener este ministerio una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

Sí, el hecho de que el MSP cuente con una oficina de prensa nos facilita mucho la labor a quienes cubrimos la fuente, ya que siempre están atentos y dispuestos a ayudar en un plazo breve, indistintamente de si la noticia es buena o mala para la institución.

**¿Qué debe de mejorar la oficina de comunicación del MSP?**

Podrían tomar en cuenta opciones como transmitir conferencias de prensa a través de Facebook Live u otras herramientas de streaming, con el fin de dar un mayor alcance a la información que buscan divulgar.

- *Gustavo Fallas, periodista de La Nación, contestó lo siguiente:*

**¿Usted cree que es importante que el Ministerio de Seguridad Pública (MSP) tenga una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

El trabajo de la oficina de prensa del Ministerio de Seguridad Pública (MSP) es vital para los periodistas que cubrimos la fuente de Sucesos.

A diferencia de otros departamentos de prensa de entidades del Estado, en Seguridad laboran los siete días de la semana y sin horario de oficina. Pues una vez que ellos salen de sus oficinas siguen atendiendo consultas. Por ejemplo, pueden ser las 10 p. m. de un domingo que si es necesaria una información ellos están disponibles en colaborar.

**¿Los periodistas y medios de comunicación que cubren el MSP son beneficiados con el acceso de información al tener este ministerio una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

Debido a la inmediatez que demanda este oficio, con prensa de Seguridad manejamos una comunicación constante. En muchas ocasiones, ellos nos ayudan a confirmar informaciones sobre capturas, homicidios, decomisos, entre otros eventos. También colaboran a conseguir voceros para diversos temas cuando se requiere, los cuales van desde el Ministro de Seguridad hasta jefes de delegaciones.

Por otra parte, creo la oficina de prensa de Seguridad es uno de los departamentos que más comunicados envían durante el día, lo cual es de gran insumo para la labor que realizamos.

**¿Qué debe de mejorar la oficina de comunicación del MSP?**

En mi opinión, la oficina de prensa del Ministerio de Seguridad Pública (MSP) realiza un excelente trabajo. Sin embargo, como en todo, siempre se puede mejorar.

Si hay algo que yo considero que se puede mejorar es la designación de voceros en los sitios del suceso. Muchas veces, cuando se acude a un homicidio, los jefes policiales tienen la información preliminar de lo sucedido, pero evitan dar declaraciones, debido a que deja que solo se refiera la Policía Judicial sobre el caso.

No obstante, esa información preliminar es importante para nosotros dar un primer informe de lo sucedido. No siempre sucede esto, pero sí ha pasado en varias oportunidades. Entonces considero que a veces la oficina de prensa debería definir un vocero en la escena del suceso cuando sucede un caso así.

Con obvias razones, entiendo que es una información preliminar para no arruinar la investigación posterior.

- *Susana Peña, periodista de Canal 7, también opinó y esto fue lo que dijo*

**¿Usted cree que es importante que el Ministerio de Seguridad Pública (MSP) tenga una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

La cobertura de sucesos, por su naturaleza, siempre es complicada. Ya sea por la lejanía de los hechos, por el poco acceso a la información por tratarse de temas en desarrollo o en investigación. Uno pensaría que la fuente policial podría ser casi inaccesible, como sucede en otros países donde los periodistas tienen más restricciones.

El hecho de que exista una oficina de prensa en el Ministerio de Seguridad Pública facilita esa labor, ya que ellos no sólo gestionan rápidamente las solicitudes, sino que responden a los hechos con igual rapidez que un medio de comunicación, muchas veces no hay ni que preguntar porque ellos ya han brindado la información. Una de las ventajas más grande es la colaboración que brindan con material audiovisual, los vídeos y las entrevistas permiten cubrir sucesos que, de no ser por eso, no se incluirían por falta de imágenes (básico en televisión).

**¿Los periodistas y medios de comunicación que cubren el MSP son beneficiados con el acceso de información al tener este ministerio una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

Tienen una disponibilidad 24/7, acorde con las necesidades del periodismo y, sobre todo, de la fuente policial, que no tiene horario.

En mi caso, he tenido buenas experiencias. Considero que la oficina de prensa es muy eficiente. No solo para el suceso del momento, como expliqué anteriormente.

Yo me dedico más al tema preventivo, a las alertas a la ciudadanía por distintas situaciones. En esos casos también me han ayudado mucho, coordinando entrevistas y facilitando material audiovisual. Creo que esa debería ser la naturaleza de todos los departamentos de prensa, facilitar el trabajo de los colegas y no complicarlo, como lamentablemente sucede en algunos casos.

También es de destacar el trabajo que ellos realizan con los oficiales, que ante determinados hechos noticiosos tienen el conocimiento suficiente para grabar material que posteriormente es facilitado a los periodistas. Aunque es una labor difícil, siempre tienen la disponibilidad de colaborar.

- *Adrián Galeano, periodista de la Prensa Libre opina*

**¿Usted cree que es importante que el Ministerio de Seguridad Pública (MSP) tenga una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

En mi opinión, la existencia de una oficina de prensa en el MSP es de suma importancia para la labor que desarrollamos a diario los periodistas y medios de comunicación, dado que nos permite canalizar de mejor manera nuestras consultas.

Un aspecto a destacar es que esta oficina no solo nos ayuda a con información para las notas personales que desarrollamos, sino que también con los sucesos que son de última hora, en donde por la inmediatez del medio necesitamos contar con datos lo antes posible.

**¿Los periodistas y medios de comunicación que cubren el MSP son beneficiados con el acceso de información al tener este ministerio una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

El buen uso del Whatsapp ha sido imprescindible para nuestras labores, porque por ejemplo podemos hacer una consulta por este medio y el jefe de prensa, Carlos Hidalgo, siempre nos responde con prontitud, ayudando con declaraciones y otros materiales como fotografías y videos.

### **¿Qué debe de mejorar la oficina de comunicación del MSP?**

En cuanto a un aspecto que pienso que podría cambiar, es que se incorporen a otros periodistas del MSP dentro del grupo de Whatsapp, ya que a veces Carlos, por su puesto de vocero, se encuentra un poco ocupado, por lo que sería útil que los demás compañeros del MSP estuvieran al tanto de las consultas.

- *Yaslin Cabezas del medio digital CRhoy, dice lo siguiente*

### **¿Usted cree que es importante que el Ministerio de Seguridad Pública (MSP) tenga una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

Para los periodistas, es de vital importancia que el Ministerio de Seguridad Pública (MSP) cuente con una oficina de prensa que pueda acercarnos a los cuerpos policiales, para facilitar la información.

El contacto con los diferentes jefes y encargados en ocasiones es mejor por medio de dicha oficina, incluso facilitan información de suma importancia antes de que se reciban las alertas.

### **¿Los periodistas y medios de comunicación que cubren el MSP son beneficiados con el acceso de información al tener este ministerio una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

Sin duda alguna, considero que los periodistas que cubrimos el MSP somos beneficiados con la información que nos facilitan, como fotografías, videos y hasta información con la que no contábamos.

### **¿Qué debe de mejorar la oficina de comunicación del MSP?**

Si bien, el trabajo que realizan es excelente, creo que podrían mejorar la inmediatez y la actitud.

Al ser un medio digital, las cosas se requieren “para ya” y a veces es difícil tener que esperar que los colegas del MSP busquen la información, pues eso requiere de tiempo con el cual no contamos.

La mayoría de ellos tiene muy buena disposición, pero en ocasiones su actitud no es la mejor, sobre todo cuando es algo de última hora que urge que nos confirmen.

- *Rocío Sandí, del diario La Teja*

### **¿Usted cree que es importante que el Ministerio de Seguridad Pública (MSP) tenga una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

Personalmente pienso que es fundamental que el MSP tenga una oficina de prensa ya que muchas veces hay sucesos muy grandes, que requieren la participación decenas de oficiales y los periodistas del MSP se encargan de recopilar, procesar y unificar los datos y eso nos beneficia mucho a los periodistas.

### **¿Los periodistas y medios de comunicación que cubren el MSP son beneficiados con el acceso de información al tener este ministerio una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

En muchas ocasiones los jefes policiales que atienden los casos no tienen el tiempo para dar declaraciones a la prensa porque necesitan concentrar toda su atención en el operativo que están realizando y en esos casos también es fundamental la ayuda del departamento de prensa del ministerio porque permite la fluidez de la información.

**¿Qué debe de mejorar la oficina de comunicación del MSP?**

Me parece que la inmediatez. Muchas veces la institución manda comunicados de prensa sobre sucesos, capturas o detenciones, pero en lugar de enviarlos el día que se dieron los manda unos o dos días después y para los medios de comunicación es fundamental publicar las situaciones con la mayor inmediatez posible.

- *Christian Fallas de NC11, dijo lo siguiente*

**¿Usted cree que es importante que el Ministerio de Seguridad Pública (MSP) tenga una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

Al ser un ministerio tan grande, tener tantas jefaturas, incluso hasta regionales, es importante tener es contacto con periodistas que se distribuyen los diferentes voceros para poder tener la información más fluida.

Para mí es una de las agencias de noticias del estado mejor conformadas y más eficientes en este momento, por lo menos de las que cubro yo

**¿Los periodistas y medios de comunicación que cubren el MSP son beneficiados con el acceso de información al tener este ministerio una oficina de prensa? ¿Y por qué?**

Con la oficina de comunicación se allana el camino porque ellos ayudan con las entrevistas, imágenes, tienen guardias los fines de semana, entonces hay muchas notas donde llega prácticamente viene todo el material armado, es decisión de la jefatura y el periodista si la publican tal como la envían, obviamente se le pone el sello personal o enfoque.

### **¿Qué debe de mejorar la oficina de comunicación del MSP?**

Me parece que casi no deben de afinar nada, ya que pedir más de lo que brindan en el servicio sería gula, ya que tienen guardias, fotografía, cámaras y periodistas que se desplazan a los lugares.

Otro de los métodos que se utilizó en la presente investigación para recolectar más cantidad de datos, fue el método de observación.

#### **4.4 Método de Observación**

En la observación cualitativa, no es mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones. (p.399).

En este trabajo de investigación se va a desarrollar la observación dentro de la Oficina de Prensa y colaboradores, para analizar la interacción de todos los elementos que involucra la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio del Ministerio de Seguridad Pública.

Cuando llego a la puerta de la oficina, me recibe la secretaria, de inmediato me presento, pregunto por Carlos Hidalgo, jefe de la oficina, y me indica que Hidalgo está en una conferencia de prensa con el ministro, debo esperarlo, cuando entré, observé como a 5 comunicadores en sus cubículos, con sus respectivas computadoras, de repente se me viene a la mente la imagen de que estoy en una sala de redacción de un periódico, me siento a esperar y veo en una mesa todos los periódicos nacionales tomé uno y me puse a leer.

Cuando llega Hidalgo a la oficina les informa a los comunicadores sobre la conferencia de prensa, para que estos inicien a producir material periodístico para los diferentes medios de comunicación.

La “sala de redacción” se agita un poco, cuando de repente a la periodista Patricia Meléndez le entra un mensaje de Whatsapp donde alertan que unos taxistas atacaron a un conductor de Uber, el celular de Patricia empieza a sonar con intensidad y escucho que le entran varios audios donde intercambian información.

Meléndez le informa al resto de sus compañeros los que está sucediendo, ellos empiezan detalles de la información para empezar a organizarse con los datos que tienen.

“La sala de redacción” me parece un poco pequeña para el personal que hay, pero eso no impide que la oficina se vea bien estructurada y enfocada en el trabajo.

Algo que me llamó la atención es un “cuarto de monitoreo” donde hay dos personas, cuando entré al “cuarto de monitoreo” estaban transmitiendo el noticiero de canal siete, y los dos monitores estaban concentrados, observando el noticiero a la espera de que publicaran alguna nota relacionada con el Ministerio de Seguridad Pública para luego reportarla y reaccionar dependiendo de lo que se publicó.

Pude notar que en esta oficina todos los comunicadores “hacen de todo” ya que están capacitados para realizar diferentes funciones, pero además tienen asignados trabajos específicos que cada comunicador realiza, esto para mantener un orden y planificación de funciones.

Parte de la comunicación interna que pude observar es una pizarra informativa, donde tienen información referente al ministerio y oficina. Además, el jefe de la oficina les suministra información importante que deben realizar.

## Capítulo V

### Conclusiones y recomendaciones

#### 5.1 Conclusiones

Al concluir este trabajo de investigación se analizarán y retomaran los resultados analizados, sobre el valor agregado que representó la creación de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa en el Ministerio de Seguridad Pública.

Se distribuirán en tres secciones, la primera, sobre las entrevistas de profundidad que se les realizó a los comunicadores que estuvieron antes y después del decreto de la oficialización de la Oficina de Relaciones Publicas, también las entrevistas hacia los actuales jefes del ministerio, como el ministro de Seguridad Pública, Gustavo Mata Vega.

En la segunda sección son las opiniones de los periodistas de los diversos medios de comunicación que cubren la fuente del Ministerio de Seguridad Pública y que tienen una relación muy cercana a diario.

La tercera sección será el método de observación donde se expondrán los principales puntos que se destacaron durante la aplicación de este método.

**Sobre las entrevistas de profundidad a los comunicadores que trabajan en la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa y jefarcas del Ministerio de Seguridad Pública:**

- La forma de hacer periodismo cambió dentro de la Oficina, se hizo más integral y se adaptó a la globalización utilizando las plataformas tecnológicas.
- Las oficinas de comunicación son indispensables en las organizaciones ya que depende de estas oficinas la imagen que proyecta ante sus públicos metas.
- Todos los comunicadores consultados indican que, con el decreto de la oficialización de la Oficina, se legitimó el trabajo ante los ojos de las jefaturas administrativas y policiales.
- Los comunicadores que estuvieron antes del decreto afirman que el resto de jefaturas entendieron la importancia que tenía la Oficina dentro del Ministerio de Seguridad Pública.
- Todos los comunicadores entrevistados concuerdan en que las oficinas de comunicación son indispensables en las organizaciones ya que son una necesidad e inversión.
- Con la oficialización de la Oficina, el cuerpo policial fue capacitado en temas de comunicación, ahora las jefaturas policiales están capacitadas para enfrentar entrevistas de los medios de comunicación.

- Los entrevistados hacen un llamado a las organizaciones que todavía no tienen una Oficina de comunicación para que se actualicen y se ocupen en conformar estos departamentos.
- Con este decreto se logró que la profesión de periodista fuera respetada dentro del Ministerio, ya que antes algunos periodistas tenían plazas policiales.

**Sobre las opiniones de los periodistas que cubren la fuente del Ministerio de Seguridad Pública:**

- Todos los periodistas opinaron que es muy importante que el Ministerio de Seguridad Pública tenga una Oficina de Comunicación ya que esta le da fluidez y mejor cobertura a la información.
- Todos los periodistas concuerdan en que esta Oficina les facilitan el trabajo, ya que les proveen de material periodístico para ser reproducidos en los medios.
- Según los comunicadores, esta Oficina es de las mejores, en relación al acceso a la información y facilitación de material.
- Algunos de los periodistas indicaron que la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa de Seguridad Pública debe mejorar en aspectos como inmediatez, designación de voceros en el sitio del suceso y mejora uso de tecnología.

**Sobre el método de observación:**

- Se pudo observar una Oficina muy bien estructurada, va desde el jefe hasta la secretaria.
- Cada comunicador sabe su función respectiva, pero también están capacitados para realizar otras funciones dentro de la oficina.
- La comunicación interna se desarrolla con mucha fluidez.
- Los comunicadores de la Oficina mantienen una comunicación horizontal y de retroalimentación.

## 5.2 Recomendaciones

Dentro de este trabajo de investigación se buscará encontrar recomendaciones que ayuden a mejorar el buen funcionamiento de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Seguridad Pública para que continúe con su buena labor, ya que es determinante para la ciudadanía y medios de comunicación, porque a partir de lo que se transmite, la ciudadanía se siente segura y se previene ante diferentes situaciones.

- Ampliar el espacio físico de la oficina, ya que los cubículos de los periodistas están juntos y en las llamadas telefónicas la comunicación no es muy fluida.
- Crear una sala de reuniones específica para la Oficina, ya que cuando hacen reuniones tienen que desplazarse a otra oficina que no les pertenece.
- Contratar a más comunicadores, para dar una mayor cobertura. Al ser un Ministerio, este genera gran cantidad de informaciones que necesita ser procesada y analizada para darle un buen manejo.
- Mejorar la designación de los voceros cuando se presenta alguna noticia de última hora, ya que cuando llegan los periodistas al lugar, los policías no están autorizados para dar declaraciones y en ese momento no hay voceros.
- Aprovechar más las plataformas tecnológicas para hacer transmisiones en vivo sobre los diferentes incidentes que se puedan dar.
- Mejorar la divulgación de la información cuando se dan situaciones de última hora ya que los medios de comunicación necesitan sacar esa información casi que en tiempo real.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alonso Murguía, E. G., & Castro, M. E. (2006). *Teoría de las Organizaciones*. México: Umbral.
- Guzmán Paz, V. (2012). *Comunicación Organizacional*. México: Tercer Milenio. Recuperado el 20 de octubre de 2017, de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/derecho\\_y\\_ciencias\\_sociales/Comunicacion\\_organizacional.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/derecho_y_ciencias_sociales/Comunicacion_organizacional.pdf)
- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica*. España: Gesbiblo, S.L. Recuperado el 29 de febrero de 2017, de [https://books.google.co.cr/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Ongallo, C. (2007). *Manual de Comunicación*. Madrid: Dykinson. Recuperado el 18 de abril de 2017, de <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>
- Álvarez, J. T. (2006). *Manejo de la Comunicación Organizacional*. España: diazdesantos. Recuperado el 17 de Enero de 2017, de <http://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788499694474.pdf>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México: Mc GrawHill.

Félix Mateus, A. (2014). *La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzado del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica*. Madrid: Universidad Complutense Madrid. Recuperado el 2 de Marzo de 2017, de <https://www.google.com/#q=La+comunicaci%C3%B3n+en+las+teor%C3%ADas+de+las+organizaciones.+El+cruzado+del+siglo+XX+y+la+revoluci%C3%B3n+de+las+nuevas+tecnolog%C3%ADas.+Una+visi%C3%B3n+hist%C3%B3rica&spf=1499738822908>

- Tamayo Tamayo, M. (2004). *El proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa. Recuperado el 20 de abril de 2017, de <https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20-%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf>
- Robbins, S. P., & Judge , T. A. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Education. Recuperado <https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamiento-organizacional-13a-ed-nodrm.pdf>
- Bateman, T., & Scott, S. (2001). *Administración, una ventaja competitiva*. México: Mc Graw-Hill.
- Robbins, S. P., & Judge , T. A. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Education.
- Hoxie Sullivan, M. (2012). *Una Oficina de Prensa Responsable en la Era Digital*. Estados Unidos: Oficina de Programas de Información Internacional.
- Barquero Cabrero, J. D., & Barquero , C. M. (2005). *Manual de Relaciones Públicas*. España: Gestión 2000.
- Limón Peña, M. (2013). *Imagen Corporativa*. México: Trillas.
- Ramírez , T. (1995). *Gabinetes de Comunicación*. España: Bosch.

### **Sitios electrónicos**

- <http://www.seguridadpublica.go.cr/>

**ANEXO**