

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS NOTAS INFORMATIVAS PUBLICADAS EN LOS DIARIOS
GUATEMALTECOS PRENSA LIBRE Y EL PERIÓDICO SOBRE LOS PROGRAMAS SOCIALES
COMO FUENTE DE CRÍTICA Y PLATAFORMA POLÍTICA."**

TESIS DE GRADO

JENNY NATHALY VALENZUELA VALENZUELA
CARNET 12122-06

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, OCTUBRE DE 2018
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS NOTAS INFORMATIVAS PUBLICADAS EN LOS DIARIOS
GUATEMALTECOS PRENSA LIBRE Y EL PERIÓDICO SOBRE LOS PROGRAMAS SOCIALES
COMO FUENTE DE CRÍTICA Y PLATAFORMA POLÍTICA."**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR

JENNY NATHALY VALENZUELA VALENZUELA

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, OCTUBRE DE 2018
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: LIC. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ
DIRECTORA DE CARRERA: LIC. MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. CARLOS VICENTE ARRAZOLA GONZALEZ

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. RAMIRO MAC DONALD LOPEZ

Guatemala, 03 de septiembre de 2018.

Señores
Miembros del Consejo Directivo
Facultad de Humanidades
Departamento de Ciencias de la Comunicación
Universidad Rafael Landívar
Campus Central

Estimados señores:

Por este medio hago de su conocimiento que tuve bajo mi asesoría académica el trabajo de tesis titulado **“ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS NOTAS INFORMATIVAS PUBLICADAS EN LOS DIARIOS GUATEMALTECOS PRENSA LIBRE Y EL PERIÓDICO SOBRE “LOS PROGRAMAS SOCIALES COMO FUENTE DE CRÍTICA Y PLATAFORMA POLÍTICA”**, presentado por la estudiante **JENNY NATHALY VALENZUELA VALENZUELA**, carné No. 1212206.

Certifico que este trabajo cumple con los requisitos teóricos, técnicos y metodológicos para ser sometidos a su revisión final.

Sin otro particular, me suscribo,

Atentamente,



M.A. Carlos Arrazola González
Asesor
Código: 13709



Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante JENNY NATHALY VALENZUELA VALENZUELA, Carnet 12122-06 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 051978-2018 de fecha 4 de octubre de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS NOTAS INFORMATIVAS PUBLICADAS EN LOS DIARIOS GUATEMALTECOS PRENSA LIBRE Y EL PERIÓDICO SOBRE LOS PROGRAMAS SOCIALES COMO FUENTE DE CRÍTICA Y PLATAFORMA POLÍTICA."

Previo a conferírsele el título y grado académico de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 4 días del mes de octubre del año 2018.

LIC. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar



AGRADECIMIENTOS

Gracias a **Dios y a la Virgen María** por guiarme y ser mi soporte aún en los momentos más difíciles, y por demostrarme su amor infinito.

Gracias a mis padres **Irma y Francisco Valenzuela**, por ser los principales promotores de mis sueños, gracias a ustedes por cada día confiar y creer en mí y en mis expectativas. Por siempre apoyarme y alentarme a seguir adelante. Este logro también es de ustedes.

Gracias a mi hijo hermoso **Santiago**, tú eres y serás siempre mi inspiración para demostrarte que los sueños se pueden alcanzar, y también gracias por ser el mejor maestro que he tenido en la vida.

Gracias a mi hermano **Pancho**, por ser mi primer amigo, por tus consejos, por tu apoyo en los diferentes ámbitos de mi vida, por compartir tantas historias juntos y porque haber crecido a tu lado, será siempre lo mejor que me pudo pasar.

Gracias a los licenciados que compartieron sus conocimientos a lo largo de esta carrera, pero principalmente al Mgtr. Carlos Arrazola, por no sólo ser paciente y apoyarme incondicionalmente durante la elaboración de esta tesis, sino también por compartir su experiencia y conocimientos a lo largo de la carrera.

Gracias a la Mgtr. Miriam Madrid, por su acompañamiento y palabras de aliento durante el proceso de esta tesis. Muchas gracias por tomarse el tiempo de apoyarme.

Gracias al Lic. Ramiro McDonald, por ser un apoyo durante la carrera, así como compartir sus conocimientos. Gracias porque la evaluación fue una experiencia sumamente enriquecedora para todos los años profesionales que tengo por venir.

Gracias a mi Alma Mater, Universidad Rafael Landívar, por ser más que una casa de estudio, brindarme conocimientos, experiencias y amigos que perdurarán toda la vida. Y principalmente la oportunidad de estudiar lo que más me apasiona, Ciencias de la Comunicación.

Gracias a mis familiares y amigos porque sé que comparten este logro conmigo.

DEDICATORIA

A:

Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi amado hijo Santiago, por ser el motor de mi vida, por impulsarme cada día a ser la mejor versión de mí y porque sé que juntos celebraremos muchos triunfos más, como el equipo que somos.

Mis padres Irma y Francisco, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo y principalmente por su inmenso amor. Por ser un ejemplo de esfuerzo, dedicación y amor a Dios.

Mi abuelito Francisco, por ser la base de toda nuestra familia, por su amor, por impulsarme a salir adelante, por concederme la dicha de compartir momentos únicos y regalarme su aprendizaje y sabiduría. Principalmente por ser el claro ejemplo de que no hay límites en esta vida para alcanzar nuestras metas.

Mis abuelitos Julia, Leonor y Benjamín, por cada uno compartir sus enseñanzas conmigo, por su amor incondicional e infinito y ser ejemplos de lucha y esfuerzo, ustedes son ángeles en mi vida. Un beso al cielo y siempre estarán vivos en mi corazón y en cada uno de los momentos compartidos.

Mis amigos y familia, por acompañarme y compartir conmigo alegrías y tristezas, porque todos han formado una parte importante de mi vida. Y cada uno ha contribuido en aspectos importantes que hoy me permiten ver culminado mi sueño.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO

	Pág.
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. ANTECEDENTES.....	2
1.2. MARCO TEÓRICO	
1.2.1. Políticas Económicas	
A. Manifiesto del Comunismo de 1848, Marx y Engels.....	17
B. "New Deal"	18
C. Teoría económica de John Maynard Keynes.....	19
D. Pensamiento del Doctor Adrián Rogers.....	20
E. Concepto de Neoliberalismo.....	21
F. Aproximación al concepto de economía política.....	23
G. Conceptualización de capitalismo.....	23
H. Modelo económico de Skoufias y Parker: Transferencias Condicionadas	24
1.2.2. Programas Sociales	
A. Fondos de Inversión Social -FIS-	26
B. Una visión macro de la política social: Estado de bienestar.....	27
C. Política de programa social de corte "particularista".....	28
D. Acercamiento al concepto de programas sociales.....	29
1.2.3. Discursos y actores políticos: Plataforma política	
A. Conceptualización de mercadeo político.....	31
B. Plan de mercadeo político.....	33
C. Definición de plataforma política.....	34
D. Definición de plan de gobierno.....	35
E. Formas de comunicación política.....	36
1.2.4. Monitoreo de Medios	
A. Monitoreo de medios escritos.....	37
B. Mediatización política.....	39
C. Opinión Pública.....	40
D. Estrategias discursivas.....	41
1.2.5. Clientelismo político	

A.	Contextualización del Policy Network.....	43
B.	Redes Clientelares.....	44
C.	Conceptualización de clientelismo político.....	45
D.	Todo comienza en la corrupción.....	48
E.	Transparencia: Hacer visible lo público.....	49
F.	Rendición de cuentas: Control del poder.....	53
II.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	56
2.1.	OBJETIVOS	
2.1.1.	Objetivo general.....	57
2.1.2.	Objetivos específicos.....	57
2.2.	ELEMENTOS DE ESTUDIO.....	58
2.3.	DEFINICIÓN DE ELEMENTOS DE ESTUDIO	
2.3.1.	Programas sociales “Mi Familia Progresá”.....	58
2.3.2.	Discurso de Sandra Torres Casanova.....	59
2.4.	ALCANCES Y LÍMITES.....	61
2.5.	APORTES.....	61
III.	MÉTODO	
3.1.	METODOLOGÍA.....	63
3.1.1.	Análisis de contenido del discurso político.....	64
3.2.	UNIDAD DE ANÁLISIS.....	67
3.3.	INSTRUMENTOS.....	69
3.4.	PROCEDIMIENTO.....	71
IV.	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	
4.1.	PRESENTACIÓN.....	73
4.2.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	
4.2.1.	Descripción de la muestra.....	74

4.2.2.	Énfasis en los Programas Sociales.....	76
4.2.3.	Descripción del contenido presentado por ambos medios.....	79
4.2.4.	Intención de los medios.....	80
4.2.5.	El discurso de Sandra Torres a través de los medios.....	81
4.2.6.	Los programas sociales, una plataforma política.....	86
4.2.7.	La presencia de Sandra Torres en los medios, antes de Postularse.....	93
4.3	LOS MEDIOS PRESENTAN LA SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL PAÍS.....	94
4.4	EN CONTRASTE, PROGRAMAS SOCIALES BIEN RECIBIDOS POR LA POBLACIÓN.....	99
4.5	PLATAFORMA POLÍTICA Y MERCADO ELECTORAL DE SANDRA TORRES, DE ACUERDO A LAS NOTAS EN LOS MEDIOS.....	100
4.6	RESULTADO DE ENCUESTAS PRENSA LIBRE Y EL PERIÓDICO.....	101
4.7	LÍNEA DE TIEMPO DEL RESULTADO ENCUESTAS PRENSA LIBRE Y EL PERIÓDICO.....	109
4.8.	COLUMNAS DE OPINIÓN DE PRENSA LIBRE Y EL PERIÓDICO	
4.8.1	Definición de una columna de opinión.....	109
4.8.2.	Análisis de resultados de la Columna de Opinión.....	110
4.9.	RESULTADO FINAL DEL MONITOREO DE MEDIOS.....	113

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1.	Acerca de los medios escritos monitoreados.....	119
5.2.	Los programas sociales en época de campaña electoral.....	120
5.3.	Sobre la noticia y columnas de opinión.....	121
5.4.	La política en Guatemala y los medios de comunicación.....	122

5.5. Los discursos mediáticos de Sandra Torres y la incidencia en los votantes.....	123
VI. CONCLUSIONES.....	126
VII. RECOMENDACIONES.....	128
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	130
ANEXOS	

RESUMEN EJECUTIVO

Se realizó un monitoreo de medios de comunicación escrita en Prensa Libre y El Periódico, que tuvo como finalidad realizar análisis de contenido del discurso mediático de Sandra Torres en relación a los Programas Sociales, durante las Elecciones Generales para la Presidencia del año 2011, así como la incidencia de dichos Programas en la intención de voto, buscando determinar su función ideológica. Dicho monitoreo de medios se realizó desde el 01 de enero hasta el 30 de junio de 2011.

Se utilizaron las tablas de cotejo, para identificar los discursos positivos y negativos de ambos medios de comunicación en relación a dos unidades principales que fueron Sandra Torres y los Programas Sociales. Durante este monitoreo, fueron analizadas en total 264 noticias y columnas de opinión, de las cuales 135 pertenecen a Prensa Libre y 129 a El Periódico.

Para identificar la incidencia en los votantes, se utilizaron las encuestas presentadas por los medios. Se observó que la intención de voto incrementó, por lo que se pudo constatar que aún con todos los señalamientos en contra, los Programas Sociales fueron el eje fundamental para que Sandra Torres lograra permanecer en el segundo lugar; a pesar de los diferentes obstáculos que fue superando desde el divorcio hasta los fuertes señalamientos por malversaciones en los Programas.

También logró identificar la importancia que tiene para un país, regular sus leyes electorales que permitan minimizar las cantidades de partidos, ya que sólo confunden al electorado e imposibilitan hacer proyectos de nación a largo plazo.

I. INTRODUCCIÓN

Guatemala a lo largo de la historia ha sido un país marcado por los diversos conflictos que las estructuras de poder enfrentan, ante la mirada desesperanzada de todos sus habitantes.

Las convocatorias electorales se han visto marcadas por un incontable número de discursos emitidos por diversos actores y difundidos en los diferentes medios de comunicación del territorio nacional.

Sin duda, uno de los más grandes temas que aconteció en Guatemala desde los últimos años, ha sido el argumento utilizado como plataforma política durante la campaña de Sandra Torres, ex esposa del que fuera Presidente de Guatemala, Álvaro Colom.

La Primera Dama durante el mandato del gobernante Colom, generó tanta controversia como simpatizantes. Todo ello se debe a las políticas públicas aplicadas en los programas sociales denominados "*Mi Familia Progresa*".

Esta serie de proyectos sociales fue una fuerte fuente de críticas debido a la supuesta falta de transparencia, pero también experimentó grandes elogios por tratar de mejorar la vida de varios ciudadanos.

Es de suma importancia para un país entender y comprender sus procesos electorales, así como para los comunicólogos analizar los efectos que éstos causan y cómo son utilizados ciertos mecanismos, como los programas sociales para manipular una audiencia.

Para lograr los objetivos de este proyecto, se estableció la metodología que consistió en el monitoreo de medios escritos, específicamente las secciones de "Nacionales" y "Columnas de Opinión" de Prensa Libre y El Periódico durante el periodo de enero a junio de 2011, en el que se realizó un análisis de contenido del discurso político de Sandra Torres Casanova y por medio de dicho análisis interpretativo del discurso político se buscó establecer la utilización que hizo con fines electorales de los programas sociales.

1.1 ANTECEDENTES

La época electoral para un partido político, supone, un bombardeo de fuerte contenido mediático y generación de opinión pública ya sea a favor o en contra. No es de extrañar que cada representante de diversas estructuras de poder busque la forma de ganar más simpatizantes a través de plataformas políticas. Pero también, es muy frecuente que en torno a éstas, surjan diversos discursos y actores políticos en contra. Es con toda esta información, transmitida por los medios de comunicación, que se genera la opinión pública.

Para efectos de investigación, a continuación se presentan una serie de trabajos, artículos de opinión y estudios que fueron la base para la construcción de los antecedentes.

En orden de presentar dichos trabajos, se muestra del ámbito internacional, recopilaciones sobre las diferentes opiniones que generan y el impacto que crea un programa social y la aplicación de políticas públicas para un país.

Rawlings y Rubio (2003) realizaron un trabajo para evaluar el impacto de los programas de transferencias condicionadas en efectivo, a través de la exploración de métodos de evaluación experimentales o cuasi-experimentales para llegar a un resumen de los resultados que arrojan programas aplicados en México, Brasil, Honduras, Jamaica y Nicaragua. Con esta finalidad lanzaron un cuestionario a hogares en los grupos de control y de tratamiento antes y después de la implementación del programa. Dicho cuestionario incluye un conjunto básico de preguntas sobre la composición demográfica del hogar; gastos y remesas familiares y condición socioeconómica y participación de sus miembros en educación, salud, migración y mercado laboral. Los programas para los cuales existen ya resultados de evaluación son Progreso México, PETI en Brasil y el piloto de la RPS en Nicaragua.

Dichas evaluaciones indican que las transferencias condicionadas en efectivo pueden ser un incentivo eficaz para la inversión en capital humano de la población pobre. De acuerdo con las autoras, debido a que a diferencia de la mayoría de programas de desarrollo, la reciente expansión de los programas de transferencias condicionadas en efectivo por la región de América Latina y el Caribe se basa en evidencia sólida sobre su impacto positivo en la acumulación de capital humano. Los resultados de las evaluaciones de la primera

generación de programas TCE en Brasil, México y Nicaragua muestran que son un medio eficaz para promover la acumulación de capital humano en los hogares pobres. En particular, existen pruebas fehacientes del éxito de este tipo de programas respecto del aumento de las tasas de matrícula, el mejoramiento de la utilización de servicios de salud preventiva y el aumento del consumo a nivel del hogar. Estos resultados han proporcionado a los responsables de formular políticas públicas pruebas empíricas respecto de la eficiencia y la eficacia, lo que además permite replicar los programas a escalas geográficas mayores y expandirlos a nuevos grupos demográficos, así como implementar ajustes necesarios para el diseño de nuevas políticas.

En su trabajo "Evaluación de Programas Sociales", Cohen (1994) pretende contribuir a la comunicación de nuevos conocimientos, tendencias y aportes de carácter teórico o metodológico adaptables a las exigencias de la problemática de un sector específico. Con un estudio de la AIID, realiza una evaluación del Programa de Promoción Social Nutricional de Argentina. Con el que logra determinar que los programas son conjuntos de proyectos que persiguen los mismos objetivos. Por ello son formulados en grandes agregados de carácter nacional, regional o provincial. Los proyectos son las unidades mínimas de asignación de recursos, cuya localización espacial se da a nivel del municipio. En este trabajo sugiere que los usuarios de los proyectos sociales constituyen un grupo con necesidades insatisfechas pero que carecen de capacidad adquisitiva para financiar los satisfactores a través del mercado. No constituyen demanda efectiva sino "social". Pese a ello, su participación es relevante para la eficiencia y la eficacia en todas las etapas del ciclo de vida de un proyecto.

Jacinto, García y Solla (2007) a través de su investigación titulada "Programas sociales: Lógicas desencontradas, abordajes acotados", buscan sintetizar y reflexionar sobre la base de los resultados de investigaciones previas (propias y otras realizadas en América Latina). Asimismo a través de los hallazgos de 2 casos del universo total al cual se orientan en el conurbano bonaerense. Estos últimos se propusieron estudiar cómo y por qué las políticas no alcanzan ni a cubrir a todo el universo al cual se orientan, ni a modificar cualitativamente la situación de aquellos que pretende incluir. Los focos del estudio se orientaron a observar en esos dos territorios, la dinámica social que genera la ejecución de estas políticas sociales estatales y privadas, los mecanismos, instituciones y acciones que se desarrollan y cómo son vividas estas intervenciones por la gente.

Las autoras logran determinar en el estudio realizado, que ambos municipios dan un nuevo significado, reorientan y orquestan los programas; y en ese proceso, adoptan criterios propios de focalización y selección de beneficiarios. Las tareas de ambos municipios respecto de la política social a nivel local son variadas y demandan recursos, tiempo y dedicación. Generalmente se concentran en la realización de actividades administrativas (administrando inscripciones, padrones, etc.), de asistencia (asistiendo en el llenado de formularios y en la realización de proyectos), de coordinación (de inscripciones y de capacitación), de promoción de actividades (ferias para la venta de productos) y de entrega de bienes y servicios.

Concluyendo, es evidente que el enfoque de políticas sociales basado en la detección de características que permitan una definición de pobreza y que se proponga la puesta en marcha de acciones diversas, cada una de las cuales trate de compensar una de las mismas puede llegar a mitigar alguna de las situaciones pero no crea las condiciones para mejorar la equidad ni brindar oportunidades reales y duraderas. Las políticas sociales así concebidas, de algún modo retroalimentan circuitos de exclusión y cuando promueven la misma, se da de manera parcial al menos en los aspectos que hacen al ejercicio de los derechos ciudadanos.

Así también, las autoras reflexionan en que la preocupación debería centrarse en la construcción de mecanismos sistémicos de integración social, mientras se trata de conocer mejor la situación de aquellos sectores marginados, para construir senderos de integración más potentes y duraderos. Y citando a Danani señalan que “El problema de las políticas sociales, en definitiva, no es su exceso, sino su déficit; no es que lleguen a quienes no las necesitan sino que no llegan a todos los que la necesitan, ni en la proporción, extensión y calidad apropiadas.”

A continuación se presentan algunos estudios referentes a la generación de opinión pública, que no es más que la suma de opiniones individuales sobre una cuestión de interés público, que ejerce cierta influencia en el comportamiento de individuo, grupo o gobierno y con lo cual se establece una correlación entre ciudadano y su sistema político.

En cuanto a la Comunicación Electoral y formación de la opinión pública, López (2000) quiere responder a una pregunta que siempre ha ocupado una posición central a lo largo de su carrera de investigación de los medios de comunicación de masas: ¿hasta qué punto puede considerarse que éstos responden con fidelidad a las necesidades e intereses de la opinión pública? Para contestar la pregunta, realiza un estudio a medios de comunicación, particularmente la prensa de referencia, en relación al proceso de formación de la opinión pública, las relaciones entre "opinión pública" y "opinión publicada". De lo cual puede observarse, en consecuencia, que la tematización efectuada por los diarios de referencia aquí analizados diverge no tanto en cuanto a los temas seleccionados sino en lo que se refiere a la importancia conferida a cada uno de ellos. Señalando que a la luz de los resultados del análisis, puede hablarse de una sincronización entre los contenidos informativos del medio y su postura ideológica. Los géneros de opinión comentan lo destacado en las noticias, y los géneros informativos seleccionan la realidad en función de lo ya apuntado por la línea editorial del periódico.

Con este trabajo se demuestra que la aparente homogeneidad del sistema mediático en las sociedades democráticas, caracterizada por una tematización de la actualidad más bien uniforme, aparece una pluralidad de visiones ideológicas y de interpretación política. También supone que paradójicamente, el monolitismo ideológico de cada medio y la diferenciación temática que pueden producir las divergencias ideológicas acaban generando ciertas formas de pluralismo. El público lector puede ordenarse en torno a los medios con ideologías afines; el público sin una opinión formada puede verse ayudado por el medio de comunicación, pero también por otras instancias sociales.

Referente al Discurso Político, Laborda (2003) escribe el "Análisis crítico del discurso político: lágrimas de cocodrilo y otros contratos comunicativos" que trata cuestiones como la sinceridad en la comunicación política y la persuasión que ejerce el político cuando se presenta en clave personal. Por medio de análisis discursivos de campañas de prensa, aplica el principio de la conciencia persuasiva en la prensa escrita, observa que se producen situaciones en que los interlocutores comparten un conocimiento similar sobre el mensaje persuasivo, es decir, un conocimiento de sus efectos comunicativos.

Así sucede cuando el diario o la revista despliega mecanismos de pedagogía de la información, de manera que identifica las secciones de noticias y de opinión, establece unos

descriptores elementales y ordenados en todas las informaciones (quién, qué, dónde, cuándo, cómo, por qué y con qué), y fomenta o simula el diálogo en las cartas al director, comunicados, rectificaciones, concursos... Una segunda modalidad de relación, desde la asimetría, indica que consiste en que tan sólo el emisor es consciente de la fuerza del mensaje. La propaganda y la publicidad extraen buena parte de su influencia de esa relación engañosa, inaparente, que por lo general está dispuesta en dos planos, el del mensaje explícito y el del mensaje ulterior u oculto. En la prensa se aprecia este giro asimétrico en las agendas temáticas de cada empresa editorial, cuando insiste en ciertas cuestiones o bien brinda un tratamiento descuidado y sesgado de ciertos asuntos.

Laborda citando a Matelart concluye en que la comunicación es una invención. Dicho de otro modo, la comunicación es una construcción de naturaleza compleja, que combina dos vertientes, la política y la técnica. La vertiente política se refiere a la intencionalidad pública y la técnica afecta a los recursos. Y los cambios en una modifican la otra. Muestras de esa precisa elaboración política y técnica son la noticia, la entrevista periodística o la prosa científica. En efecto, se observa cómo la noticia construye el acontecimiento o cómo, a su vez, la entrevista en tono personal a una celebridad pone al habla la política con el ciudadano; también, en el caso del ensayo científico, se aprecia cómo un género de especialidad produce nuevos enunciados que describen e interpretan la realidad.

Contando ya con un marco de referencia internacional, a continuación se presenta de manera más específica, en el caso de Guatemala, cómo los programas sociales han venido creciendo y formando parte de la sociedad guatemalteca y cómo se han convertido en un tema de debate político.

“Guatemala: Entre el Dolor y la Esperanza”, es la obra realizada por Martínez (1995), quien busca dar a conocer la realidad actual de la sociedad guatemalteca a través de la recopilación de datos históricos de Guatemala. El autor señala que los Estados Unidos exigieron "reformas" en la administración pública, que en realidad perseguían "purgar" a elementos no deseables que habían participado en el régimen político anterior. Por ello, orientaron la realización de algunos programas sociales (precursores de la Alianza para el Progreso), concebidos como mecanismos de control de los sectores populares. El autor también señala que Guatemala es un país rico en recursos humanos y materiales; no obstante, la mayoría de sus habitantes viven hundidos en la más desoladora miseria. Un

sistema político excluyente, tan férreo como injusto, es el generador de las crecientes desigualdades sociales; la política económica está diseñada para beneficio de una privilegiada minoría, mientras la mayoría de la población enfrenta, vulnerable, cada día un angustioso reto por la supervivencia. Una violencia sistemática ejercida desde las esferas del poder ha sido el recurso histórico utilizado para mantener esa situación.

Otto Samayoa Urrea (2005) realiza un análisis de las políticas y programas sociales en Guatemala para contribuir —mediante la revisión crítica de los procesos— a los esfuerzos que el Estado guatemalteco realiza con el fin de prevenir y eliminar el trabajo infantil, especialmente en sus peores formas y procurar así un futuro promisorio para este país. A través de Estudios del Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil, IPEC en niños y adolescentes en pobreza y extrema pobreza; realiza la selección y análisis de 42 programas sociales en 15 sectores sociales; en los que determina que los programas en donde existe mayor factibilidad de incorporar los requisitos, son los programas focalizados y compensatorios.

En dicho análisis, el autor logró identificar los elementos necesarios para poner en práctica un nuevo concepto de colaboración para la erradicación del trabajo infantil; éste consistente en utilizar los incentivos que ya existen o que se establezcan en el futuro en la política y programas sociales, para incorporar dos requisitos en el otorgamiento de incentivos o beneficios sociales. De igual manera, obtiene como resultados del estudio, que *sí existe la factibilidad, alcances y procedimientos para poder recomendar con propiedad la inclusión en las políticas y programas sociales*, y que su inclusión generaría una serie de beneficios directos e indirectos al país y al gobierno, a través de mejor imagen internacional en el cumplimiento de los compromisos adquiridos en los convenios internacionales, y en la normativa nacional.

Alejandro Urizar (2007) muestra un trabajo sobre la transparencia en la inversión social para determinar si los Fondos de Inversión Social –FIS- han cumplido con su objeto (reducir la pobreza), y si los recursos económicos destinados a los más pobres se han fugado hacia la satisfacción de intereses privados mediante la corrupción y el clientelismo.¹ El autor

¹ El clientelismo político es una relación en la que un individuo con mayor poder utiliza su influencia y recursos para dar protección o favores a otros individuos que lo reciben intercambiando servicios personales, prestigio social o apoyo político. Desde una perspectiva estructural, el clientelismo político prolifera con mayor facilidad en ambientes institucionales muy discrecionales y poco transparentes.

realiza una medición de desempeño por medio de un monitoreo ciudadano de acceso a la información pública en los FIS, entre octubre y diciembre de 2004, en una muestra representativa de siete FIS, mediante solicitudes escritas directas. Con esto, crea un mapa de riesgo sobre los niveles de concentración de poder y discrecionalidad en los fondos sociales de Guatemala, en el que obtiene como resultado que de 7 evaluados 3 fueron ponderados como alto riesgo, 3 como medio y 1 como bajo riesgo. Con el que concluye la débil existencia de mecanismos legales de acceso a la información en los FIS (solo 3 de 7) y los resultados del monitoreo (22 de 42 requerimientos no respondidos) demuestran que las estructuras encargadas de la inversión social son poco transparentes; y por lo tanto, es necesario el rediseño institucional de los fondos, programas y proyectos de inversión social, para que sin volverse burocráticos, no sigan siendo un espacio susceptible de corrupción y clientelismo político.

Acción Ciudadana (2009) realiza una “Auditoría Social sobre el programa de transferencias monetarias condicionadas *Mi Familia Progresas*”. Con dicho informe, se pretende contribuir a que *Mi Familia Progresas*, siendo el programa más importante de inversión social del actual gobierno de Guatemala (2008-2011) y que representa a su vez la entrada de una nueva generación de programas sociales, se desarrolle junto con otros programas sociales en un contexto de máxima transparencia y mínimo riesgo de clientelismo político.

Por ello, realizan un monitoreo y auditoría social al programa *Mi Familia Progresas*, que se focalizó en el ámbito local – rural. Escogieron cuatro temas que constituyen las aristas más importantes del programa *MFP*, y que permiten obtener una visión bastante completa del desarrollo del programa a nivel local: 1. El censo, 2. Los eventos de pago, 3. Los servicios públicos y 4. Las condicionalidades. Sumado a los temas anteriores y por su importancia se tomó en cuenta también las obligaciones de transparencia. El monitoreo social se llevó a cabo mediante la conformación de Comités de Auditoría Social –CAS- en 50 municipios en donde *MFP* ha implementado el programa de transferencias condicionadas. Los CAS fueron conformados y capacitados por Acción Ciudadana, dentro de los cuales participaron tanto beneficiarias (os) del programa *MFP* como líderes de organizaciones sociales locales. Y también se llevaron a cabo grupos focales.

Como resultado más importante se determinó que en términos generales la percepción sobre *MFP* es regular, ya que sobre el total obtuvo una calificación porcentual del 65 por

ciento. Esta apreciación es positiva para *MFP* si se toma en cuenta que el programa se ha ejecutado por un poco más de un año. Aunque se debe recordar que no todos sus aspectos fueron percibidos de esa manera, los cuales son susceptibles a ser mejorados para optimizar el funcionamiento de este programa de inversión social. En resumen, por municipio la calificación general del Programa *Mi Familia Progres*a es en un 56 por ciento Regular, en un 30 por ciento Buena, en un 8 por ciento Mala y por último, en un 6 por ciento Muy buena.

Con estos y otros datos estadísticos que Acción Ciudadana realizó, concluyen en que *Mi Familia Progres*a, en lo que corresponde a la información de oficio con que debe contar en su portal electrónico, según lo estipula el artículo 10 de la Ley de Acceso a la Información Pública, cumple solamente con 7 de los 24 ítems que le aplican y parcialmente con dos, mientras que no cumple con 15.

Asimismo reflexionan sobre la importancia en hacer notar que la falta de información y comunicación ha producido en *MFP* cierto desgaste político, derivado precisamente de la renuencia de las autoridades gubernamentales para brindar información sobre la gestión del programa, específicamente sobre los números de cédula y dirección de las beneficiarias (os), datos medulares para poder realizar verificaciones sobre a quienes y como se les está beneficiando.

A manera de resumen, los representantes de Acción Ciudadana aseveran que mientras se siga con dicha actitud, *MFP* seguirá deslegitimándose y sufriendo embates tanto de la oposición política como de los medios de comunicación, afectando así un programa de asistencia social que en otros países ha probado de forma técnica ser eficiente en la reducción de la pobreza y en la mejora de la calidad de vida de las personas, pero que para lograr sus objetivos se han valido precisamente de la transparencia para legitimarse y asegurarse el tiempo necesario para alcanzar sus fines.

Parte del contexto fundamental para poder comprender este trabajo de investigación, es conocer más a fondo la manera en que funcionan las plataformas políticas en Guatemala y la relevancia que han cobrado los medios de comunicación, y los monopolios que existen en éstos y cómo generan manipulaciones de la información o dicho de una forma más elegante, la creación de la agenda en las líneas editoriales. Azpuru y Seligson (2007)

realizan una serie de estudios, cuyo enfoque central es analizar las percepciones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos guatemaltecos acerca de la política y temas conexos. Así también, uno de los aspectos centrales que se intenta medir a través de estos estudios de cultura democrática, es la legitimidad del sistema político democrático y sus instituciones, así como la aceptación por parte de los ciudadanos.

Estos estudios se vienen realizando desde 1993, en intervalos de dos años. La información contenida en este VII estudio se basa en una encuesta nacional realizada en el mes de julio del año 2006, teniendo como muestra a todos los ciudadanos, no sólo a quienes participan o a quienes viven en las ciudades más grandes. Para poder sacar conclusiones válidas que abarquen a todos los guatemaltecos, debe tomarse una muestra de la población que tenga características similares en todo el país.

Como resultados obtienen que cerca del 56 por ciento de los entrevistados tienen una concepción normativa de la democracia, es decir la relaciona con procedimientos y normas del sistema. Un tercio de la población, el 32.2 por ciento, tiene una concepción vacía de la democracia, mientras que un 7.5 por ciento tiene una concepción utilitaria. Un porcentaje menor, el 4.3 por ciento tiene una concepción negativa.

Con relación a los actores políticos, los autores señalan que en el período bajo estudio continuó la atomización de partidos políticos, derivada en gran parte de luchas internas por las aspiraciones presidenciales de muchos de sus líderes. Tanto la derecha política como la izquierda, continuaron divididas en sus luchas internas, lo que no contribuyó a superar la visión negativa de la política entre los guatemaltecos; cabe recordar que el desgaste no afecta solamente a los políticos, sino a toda la institucionalidad democrática.

Como una muestra de la atomización existente en el ámbito político es el excesivo multipartidismo que todavía prevalece en el país. El amplio espectro de figuras presidenciales, partidos y candidatos a diversos cargos de elección popular no sólo es confuso para el electorado guatemalteco, sino que ahonda en la volatilidad del sistema de partidos políticos que es una de las debilidades más serias de la democracia representativa en cualquier país, señalan Azpuru et al. citando a Mainwaring.

Soberanis (2011), en un artículo opinión titulado “Opinión ciudadana y partidos políticos”, a través de El Periódico, presenta una recopilación de datos relevantes tomados de estudios

de opinión de la ciudadanía sobre diversos temas, tales como la democracia, las políticas públicas y las preferencias por partidos y candidaturas. Estos instrumentos permiten observar las percepciones de las personas, sus valores, actitudes y opiniones, su visión acerca del país y de su situación personal, así como su preferencia por candidaturas y partidos en los procesos electorales.

Tales estudios son auspiciados por grupos de interés, medios de comunicación, partidos políticos y entidades internacionales. Dos de los más recientes estudios, según señala la autora, fueron presentados en Guatemala y son titulados: “Cultura política de la democracia en Guatemala, 2010. Consolidación democrática en las Américas en tiempos difíciles”, un estudio de LAPOP para Barómetro de las Américas. El otro es “Latinobarómetro 2010. ¿Estamos a las puertas de la década de América Latina?”.

Según indica Soberanis, ambos estudios exploran las percepciones y opiniones de la ciudadanía sobre tópicos como la democracia como sistema, las condiciones económicas personales y del país, los problemas nacionales más importantes y el grado de aceptación de un eventual gobierno autoritario. Ambos estudios fueron comparados con los resultados de otros países y en ellos sobresale la situación extremadamente difícil que enfrenta Guatemala en términos del apoyo a la democracia, apoyo a un eventual golpe de Estado, el interés en la política y la simpatía por un partido político.

Sin embargo, haciendo referencia a lo puntualizado por la autora, cuando se focaliza únicamente en resultados obtenidos de Guatemala, sus efectos son los siguientes: las personas opinan que “Aunque tenga problemas la democracia es el mejor sistema”, en un 59 por ciento, que “no puede haber democracia sin Congreso”, en un 57 por ciento y que “no puede haber democracia sin partidos”, en un 60 por ciento.

Como parte de su trabajo, Soberanis muestra que se observan altos promedios en términos de participación en organizaciones sociales y en reuniones del gobierno local. En otros indicadores Guatemala se ubica en una posición intermedia, así se observa en el impacto de la crisis económica, satisfacción con el gobierno local, percepción de corrupción en el gobierno, percepción de inseguridad y con un notable 72 por ciento de satisfacción con la propia vida.

La autora concluye con que en Guatemala los partidos políticos se encargan de la realización de encuestas, para diseñar su estrategia electoral e incluso para sustentar su propaganda. Pero cuando dichos resultados, ya sea de los sondeos solicitados por ellos o los realizados por terceros, no reflejan las percepciones que tienen acerca de su caudal electoral, o la preferencia de los electores hacia sus candidaturas, suelen descalificarlos, argumentando que son sesgados o que las muestras no son representativas. Así también recomienda que si los dirigentes de los partidos políticos asumieran con interés la lectura y análisis de estos importantes estudios de opinión, así como las encuestas realizadas por instituciones serias, obtendrían valiosos insumos y elementos de juicio para comprender mejor a la ciudadanía y desarrollar sus estrategias políticas.

El artículo presentado (EFE, 2011, enero, 14) en la *Revista Estrategia & Negocios*, titulado “Partidos políticos carecen de credibilidad en Guatemala”, habla acerca de una investigación patrocinada la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), la cual es coordinada por Dinorah Azpuru, y publicada por el diario local Prensa Libre y fue diseñada en esfuerzo conjunto por el proyecto de Opinión Pública de América Latina.

Dentro de dicho estudio se obtuvo que de los 1,538 (un mil quinientos treinta y ocho) guatemaltecos entrevistados por la Asociación de Investigación y Estudios Sociales (Asies) entre enero y marzo del 2010, sólo un 29,1 por ciento dijo que confía en los partidos políticos. Por el contrario, en la investigación, con un nivel de confianza del 95 por ciento, la iglesia católica y la evangélica tienen una aceptación del 66,4 y 65,3 por ciento, respectivamente. Los medios de comunicación y el Ejército también tienen un nivel de confianza del 59,7 y 55,9 por ciento, el Tribunal Supremo Electoral (TSE) de 50,9 por ciento, mientras que el presidente de Guatemala, Álvaro Colom, del 41,2 por ciento.

Según el artículo de EFE, la misma coordinadora del proyecto dijo al diario Prensa Libre, a manera de conclusión que los partidos políticos guatemaltecos generan mucha desconfianza porque son vehículos electorales que sólo buscan el voto y se olvidan de la construcción de proyectos de nación.

Mérida (2004) en su columna de opinión en *El Periódico*, titula “Medios de comunicación social y gobernabilidad” a su escrito en el que pretende resaltar que hay periodistas, quienes

se quejan del aparente complot existente entre sus empleadores con algunos funcionarios del gobierno. Es así como a través de una encuesta realizada por la Asociación para el Desarrollo, Organización Servicios y Estudios Socioculturales –DOSES- obtiene como resultado en que los medios de comunicación tienen un 68 por ciento de influencia en las decisiones políticas del electorado.

Mientras que un reciente estudio del PNUD acerca de la democracia en Latinoamérica, indica que los medios de comunicación “tienen la capacidad de generar agenda, de predisponer a la opinión pública a favor o en contra de diferentes iniciativas y de erosionar la imagen de figuras públicas mediante la manipulación de denuncias”.

Según la interpretación de Mérida, concluye con esto, que cuando un Medio de Comunicación Social –MCS- continuamente destaca la imagen de “X” persona, institución u organización, quienes observan, leen o escuchan, son estimulados a seguir su evolución y a retener mentalmente su agenda. Cuanto más ocurre, más se especula sobre ello. La especulación es la reacción natural de quienes tratan de interpretar lo que sucede según su conocimiento y experiencia. Asimismo señala que la información e imágenes difundidas diariamente por los MCS suscitan en la sociedad diversas percepciones,² acerca de la realidad nacional e internacional.

Dentro de un informe analítico realizado en torno al proceso electoral, (Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASÍES), 2007) señala la contribución que los medios de comunicación social ofrecen durante dicho proceso. Con ello, plantean que éstos en general, desempeñan un papel destacado antes, durante y después del proceso electoral, ejerciendo una influencia decisiva en la ciudadanía.

Es así como analizan la profusión, calidad y balance de información sobre el desempeño de los partidos, del órgano electoral y de otros actores políticos y sociales; la realización de entrevistas con candidatos, políticos y expertos; la publicación de suplementos periódicos especializados; el amplio espacio dado a columnistas y orientadores de opinión para comentar el proceso en todas sus dimensiones e implicaciones; la atención prestada a las plataformas programáticas y propuestas de gobierno presentadas por algunos partidos; la

² Mérida citando a Bacon define como “Sometimientto de la mente a la influencia exterior y la reacción de adaptación a tal influencia.”

difusión equitativa y transparente de propaganda política; así como la contratación de empresas expertas en la realización de estudios de opinión, para dar a conocer, a lo largo de todo el proceso, encuestas políticas acerca del estado de ánimo y las tendencias en la intención de voto de los electores, y concuerdan que fueron determinantes para enriquecer el debate político y social.

Por ello, (ASÍES, 2007) a través del XIV Informe de observación de medios, *Cobertura de Elecciones 2007*, en la Semana del 31 de agosto al 6 de septiembre 2007 y en los medios observados Escritos: Al Día, El Periódico, Nuestro Diario, Prensa Libre y Siglo Veintiuno y Electrónicos: Noticiero Guatevisión, Noti7, Telecentro 13 y Telediario, constata cómo el nivel de intensidad alcanzado se mantuvo entre la primera y segunda vuelta.

De acuerdo con un informe de la Asociación DOSES, la cobertura brindada por los medios al proceso electoral aumentó a un ritmo promedio del 23,9 por ciento mensual, dedicando más noticias, editoriales y columnas de opinión a abordar los diferentes aspectos del proceso y de sus actores. Aunque la cobertura creció tanto en los diarios impresos como en los telenoticieros, el volumen de la misma tendió a ser mayor en los impresos.

Con esta importante y referida información se concluye que el énfasis en la cobertura electoral en los candidatos que ocupaban los cinco primeros lugares de las encuestas de preferencia electoral, fueron los más mencionados en las páginas informativas y en las secciones de opinión, ya sea como sujetos de la acción informativa o como personajes aludidos por otros actores.

Montenegro (2007), autora de “Los periodistas, los medios y el poder”, se propuso elaborar una investigación sobre el papel de los medios de comunicación como actores políticos. Este trabajo se trata de un diagnóstico sobre el estado de los medios de comunicación en sus relaciones con el Estado, el mercado y la sociedad civil, y sus proyecciones futuras, que tiene como propósito fomentar y enriquecer un debate nacional sobre el papel de los medios de comunicación en la construcción democrática. Para conocer el papel de los medios como actores políticos, la indagación se organizó alrededor de dos grandes dimensiones, a través de una serie de variables. Las dimensiones estudiadas son: a) La *actuación no pública de los medios*, relativa al proceso de producción periodística y el

gobierno interno de los medios y b) La *actuación pública de los medios*, relativa al discurso de los medios, que narra y comenta la actualidad.

El universo de estudio está constituido por los profesionales de la información que trabajan dentro de todos los medios de comunicación existentes en el país que generan noticias o tienen espacios noticiosos de información general.

Para recopilar la información se realizó una encuesta a 150 periodistas de los medios seleccionados, 57 entrevistas semiestructuradas a editores y jefes de información y a representantes del Estado y organizaciones de sociedad civil, así como seis grupos focales con expertos, líderes de sociedad civil y consumidores.

El trabajo de recolección de datos se realizó a lo largo del año 2005, el procesamiento y análisis se terminó de realizar en septiembre del 2007, dando cuenta también del cambio del contexto político mediático como resultado de las elecciones del 2006.

La autora ofrece como marco de referencia la situación general en Centro América, pues es muy parecida, y citando a Chamorro explica que el régimen de medios es “la resultante general de un rol más autónomo y crítico de los medios en sus relaciones de mediación con el Estado y la sociedad. Esto se refleja en una mejoría en el rol de la prensa en torno a tres funciones básicas: su función informativa, su capacidad de fiscalización del poder, y la promoción del pluralismo y el debate público (...) los alcances de este proceso varían de acuerdo a la experiencia de cada país.”

Es así como define que los trabajos comparativos de los datos nacionales realizados por Chamorro permiten identificar algunas tendencias que muestran los medios en la región. Continúa citando a Chamorro, quien señala que desde la perspectiva de los retos de la consolidación democrática, la democracia no se agota en las elecciones y la alternancia de poder, sino que requiere profundizar el ejercicio de una ciudadanía activa y la rendición de cuentas del poder.

Para situarse en contexto referente a Guatemala, presenta rasgos fundamentales de subsistemas de TV, prensa escrita y radio, analizados sobre la base de tipología que atiende a una variable dominante: el grado de concentración de la propiedad y el control

del mercado, o su contraparte, el grado de competencia. Marcando tres niveles diferentes de competitividad (alta, media o baja), representan tres grados diferentes de concentración de la propiedad y el mercado: Extrema: tendencia monopólica, Alta: tendencia oligopólica, con mínima competencia y Media: mayor apertura a la competencia.

Según los resultados de una tabla de cotejo mostrada en el trabajo por la autora, se muestra que Guatemala cuenta con régimen de competencia Nula en cuanto a televisión, y Alta en cuanto a Prensa Escrita y Radio. Esto supone que la televisión del país tiene un grado de concentración *extrema*, es decir, de tendencia monopólica.

A manera de conclusión, la autora hace referencia a Chamorro e indica que los medios de comunicación no son democráticos por definición, como tampoco son en sí mismos autoritarios o instrumentos de opresión de audiencias pasivas. Advierte que la experiencia centroamericana enseña que bajo determinadas condiciones, los medios pueden ser promotores de la democracia en el plano político, como también pueden convertirse en un factor retardatario cuando están controlados por grupos de poder político o económico carentes de una institucionalidad democrática.

Con estas conceptualizaciones y estudios presentados, se generan antecedentes a la intencionalidad del presente proyecto; creando una referencia al impacto que generan las plataformas políticas, sobre todo cuando éstas apelan a las necesidades más básicas del ser humano, promoviendo la creación e implementación de políticas públicas para un país.

De igual manera, se presenta el importante papel que juegan los medios de comunicación en la creación de agendas durante los procesos electorales y cómo éstos pueden encontrarse controlados por estructuras de poder aliadas a grupos políticos, en orden de poder definir líneas editoriales específicas y así ganar simpatizantes durante las elecciones.

Este último constructo es la recopilación de varios estudios e investigaciones, que perseguían determinar en el presente trabajo, la incidencia de los medios de comunicación en la intención de voto de las personas que emitían su sufragio.

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1. Políticas económicas

A. Manifiesto del Comunismo de 1848, Marx y Engels

La lucha de clases se ha dado en toda la historia de la humanidad. Es por ello que la búsqueda de una ayuda social, no es un tema nuevo. Desde tiempos muy antiguos, se observa cómo siempre existieron los opresores y oprimidos o cómo sucedían inmensas luchas de los barones de la alta sociedad contra los siervos o esclavos.

Esta lucha de clases sucedía, y aún en nuestros días continúa ocurriendo ya sea de una manera pública o bien, de forma privada; hasta que llegó una ideología diferente, logrando una transformación revolucionaria para la sociedad.

Marx y Engels (1848), plantean “la búsqueda de ver todas las clases sociales como iguales”. En las cuales todos sus integrantes pudiesen compartir los mismos derechos y obligaciones. Estos autores, desde 1835, empezaron a escribir diversos manifiestos, en los cuales mostraban nuevas formas de pensar.

Dentro de esta nueva ideología, Marx y Engels planteaban la construcción de la comunidad siendo un todo, y no sólo limitada a sus miembros a nivel individual.

Según Torres (2002), “Marx planteaba una manera de *negar* al Estado para cambiar el mundo sin tomar el poder”. Esto se hace notar en el Manifiesto del Comunismo de 1848, el cual decía que: “la historia escrita no ha sido más que la historia de la lucha de clases” y en consecuencia ellos y sus sucesores construyeron toda una perspectiva de análisis de la historia y de la sociedad tomando como eje la conflictividad social, enfatizando las contradicciones originadas en la estructura económica. (pág. 33)

Con esta revolucionaria ideología Marx buscaba favorecer a la población trabajadora que no era tomada en cuenta dentro del proceso de producción, siendo excluida de la sociedad como parte de la creación del concepto capitalista de su época.

De acuerdo al criterio de Arendt (1974), “*la fórmula marxista consistía*” en lo siguiente: “Nos declaramos en favor de la muerte del Estado y al mismo tiempo nos alzamos en pro del fortalecimiento de la dictadura del proletariado, que representa la más poderosa y potente autoridad de todas las formas del Estado que han existido hasta el día de hoy. El más elevado desarrollo posible del poder del Estado con objeto de preparar las condiciones para la muerte del Estado”. (Pág. 285).

Lo que en conclusión, el Marxismo pretendía, era acabar con el capitalismo para así llegar a tener una igualdad de clases en la sociedad, apostando a una idea “revolucionaria”, en que las personas dentro de una sociedad pudiesen tener derechos y poder ejercerlos.

B. “New Deal”

Sobre esta teoría Villani (2009) explica que la crisis económica a nivel mundial que se dio en la época del mandato del presidente Herbert Hoover, llegó a su punto de ebullición en el año de 1932. Esta época de crisis que sacudió tan fuertemente los Estados Unidos, generó millones de desempleados, que por la agonía de su desocupación marcharon frente a la Casa Blanca en Washington manifestando exigiendo al mandatario mejores condiciones de vida y oportunidades de empleo.

También el autor relata que la respuesta del gobernante fue mandarlos a reprimir con el ejército, lo que provocó un mayor descontento en la población y marcó el fin de su gobierno en 1933. Inmediato a su salida, toma posesión el candidato demócrata Franklin Delano Roosevelt.

Villani (2009) señala que aconsejado por el economista británico John Maynard Keynes, el presidente Roosevelt lanza una nueva política económica para mejorar esa crisis que afectaba al país desde 1929. Debido a la gran necesidad que existía de empleo y que la ayuda pública ya no era posible para los millones que se habían quedado sin oportunidades de ingreso; esta nueva política ofrecía un programa de obras públicas; dentro de las cuales erigidas obras de infraestructura gigantescas, urbanizando ciudades importantes en dos años, con una inmensa red de carreteras y se propusieron planes de inversión a largo plazo para incentivar la iniciativa privada y así poder recuperar la actividad económica en el comercio, la industria y los servicios básicos.

Según Casassas (2005) el *New Deal* consistía en “un conjunto heterogéneo de medidas que tenían como objetivo rehabilitar la economía a partir de acciones enérgicas en los sectores económicos y en las capas sociales que con mayor rigor estaban sufriendo la crisis. Se trataba de paquetes de recetas concretas que debían aplicarse a ámbitos concretos.” (pág. 368)

Continuando con la explicación Villani, señala que debido a esta nueva política del “New Deal”, se vio un gran crecimiento en el gasto público y la deuda de los Estados Unidos, pero de igual forma se logró recuperar la actividad económica de ese entonces.

Villani plantea que ya para 1935, el presidente Roosevelt creyó que ya el problema estaba resuelto, y comenzó a recortar el presupuesto nuevamente. Esta decisión generó un retroceso, volviendo a la crisis de desempleo, que si bien no era tan grave como la sufrida anteriormente, no fue sino hasta la Segunda Guerra Mundial que se logró explotar al máximo el empleo en la industria militar, y así se logró mejorar.

De acuerdo con Casassas, la aplicación en la práctica del *New Deal* de Roosevelt, estaba muy lejano de las materializaciones de la concepción de Keynes sobre política económica, pues referente esto, señalan que “si bien fijó una buena parte de sus esperanzas en los supuestos beneficios para la salida de la crisis de la intervención del Estado, no recurrió a los déficit presupuestarios de la administración pública como herramienta específicamente dispuesta para la estabilización del ciclo económico.” (pág. 368)

C. Teoría económica de John Maynard Keynes

Para comprender mejor la *Teoría Keynesiana*, Laidler (1980) señala que en parte, como consecuencia de la Primera Guerra Mundial, el mayor problema que enfrentaba el mundo era la falta de empleo y oportunidades para generar ingresos. La economía clásica con la que se habían regido los líderes del Estado, planteaba que ante una crisis de tal magnitud, si se hacía una disminución en los salarios se lograría un ajuste al desequilibrio que por el estaban atravesando.

El autor también indica que Keynes pensaba de forma distinta. Es por ello que el planteamiento que le hace al presidente Roosevelt, es con el fin de lograr desenredar la economía. Ya que él creía que la economía de un país era un problema estructural, que podía estar en equilibrio pero aun así sufrir las altas tasas de desempleo registradas. Para alcanzar su propósito, Keynes propone fundamentalmente incrementar el gasto público utilizando una política fiscal de impuestos y gastos gubernamentales. Y de esta manera generar una demanda adicional para así poder estimular la inversión y alcanzar una baja sustancial en los altos números de personas que sufrían la desocupación.

El objetivo principal de la propuesta de Keynes, era que el Estado se involucrara en todo el proceso económico que el sector privado ya no podía manejar, demandando una inversión en infraestructura, fábricas, casas, ferrocarriles y otras actividades para producir bienes que no eran de consumo directo inmediato, pero sí generaría nuevos empleos.

D. Pensamiento del Doctor Adrián Rogers

La teoría propuesta por Keynes causó sin dudas un enorme encuentro de opiniones, y la puesta en acción del presidente Roosevelt, llevó a varios pensadores a emitir juicio sobre la nueva política económica generada.

Uno de estos discursos generados, apunta al pastor evangélico y también Doctor, Adrián Rogers (1931), quien refiriéndose a las políticas públicas implementadas en aquellos años señala que “no se puede establecer la libertad del pobre, sobre la base de dejar sin libertad al rico.

Todo lo que una persona recibe sin haber trabajado para obtenerlo, otra persona deberá haber trabajado para ello, pero sin recibirlo.

El gobierno no puede entregar nada a alguien, si antes no se lo ha quitado a alguna otra persona. Cuando la mitad de las personas llegan a la conclusión de que ellas no tienen que trabajar porque la otra mitad está obligada a hacerse cargo de ellas, y cuando esta otra mitad se convence de que no vale la pena trabajar porque alguien les quitará lo que han logrado con su esfuerzo, eso... mi querido amigo... es el fin de cualquier nación. No se puede multiplicar la riqueza dividiéndola”.

Esta fuerte crítica al New Deal y a Keynes, la realiza el Dr. atacando de manera directa a los planes sociales o programas que proponía Keynes, pero que eran el resultado de la no adecuada distribución que concebían los neoliberales y los capitalistas del mercado.

Respecto al tema existen muchas corrientes y formas de pensamiento, debido a la evolución de la economía a través de los años. Entre ellas destacan los que dicen que para que exista una minoría millonaria debe existir una mayoría pobre, refiriéndose en que el rico basa su libertad en la esclavitud del pobre.

Sin embargo, a este tipo de pensamiento se sublevan los nuevos principios de la economía, entre los que destaca el principio de escasez. Éste indica que cierta cantidad existente de recursos, debe ser distribuida de forma equitativa, otorgando a cada integrante del grupo lo que legalmente le corresponda.

E. Concepto de Neoliberalismo

Según señala Harvey (2005), debido a las grandes crisis sufridas durante la época de 1930, se intentó una “reestructuración de las formas estatales y las relaciones internacionales después de la Segunda Guerra Mundial” para así “prevenir un regreso a las catastróficas condiciones que habían amenazado como nunca antes el orden capitalista” durante la gran depresión. (pág. 16)

Harvey (2005) citando a los sociólogos Dahl y Lindblom, indica que “tanto el capitalismo como el comunismo en su versión pura habían fracasado. El único horizonte por delante era construir la combinación precisa de Estado, mercado e instituciones democráticas para garantizar la paz, la integración, el bienestar y la estabilidad.” (pág. 16)

El mismo autor también plantea que durante esta época, se crearon diversos organismos con la finalidad de ayudar a las relaciones internacionales como la “Organización de las Naciones Unidas (ONU), El Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional” entre otros. También se incentivó “el libre comercio y la libre circulación del dólar” con la finalidad de que funcionara como reserva global. (pág. 16)

El autor resume acerca del neoliberalismo, que ya para los años 70's, la teoría keynesiana se había desmoronado, estaban sufriendo nuevamente otra crisis y el desempleo se había vuelto a incrementar considerablemente. Es así, como se busca una nueva alternativa para poder superar esta crisis que afectaba a la economía global.

De acuerdo con lo indicado por Harvey (2005), una de las propuestas supuso el hacer más intenso el “control estatal y estrategias corporativistas”. Esta nueva medida suponía hacer serios ajustes que afectarían de manera temporal a toda la población. Explotando al máximo las capacidades de todos los trabajadores “incluyendo, de ser necesario, la frustración de las aspiraciones de los trabajadores y de los movimientos populares a través de medidas de austeridad, políticas de ingresos e incluso del control de precios y salarios”. (pág. 19)

El autor indica que con este reajuste se fue instalando nuevamente el control financiero mundial, instaurando nuevamente el “sistema de bienestar”. Y que lo que el neoliberalismo proponía era obtener todos los *recursos* que se entendía eran de la comunidad y de esa manera los utilizaban para la comunidad misma.

Harvey (2005) también muestra que “una condición del acuerdo posbélico en casi todos los países fue que se restringiera el poder económico de las clases altas y que le fuera concedida a la fuerza de trabajo una mayor porción del pastel económico”. (pág. 21)

Harvey (2005) citando a Duménil y Lévy hace referencia a que “la neoliberalización fue desde su mismo comienzo un proyecto para lograr la restauración del poder de clase”. (pág. 23)

El autor también señala que era así como el neoliberalismo salía a defender a la clase alta que se había venido a pique en la época, impulsando a todos los beneficiarios de programas del Estado, a que ellos mismos trabajaran con la finalidad de que valorizaran los recursos que obtendrían e incitaba al Estado a no darles todo en bandeja de plata al pueblo, pues esto les generaría un mal en lugar de beneficio. El darles todo, propiciaría la falta de responsabilidad desencadenando un acomodamiento y falta de iniciativa por parte del pueblo mismo.

F. Aproximación al concepto de economía política

La economía comienza a formar parte de una sociedad, en el momento en que sus integrantes empiezan a producir e intercambiar bienes o servicios. Esta interacción fue formando cada vez más, parte de la sociedad y fue inmediatamente aceptada como pieza fundamental de la convivencia de todos los individuos que la conformaban. De la comprensión de este concepto, fue necesario definir el término de la “economía”, ya que ésta cada vez más se iba haciendo indispensable para que la sociedad pudiera funcionar.

Es así como surge la economía política que según Phelps (1986), “es el estudio de las distintas estructuras de retribución entre las que la sociedad puede (y, por lo tanto, debe) elegir: ¿cómo funcionan los mecanismos en un sistema existente o imaginable –los derechos legales, determinados mercados, los impuestos y las subvenciones, los decretos y las obligaciones, etc.- en la configuración de las oportunidades de los individuos? ¿Y en qué medida tienden a funcionar bien o mal?” (pág. 4)

El autor explica que de este concepto se desprende también, el estudio de la Economía de la Escasez. Esta teoría explica que “para que un bien, sea bien, debe satisfacer los deseos de una o más personas, los deseos de seguridad, comodidad, innovación, expresión, realización personal, etc. Los bienes son los vehículos que transportan las satisfacciones de los deseos humanos”. (pág. 5)

Phelps (1986) citando a Mundell, explica que “el hambre es un deseo y los alimentos (en existencia), son un recurso”.

Esto implica que dentro de una sociedad, existen recursos pero se encuentran en cantidades limitadas; por lo que la teoría supone que dichos recursos debieran ser repartidos de tal forma que éstos alcancen para todos.

G. Conceptualización de capitalismo

Astarita (2005) citando la reproducción propiciada por Weber y retomada por pensadores marxistas de tradición hegeliana; define el capitalismo como “una empresa basada en el cálculo racional, y por ello necesita normas fijas que eviten causalidades perturbadoras y

definan el espectro de lo previsible; no tolera por el contrario la administración patriarcal basada en el arbitrio y la gracia. Por eso la empresa capitalista necesita de un estado donde el administrador tenga un comportamiento calculable, esté sometido a la norma, lo que es propio de la dominación legal impersonal brindada por el burócrata, o, como suele expresarse, por el juez convertido en el primer esclavo de la ley”. (pág. 77)

En este sentido, el capitalismo es expresado como esa capacidad de los integrantes de una sociedad de tener la libertad para pensar y actuar; librándose de ser una comunidad como un todo, y logrando la oportunidad de ya no ser esclavizados. En el capitalismo, cada persona individual puede decidir la actividad económica que desea realizar y es aquí donde se hacen valer los derechos humanos de cada persona.

Este nuevo sistema surge después del feudalismo y debido a la gran oportunidad de libertad que ofrece, sobresalió sobre los otros modelos económicos propuestos anteriormente.

Ahora, ya en el capitalismo, las personas tenían derecho a tener propiedades, situaciones inimaginables en épocas pasadas.

Sin embargo, este sistema económico supone que una minoría que cuenta con la capacidad monetaria para adquirir propiedades adquiera tantas como pueda. Aquí se define a compra del trabajo a cambio de un salario, y las empresas tienen la libertad de poder adquirir recursos económicos que les permitan seguir generando ingresos y transformarlos en nuevas mercaderías o incluso en servicios.

Al surgir los derechos de propiedad, los más acaudalados o propietarios de grandes empresas comienzan a disponer de sus propios recursos; sin embargo, también van a depender de las influencias que su propio gobierno vaya ejerciendo sobre la economía.

H. Modelo económico de Skoufias y Parker: Transferencias Condicionadas

En un artículo de la revista de la CEPAL, Villatoro (2005) citando a Skoufias y Parker, indica que ellos “proponen un modelo económico para comprender en qué forma las transferencias condicionadas interactúan con las preferencias y restricciones de ingresos de las familias. Este modelo señala que las condiciones que plantea el programa afectarán

de diversa manera la asignación de tiempos en la familia, lo que dependerá de las preferencias del hogar y de su posición presupuestaria anterior a la implementación del programa. En los hogares para los cuales las condiciones del programa sean vinculantes (los niños deben ir a la escuela), el programa tendría efectos de agregación y sustitución del ingreso que reforzarían su impacto. Entre los hogares que no estén en esa situación, la intervención sólo tendría efectos en los ingresos monetarios.”

Este modelo indica que los programas de Transferencias Condicionadas –TC-, afectan de una forma directa el estilo de vida que ha llevado la familia. Es por ello, que es importante determinar cuáles son los ingresos que tiene el hogar incluyendo los que aportan los niños que realizan trabajo infantil. De esta manera, el hogar puede que no se interese en que el niño acuda regularmente a la escuela, si están obteniendo a cambio (con las TC) un ingreso igual o menor al percibido con anterioridad.

Villatoro refiriendo la cita de la CEPAL y Britto; indica que “han advertido que no se puede garantizar la conversión de mayores logros educativos en un incremento de los ingresos monetarios en el largo plazo, debido a que esta relación está mediada por variables como la calidad de la oferta educativa, la rentabilidad de la educación y el desempleo.”

Esto explica, que de cierta manera el enviar a los niños a la escuela no asegurará que en un futuro ellos tendrán ingresos mayores, puesto que hay que tomar en consideración que, como en el caso de Guatemala, la educación no es integral ni igualitaria en todo el país. También supone los diferentes tropiezos que pueden surgir, puesto que siguiendo con el ejemplo de la educación en Guatemala, muchas escuelas no son bilingües y los niños se enfrentan con las barreras del idioma con tanta diversidad cultural que existe en Guatemala. Y por otra parte, también señala que el hecho de contar con una educación no asegurará un empleo con mejores oportunidades, si en países como Guatemala la tasa de desempleo es muy grande.

El mismo autor citando a la CEPAL, “constituyen obstáculos a las intervenciones de subsidio a la demanda: i) que los padres de familia no siempre actúan como consumidores racionales; ii) que la oferta en el mercado educacional no es transparente, y iii) que la educación no puede ser considerada exclusivamente como un bien de consumo.”

Por otra parte, el autor también explica sobre las transferencias condicionadas económicas que los efectos “podrían ser limitados”, debido a las condiciones en que se encuentre la familia beneficiada. Esto indica que el darles dinero en efectivo, no significaría que los hogares lo utilizarán en una alimentación adecuada, por ejemplo, si ellos no cuentan con la educación alimenticia o si no tienen acceso a ciertos alimentos.

1.2.2. Programas sociales

A. Fondos de Inversión Social –FIS–

Los autores Pilotti y Torres, M. (2001), marcan el inicio de los Fondos de Inversión Social – FIS- durante la época de los ochentas. Indican que los FIS fueron creados con la finalidad de establecer “ mecanismos temporales”, que permitirían reponder a las situaciones de emergencia en el momento que se sufría una crisis económica y un ajuste estructural. Dichos fondos, señalan los autores, se crearon para aliviar las situaciones de pobreza que vivían los países, especialmente en América Latina.

De la misma manera, los autores plantean, de acuerdo con una definición del (Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2000:139) que los Fondos de Inversión Social en la actualidad funcionan como un componente dentro de las “redes de seguridad social”; con la finalidad de brindar apoyo y soporte a las personas que viven en pobreza y que en un momento determinado se enfrentan a las crisis económicas y a otras crisis que tienen raíz en los desastres naturales, el desempleo y el envejecimiento.

Pilotti y Torres, M. también explican cómo los Fondos de Inversión Social fueron de gran apoyo a los países latinoamericanos en cuanto a la “ejecución de proyectos de infraestructura social y económica. Asimismo, cómo éstos ayudan al desarrollo comunitario, en servicios sociales y principalmente a los procesos de descentralización del Estado.

Una conceptualización sobre los Fondos de Inversión Social que destacan los autores es que “son estructuras administrativas y financieras más pequeñas y flexibles en comparación con el resto del aparato público. Generalmente dependen de la Presidencia de la República. En respuesta a demandas específicas de las comunidades, financian y supervisan la

ejecución -a cargo de la propia comunidad, empresas privadas u organizaciones no gubernamentales- de obras de infraestructura social y económica (escuelas, hospitales, obras de agua potable y saneamiento) y la provisión de servicios de asistencia social”.³ (pág. 9)

B. Una visión macro de la Política Social: *Estado de Bienestar*

Fernández (1998) explica el Estado de Bienestar como “una creación enormemente compleja, con raíces económicas, ideológicas y sociales que se entremezclan de forma *inextricable*.”

El Estado de Bienestar, descrito por Fernández, surge en la época de la postguerra, que fundamentalmente juega un papel relevante en la seguridad social otorgada a aquellos que no eran capaces de trabajar. Dentro de los planteamientos de este *estado de bienestar*, se buscaba que todos los hombres tuvieran acceso al trabajo, pero éstos formaban parte de una masa industrial, lo que les limitaba sus oportunidades de buscar profesiones diferentes o aprender nuevos oficios hasta que se jubilaban. Durante esta época, las mujeres y personas mayores no trabajaban.

En este sentido, el *estado de bienestar* surge con las grandes necesidades generadas por la situación postguerra que vivía la población, y en éste el Estado busca brindarles bienestar a todos sus ciudadanos por igual. Lo que se comprende como los mecanismos ideados y trabajados por el Estado para poder cumplir con un bienestar social de manera universalista, es decir, a todos sus ciudadanos por igual.

Es aquí donde surge una *política social* que lleva a mejorar las condiciones de la sociedad a través de las condiciones “materiales de vida”, cubriendo diferentes necesidades como asistencia social, salud, recreación, vivienda y trabajo.

³ Pilott, y Torres, M. (2001) citando a Goodman hace una aproximación en la que definen que “la infraestructura social incluye escuelas, puestos de salud, letrinas, agua potable, cocinas, centros culturales, hogares para ancianos, y centros de adiestramiento. La infraestructura económica incluye riego, caminos y aceras, drenaje, saneamiento ambiental, puentes, electricidad y otros equipos. La asistencia social incluye programas de nutrición y de atención para niños en riesgo. El apoyo a la producción incluye mercados, reforestación y otros proyectos ambientales, bancos comunales y proyectos auto-generados. La asistencia técnica incluye adiestramiento en temas como salud e higiene. El mejoramiento ambiental, que algunas veces está incluido en el apoyo para la producción, incluye reforestación, horticultura, y otros proyectos destinados a mejorar el medio ambiente.”

Para el autor Picó (1999), el Estado ha venido involucrándose con la sociedad desde 1945, dando paso al mencionado *estado de bienestar*. Quien además indica que esta “nueva forma de Estado”, ha sido la que más ha ayudado a “describir e interpretar la estructura y el funcionamiento de la sociedad, y, entre ellas, una de las más importantes, las *clases sociales*”. (pág. 31)

El mismo autor explica para comprender el contexto, sobre las teorías de la sociedad post-industrial, cómo éstas implican que los cambios de la producción tecnológica de manera fundamental, afectan las estructuras de clases.

Dentro de su descripción con respecto a la relación entre la estructura de clases y el Estado, Picó plantea que “ha sido vista, generalmente, desde dos perspectivas, y ambas lo han considerado siempre como un mercado político.” Es así como describe el autor una de las perspectivas sobre la relación entre esa estructura de clases y el Estado.

Continuando con los planteamiento de Picó, quien citando a Lipset señala a “los conflictos de intereses de clase mediados siempre a través de la competición de los partidos políticos y al Estado como un agente políticamente neutral”. (Pág. 32-33)

En la segunda perspectiva, indicada por el autor, citando a Dahl, plantea que “las instituciones estatales son abordadas directamente por los intereses de grupo para su control particular y como base de poder político no electoral. La proliferación de programas e instituciones, por una parte, y la diferenciación de los niveles estatales, por otra, se consideran como una necesidad para que cualquier grupo de interés pueda impedir y bloquear graves injusticias, o al menos asegurarse una mínima presencia en los aparatos del Estado”. (pág. 33)

C. Política de programa social de corte “particularista”

Harris (2008) señala que durante la primera mitad del siglo XX, en los Estados Unidos, surge una teoría llama el “Particularismo Histórico” planteada por el antropólogo alemán Frank Boas, desde sus cimientos.

El autor describe que lo que básicamente Boas señala es que una sociedad tiene características particulares de otra sociedad o incluso de otra comunidad. Su teoría explica que la historia de cada cultura es completamente diferente, y que por lo tanto el comportamiento humano puede tener diversas formas también.

La teoría de Boas, el “particularismo”, plantea que así como cada sociedad tiene una historia distinta, la cultura se convierte en un “todo complejo” que para poder llegar a comprender se debe realizar a través de un método “micro histórico”. Esto quiere decir, que para poder buscar medidas de apoyo a diferentes hechos sociales, primero es necesario pasar por un proceso que permita el conocimiento particularizado del grupo social con el que se trabajará; esto debido a que su cultura, y en específico sus costumbres, sus mitos y sus religiones son diferentes de una sociedad a otra.

Es así, como esta teoría pretende brindar soluciones momentáneas de manera paliativa, convirtiéndose en políticas sociales acompañadas de sistemas de ajuste estructural – neoliberalismo- que no pretenden encontrar una solución para el “problema social”, sino que de alguna manera aminoran los serios efectos que pueden traer las crisis económicas y así responder a las demandas específicas de ciertos grupos.

D. Acercamiento al concepto de programas sociales

La pobreza puede definirse como la falta de recursos o incluso la falta de recursos públicos para poder cubrir las necesidades básicas del ser humano.

Por pobreza se entiende a una persona que no tiene los ingresos necesarios para poder asistir a un centro de salud, y que además el Estado no le proporciona la accesibilidad, por ejemplo. También se comprende como la persona que tiene ingresos menores a un determinado valor – de acuerdo con parámetros establecidos por el Banco Mundial, definen que *extrema pobreza o absoluta* equivale a vivir con menos de US\$1 al día y *pobreza* es igual a vivir con menos de US\$2 diarios-.

Es así, como vemos que la condición de pobreza va privando a los individuos dentro de una sociedad, de poder gozar de cierta calidad de vida, al no tener lo mínimo para subsistir. Esto implica que éstos individuos pierden acceso, a lo que se supone, tendrían derecho

siendo parte de una sociedad. Estas carencias son relacionadas con el poco o nulo acceso a los recursos productivos y tomando en cuenta la poca involucración por parte de las instituciones sociales y de orden político.

Para poder ayudar a los ciudadanos que viven en pobreza, el Estado trata de velar por ellos a través de *políticas sociales* que al ser implementadas se convierten en programas sociales.

Montagut (2008) define la *política social* como “la intervención pública que incide en el bienestar de las personas, ya sea cambiando, manteniendo o facilitando sus condiciones de vida”. (Pág. 19)

En este sentido se entiende a la *política social* como estrategias de planificación que el Estado realiza con la finalidad de cumplir su función social. Debido a que existe un presupuesto de gasto público social asignado, el Estado debe velar por repartir los Fondos de Inversión Social –FIS- de manera que éstos promuevan la mejora de las condiciones de vida de los integrantes de la sociedad cubriendo las necesidades básicas de sus ciudadanos.

Si entendemos esto por *política social*, comprenderemos entonces que los programas sociales son la forma en que el Estado ejecuta sus *políticas sociales*. Por así decir decirlo, es la puesta en práctica de dichas políticas.

Para poder llevar a la vida real a los programas sociales, se llevan a cabo tres procesos de los que se comprende:

- a. Estratégico: Que es la planificación en la que se realiza un amplio análisis para poder construir escenarios futuros;
- b. Táctico: Que convierte las estrategias en metas concretas para alcanzar objetivos determinados y
- c. Operativo: Que convierte los procesos y las metas en la prestación directa de los destinatarios así como la interacción con los mismos.

1.2.3. Discursos y actores políticos: Plataforma política

A. Conceptualización de mercadeo político

(Partido de Renovación Azul (PRA), 2007), en un trabajo que habla sobre el mercadeo político, para conocer a profundidad el surgimiento de éste, se lee: “Aristóteles incluso llegó a plantear un modelo de organización del discurso persuasivo con fines políticos de lo que se deduce la importancia de la palabra y de la comunicación con intencionalidad para seducir a la audiencia. Pero, no obstante, fue el desarrollo de las ciencias sociales las que dieron el impulso decisivo al mercadeo político moderno.” (pág. 5)

Para poder comprender el mercadeo político, primero es necesario un acercamiento al concepto de *sistema político* que según Toca (2007) citando a Aguirre señala que “se concibe como el conjunto de instituciones, organizaciones y procesos políticos que rigen y conforman la vida política de una determinada comunidad”. (pág. 13)

La misma autora plantea que éste sistema se encuentra en todos los países y dependerá si éstos son constitucionales porque “garantiza derechos y libertades de los individuos” o autoritarios en el caso de ser “individuos sometidos a un régimen.” (pág. 13)

Asimismo señala que “el sistema político está compuesto por dos subsistemas: el electoral y el de partidos políticos. El electoral referido al conjunto de normas, instituciones y procedimientos que regulan la organización de las elecciones, conformado por los métodos utilizados para convertir votos en escaños. El sistema de partidos políticos describe la forma en la que las organizaciones partidistas interactúan entre sí, por tanto, se pueden identificar sistemas competitivos, hegemónicos, bipartidistas o multipartidistas. (pág. 13)

Toca también indica que así como existen estas dos consideraciones de sistemas, en el mercado también surgen dos tipos distintos: uno electoral y el otro de partidos políticos; ambos corresponden a cada uno de los enunciados de los sistemas políticos antes descritos.

La misma autora citando a Herreros con respecto al *mercadeo político* propone que “los miembros de las organizaciones, políticas desde luego, influyen en las actitudes y

conductas ciudadanas a favor de ideas, programas y actuaciones de organismos o personas que detentan el poder, intentan mantenerlo o consolidarlo o aspiran conseguirlo”.

Ella misma indica que “mediante el mercadeo electoral, los partidos o asociaciones políticas, identifican las necesidades de su mercado y con base a ellas diseñan un programa o plataforma de gobierno para personalizarlo en la figura de un candidato”. (pág. 14)

Entonces, entiende que la diferencia entre un tipo de mercadeo y el otro, es que el mercadeo político “debe ser permanente”, puesto que trabaja y brinda apoyo a todas las “actividades del partido” no sólo durante proceso electoral, sino que en todo momento, éste trasciende en el tiempo.

Dentro del *mercadeo político* son identificadas diversas necesidades de quienes elegirán al próximo partido, y con ésta base se trabaja en difundir y emitir mensajes que contengan programas para apoyar las necesidades de la población, así como la creación de sus plataformas de gobierno para contrarrestar los problemas que viva la sociedad.

Mientras tanto en el *mercadeo electoral*, encontramos que éste apoya a los partidos políticos temporalmente, es decir, durante las “etapas previas a la elección”. (pág. 14)

Toca también explica que el *mercadeo político* es utilizado por los partidos políticos para poder “consolidar su reputación e imagen como movimiento” y buscan también tener un panorama más amplio sobre las percepciones que tiene la población acerca de sus ideologías y de sus propuestas básicas.

La misma autora indica que es muy importante la “segmentación” en el *mercadeo político*, pues esto permite responder de manera adecuada a las “demandas cambiantes del público”.

(PRA, 2007) un enfoque diferente, es que “en América Latina las campañas se caracterizan por la carencia de un enfoque integrador; de allí que se proponga una concepción de mercadeo político apoyada en un eje estratégico que coordine tres niveles de planteamiento y ejecución: la estrategia política, la estrategia comunicacional y la estrategia publicitaria.” (pág. 7)

B. Plan de mercadeo político

(Partido de Renovación Azul (PRA), 2007), un *plan de mercadeo político* consiste en determinar y plasmar por escrito, estrategias a seguir para fijar objetivos a través del desarrollo de diversas acciones. En dicho plan, deben asignarse tareas y planes de control que permitan cumplir esos objetivos, trazando una ruta que lleve al éxito.

(PRA, 2007) como parte de este plan, se debe realizar un análisis de la competencia, refiriéndose al resto de la contienda electoral, y definiendo lo que “un *plan de mercadeo político* debe incluir:

- ✓ Planes de Investigación de Mercado,
- ✓ Plan de Publicidad,
- ✓ Plan de Venta Personal,
- ✓ Plan de Telemercadeo,
- ✓ Plan de Productos
- ✓ Plan de Mercadeo para la Web y otros medios electrónicos.” (pág. 3)

También se plantea que el *mercadeo político* se maneja muy similar al mercadeo; y que el primero, debe definir también su producto, que por consiguiente tendrá un ciclo de vida. Según se destaca, dentro de la política se muestran básicamente tres productos que son: “el partido, el candidato y el programa o propuesta de gobierno.” (pág. 4)

Las etapas del ciclo de vida del *producto* de un partido político, comienzan su proceso de creación en el “nacimiento”, en el cual un grupo de líderes reúne una cantidad de seguidores que creen en la clara visión del dirigente o líder. Paso seguido, se observa el “despegue”, que comprende del momento en que se empiezan a conseguir adeptos⁴ que se van uniendo al grupo inicial y que van conociendo poco a poco los ideales por los que trabaja el partido. (PRA, 2007)

Continuando con la descripción de las etapas, luego se conoce la etapa del “desarrollo”, que define el momento en el que el “partido funciona a plenitud” (pág. 4). Continúa creciendo

⁴ Según la definición de la Real Academia Española –vigésima segunda edición- se entiende por *adepo* a un partidario de alguna persona o idea.

y adquiriendo más seguidores, para esta parte del proceso, ya se han establecido estrategias muy claras de lo que se pretende y han sido delimitadas las contribuciones, que también les permiten obtener ingresos económicos para financiarse.

Al haberse preparado en el desarrollo, llega la etapa de “estabilización”, que es la parte del proceso en que el partido político forma sus cimientos. Dichos cimientos, prosigue deben tener la fuerza necesaria para no perder seguidores ni votos, ya que esto llevaría al partido político al “declive”. (PRA, 2007)

C. Definición de plataforma política

Es difícil concebir una definición exacta de plataforma política, por ello a continuación se desglosan las dos palabras que componen el término para entenderlas por separado y así crear un criterio propio.

García (1980) citando la acepción del Diccionario de la Real Academia Española señala que plataforma se define como “causa o ideal cuya representación toma un sujeto para algún fin, generalmente interesado”. El autor continúa “en este sentido podemos considerar la plataforma como una especie de *programa* muy concreto y que busca una realización inmediata”. (pág. 104)

Podría entenderse entonces como *plataforma*, a un tipo de programa que trata de representar una causa, y que de esta manera logra interesar a su audiencia.

Mardones (1993) plantea que “la política es la práctica del ser humano como ser social.” (pág. 25). Y que dentro de este concepto, el ser humano no sólo se comporta de acuerdo a las leyes sociales, sino que también interfiere su comportamiento personal, es decir, su propia actitud.

Si tomamos en cuenta, los dos conceptos tanto de *plataforma* como el de *política*, podremos entender como *plataforma política*, a los programas, planes de gobierno y planes de mercadeo político que utilizan los partidos políticos para plasmar sus estrategias y darlas a conocer a su grupo objetivo determinado.

Tomando en cuenta, que para ello, el partido político debió establecer previamente sus objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo, así como las estrategias y tácticas que utilizará. Dentro de la construcción del partido político, se formará en sus líderes principales, imágenes políticas que representarán el modo de ser y de comportarse del partido político mismo.

La plataforma política se crea, con la finalidad de darle una imagen al partido, y es la base de la campaña electoral. En la plataforma política, se traza el objetivo de dar a conocer las propuestas del partido que son la base de toda la campaña.

Es muy importante resaltar que la plataforma política, se genera para poder representar a un partido político, dándole una causa específica a éste durante la campaña electoral, siendo el resultado de una mezcla del plan de gobierno trazado, los planes de mercadeo delimitados y la imagen presentada a la opinión pública sobre las ideologías del partido político.

En la plataforma política, los representantes de cada partido, indican qué van a hacer para mejorar determinadas situaciones y definen sus metas a alcanzar al momento de ser electos.

D. Definición de plan de gobierno

Un plan, es comprendido como un proyecto que busca soluciones integrales ante determinadas problemáticas y establece las intencionalidades y directrices de dicho proyecto. Este instrumento se utiliza como un conjunto coherente de decisiones explícitas para así poder destinar recursos de la manera más adecuada.

Se entiende como *plan de gobierno*, a la herramienta utilizada por los partidos políticos para plasmar en un documento la forma en que llevarán a cabo los objetivos trazados con anterioridad.

Este plan de gobierno responde a las necesidades de la sociedad, es decir, es reunir todas las estrategias y metas propuestas y describirlas para llevarlas a la acción y brindar una solución a los diferentes problemas planteados. Éste busca atender las prioridades sociales

y económicas del país; y es utilizado al lanzar la plataforma política durante una campaña electoral.

Este es pues, un plan de trabajo estratégico que se plantea a cuatro años, en el que se determinan las políticas públicas y se definen las acciones que tomará el partido, y principalmente el líder que se lanzará para Presidente, para solventar las distintas problemáticas de una sociedad.

A pesar de que el plan es diseñado para trabajarse dentro de los cuatro años de gobierno, éste de ser sostenible y atender las necesidades a largo plazo de la sociedad, de la misma manera que debe buscar promover la autosuficiencia entre sus integrantes.

E. Formas de comunicación política

Para Gerstlé (2004) es muy difícil crear una definición política como tal, pues ésta tiene varias concepciones desde diferentes puntos de vista. Con la finalidad de acercarse a una conceptualización del tema, el autor lo reduce a que “está constituida por el conjunto de las técnicas y procedimientos de que disponen los actores políticos, en especial los gobernantes, para seducir y manejar a la opinión pública”. (pág. 16)

El autor señala que también puede ser considerada como la “habilidad para manejar una imagen” (pág. 16). A esta concepción, también se le adhiere una más, en la que la comunicación política es definida como “un proceso interactivo relativo a la transmisión de la información entre los actores políticos, los medios de información y el público”, plantea el autor citando a Norris.

Dentro de los planteamientos sobre comunicación política de Gerstlé, se encuentra una “articulación de lo político con la comunicación” (pág. 22). Esto refiere a que “lo político implica lo social y la comunicación es, primeramente un prerrequisito del lazo social. Por otra parte, todo grupo o unidad política se encuentra tarde o temprano enfrentado a situaciones a las que se impone una línea de acción común, una *policy* como se dice en inglés. Pero los problemas no surgen por generación espontánea: son construidos públicamente.” (Pág. 22)

La definición de comunicación política, según el (Fondo de Cultura Económica (FCE), 2000) citando a Wincour plantea que es a partir del siglo XX que surge “la relación entre la política y los medios de comunicación modernos.” (pág. 76)

(FCE, 2000) continúa citando a Wincour, quien establece que la comunicación política en la época actual comprende un papel determinante de la comunicación en la formación de la opinión pública y en la vida política, así como lo sondeos e investigaciones de mercado que se propician mayormente en etapas de procesos electorales. Haciendo referencia a Wolton, esta conceptualización se entiende como “el proceso de intercambio de discursos políticos”. (pág. 76)

De la cita que (FCE, 2000) hace de Wincour, se obtiene también la explicación de Touraine que la señala como una “crisis de representatividad”. Indica también que Touraine dice que “los políticos se preocupan cada vez más por su imagen, en la misma medida en que ya no se definen como los representantes del pueblo, de una parte de éste, o de un conjunto de categorías sociales”. (pág. 76)

Los autores concluyen en que “si bien, la política no se reduce a la comunicación, su ejercicio se ha visto modificado por ella.” (Pág. 77)

1.2.4. Monitoreo de medios

A. Monitoreo de medios escritos

El término *monitoreo* aún no ha sido definido en el diccionario de la Real Academia Española. Sin embargo, sus orígenes provienen de la palabra monitor, que es un aparato que permite visualizar algo en la pantalla. En este contexto, entonces se infiere que monitorear es la acción de poder controlar o incluso supervisar una situación, aunque ya no sea necesariamente a través de una pantalla.

Es así, como para un trabajo de investigación, el monitoreo implica dar seguimiento a determinadas fuentes de interés, para así poder crear un informe que será sustentado con este procedimiento.

El monitoreo de medios de comunicación es una técnica que consiste en la recopilación sistemática, por medio de la cual se da seguimiento y se archiva el desarrollo mediático de un tema de interés, pudiendo ser éste de medios escritos o electrónicos o bien, una mezcla de ambos. También puede variar de acuerdo con los objetivos del monitoreo, realizándose a nivel regional, local, nacional, municipal, etc. Los resultados obtenidos de este proceso luego son sometidos a un análisis cuantitativo y cualitativo, para así poder elaborar un reporte final del mismo.

El monitoreo es, entonces, una herramienta eficaz cuya función es el procesamiento de la búsqueda, detección y clasificación de la información de los medios de comunicación para posteriormente poderla analizar y evaluar de acuerdo con los parámetros planteados.

Al tener este acercamiento a la conceptualización de monitoreo de medios de comunicación, se entiende entonces por monitoreo de medios de comunicación escritos al proceso en que se recopilan todas las noticias publicadas en los medios escritos; siendo éstas noticias, columnas de opinión, crónicas, entrevistas, propaganda y reportajes relacionados con el tema que se desea estudiar, y del cual se llevará a cabo un análisis de discurso y para fines prácticos de esta investigación, especialmente análisis crítico del discurso político.

Debido a que éste es un proceso sistemático, es muy importante delimitar los medios a los que será aplicado el monitoreo, las fechas, la estacionalidad y conocer a quién corresponden las líneas editoriales dentro de dichos medios.

Para realizar un monitoreo de medios, es de suma relevancia, describir que algunos de los medios de comunicación escrita de mayor circulación en Guatemala son: El Periódico, Prensa Libre y Siglo Veintiuno. Y el Diario de Centro América será tomado en cuenta, por tener una visión internacional y ser el diario oficial. Asimismo, todos éstos cuentan con una visión política y con columnas de opinión de referencia al tema.

Aceves (2004) explica que una definición concisa sobre el monitoreo de medios durante proceso electoral sería que, “en su nivel más básico, el monitoreo de medios para la promoción de elecciones democráticas consiste en una observación independiente e imparcial del comportamiento de los medios masivos durante el periodo electoral”. Explica varios puntos, sobre los aspectos principales hacia los que se enfoca dicha observación: 1.

¿Cómo actúa el gobierno en cuanto a “asegurar el derecho de los medios informativos para recoger y distribuir información e ideas”? 2. ¿Cómo los medios y el gobierno garantizan el “acceso de los partidos políticos y sus candidatos” para lograr una comunicación efectiva con su público objetivo durante campañas electorales? 3. ¿Cómo el gobierno y los medios aseguran una cobertura informativa exacta y equitativa sobre todos los partidos políticos y sus candidatos? 4. ¿Cómo el gobierno y los medios educan “al electorado sobre el cómo y el por qué votar”? citando a Norris y Merloe. (pág. 93)

El mismo autor también explica que los medios de comunicación se convierten en un “elemento fundamental en la construcción democrática”, debido a “su centralidad en los procesos de comunicación política, específicamente en los procesos electorales y a su capacidad para establecer la agenda de asuntos públicos”. (pág. 3)

Es debido a esto que surge la necesidad por observar con lupa cada uno de los discursos textualizados en los medios de comunicación, especialmente en este caso, en los medios escritos y en que el monitoreo de medios se convierte en una herramienta de vigilancia de la sociedad civil actual, así como en una práctica de acción ciudadana; utilizada a través de un proceso exhaustivo de recopilación, búsqueda, detección y clasificación sobre temas específicos.

Entonces, en cuanto al tema de interés del presente trabajo de investigación, para situar en contexto, se hace referencia a que el monitoreo de medios de comunicación responderá a la necesidad de los guatemaltecos por formarse una opinión pública respecto a sus candidatos, y en este caso respecto a sus políticas públicas proclamadas en sus plataformas políticas.

B. Mediatización política

Para poder comprender el impacto que pueden generar los medios de comunicación sobre la política, se hace una aproximación al concepto de *mediatización política* a continuación detallado.

(Convenio Andrés Bello (CAB), 2005) citando a Mata, las *sociedades latinoamericanas se encuentra fuertemente mediatizadas*. Expone que se entiende como mediatización al

“proceso de articulación del funcionamiento de las instituciones sociales con los medios de comunicación”. Asimismo, supone que la mediatización de la sociedad es una “cultura mediática, que nos plantea la necesidad de reconocer que es el proceso colectivo de producción de significado a través del cual un orden social se comprende, se comunica, se reproduce y se transforma, el que se ha rediseñado a partir de la existencia de las tecnologías y medios de producción y transmisión de información”. (pág. 43)

(CAB, 2005) Haciendo un análisis desde el punto de vista cultural, la mediatización “plantea la necesidad de reponer la centralidad de los medios, ya no como transportadores de un sentido añadido, sino como matriz productora y organizadora de sentido”. (pág. 43)

Es así, como se va planteando la idea que la mediatización política, no es más que la generación de opinión pública que construyen los medios de comunicación como parte de un proceso colectivo previamente establecido por un orden social.

Por otro lado, para Vomarro y Champagne (2008) se entiende como mediatización de la política al “fenómeno de legitimización de ciertos espacios privilegiados para hacer política y como dinámica productora de acontecimientos público-políticos con consecuencias sobre la distribución del poder simbólico y del apoyo social.” (pág. 18)

Así vemos que los candidatos políticos crean “identidades estratégicas” con el fin de crear ideologías y persuadir al público electoral, durante sus campañas a través de la mediatización de la política.

C. Opinión pública

Entendiendo como opinión pública está la descripción de Botero (2006), que en su trabajo “*Teoría de públicos*”, afirma que “un sistema político democrático” (pág. 138) requiere a nivel de exigencia el conocimiento de la percepción y lo que piensa la ciudadanía, expresada como la opinión pública.

Es por ello que el mismo autor, citando a Reynié, explica que “la opinión es pública, en dos sentidos. En primer lugar por ser la opinión compartida o la opinión de la mayoría y en segundo lugar por ser una opinión publicada, gracias a que se publica”. (pág. 138) Es por

ello, que para las sociedades modernas, la opinión pública se ha convertido en una de las bases fundamentales que la constituye.

Es así, que vista desde una perspectiva informática, la opinión pública genera procesos de comunicación. De esta manera, los partidos políticos buscan la utilización de la opinión pública ya que quieren tener acceso al poder y así poderlo ejercer.

Un gobierno democrático, se convierte en un gobierno de opinión, ya que sin ésta última no puede existir la democracia. La opinión pública, de cierta manera ejerce influencia en la manera de comportarse y conducirse de un individuo, grupo social o gobierno, es así un conjunto de opiniones que establecen una relación entre la ciudadanía y el sistema político.

Rescatando una definición de Botero (2006) sobre la opinión pública se extrae que “es un juicio más o menos generalizado entre la población respecto a los asuntos que son de conocimiento colectivo”. (pág. 139)

También señala el autor, que uno de sus “alcances se refiere a la fiscalización de las acciones del gobierno y, en particular, de los actores que actúan en éste.” (pág. 139)

D. Estrategias discursivas

(Universidad de Santiago de Compostela (USC), 1998) “En los sistemas democráticos modernos, la información se genera y reproduce a través de canales especializados, como son los medios de comunicación, de manera que éstos constituyen un elemento inseparable e imprescindible para la transmisión de información. Estos medios se muestran como el espacio en el que se genera, mantiene y desarrolla la influencia, ya que son uno de los principales mecanismo a través de los cuales se forman la opinión pública y se concretan los intereses políticos, sociales, económicos,...”. (pág. 167)

De igual forma plantea que en el momento en la información cumple su función de satisfacer las necesidades de conocimiento, sirve para la formación y formulación de opiniones. Así también, en el caso de los *mass media*, se convierte en “configuradores de pensamiento”, siendo más que simple instrumento de información, y simultáneamente siendo “seleccionadores de las cuestiones susceptibles de discusión pública”. (pág. 167)

Hacen referencia al acceso a medios de comunicación, como “poseer un poder social”, refiriéndose al “ambiente que crea, la atención y el mimetismo que despierta”. Un aspecto de gran relevancia que señalan es que “el medio actúa como un espejo que refleja la realidad social y, al mismo tiempo, es el lugar en el que se crea ésta”. (pág. 167)

Sobre las “actuaciones pacíficas basadas en la imaginación”, las editoras Ledo y Krohling (1998) proponen que “uno de los objetivos de cualquier organización que pretende tener influencia social es llegar a la opinión pública por los mecanismos más rápidos y amplios, como es el caso de los *mass media*. Estas pretensiones se delimitan en una intencionalidad movilizadora de los individuos, acerca de la educación y sensibilización social sobre determinadas temáticas.” (pág. 170)

Bouza (2001) describe que “la estructura discursiva responde a unas intenciones comunicativas específicas” (pág. 651). Aquí trata de explicar que dentro de las diferentes partes del discurso, en éste se pueden definir las que indican una orden, consejo o petición.

La autora también señala que dentro de las estrategias del discurso se observan “varios actos promisorios que ponen de manifiesto la estrategia discursiva del emisor (incitar a la compra, hacer creer) y que responden a situaciones de comunicación caracterizables.” (pág. 651)

Bouza citando a Cicural también plantea que “el texto está construido alrededor de una intención comunicativa dominante, un macro acto global: *la persuasión* (función conativa / persuasiva predominante) y cuya intención está preparada y justificada”. (pág. 651).

La misma autora señala que “en la enunciación del acto de discurso, el emisor da a la oración (por medio de la modalidad pragmática y de los elementos léxicos de gran valor apreciativo), una fuerza elocutiva particular, fuerza que atribuye al acto de lenguaje su función comunicativa.” (pág. 652)

Con esto como base, propone la autora, que la finalidad de la estrategia discursiva es lograr un “efecto comunicativo del locutor”, con el firme propósito de que su discurso “sea comprendido”. (pág. 652) Busca también que el receptor responda de una manera apropiada, causando un efecto interactivo en “los diferentes actos del lenguaje que estructuran el texto”. (pág. 652)

1.2.5. Clientelismo político

A. Contextualización del *Policy Network*

(Universidad de Valencia, 2008) El *Policy Network* se crea en diciembre del año 2000, contando con la participación y apoyo de Tony Blair, Gerhard Schröder, Giuliano Amato y Göran Persson, quienes consolidaron su conceptualización en las Conferencias del Gobierno Progresista en Nueva York, Florencia y Berlín. Dichas conferencias continuaron a lo largo de los años, siendo sedes diferentes países a nivel mundial.

De acuerdo con el trabajo de la Universidad de Valencia sobre esta red progresista, el objetivo primordial de *Policy Network* consiste en “la promoción y el intercambio mutuamente beneficioso de ideas para el desarrollo de una política progresista por parte de renovadores situados en el centro-izquierda” (pág. 19). En este sentido *Policy Network* vino a facilitar el diálogo entre políticos, gobernantes y expertos en toda Europa y del resto del mundo.

El mismo trabajo de la Universidad, relata cómo la *Policy Network* “proporciona un foro para promover debate y compartir ideas, y para facilitar una renovación permanente.” (pág. 19)

Dentro de este contexto, se plantea la necesidad de los gobiernos y partidos progresistas de Europa de poder enfrentar los problemas similares que tenían y de esta forma buscar nuevas soluciones para resolverlos en la social-democracia moderna.

La Universidad de Valencia también afirma que “cada día aumentan los miedos por la seguridad –económica, política y social- y se observan contradicciones entre las tradicionales políticas para el Estado del bienestar y las políticas de empleo, que se imbrican con los cambios acelerados en el ámbito de la ciencia y la tecnología, y las transformaciones de la esfera global” (pág. 20). Y con esto plantea que toda esta situación debía ser abordada de una manera conjunta, como parte primordial de una necesidad fundamental dentro de la renovación democrática.

El texto relata que los comienzos de *Policy Network* sobre el Modelo Social Europeo, surgen durante la presidencia británica de la Unión Europea, y su tarea principal ha sido la investigación de diferentes instrumentos que puedan ser utilizados para adaptar los

diversos modelos de Estados del bienestar europeos a los desafíos constantes del presente siglo XXI.

“Desde su creación en el año 2000, en Europa y en el resto del mundo, la Policy Network ha intentado contribuir a la nueva agenda política del centro-izquierda.” (Universidad de Valencia, 2008:21)

B. Redes clientelares

Para comprender cómo funcionan las redes clientelares, primero comenzaremos con la definición del espacio social. Según Isunza (2005), éste se divide en *campos o esferas*, en las que los sujetos se interrelacionan en torno a una cantidad de bienes sociales, al mismo tiempo en que la distribución de los mismos se convierten en disputas frecuentes.

Dichas distribuciones son ejercidas por diversos actores sociales, quienes en conjunto producen, dividen e intercambian dichos bienes en estructuras socioculturalmente definidas, explica el mismo autor. “Los espacios de contacto entre los sujetos societales⁵ y estatales, que denominamos Interfaces⁶ Socio-Estatales (ISE), están conformados por sujetos que entran en relación, bien por la iniciativa de demandas o participación ciudadanas, bien por la factibilidad de una política pública.” (Isunza, 2005:18)

La sustentación de una lógica relacional intrínseca tanto del subsistema del Estado como el de sociedad civil, permite un desarrollo de las interfaces socioestatales, permitiendo así una perspectiva contemporánea de los análisis de redes, a través de las cuales se pueden encarar dichas relaciones en toda su riqueza, explica el autor.

Quien también señala que “el uso del Análisis de Redes Sociales (ARS), implica atender tanto a los actores como a sus relaciones, por lo que cualquier relación social entre los actores puede ser entendida como un intercambio (de bienes materiales, de información, de prestigio, etcétera).” (Pág. 19)

⁵ Se empleará el concepto “societales” para referirse a los actores de la sociedad civil, es decir, no estatales ni mercantiles.

⁶ Interfaz es un espacio de intercambio y conflicto en el que los actores se relacionan intencionalmente, y donde entran en juego los proyectos, fuerzas y estrategias de los actores (estatales y societales) concernidos. (Isunza, 2005:18)

Retamozo (2009), define las *Redes Clientelares* como espacios para “procesar demandas sociales de forma más o menos informal”. (pág. 197)

El mismo autor señala que llegó a un punto en que las redes colapsaron pues los mecanismos clientelares se sobrecargaron y se saturaron.

Retamozo explica que “la escasez de recursos frente a la demanda hizo aún más evidente funcionamientos clientelares significados como ilegítimos debido a la informalidad en la asignación de recursos que sitúa a las personas *beneficiarias* ante arbitrariedades, discrecionalidades, incertidumbres y la recepción de la ayuda regida por tiempos electorales”. (pág. 197)

También plantea las disputas y tensiones producidas debido al procesamiento y construcción de demandas sociales. En este sentido, las organizaciones de desocupados se volvieron más conflictivas al momento de obtener la gestión de ayuda social.

C. Conceptualización de clientelismo político

Corzo (2002) entiende como concepto de *clientelismo político* a “la consecuencia de una relación personal de intercambio, en el ámbito de la política, que se establece de forma voluntaria y legítima, dentro de la legalidad, entre los que pueden ocupar u ocupan cualquier cargo público y los que desean acceder a unos servicios o recursos públicos a los que es más difícil llegar, de no ser por este vínculo o relación. Se trata de un intercambio extrínseco entre partes, que beneficia a ambas, porque su situación de desigualdad funcional no afecta al intercambio que ambas partes requieren para alcanzar sus fines.” (Pág. 14)

Para comprender mejor este concepto, podemos situarnos en los procesos electorales, en los que los partidos ofrecen paliativos sociales a cambio de apoyo para poder obtener adeptos políticos. Así es como surgen los clientes, explicados a continuación.

(Auyero, 2001) De acuerdo con la literatura sobre *clientelismo político* se entiende por *clientes* a los “agentes que dan apoyo político a un mediador/puntero o patrón a cambio de bienes, favores o servicios particulares.” (pág. 166)

El autor también señala, que estos actores, denominados *clientes* son los que “asisten a los actos, apoyan a este o aquel dirigente político, y –usualmente- votan por el partido del que “reciben cosas” como: “un trabajo, un remedio, una chapa para el techo, un par de zapatillas para sus hijos o hijas, un choripán el día del acto, etc.” (pág. 166)

Lamentablemente el clientelismo político se convierte en un paliativo social, el cual sólo busca alcanzar votos, pero dejando de lado los aspectos más importantes por abordar dentro de una sociedad.

Auyero también señala que “los testimonios sobre el funcionamiento del clientelismo provienen usualmente de políticos de la oposición, de periodistas y de líderes barriales.” (pág. 166)

De acuerdo con el análisis del mismo autor, citando conceptos de clientelismo político de otros autores, surgen muchos temas de discusión dando al tema factores determinantes negativos, tales como la “*privación económica* de Menéndez, *falta de cultura cívica y persistencia de la cultura de dependencia* de Putnam”. (pág. 166)

Pero Auyero plantea también una visión diferente del asunto. Sobre esto también escribe Durston (2003), que explica que “el clientelismo no es un simple mecanismo de dominación sino también un capital del cliente”. (pág. 27)

Como explica Auyero diversos estudios académicos de las prácticas clientelares tratan de ver a los clientes como agentes “que responden mecánicamente a incentivos materiales.” (pág. 177) Sin embargo, dichos estudios sólo siguen modelos de acción social normativos o acción racional, sin discutir sobre teorías explícitas de la acción social sobre las que basan su comprensión de las prácticas clientelares.

Los modelos de los estudios antes mencionados son guías insuficientes para poder comprender las prácticas clientelares, esto debido a que no conceptualizan adecuadamente el carácter reflexivo, retenido por medio de experiencias cotidianas aprendidas de estas prácticas y la forma en que están enraizadas en tradiciones culturales y políticas. Es por ello que el mismo autor señala que dentro de este contexto, las prácticas clientelares “no son producto de una norma ni del cálculo racional sino, elecciones prácticas aprendidas en

el tiempo y experimentadas en la vida cotidiana como resolución de problemas. Los clientes resuelven sus problemas, y en el proceso aprenden una relación de subordinación, aprenden límites, cosas a hacer o no hacer”. (pág. 177)

Auyero citando a Burgwald y Scott, indica que “los clientes desarrollan una explicación pública sobre lo que están haciendo y otra elucidación oculta sobre las razones de sus acciones”. (pág. 177)

Según González (1997) el concepto contemporáneo de clientelismo político, surgió en las universidades británicas, siendo continuados por Estados Unidos, para luego adentrarse en América Latina.

Lo que el autor recopila de varios autores, como la esencia del clientelismo político es que “las limitaciones energéticas de un sistema de producción en cuyo desarrollo no existen factores tecnológicos y/o fisicoquímicos de despegue, vuelven dependientes a unos individuos de otros, sea cual sea su estatus y rol social, acrecentando el equilibrio del sistema.” (pág. 18)

González citando a Graziano explica que el clientelismo tiene “un fundamento estructural en la sociedad humana”. Asimismo señala que en el clientelismo surge una dialéctica entre el líder y aquellos que lo siguen, esto se da en la medida en que ese líder permita a sus propios seguidores lograr el acceso a recursos escasos de orden económico.” (pág. 23)

Con todo lo explicado anteriormente como base, se puede concluir que el clientelismo político surge como consecuencia del interés de diversos estudios antropológicos por investigar las relaciones de los actores políticos, principalmente los vinculados a los partidos políticos.

Se comprende entonces, que el clientelismo político surge en la misma medida en que es fundamental la movilización de apoyos para el gobierno, y de esta manera la creación de redes clientelares se convierte en una herramienta para poder generar filiación política.

D. Todo comienza en la corrupción

La Real Academia Española en su vigésima edición, señala el concepto de *corrupción* como “en las organizaciones, especialmente en las públicas, práctica consistente en la utilización de las funciones y medios de aquellas en provecho, económico o de otra índole, de sus gestores.”

Para tener un acercamiento a lo sucedido a través de los años y cómo se ha ido conceptualizando la corrupción, Reyes (2008) realiza una descripción para comprenderla. Desde sus fundamentos más básicos explica que “en el discurso diplomático una de las más útiles y frecuentes ficciones ha sido precisamente la de homologar a los estados-nación: ningún estado es superior a otro, no hay reminiscencia, y, por lo tanto, tampoco es válido hablar de morales más sólidas o superiores. Pero las diferencias son inocultables. La trampa argumentativa no podría ser más evidente si la corrupción en última instancia remitía a un problema de moral popular, y si la discusión sobre la moral era incompatible con el discurso diplomático, pues entonces quizá lo mejor era guardar silencio sobre el asunto. Sin embargo las duras realidades, lentamente obligaron a replantear la tesis de fondo.” (pág. 11)

(Reyes, 2008) La corrupción hasta principios de la década de los noventa, había sido interpretada con una verdad común estadística, la cual afirmaba que en orden de que los niveles generales de desarrollo fueran incrementando, ésta iría desapareciendo.

Sin embargo, existía algo dentro de esta tesis, de lo cual no estaban completamente convencidos ciertos estudiosos, por lo que decidieron releer el tema y plantearlo de nuevo. Dentro de estos pensadores, surge la nueva tesis planteada por Peter Eigen.

Según señala Reyes, Eigen era un ciudadano alemán que había trabajado por muchas décadas para el Banco Mundial. Sin embargo, al ser un importante funcionario, se percató que las políticas que el banco utilizaba, servían de poco frente a las dramáticas consecuencias del “Factor C” –nombre con el que el Banco Mundial se refería a la corrupción, pues hasta ese entonces no la abordaban de forma directa-.

A partir de esta importante determinación, el mismo autor explica, que Eigen decide separarse del Banco Mundial, e iniciar su propia lucha contra la corrupción, desde una perspectiva muy diferente.

Es en 1993, cuando el abogado Peter Eigen crea una organización civil llamada *Transparency Internacional*. Al fundar esta empresa, la palabra transparencia comienza a aparecer y se liga de manera directa al léxico político. (Reyes)

El concepto empezó a tomar cada vez más fuerza y por ello ya se comprendía que la corrupción debía ser medida de alguna manera. Por ello, la institución fundada por Eigen comenzó a determinar factores importantes que fueron sus principios básicos. Dentro de ellos se comprendía a la corrupción ya no sólo como simple dilema ético y moral, sino también, como un gran obstáculo que obstruía el desarrollo de las naciones, relata Reyes.

“La corrupción además es un fenómeno de carácter internacional que debe ser evaluado, medido y expuesto sistemáticamente, sin ningún tipo de consideraciones diplomáticas o políticas. Sólo así podrían encontrar soluciones de carácter científico”, con esta aseveración de Reyes se concluía que “la tesis desarrollista comenzaba a tambalearse. Quizá no es que sean menos corruptos por ser desarrollados, sino a la inversa, son desarrollados por ser menor corruptos. Por décadas leímos el asunto de cabeza.” (Reyes, 2008:12)

E. Transparencia: Hacer visible lo público

Para conocer el concepto de transparencia es primero necesario tener un acercamiento a la historia, y entender cómo se fue desarrollando a lo largo de los años. Rodríguez (2008) estudia este fenómeno y lo sitúa en tiempos tan antiguos como los de “Aristóteles y Platón, pasando por Kant, Bobbio, Habermas, hasta llegar a John Rawls y muchos otros clásicos contemporáneos”, señala el autor. (pág. 6)

Rodríguez ilustra que la transparencia ha sido una idea que ha permanecido a lo largo del tiempo, y ha estado presente en casi todos los grandes sistemas de elaboración política. Para el siglo XVII, esta concepción se convirtió en pieza profunda y absolutamente clave e importante para la gran corriente liberal gracias a los tratados de John Locke.

Citando a Locke, el mismo autor relata "...el poder político sólo se puede comprender si lo derivamos de su origen, de aquel Estado en que todos los hombres se encuentran por naturaleza... libremente, dotados de las misma ventajas y por lo tanto, depositarios de los mismos derechos, derechos que le otorguen el poder tener vista de cómo proceden las cosas del Estado", finaliza. (pág. 6)

Poder definir un concepto para *transparencia* no ha sido tarea fácil, pues con cada nuevo pensador a lo largo de siglos, han surgido diferentes explicaciones. Tal es el caso de Platón, quien situaba el conocimiento de las verdades de la política como un asunto que debía permanecer privado a un selecto grupo en el que se encontraban los reyes, los aristócratas y el gobernante que estaban por encima de toda la plebe. Dos mil años después, Rawls propone totalmente lo contrario: los políticos y gobernantes estaban obligados a razonar públicamente todas las acciones y decisiones que tomaban, y éstos debían rendir cuentas a los gobernados, señala Rodríguez.

Para el mismo autor, "la transparencia debe acabar tocando asimismo a los poderes fácticos (las grandes empresas, las corporaciones, los sindicatos, medios de comunicación) en tanto generadores de bienes públicos. Pues bien vistas las cosas, las decisiones, acciones y omisiones de esos grandes actores sociales pueden alterar profundamente la vida y la convivencia social." (pág. 8)

A manera de conclusión explica que aquello que puede cambiar o incidir en la vida de las sociedades, eso que entraña el poder, debe sujetarse a escrutinio público y debe ser sujeto al acceso a la información.

Vergara (2008) define transparencia dentro de un contexto organizacional como "el compromiso que establece una organización gubernamental por dar a conocer al público que lo solicite la información existente sobre un asunto público. Esta información puede tomar muy diversas formas y referirse a distintos aspectos de cómo la organización está tratando los asuntos públicos, por ejemplo: remuneraciones de los servidores públicos, monto y distribución del presupuesto, costos administrativos de los programas, criterios de decisión, etc." (pág. 18)

El mismo autor señala que transparencia significa entonces que toda la información existente y que suceda alrededor de los aspectos del gobierno esté a disponibilidad del público en general que desee conocerla, exceptuando únicamente aquella información que haya sido catalogada como confidencial.

Sin embargo, Vergara comenta que dentro de organizaciones tan complejas como lo son las burocracias, a pesar de que todos sus miembros comparten recursos humanos y materiales, en muchas ocasiones sucede lo que técnicamente se denomina *asimetría de información*. Este término comprende que dentro de la organización existe un alto nivel en la división del trabajo y en consecuencia la información es distribuida en forma desigual, pues unos tienen información y otros la ignoran y así en viceversa.

Según Peschard (2008), con el transcurrir de los años los partidos políticos han ido ocupando sitios cada vez más importantes conforme la democracia va avanzando. Es así que paulatinamente, las sencillas asociaciones de ciudadanos voluntarios, que se unen por una idea o una causa, elección tras elección se convierten en *poderosas maquinarias electorales* y se apropian de facultades políticas decisivas y exclusivas.

La misma autora explica que a partir del año en que inicia la transición democrática, en 1977, los partidos dejaron de ser organismos externos o ajenos al Estado, convirtiéndose en una parte primordial de éste y formando parte de su operación en el día a día, así como de las decisiones cruciales que ahí se toman. Lo que desencadenó en la denominación de “Estado de Partidos”.

Continuando con la explicación de Peschard, indica que debido a que los partidos políticos se han transformado en un organismo de suma importancia y residen dentro del Estado, así como se han visto marcados como uno de los organismos de interés público más conocidos y a su vez los más importantes para la sociedad, éstos deben ser sujetos de transparencia así como del acceso a la información pública.

En este sentido, fue hasta 1974, luego del escándalo de Watergate, que se comenzó a cumplir con disposiciones sobre financiamiento de campañas y divulgación de recursos de los partidos. Inmediato a esto, se aprobó la Ley de Acceso a la Información de los Documentos Públicos de los Estados Unidos. (Peschard, 2008)

Según Peschard, "...existe una preocupación generalizada por la transparencia de la gestión pública. Con mucha frecuencia, los medios de comunicación reportan que alguna dependencia de gobierno echó a andar un programa, poniendo énfasis en quiénes lo diseñaron y dentro de qué marco normativo, qué objetivos se persiguen, qué costos conlleva su desarrollo, o qué mecanismos permitirán evaluar su rendimiento; en fin, hay un mercado para la cobertura informativa de las acciones y decisiones públicas, es decir, hay un público interesado en la difusión del quehacer del gobierno." (pág. 12)

La necesidad de la transparencia dentro de los actores públicos, ha sido generada por una demanda que exige conocer la forma en que las decisiones son tomadas y cómo funcionan, pues estas tareas públicas afectan a la sociedad en general.

La misma autora señala que el hecho de dar visibilidad a todos aquellos aspectos que suceden entorno a las oficinas gubernamentales responde al "principio clásico de la democracia liberal que sostiene que el poder requiere de controles y límites para frenar sus eventuales abusos, es decir, para evitar que sea impune o arbitrario." (pág. 12)

Para un país democrático, será entonces de suma relevancia el ser transparentes, es decir, visibilizar la información con respecto al manejo de las entidades gubernamentales y del Estado.

Peschard aclara la importancia de la transparencia, pues éste debe ser un requisito fundamental de un gobierno que aspire a ser democrático, lo que significa que desde su origen surgió y creció dentro de un proceso electoral libre, justo y competido. Pero a pesar de ello, también se debe entender que será medido durante toda su gestión, mientras operacionalice las diversas actividades que tiene bajo su cargo.

En este sentido, la misma autora propone que "la transparencia es una de las variables de la ecuación de la gobernabilidad democrática. La alta valoración social que ha adquirido la democracia ha generado, en buena medida, la demanda de transparencia de la gestión pública, pero además, el déficit de satisfacción social frente al desempeño de los gobiernos surgidos de procesos electorales democráticos ha acentuado esa exigencia." (pág. 14)

Por ello, se puede concluir en términos general que la transparencia sí ayuda en una manera relevante a la mejora del desempeño de una organización, aunque se deba tener en cuenta que para que éstas funcionen correctamente, deben contar con mucha discreción, señala Vergara (2008).

Es importante recordar que “el poder político siempre pertenecerá a la esfera de lo “público” pero puede (o no) ejercerse de manera transparente, abiertamente, públicamente. En un Estado democrático, para serlo realmente, el poder debe ser un poder público abierto a los privados. Por el contrario una característica común a los gobiernos autocráticos y absolutos, los poderes públicos (en el sentido de políticos) pero que se ejercen en secreto –*arcana imperii*-, a espaldas de la gente.” (Garzón, 2008:8)

Comprendiendo lo que transparencia implica, surge otro componente importante que forma parte del acceso a la información, la publicidad.

La publicidad según Gramajo (2003) “permite la accesibilidad a las fuentes de información administrativas”. (pág. 60) Es por ello que el principio que señala el autor, bajo el que se basa la publicidad, consiste en democratizar el control, a través de los procesos de acceso a la información, dentro de la actuación a nivel administrativo.

F. Rendición de cuentas: control del poder

Schedler explica que la esencia de la política radica en el poder. Sin embargo, también señala que desde los tiempos de pensadores clásicos se sabía que al llegar el poder, también llegaba la necesidad de controlarlo.

El mismo autor propone que “la noción de rendición de cuentas tiene dos dimensiones básicas. Incluye, por un lado, la obligación de políticos y funcionarios de informar sobre sus decisiones y de justificarlas en público (*answerability*). Por otro, incluye la capacidad de sancionar a políticos y funcionarios en caso de que hayan violado sus deberes públicos (*enforcement*).” (pág. 13)

Schedler citando a Hickok, señala otro concepto para el término de rendición de cuentas, aproximándolo a lo que en la lengua inglesa se conoce como *answerability*. Esta

representación indica que se puede definir como rendición de cuentas a “la capacidad de asegurar que los funcionarios públicos respondan por sus acciones”. (pág. 14)

De acuerdo con lo explicado por Gramajo (2003), la rendición de cuentas es basada en un principio básico, éste es el que los distintos organismos del Estado están obligados a controlarse entre ellos mismos con el fin de mantener un equilibrio. “Normalmente en un Estado democrático el ejercicio contralor lo ostenta el Organismo Legislativo, quien aprueba el presupuesto de gastos, pero al mismo tiempo tiene la potestad de exigir, controlar y verificar el gasto público”, enfatiza. (pág. 61)

Continuando con la explicación de Schedler, el autor señala que la importancia en la rendición de cuentas consiste en divulgar datos necesarios, ejerciendo el derecho a recibir información. Sin embargo, también consta de la justificación al recibir por derecho una explicación sobre el actuar correspondiente al ejercicio del poder, estableciendo así una relación directa entre los actores y los que exigen la rendición de cuentas.

El mismo autor también amplía su explicación señalando que aquellos actores involucrados en exigir las cuentas, no sólo las cuestionan eventualmente, sino que también sancionan y castigan los comportamientos inadecuados de los servidores públicos.

Isunza (2005) citando un libro de su autoría (2001) explica la rendición de cuentas dentro del concepto de proyecto político planteando que “cada actor porta un acervo de conocimiento (normas, valores, estrategias cognitivas) que se traduce en ciertas regularidades de la acción. El trasfondo de sentido de la acción hace posible que los sujetos sociales pongan en práctica las semánticas sociales que constituyen y que les constituyen; desde el trasfondo profundo y el trasfondo local hasta la red de estados intencionales y las manifestaciones superficiales de estas semánticas sociales, los sujetos sociales comparten cosmovisiones que se traducen en proyectos políticos.” (pág. 21)

El mismo autor explica que la participación ciudadana es definida por proyectos políticos democratizadores, bajo el concepto de *compartir el poder*. Esto implica que la participación ciudadana se ve involucrada en la efectiva aplicación a través de las interfaces socio-estatales, las cuales proponen derechos y no sólo la representación de intereses.

Isunza plantea que la Rendición de Cuentas tiene un elemento de “control común de la cosa pública”. (pág. 22) Con esta aclaración el autor confirma la concepción respecto a la rendición de cuentas que pueden aparecer en las elecciones; dentro del equilibrio mutuo del control entre poderes del Estado; en las movilizaciones sociales a través de los usos de mecanismos de medios masivos de información; y permitiendo una rendición de cuentas proponiendo un control social de lo público, estableciendo así una nueva opción para la participación ciudadana que pretende la responsabilidad política de los servidores públicos, sean éstos electos o no.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El 59% de la población de Guatemala vive en los rangos de pobreza y extrema pobreza, de acuerdo con datos de la Encuesta de Condiciones de Vida (Encovi 2014). Extensas áreas del territorio guatemalteco, principalmente las zonas rurales del país, carecen de servicios básicos como agua potable, drenajes y energía eléctrica. Uno de cada dos niños menores de cinco años padece de desnutrición crónica debido a la pobreza. A pesar de que los Acuerdos de Paz suscritos en 1996 entre el Gobierno y la antigua guerrilla, los cuales pusieron fin a la guerra interna de 36 años que vivió el país, contenían una agenda de nación a seguir para solventar los problemas estructurales de Guatemala y, por consiguiente, ubicar al país en la ruta segura hacia el desarrollo, éstos no se cumplieron y la desigualdad y marginalidad que afecta a más de la mitad de los guatemaltecos se profundizó.

Aunado a esta situación, el país no ha logrado solventar la crisis política generada durante la guerra interna. Aunque se reconocen importantes avances en materia de derechos humanos, políticos y económicos, las instituciones democráticas no han logrado consolidarse como tales. Los partidos políticos, más que representar los intereses de los ciudadanos ante el Estado, se han convertido en plataformas electorales con el fin único de alcanzar el poder político.

Para lograr esos objetivos, los partidos políticos han adoptado discursos y acciones populistas en los que, aprovechando las más sentidas necesidades de la población, ofrecen paliativos sociales –que no necesariamente implican soluciones estructurales y definitivas– a cambio de obtener el apoyo electoral de los ciudadanos más vulnerables, traducido en votos efectivos que les alcance para ser elegidos como gobernantes.

Desde la comunicación política es posible analizar el contenido de los discursos que, basados en argumentos manipulantes, clientelares y populistas, los candidatos a puestos de elección popular utilizan para convencer a los ciudadanos de los beneficios de sus propuestas programáticas.

Con base a esta problemática político-social, en el presente trabajo se analizó el contenido de los discursos políticos que Sandra Torres Casanova estructuró y emitió entre enero y

junio de 2011, periodo durante el cual pretendió ser inscrita como candidata a la Presidencia de Guatemala en las elecciones de septiembre de ese año, por el entonces partido oficialista Unidad Nacional de la Esperanza (UNE).

El análisis de contenido del discurso mediático de Torres Casanova, realizado en base a los discursos políticos divulgados en los diarios Prensa Libre y El Periódico de Guatemala durante el período indicado, se definió para establecer la utilización que hizo con fines electorales de los programas sociales que impulsó durante el Gobierno del que en ese momento era su esposo, el presidente Álvaro Colom (2008-2012), a través del Consejo de Cohesión Social –el cual fue concebido y dirigido por ella-.

La presente investigación partió de la siguiente pregunta ¿Cuáles fueron los elementos del discurso mediático de Sandra Torres Casanova en su intención de ser inscrita como candidata presidencial en las elecciones de 2011?

2.1. OBJETIVOS

2.1.1. Objetivo general:

- Realizar un análisis de contenido de los discursos mediáticos de Sandra Torres referente a los programas sociales y la incidencia de éstos en los votantes durante el proceso electoral del 2011, para determinar su función ideológica.

2.1.2. Objetivos específicos:

- Identificar los argumentos manipulantes del discurso político de Torres Casanova en lo relacionado con los programas sociales.
- Establecer la incidencia del discurso político de Sandra Torres en la preferencia de los votantes, por medio del análisis de resultado de las encuestas de preferencia electoral publicadas por los diarios Prensa Libre y El Periódico.

- Comparar las características del discurso político de Sandra Torres con las definiciones teóricas de las campañas clientelares y populistas, presentadas en los medios de comunicación de El Periódico y Prensa Libre de enero a junio de 2011.

2.2. ELEMENTOS DE ESTUDIO

Los elementos de estudio que se utilizaron para el presente trabajo son los discursos mediáticos de Sandra Torres, recogidos por los diarios Prensa Libre y El Periódico durante el período indicado, en base a los temas relacionados con los programas sociales del Gobierno, denominados “Mi Familia Progresista”

2.3. DEFINICIÓN DE ELEMENTOS DE ESTUDIO

2.3.1. Programas Sociales “Mi Familia Progresista”

- Definición conceptual

De acuerdo con Ramírez, A. (2009) la prioridad del Gobierno del presidente Álvaro Colom era trabajar por las poblaciones más pobres y vulnerables del país y por tanto estableció una agenda social que se traduciría en:

- “La creación del consejo de cohesión social, como instancia de Coordinación, para lograr la acción institucional focalizada en Poblaciones vulnerables.
- Creación de programas presidenciales dirigidos a poblaciones en Extrema pobreza.
- Incremento de presupuestos institucionales para los ministerios de Salud y educación.
- Formulación del programa nacional de emergencia y recuperación Económica.”

De esta forma, Ramírez describió el programa de Mi Familia Progresista –MIFAPRO- como un “Programa de Transferencias Monetarias Condicionadas (TMC), el cual se inicia en abril del 2008, creado por Acuerdo Gubernativo, como una de las primeras medidas de la agenda social del Gobierno del Presidente Álvaro Colom.”

- Definición operacional

El objetivo estratégico de MIFAPRO, indica Ramírez, es “contribuir a generar capital humano en familias de extrema pobreza con niños menores de 15 años y madres gestantes, promoviendo la inversión en educación, salud y nutrición.” Así como ser una “visión

compartida para lograrla aplicación de un MODELO que mejore el entorno social y económico de las FAMILIAS VULNERABLES y sus comunidades.”

Sin embargo, a pesar de que los programas sociales fueron utilizados prometían ser quienes ayudarían a miles de familias en Guatemala que viven en pobreza y extrema pobreza, la Opinión Pública la evaluaba diferente de manera constante, lo cual no contradecía los discursos utilizados a su favor.

Un claro ejemplo de ello, es esta nota publicada en Prensa Libre el 20 de julio de 2011 en la sección de Nacionales: “Riesgo de manipulación política y ninguna incidencia en la reducción de la pobreza forman parte de los problemas detectados en Mifapro, según un estudio divulgado ayer y que recomienda transparencia e institucionalización”.

2.3.2. Discurso de Sandra Torres Casanova

- Definición conceptual

De acuerdo con el blog “Candidatos Presidenciales 2011”, a continuación se presentan algunas reseñas sobre la trayectoria que ha tenido Sandra Torres Casanova dentro de la política guatemalteca:

1. Sandra Torres se casó con Álvaro Colom, 10 meses después de su divorcio con Edgar Augusto de León Sotomayor, con quien procreó 4 hijos, De León Sotomayor fue un ex integrante de la Guerrilla y fue junto con Sandra Torres quienes fundaron el partido Desarrollo Integral Auténtico DIA, que en las elecciones del año 1990 postuló como candidato a la Presidencia de la República a Luis Rolando Torres Casanova, hermano de Sandra Torres.
2. El 07-03-2011, en un salón comunal de la colonia Carolingia, zona 6 de Mixco, el día Internacional de la Mujer Sandra Torres anuncia en forma oficial su precandidatura a la Presidencia.

En Sololá el mismo día, y solo Minutos después, Álvaro Colon anuncia que habría cambios de transición en Cohesión Social, donde Sandra Torres sería relevada

como coordinadora de todos los programas sociales. Además Álvaro Colón expresó “no habrá divorcio”

Álvaro Colón dijo que Sandra Torres podrá aparecer en la propaganda gubernamental “siempre que sea un acto público y no tenga las características de un acto de campaña”.

3. En una publicación de Prensa Libre, se publican declaraciones de Sandra Torres en las que dice: “El divorcio obedece a su deseo (refiriéndose al Presidente Álvaro Colón) de continuar con las políticas sociales emprendidas durante su mandato, que se perderían si otro candidato ganara las elecciones de septiembre y aseguró que su amor por Álvaro Colón "es grande" pero que el divorcio era la única forma de sortear el precepto constitucional que impide a los familiares del actual presidente optar al cargo.
4. Finalmente el 08-08-2011, el pleno de Magistrados de la Corte de Constitucionalidad emite su resolución, en relación a la solicitud de amparo presentada por la Coalición UNE-GANA y su candidata Sandra Torres.

Con una votación unánime de 7 votos a favor y ningún voto en contra fue rechazado el amparo a la candidata de la Coalición UNE-GANA Sandra Torres, por lo cual NO será inscrita en el Registro de Ciudadanos para las elecciones presidenciales del 11 de Septiembre.

Dos de los 7 votos fueron concurrentes y fueron emitidos por los Magistrados Gloria Patricia Porras y Héctor Trujillo, que significa que además de votar en contra de la inscripción de Sandra Torres razonaron otros argumentos por los cuales consideran que no debiera ser inscrita.

Esto cierra el caso de la candidatura de Sandra Torres, Ex Esposa del Presidente Álvaro Colón, quien dejó una estela de confrontaciones políticas y sociales además de su propio divorcio.

2.4. ALCANCES Y LÍMITES

Los alcances del análisis de contenido que se presenta, se fundamentó con los discursos políticos emitidos por Sandra Torres durante los meses de enero a junio de 2011, en los medios escritos de Prensa Libre y El Periódico, por ser éstos de los diarios de mayor circulación en Guatemala.

No se analizaron medios televisivos, ni radiales, ni vía internet por ser éstos metodologías más complejas para analizar. Sin embargo, durante el trabajo se utilizaron algunos de estos medios como referencias.

2.5. APORTES

Uno de los principales objetivos de este trabajo de investigación, ha sido analizar los discursos políticos utilizados por Sandra Torres al tratar de postularse como candidata presidencial, entre ellos la utilización con fines electorales de los Programa Sociales que fueron impulsados durante el gobierno de su entonces esposo y Presidente de Guatemala: Álvaro Colom.

Por ser un tema de actualidad, que ocupa la mente de todos los guatemaltecos, se propuso la realización de este proyecto, por medio del análisis de contenido de discursos políticos a través de temas mediáticos específicos programados en la agenda del país.

Este trabajo está dirigido a los guatemaltecos en general para que tomen conciencia de un voto electoral responsable.

Asimismo ofrece a todos los estudiantes de Ciencias de Comunicación y de Ciencias Políticas, los discursos identificados y los diferentes análisis discursivos que se pueden realizar en la política y para que el lector en general se forme una base para conocer los elementos que relacionan los programas sociales de un país, con la incidencia en el voto electoral del mismo, al ser utilizados como plataforma política.

Este proyecto también ofrece una herramienta específica, para que el lector conozca el procedimiento para realizar análisis de contenido del discurso específicamente político y los instrumentos que puede utilizar para medir las variables encontradas dentro del mismo.

Es también, una muestra del análisis crítico que un investigador puede realizar sobre un tema determinado y los diferentes enfoques desde los que puede observar sus variables u objetos de estudio.

III. MÉTODO

3.1. METODOLOGÍA

Los objetivos de esta investigación han sido previamente establecidos, y con base a éstos se ha desarrollado el método de investigación a continuación descrito, con la finalidad de cumplir los mismos.

Se ha determinado que el tipo de diseño a utilizarse será el No experimental, pues según Hernández, Fernández y Baptista (2006), éste consiste en ser una investigación de tipo “sistemática y empírica, que sucede en la realidad sin intervención del investigador”. Con esto los autores señalan que las variables dentro del diseño no son manipuladas, debido a que éstas “ya han sucedido y son realizadas sin intervención o influencia directa” en el que dichas relaciones son observadas desde su “contexto natural.” (pág. 160)

Por medio de un monitoreo de los medios escritos Prensa Libre y El Periódico, se realizó el análisis de contenido durante el periodo de enero a junio de 2011 sobre el discurso político de Sandra Torres Casanova publicado en las páginas informativas de esos medios, en las secciones de información política y/o nacional, así como los contenidos de las columnas de opinión

Según la definición hecha por Ascanio (2001), el análisis de contenido es “el conjunto de procedimientos interpretativos y técnicas de comprobación y verificación de hipótesis, aplicados a lo que se le denomina productos comunicativos (mensajes, textos, discursos) o a interacciones comunicativas, que previamente registradas constituyen un documento”.

También hace referencia a que la finalidad del análisis es “extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se ha producido la comunicación, lo cual lo convierte en un paradigma del análisis social.”

Ascanio (2001, explica que la cultura política de la nación la conforma las experiencias que han tenido los individuos con el proceso político de un país. Por medio del conocimiento de esa cultura, se aprende algo al conocer el sistema de creencias que son la ideología de sus

principales líderes, ya que sus juicios afectan y a su vez son afectados por la forma o manera como opera la política.

Ascanio argumenta que “la interacción entre lo que pasa en la mente del líder cuando articula y combina, básicamente en términos fonéticos, nociones representadas por palabras y una referencia” se denomina acto locutorio.

El acto ilocutorio es cuando “alguna intención, control o propósito” busca modificar la situación de los interlocutores por medio de la afirmación, de refutar, justificar o explicar.

Y por último está el denominado acto perlocutorio, el cual dado un contexto, la enunciación puede servir para fines más lejanos, al tratar de cambiar el comportamiento de los receptores.

El autor señala que se debe ser muy cuidadoso al estudiar dichas relaciones, puesto que el “sistema de creencias empíricas de la élite puede ser tan importante como la cultura política de la masa”. Esto, debido a “que en parte la cohesión social se puede deber al proceso mediante el cual los líderes y la masa intercambian valores, bajo el supuesto de que el líder político busca legitimar sus creencias”, como aspecto fundamental para la función del poder político”.

Es por ello que el autor hace referencia en que al momento de realizar un análisis del discurso político, siempre es importante hacerse las siguientes preguntas: “cuando el líder hace una narración para una audiencia determinada, utilizando un medio específico y tomando en cuenta el contexto, ¿por qué lo hace de esa manera?, ¿qué está realmente comunicando?, ¿qué efecto busca con lo que dice?, ¿qué estrategia discursiva está utilizando? Y ¿qué se infiere del análisis de esa estrategia, especialmente en relación con el receptor de los mensajes, en un contexto dado?

3.1.1. Análisis de contenido del discurso político

Ascanio (2001) busca ir más allá de esa lectura superficial del discurso del poder, explorando no sólo su forma sino también su contenido. “Lo que en apariencia constituye nada más que narraciones, para saber lo que acontece son, desde otro punto de vista,

discursos ideológicos y muchas veces míticos que nos tratan de persuadir con una retórica trabajada con cuidado consciente o inconscientemente.”

Para poder realizar un análisis de discurso político, es muy relevante hacer primero una aproximación a este concepto. Según Ascanio, el discurso político ha sido utilizado como instrumento de persuasión desde hace muchísimos años. Surgió cuando un actor social hizo uso de los medios para poder expresarse y de esta manera lograr persuadir a su público con sus “estrategias discursivas.”

El autor también hace referencia a que “la información en el texto periodístico transmite datos y hechos concretos de interés público, y en sentido estricto, en estas narrativas no se deben incluir, opiniones personales del periodista ni mucho menos juicios de valor”. (pág. 35)

Los medios escritos cubren esta información a través de sus diferentes géneros periodísticos como: “la noticia, la entrevista, la documentación y el reportaje informativo” (pág. 35), indica Ascanio.

Aparte también, el mismo autor describe “la crónica, el reportaje interpretativo, el análisis, el editorial, el artículo de opinión y los artículos de fondo” (pág. 36) como ensayos en que se permite hacer “interpretaciones y juicios de valor” (pág. 36). Y supone que en éstos últimos, se puede realizar un análisis de contenido más enriquecedor, pues “allí la prensa, al narrar, lo hace políticamente, y es necesario entonces conocer cómo se vinculan estos significados políticos con otros elementos en el mismo sistema, pues el significado connotativo (un sistema significante de segundo orden) permite estudiar el terreno de la ideología y los intereses particulares de la sociedad” (pág. 36)

Ascanio plantea que dentro de los análisis del discurso político en prensa, se encontrará la “leyenda negra (visión apocalíptica de las comunicaciones) y la leyenda dorada (visión relativista o limitada de la comunicación, por lo complejo del proceso de decodificación)”. (pág. 37)

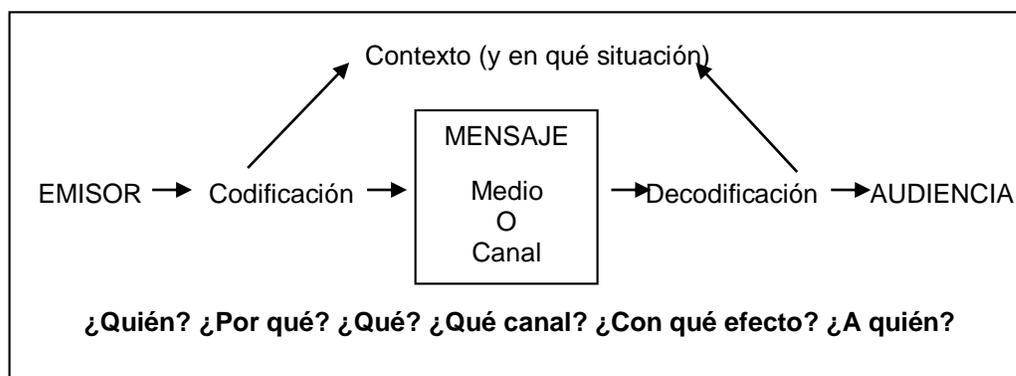
Sin lugar a dudas, dentro el discurso político, los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la transmisión de los mensajes. Por ello el autor citando a Marshall y

Marcuse indica que los autores “desmitifican la omnipotencia de los medios de comunicación de masas, ya que según ellos, sus efectos se neutralizan, salvo que aparezcan monopolios de forma total.” (pág. 37)

Lo que Ascanio también describe, citando a Grijelmo, con respecto a los medios de comunicación de masas, es que éstos también “otorgan un status a los problemas públicos, a las personas, instituciones y movimientos sociales. Los medios legitiman los acontecimientos, porque aparentemente lo narrado por ellos es suficientemente significativo para atraer el interés público.”. (pág. 38)

Existe el modelo a continuación, para el análisis de contenido que el autor, utilizando el esquema de Holsti, señala como pieza fundamental para llevar a cabo tal finalidad.

Figura 1. **Modelo para el análisis de contenido**



Ascanio también explica que para efectos de estudiar el análisis de contenido, la mayoría de ocasiones es utilizada la investigación de tipo *descriptivo*, ya que este “busca señalar las características de las narrativas encontradas en los textos escritos o en las imágenes, mediante la frecuencia de sus ocurrencias.” (pág. 40). Aunque también señala que se podría utilizar luego, una investigación de tipo *evaluativa* al momento de relacionar “dos o más variables” y si se llegara a desarrollar “inferencias.” (pág. 40)

También plantea que “estos estudios pueden ser longitudinales, pues muestran la evolución de un mismo fenómeno; o bien transversales, lo cual proporciona una instantánea de las variables y sus relaciones en un momento dado, ya sea recurriendo a estudios de profundidad (cualitativos), como por ejemplo del análisis de contenido que resulta de las grabaciones de grupos de discusión; o bien los estudios de los textos (encuestas a textos escritos), basados en una representativa de la población en estudios.” (pág. 40)

Citando a Duverger, indica Ascanio en su trabajo, que “señala que Berelson estableció muy claro, en su método, que el análisis de contenido tiene éxito o fracasa según sus categorías”. (pág., 41)

Al final nos explica, que “el análisis de contenido se realiza sólo con parte de la población, se trata de un estudio muestral.” (pág. 42)

El mismo autor señala que el análisis de contenido debe ser:

- 1) sistemático, al establecer reglas para categorizar y codificar, así como para establecer las unidades de análisis, en función del planteamiento del problema, del marco teórico y las hipótesis;
- 2) objetivo, para permitir a otros investigadores, siguiendo las mismas reglas y criterios, lleguen al mismo resultado;
- 3) subjetivo, pues es necesario realizar dos niveles de análisis, el superficial con el mensaje manifiesto que denota, y el reflexivo asociativo en el mensaje latente que connota;
- 4) multidisciplinario, ya que se aplican conceptos lingüísticos, psicológicos, políticos, sociológicos y estadísticos, y
- 5) computable, pues se utilizan software para el procesamiento y análisis de los textos.

Con esta instrucción como base, Ascanio finaliza definiendo al análisis del discurso político como un enfoque especial en la investigación de la narrativa política, que se refiere a los valores, acontecimientos y promesas, es decir, a un sistema de creencias empíricas que se expresan en símbolos, y que es la representación del pensamiento acerca de la acción política, en un contexto dado. Asimismo, con esta técnica se examina no sólo el significado literal sino también el significado enunciativo, lo que supone un esfuerzo de interpretación en el momento y en el espacio en que aparece el discurso.

3.2. UNIDAD DE ANÁLISIS

De acuerdo a lo planteado por Hernández et al., es de suma relevancia definir la *unidad de análisis* a trabajar. Por ello, se ha determinado que para efectos de esta investigación, se

abarque como unidades de análisis y fuentes a los actores y discursos emitidos sobre los Programas sociales y principalmente a Sandra Torres Casanova. Éstos han sido observados a través de un análisis de contenido realizado por medio de un monitoreo de medios seleccionados (Prensa Libre y El Periódico), y fueron estudiados desde las variables de los discursos de gobierno, así como desde las plataformas políticas utilizadas por Torres.

Los mismos autores señalan que previamente establecidas las unidades de análisis, debe delimitarse la población con la que se trabajará, por lo que para efectos de esta investigación se ha tomado como parte de la misma, los medios de comunicación escritos (periódicos), y dentro de ellos los discursos que hagan referencia a procesos electorales y dentro de éstos, los que hagan referencia a los discursos emitidos por Sandra Torres respecto a Programas Sociales.

Con esta referencia, el siguiente paso según puntualiza Hernández et al. (2006), es indispensable hacer una delimitación mayor, al seleccionar la muestra con la que se trabajará la investigación.

Dicha muestra, será manejada a través del método de muestra probalística, que consiste en “un proceso de selección aleatoria que asegure que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser elegidos.” (Hernández et al., 2006:178)

Como un complemento dentro de este tipo de muestreo se genera lo que los mismos autores denominan “los listados y otros marcos muestrales”. En ellos es definido el muestreo por *volúmenes*, pues se busca realizar un análisis de contenido sobre los discursos emitidos por Sandra Torres Casanova respecto a los Programas Sociales tanto en los discursos de plataforma política, así como los discursos del gobierno de turno referente a los mismos.

Dicho análisis de contenido, fue aplicado a los medios de comunicación escritos de circulación importante en el país de Guatemala, lo cuales son: Prensa Libre y El Periódico, a través de un monitoreo de medios de las secciones “Nacionales” y “Columnas de Opinión” realizado en el período del 01 de enero al 31 de junio de 2011.

El criterio de selección se basa en utilizar los medios escritos de alta circulación en el país y que proporcionan alto contenido crítico respecto a la política, así como columnas de opinión, las cuales servirán también para realizar el análisis discursivo de los mismos medios de comunicación. La temporalidad se debe a que durante la fecha mencionada fue el proceso pre-electoral, en el cual se dio una gran relevancia al tema, pues la Señora Torres anunció su intención de postularse, se divorció de su esposo en ese entonces presidente de la república y le fue rechazada su petición.

Por medio del muestreo obtenido a través de este monitoreo, se buscó analizar los discursos antes mencionados, con la finalidad de determinar cómo se utilizaron los programas de Cohesión Social como argumentos del discurso político de Torres Casanova, así como explicar los argumentos manipulantes de su discurso político. Dentro de este proceso se seleccionaron todos los volúmenes que hagan referencia a los Programas Sociales, así como al proceso electoral, y los discursos de los actores que emitan tanto el gobierno como las diferentes estructuras de poder. Una variable más se sumó, y fue el discurso de opinión de los medios sobre el tema.

3.3. INSTRUMENTOS

El proceso de recolección de datos se realizará a través del instrumento que de acuerdo con Hernández et al. (2006:200), consiste en “medir las variables de interés”.

Para poder aplicar el instrumento adecuado Hernández et al., citando a Berelson y Krippendorff definen el análisis de contenido como una técnica de investigación para estudiar y analizar la comunicación de manera objetiva, sistemática y cuantitativa; que hace inferencias válidas y confiables de datos con respecto a su contexto.

Hernández et al., también señalan que éste puede ser aplicado a la comunicación en cualquiera de sus formas. Es por ello que se ha elegido como instrumento la hoja de cotejo para así poder dar paso a esta investigación y cumplir con sus objetivos.

Para codificar el Universo del análisis de contenido, se ha determinado que éste sea las noticias y columnas de opinión publicados en los periódicos Prensa Libre y El Periódico, en un periodo de 8 meses, comprendido del 01 de enero al 31 de junio de 2011.

Los autores explican que Berelson (1952) menciona la necesidad de ubicar las unidades de análisis dentro de distintas categorías, las mismas que a su vez se derivan en diferentes unidades de análisis.

Para cumplir con los propósitos de esta investigación se trabajará con la unidad de análisis del *ítem*, pues éste corresponde al estudio que se desea observar a través del discurso emitido sobre los Programas Sociales.

Para poder diferenciar las categorías y subcategorías que propone el modelo, se utilizó un esquema en la tabla de cotejo que se aplicó a la investigación con los resultados del proceso de monitoreo de medios. Este esquema constó de dos unidades de análisis independientes a ser monitoreadas: 1) Discurso de Sandra Torres; 2) Discurso en plataformas políticas; y 3) Discurso de opinión de Medios de comunicación escritos.

Bajo cada una de las unidades de análisis, se desprendieron categorías, las cuales fueron tituladas: Positivo, negativo. Dichas categorías se utilizaron para comprender los aspectos negativos y positivos que tiene cada unidad de análisis.

Y el último criterio, será utilizar subcategorías, las cuales servirán para comparar las características del discurso político de Torres Casanova con las definiciones teóricas de las campañas clientelares y populistas.

Al obtener los resultados de estas categorías se realizó el análisis crítico del discurso político, aplicado a los diferentes resultados que se obtengan de cada una de las variables.

El análisis crítico del discurso político se hizo utilizando como base los estudios del lingüista Teun Adrianus van Dijk, quien es uno de los fundadores del análisis crítico del discurso, señala en uno de sus escritos que para poder realizar un análisis del discurso político, primero es importante discernir entre qué es y qué no es discurso político.

De igual manera explica que es relevante tener presente que “la actividad política y el proceso político también involucran a la gente como ciudadanos y votantes, miembros de grupos de presión y grupos emergentes, activistas y disidentes, y así sucesivamente. Todos

estos grupos e individuos, así como también sus organizaciones e instituciones, pueden formar parte del proceso político, y muchos de ellos se involucran activamente en el discurso político.” (Van Dijk, 1999:14)

Continuando con la aclaración, el autor plantea que el análisis del discurso político, luego de haber situado un contexto, que éste no debe estar limitado por propiedades estructurales del texto o del habla, sino que también debe incluir esta cuenta sistemática del contexto y las relaciones que sostienen con las diversas estructuras discursivas.

El Anexo I muestra la hoja de codificación en la que se señala a detalle y muestra el instrumento (hoja de cotejo) utilizado para esta investigación. El modelo de este instrumento está basado en un modelo de hoja de codificación propuesto por Hernández et al. (2006)

3.4. PROCEDIMIENTO

El proceso de esta investigación se originó con la determinación del objeto de estudio, con esto se pudo realizar el planteamiento del problema en el cual se explicaba dicho objeto de estudio y se generó una pregunta de investigación.

Al definir las variables o unidades de análisis y fuentes, que en el caso de esta investigación pretendían Identificar y analizar el discurso político de Sandra Torres Casanova durante el período de enero a junio de 2011, se operacionalizó y conceptualizó dichas variables.

Con objetivos ya claros y definidos, se realizó el marco teórico, en el que se construyeron los objetos de estudio, apoyado por teorías de diversos autores. Para generar dicho marco, se esquematiza un mapa conceptual para dar paso a la construcción del marco teórico definiendo el método a utilizar. Este sustento teórico, sirvió para demostrar que el motivo de la presente investigación es un tema nuevo, y que aún no ha sido desarrollado en su totalidad por otro autor.

Paso seguido fue definir las unidades de análisis en que también se definió un método a utilizar y el muestreo empleado. El cual se tomó del monitoreo de medios de comunicación escrita de los periódicos Prensa Libre y El Periódico en el período del 01 de enero al 31 de junio de 2011.

Esto sirvió de base, para crear un instrumento que permitiera la recolección confiable y válida de datos, definiendo cómo se mediría las unidades de análisis. En éste se definieron categorías y subcategorías que sirvieron para diseñar dicho instrumento.

Luego se tomó del monitoreo de medios que se venía realizando, todos los datos para confrontarlos con las diferentes unidades de análisis y dividirlos en las diferentes categorías y subcategorías.

Tener toda esta información sirve para poder hacer los análisis comparativos de los resultados y así ejecutar el análisis de contenido del discurso político aplicado al tema de investigación respecto a Sandra Torres y su incidencia discursiva sobre los Programas Sociales.

IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Presentación

El monitoreo de medios del presente trabajo se realizó en los medios de circulación nacional en Guatemala Prensa Libre y El Periódico, durante el período de enero a junio de 2011.

Las noticias relevantes al tema de la presente investigación se dan en el marco de las elecciones presidenciales de 2011 en Guatemala, y específicamente las relacionadas a la candidata Sandra Torres. Se presentan en este período, debido a que fue el tiempo que duró su postulación para ser candidata a la Presidencia. Además, los dos medios escritos objeto de estudio presentaron diversas noticias tanto en relación al discurso de la entonces Primera Dama, así como discursos respecto a los Programas Sociales, los cuales ella lideraba y que constituyeron la base fundamental de su campaña electoral.

En cuanto a la selección de los periódicos analizados, se puede considerar que ambos medios son de circulación nacional, ambos se presentan en versiones impresa y electrónica, además con diferentes recursos que les permiten llegar a un gran número de lectores. En el año 2011, de acuerdo con el directorio de medios de Doses, El Periódico llegaba con aproximadamente 30,000 ejemplares y 115,000 de Prensa Libre, a distribuirse a nivel nacional. Las construcciones simbólicas de ambos medios, sin duda responden a intereses tanto económicos, como a los objetivos de carácter político; construcciones que llegan a tener una incidencia en la percepción de los lectores.

De acuerdo con el directorio de medios publicado en la página web de la Asociación Desarrollo, Organización, Servicios y Estudios Doses (2013), Prensa Libre es un medio con una "línea editorial que está basada en trasladar a su público la información más importante para que conozca lo que sucede a su alrededor. Prefiere reducir a su mínima expresión los hechos de violencia."

Por su parte, en el mismo directorio de Doses, se encuentra la información respecto a la línea editorial de El Periódico, que "De acuerdo con su director se trata de una línea editorial bastante crítica, cumpliendo con funciones de fiscalización social que se tiene que tomar ante la ausencia de un sector político capaz de hacerlo". Adicional, hace referencia a la pertenencia de este medio a Aldea Global, un término acuñado por Marshall McLuhan, y

que habla sobre cómo las nuevas tecnologías pueden tener un efecto sobre el orden de nuestras vidas sensoriales y el papel de los medios de comunicación en ellas.

4.2 Análisis de resultados

4.2.1. Descripción de la muestra

Se presenta a continuación el análisis de cada una de las categorías definidas en las unidades de análisis del marco metodológico: Sandra Torres y Programas Sociales, analizados desde los discursos negativos y positivos de las noticias nacionales y columnas de opinión de Prensa Libre y El Periódico.

Es importante destacar que se eligieron únicamente las secciones de noticias nacionales y columnas de opinión de los medios, por ser los aspectos que permiten conocer la noticia desde el punto meramente informativo y siguiendo su línea editorial, contrastado con los comentarios de las noticias destacadas en la sección de opinión.

La primera parte del análisis consiste en la estructura textual de la noticia: En el período de tiempo del monitoreo, se evidencia la relevancia y la forma en que ambos medios destacaron la participación tanto de los Programas Sociales, como los de la que en ese momento fuera la Primera Dama, Sandra Torres.

Durante la elaboración del monitoreo se analizaron 264 noticias y columnas de opinión haciendo referencia a los temas centrales, a continuación, se detalla la cantidad de noticias y columnas de opinión de cada medio:

Tabla 1

Prensa Libre

MES	SUBTOTAL NOTICIAS NACIONALES MENSUAL	SUBTOTAL COLUMNAS DE OPINIÓN MENSUAL	TOTAL MENSUAL
ENERO DE 2011	3	1	4
FEBRERO DE 2011	9	2	11
MARZO DE 2011	23	0	23
ABRIL DE 2011	29	5	34
MAYO DE 2011	28	1	29
JUNIO DE 2011	29	5	34
TOTAL DE NOTICIAS RELACIONADAS AL TEMA	121	14	135

Tabla 2

el Periódico

MES	SUBTOTAL NOTICIAS NACIONALES MENSUAL	SUBTOTAL COLUMNAS DE OPINIÓN MENSUAL	TOTAL MENSUAL
ENERO DE 2011	9	6	15
FEBRERO DE 2011	10	2	12
MARZO DE 2011	26	15	41
ABRIL DE 2011	8	2	10
MAYO DE 2011	27	4	31
JUNIO DE 2011	17	3	20
TOTAL DE NOTICIAS RELACIONADAS AL TEMA	97	32	129

Algunas de las noticias nacionales, ocupan primeras planas, o las primeras páginas de los matutinos y además casi todas las notas, resaltan con fotografías la imagen del Partido Oficial y la esposa del presidente. Estos aspectos sin duda, denotan la relevancia de las noticias debido al lugar que ocupan.

En las siguientes tablas se muestra la cantidad de portadas que cada medio imprimió, así como la proporción de cada uno de los temas:

Tabla 3

Portadas Prensa Libre

MES	PORTADA				TOTAL PORTADAS
	SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES		
	A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA	
ENERO DE 2011	0	0	0	0	0
FEBRERO DE 2011	1	0	0	0	1
MARZO DE 2011	1	2	0	0	3
ABRIL DE 2011	1	0	1	1	3
MAYO DE 2011	0	0	0	1	1
JUNIO DE 2011	2	0	1	0	3
TOTAL	5	2	2	2	11

Tabla 4

Portadas el Periódico

MES	PORTADA				TOTAL PORTADAS
	SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES		
	A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA	
ENERO DE 2011	1	0	0	0	1
FEBRERO DE 2011	1	0	0	0	1
MARZO DE 2011	2	2	0	0	4
ABRIL DE 2011	1	0	0	0	1
MAYO DE 2011	2	3	0	0	5
JUNIO DE 2011	2	2	0	0	4
TOTAL	9	7	0	0	16

El tema central en ese momento, era al inicio la posible candidatura de Sandra Torres. Sin embargo, mucho énfasis se dio a las noticias a los Programas Sociales, y lo que estos beneficiaban al país. A continuación algunas fichas de análisis.

4.2.2. Énfasis en los Programas Sociales

A continuación se presentan algunos ejemplos de noticias que tuvieron relevancia en los medios sometidos al monitoreo y que hacían referencia a los Programas Sociales. En ellos se puede observar cómo dichos programas comenzaron a tomar protagonismo como plataforma política, aun cuando Sandra Torres ni siquiera se postulaba a candidata:

Ficha 1

Tema: Sandra Torres considera propuesta de dos mujeres que se benefician con los programas de MIFAPRO, para que se postule como candidata presidenciable.

Referencia: Prensa Libre, Actualidad Nacional / jueves 10 de febrero 2011, página 6

Entrada	Dice que consultará con el presidente
Titular	Torres analiza su postulación
Lead	La esposa del presidente Álvaro Colom, Sandra Torres, expresó ayer en Jalapa, ante unas 10 mil mujeres, que analiza si se postula como candidata a la Presidencia de la República.

Foto	
Observaciones	<p>La nota inicia contando que “En una reunión con beneficiarias del programa Mi Familia Progresas, Torres expuso que deberá pensar en la propuesta que le hicieron dos mujeres que le antecedieron...”</p>

Ficha 2

Tema: Validación de divorcio

Referencia: Prensa Libre, Divorcio / miércoles 23 de marzo de 2011, página 5

Entrada	
Titular	UNE intenta uniformar defensa
Lead	<p>La bancada UNE distribuyó un documento para instruir a sus diputados en el Congreso sobre los argumentos que deben emplear para defender el divorcio del presidente Álvaro Colom y Sandra Torres.</p>
Foto	No hay fotografía
Observaciones	<p>Algunos de los razonamientos que se incluyeron en el documento a favor de Torres son los siguientes: “el sacrificio que hace por los guatemaltecos que le solicitaron la candidatura presidencial y lo complejo de la decisión adoptada junto a Colom. Además, figuran varios grupos que pueden apoyar al partido, como las madres y mujeres beneficiarias de los programas de Cohesión Social.</p> <p>Según mediciones del partido oficial, desde que Torres tomó el control de los programas sociales, la pobreza disminuyó en un 11 por ciento en el país.”</p>

Ficha 3

Tema: Encuestas favorables para programas sociales

Referencia: Prensa Libre, Encuesta Libre / lunes 2 de mayo de 2011, página 4

Entrada	Lo bueno
Titular	Programas son reconocidos
Lead	
Foto	No hay fotografía

Observaciones	En las encuestas presentadas en este reportaje especial en el que se casi el 42% de las personas afirma que el mayor mérito del gobierno han sido los programas sociales.
----------------------	---

Ficha 4

Tema: Programas sociales bien calificados

Referencia: el Periódico, / martes 22 de febrero de 2011, página 2 y 3

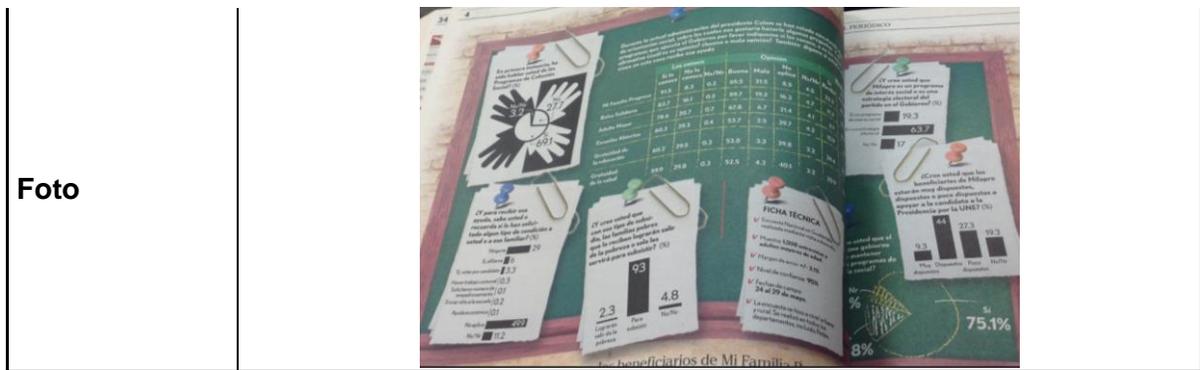
Entrada	
Titular	Programas de Cohesión social, bien calificados; Seguridad y carreteras, Mal Vistos
Foto	<p>The infographic displays survey results for several government programs. Key data points include: <ul style="list-style-type: none"> Seguridad Pública: Bien 43.3%, Mal 56.7% Lucha contra el narcotráfico: Bien 31.6%, Mal 68.4% Programas de Cohesión Social: Bien 39.6%, Mal 60.4% Educación: Bien 28.7%, Mal 71.3% Seguridad Pública (other): Bien 15.2%, Mal 84.8% Programa de Carreteras: Bien 12%, Mal 88% Programa de Vivienda: Bien 1.2%, Mal 98.8% Programa de Empleo: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Salud: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Agua: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Energía: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Telecomunicaciones: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Medio Ambiente: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Cultura: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Deportes: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Turismo: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Transportación: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Infraestructura: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Urbanización: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Rehabilitación: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Mantenimiento: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Reparación: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Reemplazo: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Ampliación: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Modernización: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Digitalización: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Automatización: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Integración: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Interconexión: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Interoperabilidad: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Interfaz: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Interacción: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Interoperación: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Interconexión: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Interoperabilidad: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Interfaz: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Interacción: Bien 1.5%, Mal 98.5% Programa de Interoperación: Bien 1.5%, Mal 98.5% </p>

Ficha 5

Tema: La percepción de la población sobre los Programas Sociales

Referencia: El Periódico, Encuesta Mayo / miércoles 8 de junio de 2011, página 4

Entrada	El 53 por ciento de encuestados piensa que los beneficiarios de Mi Familia Progresa estarán dispuestos a votar por el partido oficial
Titular	Los Programas Sociales de Gobierno bien vistos por la población
Lead	El 59.7 por ciento tiene buena opinión de la Bolsa Solidaria



4.2.3. Descripción del contenido presentado por ambos medios

Como segunda parte de la estructura en el contexto de las noticias y columnas de opinión, se presentan en reiteradas ocasiones los actores principales, vinculando consecutivamente los Programas Sociales a Sandra Torres. Esta acción de ambos medios, connota la relevancia que se le intentó dar al tema y principalmente la forma en que se manejó; ya que incluso hay una nota de Prensa Libre que a continuación se presenta, resalta que la participación de la Primera Dama en la página web del gobierno, contó con mayor presencia que la del mismo Vice-Presidente.

Ficha 6

Tema: Presencia de Sandra Torres en la página oficial del gobierno, promoviendo Programas Sociales.

Referencia: Prensa Libre, Antesala electoral / jueves 10 de marzo de 2011 página 6

Entrada	Candidata apareció más que Espada
Titular	Torres destacó en web oficial
Lead	Por encima del vicepresidente Rafael Espada, y algunos días, del gobernante Álvaro Colom, la esposa de este, Sandra Torres, tuvo protagonismo –hasta el martes último- en la página oficial de internet del Gobierno.
Foto	No hay fotografía
Observaciones	La nota hace mención que en la página oficial del Gobierno de Guatemala, aparecen 4 noticias principales y que “Mi Familia Progresista llega a 304 municipios del país” fue la última nota en que aparece Sandra Torres.

Se puede observar que tanto en Prensa Libre como en El Periódico, se destaca significativamente la participación de Sandra Torres en dichos Programas de Gobierno. Esto refuerza los constructos sociales y le da una gran notoriedad durante el tiempo (6 meses) que se realizó el monitoreo.

El análisis de resultados del presente monitoreo y análisis del discurso están basados en la dimensión retórica, la cual nos permite definir que cada texto, tiene una intención adicional, además de querer comunicar. De esta cuenta, se entiende que el emisor del mensaje tendrá como objetivo informar, y además corresponder a sus propios intereses.

Para lograrlo, recurre a diversas estrategias como las verbales, la forma en que relata un suceso, utilización de recursos; todas ellas, que no están directamente relacionadas con la información, sino que busca llegar a la persuasión.

4.2.4. Intención de los medios

De acuerdo con el semiólogo Jorge Contreras, en una entrevista para El Periódico Página 4, Nacionales, 30 de mayo; el discurso político busca “Identificarse con el público, presentarse a sí mismo con buenas intenciones y crear un enemigo común”. Por ello, a continuación se presentan una nota relevante en que los medios de comunicación realizan análisis semiótico del Discurso emitido por Sandra Torres durante la contienda electoral:

Ficha 7

Tema: La estrategia en el vestuario de la candidata.

Referencia: El Periódico, Vitrina / martes 12 de abril de 2011, Página 2

Entrada	Sandra Torres utiliza ese color, asociado a la pureza y claridad, en casi todas sus apariciones públicas
Titular	La precandidata del partido oficial se viste de blanco
Lead	Asesores de imagen y analistas afirman que es parte de una estrategia para suavizar su imagen.
Foto	

En un país como Guatemala donde como se sustenta al principio de esta investigación, tiene grandes carencias en cuanto a salud, educación y recursos básicos para sobrevivir, es muy fácil para cualquier partido imponer su propia ideología –que no son más que las

representaciones sociales compartidas por un grupo-. Para lograr esto, hacen uso de diversos medios, siendo los medios de comunicación uno de sus más fuertes canales.

Es así como se logró delimitar que durante el periodo en que fue realizado el monitoreo (6 meses), ambos medios no hicieron más que situar a la Primera Dama hasta ese momento, en una situación de desventaja, al evidenciar constantemente los puntos más desfavorables de la precandidata. Las imágenes eran muy contundentes y jugaron un papel fundamental, para que en muchas ocasiones, el discurso de Sandra Torres generara polémica y de esta forma incidir en los votantes durante el proceso electoral 2011; que dicho sea de paso, durante estos 6 meses, Sandra Torres aún no estaba inscrita como candidata de su partido, es más, aún enfrentaba una situación legal al faltar a uno de los requisitos indispensables para postularse: no tener grado de consanguinidad ni afinidad con el actual presidente y ella era la Primera Dama.

4.2.5. El discurso de Sandra Torres a través de los medios

El grupo objetivo de Sandra Torres eran los sectores de escasos recursos y del área rural, como se muestra en las tablas a continuación, en la que se evidencia a través de encuestas realizadas en ambos medios, la intención de votos se centraba para la ex Primera Dama, en la población rural. Principalmente, este se debía a que sus esfuerzos se habían enfocado en hacer una campaña valiéndose de los Programas Sociales que había impulsado como Primera Dama, los cuales se centraban principalmente en Paliativos de Cohesión Social, que fueron modelos copiados del Plan de Gobierno vigente en esa fecha, en Brasil.

En mayo de 2011, se le realiza una entrevista al Dr. Bienvenido Argueta que acababa de ser destituido de su cargo como Ministro de Educación. En dicha entrevista, el Dr. Argueta afirma que únicamente asistió a una charla de media hora para replicar en Guatemala el modelo de Escuelas Abiertas que se estaba trabajando en Brasil. Este argumento, evidencia la falta de preparación para la implementación de los programas, pero la urgencia de un gobierno que precisaba contar con un Plan de Gobierno y que se había proyectado darle mucha importancia a sus programas de *Mi Familia Progres*a, con el objetivo de convertirlo en la plataforma política que utilizara posteriormente Sandra Torres.

A continuación, se muestran algunas encuestas en las que se resalta la preferencia de los votantes por Sandra Torres en el área Rural, dado el trabajo que ella realizaba principalmente en esos sectores:

Ficha 8

Tema: Las diferencias por sector respecto al voto

Referencia: Prensa Libre, Encuesta Libre / miércoles 01 de junio de 2011, Página 7

Entrada	Las preferencias electorales cambian entre el área metropolitana y rural, principalmente entre el segundo y tercer lugares.																																																																		
Titular	Voto Rural y Capital																																																																		
Lead	La Encuesta Libre refleja movimientos entre las intenciones de voto en la capital y la provincia																																																																		
Foto	<p>DIFERENCIAS ENTRE EL VOTO CAPITALINO Y RURAL Los votantes tienen preferencias distintas según el lugar donde residen. Cifras en porcentajes</p> <p>LA CAPITAL</p> <table border="1"> <tr><td>Otto Pérez</td><td>36.4</td></tr> <tr><td>Sandra Torres</td><td>12.5</td></tr> <tr><td>Eduardo Suger</td><td>12.1</td></tr> <tr><td>Patricia de Arzú</td><td>5.5</td></tr> <tr><td>Manuel Baldivón</td><td>4.0</td></tr> <tr><td>Harold Caballeros</td><td>3.7</td></tr> <tr><td>Zury Ríos</td><td>2.6</td></tr> <tr><td>Rigoberta Menchú</td><td>1.5</td></tr> <tr><td>Mario Estrada</td><td>1.5</td></tr> <tr><td>Juan Gutiérrez</td><td>0.7</td></tr> <tr><td>Blanco/ Nulo</td><td>19.5</td></tr> </table> <p>RURAL</p> <table border="1"> <tr><td>Otto Pérez</td><td>36.2</td></tr> <tr><td>Sandra Torres</td><td>23.0</td></tr> <tr><td>Manuel Baldivón</td><td>3.5</td></tr> <tr><td>Mario Estrada</td><td>2.6</td></tr> <tr><td>Eduardo Suger</td><td>2.1</td></tr> <tr><td>Harold Caballeros</td><td>2.0</td></tr> <tr><td>Juan Gutiérrez</td><td>1.3</td></tr> <tr><td>Rigoberta Menchú</td><td>1.3</td></tr> <tr><td>Patricia de Arzú</td><td>1.3</td></tr> <tr><td>Zury Ríos</td><td>0.8</td></tr> <tr><td>Blanco/ Nulo</td><td>25.9</td></tr> </table> <p>URBANO DEL INTERIOR</p> <table border="1"> <tr><td>Otto Pérez</td><td>38.8</td></tr> <tr><td>Sandra Torres</td><td>11.6</td></tr> <tr><td>Eduardo Suger</td><td>8.8</td></tr> <tr><td>Manuel Baldivón</td><td>5.9</td></tr> <tr><td>Harold Caballeros</td><td>3.7</td></tr> <tr><td>Patricia de Arzú</td><td>3.4</td></tr> <tr><td>Rigoberta Menchú</td><td>1.9</td></tr> <tr><td>Mario Estrada</td><td>1.6</td></tr> <tr><td>Juan Gutiérrez</td><td>0.9</td></tr> <tr><td>Zury Ríos</td><td>0.9</td></tr> <tr><td>Blanco/ Nulo</td><td>22.5</td></tr> </table> <p>Infografía Prensa Libre: ML17</p>	Otto Pérez	36.4	Sandra Torres	12.5	Eduardo Suger	12.1	Patricia de Arzú	5.5	Manuel Baldivón	4.0	Harold Caballeros	3.7	Zury Ríos	2.6	Rigoberta Menchú	1.5	Mario Estrada	1.5	Juan Gutiérrez	0.7	Blanco/ Nulo	19.5	Otto Pérez	36.2	Sandra Torres	23.0	Manuel Baldivón	3.5	Mario Estrada	2.6	Eduardo Suger	2.1	Harold Caballeros	2.0	Juan Gutiérrez	1.3	Rigoberta Menchú	1.3	Patricia de Arzú	1.3	Zury Ríos	0.8	Blanco/ Nulo	25.9	Otto Pérez	38.8	Sandra Torres	11.6	Eduardo Suger	8.8	Manuel Baldivón	5.9	Harold Caballeros	3.7	Patricia de Arzú	3.4	Rigoberta Menchú	1.9	Mario Estrada	1.6	Juan Gutiérrez	0.9	Zury Ríos	0.9	Blanco/ Nulo	22.5
Otto Pérez	36.4																																																																		
Sandra Torres	12.5																																																																		
Eduardo Suger	12.1																																																																		
Patricia de Arzú	5.5																																																																		
Manuel Baldivón	4.0																																																																		
Harold Caballeros	3.7																																																																		
Zury Ríos	2.6																																																																		
Rigoberta Menchú	1.5																																																																		
Mario Estrada	1.5																																																																		
Juan Gutiérrez	0.7																																																																		
Blanco/ Nulo	19.5																																																																		
Otto Pérez	36.2																																																																		
Sandra Torres	23.0																																																																		
Manuel Baldivón	3.5																																																																		
Mario Estrada	2.6																																																																		
Eduardo Suger	2.1																																																																		
Harold Caballeros	2.0																																																																		
Juan Gutiérrez	1.3																																																																		
Rigoberta Menchú	1.3																																																																		
Patricia de Arzú	1.3																																																																		
Zury Ríos	0.8																																																																		
Blanco/ Nulo	25.9																																																																		
Otto Pérez	38.8																																																																		
Sandra Torres	11.6																																																																		
Eduardo Suger	8.8																																																																		
Manuel Baldivón	5.9																																																																		
Harold Caballeros	3.7																																																																		
Patricia de Arzú	3.4																																																																		
Rigoberta Menchú	1.9																																																																		
Mario Estrada	1.6																																																																		
Juan Gutiérrez	0.9																																																																		
Zury Ríos	0.9																																																																		
Blanco/ Nulo	22.5																																																																		
Observaciones	En esta encuesta presentada, es sumamente notoria la diferencia en cuanto a la intención de voto en el área rural en comparación con el área metropolitana. Se puede observar que en el interior o área rural, Sandra Torres alcanza un 23% y tan sólo un 12% en la capital																																																																		

Ficha 9

Tema: Encuesta apunta a preferencia para Sandra Torres en el área Rural

Referencia: El Periódico, Encuesta / martes 29 de marzo de 2011, Página 2

Entrada	Más apoyo en la región Norte, en la región Central y en el Altiplano y en el Oriente del país obtiene el candidato a la Presidencia del Partido Patriota
Titular	Pérez Molina, tan rural como urbano. Sandra Torres, mucho más rural

Ficha 10

Tema:

Referencia: Prensa Libre, Encuesta Libre / jueves 02 de junio de 2011, Página 4 y 5

Titular	Segmentos sociales marcan preferencia
Lead	Suger se posiciona primero en el sector alto, Torres en las mujeres rurales y Pérez Molina sigue puntero en la simpatía de la mayoría



Foto

Ficha 11

Tema:

Referencia: Prensa Libre, Encuesta Libre / jueves 30 de junio de 2011, Página 4

Titular	Análisis de la preferencia																																																																								
Lead	En la Encuesta Libre se analiza la forma en la que expresaron su preferencia electoral las personas entrevistadas, de acuerdo con su edad, sexo y religión.																																																																								
Foto	<table border="1"> <caption>POR NIVEL SOCIAL <i>Eduardo Suger sería el ganador en los niveles medio y alto.</i></caption> <thead> <tr> <th colspan="3">Nivel Medio y Alto</th> <th colspan="3">Nivel Bajo/ Popular</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pérez</td> <td>42.7</td> <td>+5.6 ↑</td> <td>Pérez</td> <td>42.4</td> <td>+5.5 ↑</td> </tr> <tr> <td>Suger</td> <td>20.0</td> <td>+4.6 ↑</td> <td>Torres</td> <td>16.9</td> <td>-2.2 ↓</td> </tr> <tr> <td>Caballeros</td> <td>8.1</td> <td>+4.1 ↑</td> <td>Baldizón</td> <td>6.1</td> <td>+1.5 ↑</td> </tr> <tr> <td>Baldizón</td> <td>5.9</td> <td>+3.6 ↑</td> <td>Suger</td> <td>5.5</td> <td>+0.9 ↑</td> </tr> <tr> <td>Torres</td> <td>5.4</td> <td>-3.2 ↓</td> <td>Caballeros</td> <td>4.3</td> <td>+1.7 ↑</td> </tr> <tr> <td>De Arzú</td> <td>2.7</td> <td>-0.7 ↓</td> <td>Estrada</td> <td>2.9</td> <td>-0.6 ↓</td> </tr> <tr> <td>Menchú</td> <td>1.6</td> <td>-0.1 ↓</td> <td>De Arzú</td> <td>2.3</td> <td>-0.4 ↓</td> </tr> <tr> <td>Gutiérrez</td> <td>1.1</td> <td>+0.5 ↑</td> <td>Menchú</td> <td>1.8</td> <td>+0.3 ↑</td> </tr> <tr> <td>Estrada</td> <td>0.5</td> <td>-0.1 ↓</td> <td>Gutiérrez</td> <td>0.7</td> <td>-0.5 ↓</td> </tr> <tr> <td>De Torrebiarte</td> <td>0.0</td> <td>*</td> <td>De Torrebiarte</td> <td>0.4</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Blanco/ Nulo</td> <td>12.0</td> <td>-11.4 ↓</td> <td>Blanco/ Nulo</td> <td>16.7</td> <td>-6.8 ↓</td> </tr> </tbody> </table>	Nivel Medio y Alto			Nivel Bajo/ Popular			Pérez	42.7	+5.6 ↑	Pérez	42.4	+5.5 ↑	Suger	20.0	+4.6 ↑	Torres	16.9	-2.2 ↓	Caballeros	8.1	+4.1 ↑	Baldizón	6.1	+1.5 ↑	Baldizón	5.9	+3.6 ↑	Suger	5.5	+0.9 ↑	Torres	5.4	-3.2 ↓	Caballeros	4.3	+1.7 ↑	De Arzú	2.7	-0.7 ↓	Estrada	2.9	-0.6 ↓	Menchú	1.6	-0.1 ↓	De Arzú	2.3	-0.4 ↓	Gutiérrez	1.1	+0.5 ↑	Menchú	1.8	+0.3 ↑	Estrada	0.5	-0.1 ↓	Gutiérrez	0.7	-0.5 ↓	De Torrebiarte	0.0	*	De Torrebiarte	0.4	*	Blanco/ Nulo	12.0	-11.4 ↓	Blanco/ Nulo	16.7	-6.8 ↓
Nivel Medio y Alto			Nivel Bajo/ Popular																																																																						
Pérez	42.7	+5.6 ↑	Pérez	42.4	+5.5 ↑																																																																				
Suger	20.0	+4.6 ↑	Torres	16.9	-2.2 ↓																																																																				
Caballeros	8.1	+4.1 ↑	Baldizón	6.1	+1.5 ↑																																																																				
Baldizón	5.9	+3.6 ↑	Suger	5.5	+0.9 ↑																																																																				
Torres	5.4	-3.2 ↓	Caballeros	4.3	+1.7 ↑																																																																				
De Arzú	2.7	-0.7 ↓	Estrada	2.9	-0.6 ↓																																																																				
Menchú	1.6	-0.1 ↓	De Arzú	2.3	-0.4 ↓																																																																				
Gutiérrez	1.1	+0.5 ↑	Menchú	1.8	+0.3 ↑																																																																				
Estrada	0.5	-0.1 ↓	Gutiérrez	0.7	-0.5 ↓																																																																				
De Torrebiarte	0.0	*	De Torrebiarte	0.4	*																																																																				
Blanco/ Nulo	12.0	-11.4 ↓	Blanco/ Nulo	16.7	-6.8 ↓																																																																				
Observaciones	En esta encuesta en particular, se logra evidenciar la diferencia en cuanto a la intención con respecto al nivel socioeconómico de los votantes.																																																																								

Tomando en consideración la estadística nacional donde un número mucho mayor al 50% de la población se encuentra en condiciones de pobreza y pobreza extrema, la base del discurso político de Sandra Torres es citándola textualmente, en una nota publicada en Prensa Libre, Titular: Divorcio, el miércoles 23 de marzo de 2011, página 3: “Guatemaltecas y guatemaltecos: durante los últimos tres años el presidente y yo hemos trabajado por construir un mejor futuro, donde niños, mujeres y ancianos tengan una vida mejor”, dice al inicio.

Afirma que ha apoyado al mandatario en generar programas y beneficios que han cambiado la vida de muchos guatemaltecos.

Estos mismos adversarios han querido destruir los programas sociales de lucha contra la pobreza, señalando supuestos actos de corrupción que jamás han podido sustentar frente a la justicia”, dice.

“Al pueblo de Guatemala – lo exhorto – a mantenernos unidos en esta lucha que nos conducirá a consolidar ese amanecer de esperanza, desarrollo y paz con que todos soñamos”, enfatiza.

Es muy claro identificar cómo las fotografías de la Señora Sandra Torres en las principales páginas de los diarios, generaría un impacto mayor, y más aún en el momento en que ella empieza a hacer uso de los Programas Sociales de la República de Guatemala, y utiliza dichos programas para recorrer el país y llegar a la gente principalmente en el área rural como se resalta anteriormente, aun cuando esto es inconstitucional al ser el Partido Oficial.

4.2.6. Los programas sociales, una plataforma política

Sin lugar a dudas, la implementación de un modelo de Programas Sociales, el cual se basó en programas exitosos en países como Brasil, fue la punta de lanza del discurso político de Sandra Torres, acercándose así al “pueblo de Guatemala”, conteniendo sin duda el claro ejemplo de una campaña clientelar y populista –que consiste en obtener votos a cambio de favores o algún privilegio en época electoral.- Aunque, en este caso, la campaña comenzó al momento de iniciar el mandato de su esposo, era claro su objetivo desde el principio: utilizar dichos Programas Sociales como su propia Plataforma Política. A continuación se comparten algunas noticias, en las que se evidencia dicha afirmación.

Ficha 12

Tema: Argumentos utilizados en el discurso de Sandra Torres

Referencia: Prensa Libre, Antesala electoral / miércoles 9 de marzo de 2011 página 3

Titular	Su discurso conjuga elementos populistas
Lead	Las frases que marcaban diferencia entre “dos Guatemalas” fueron frecuentes en el discurso de ayer Sandra Torres, en el cual “aceptó” ser la candidata oficial.
Foto	No hay fotografía
Observaciones	Resalta la nota dos declaraciones hechas por Sandra Torres: “He tomado la decisión porque quiero proteger los programas sociales y los resultados que hemos logrado en estos tres años”. “Allá arriba vemos a una Guatemala próspera y desarrollada, pero aquí vemos a una Guatemala pobre, con necesidades”.

Ficha 13

Tema: Programas sociales como plataforma política

Referencia: Prensa Libre, Actualidad Nacional / viernes 11 de febrero 2011, página 6

Entrada	Robles dice que sería “tonto si oficialistas no aprovechan su éxito
Titular	UNE utilizará logros del Gobierno en la campaña
Lead	Aunque el presidente Álvaro Colom les encargó a la UNE y a la Gana no mezclar asuntos electorales con el Ejecutivo, el partido oficial utilizará los logros del Gobierno en su campaña política.
Foto	 <p>La pareja presidencial insiste en promocionar los avances en salud y educación, principalmente con Cohesión Social.</p>
Observaciones	Cabe resaltar de la nota “Colom ya lo había indicado en octubre del 2009, cuando en su programa Despacho Presidencial dijo que el partido oficial puede aprovechar los programas de Cohesión Social en busca de reelegirse”.

Ficha 14

Tema: Uso de los Programas Sociales como palanca para Candidatura de Sandra Torres

Referencia: Prensa Libre, Antesala electoral / miércoles 9 de marzo de 2011 página 4

Foto	
Observaciones	En la continuación del reportaje que abarca 4 páginas, en esta sección se habla de la utilización de los Programas Sociales como Plataforma Política.

Ficha 15**Tema: Entrevista a Sandra Torres sobre su postulación**

Referencia: Prensa Libre, Antesala electoral / jueves 10 de marzo de 2011 página 5

Entrada	Torres de Colom sostiene que su candidatura es legal
Titular	Tienen miedo de que les gane
Lead	La esposa del presidente, Sandra Torres de Colom, en entrevista con Prensa Libre señaló que los demás partidos tienen miedo de su participación, porque ella puede ganar las elecciones.
Foto	
Observaciones	Parte relevante de la entrevista: ¿Por qué decidió ser la candidata presidencial de la UNE? Porque la visión que tengo como ciudadana guatemalteca es de un país próspero. El presidente Colom inició ese cambio, y yo quisiera, a través de la propuesta de mi programa de gobierno, consolidar esos cambios. Considero que los Programas Sociales, uno de los principales logros del gobierno, están amenazados por partidos políticos que no comparten la visión de país que yo tengo, y mi preocupación es que esos programas sociales puedan desaparecer del mapa, si no llegamos al poder.

Ficha 16**Tema: Promesas de Campaña**

Referencia: Prensa Libre / lunes 21 de marzo de 2011

Entrada	Empleo, continuidad de programas sociales y hasta llevar a la Selección Nacional al Mundial de Fútbol son algunas de las ofertas de los políticos durante el fin de semana
Titular	Partidos ofrecen de todo en mítines
Lead	La precandidata presidencia de la Unidad Nacional de la Esperanza (UNE), Sandra Torres de Colom, prometió triplicar la ayuda a los pobres, si resulta electa.
Fotografía	No hay

Ficha 17

Tema: Discurso de Sandra Torres

Referencia: Prensa Libre, Divorcio / miércoles 23 de marzo de 2011, página 3

Entrada	
Titular	Se divorcia “por amor al país”
Lead	Sandra Torres difundió ayer un mensaje en el que afirma que “ama a su esposo, pero que se divorcia por “compromiso con el país y los más necesitados”.
Foto	
Observaciones	<p>Discurso de Sandra Torres, extracto de la nota publicada:</p> <p>“Guatemaltecas y guatemaltecos: durante los últimos tres años el presidente y yo hemos trabajado por construir un mejor futuro, donde niños, mujeres y ancianos tengan una vida mejor”, dice al inicio.</p> <p>Afirma que ha apoyado al mandatario en lograr y generar programas y beneficios que hoy están cambiando la vida de muchos guatemaltecos.</p> <p>.... Estos mismos adversarios han querido destruir los programas sociales de lucha contra la pobreza, señalando supuestos actos de corrupción que jamás han podido sustentar frente a la justicia, dice.</p> <p>Al pueblo de Guatemala – lo exhorto – a mantenernos unidos en esta lucha que nos conducirá a consolidar ese amanecer de esperanza, desarrollo y paz con que todos soñamos, enfatiza.”</p>

Ficha 18

Tema: Partidos haciendo propaganda con los programas sociales

Referencia: Prensa Libre, Actualidad Nacional / 10 de abril de 2011, página 5

Entrada	
Titular	Políticos hablan de programas sociales
Lead	Los aspirantes presidenciales de varios partidos hablaron ayer, durante su recorrido por diferentes lugares, de continuar con las transferencias condicionadas, bolsas solidarias y otros programas sociales.
Foto	 <p>Foto Prensa Libre: CORTESÍA UNE Sandra Torres, en su visita a Jutiapa.</p>
Observaciones	Los partidos políticos haciendo uso de los programas sociales como una plataforma política

Ficha 19

Tema: Continuidad de los Programas Sociales

Referencia: El Periódico, Nacionales / sábado 12 de marzo 2011, página 5

Entrada	Sandra Torres, precandidata de la UNE, lanzó ayer su campaña en Quetzaltenango, el principio de una gira por Occidente.
Titular	Ahora nos toca llevar a las familias a la productividad
Lead	Líder suma a sus filas a exdirector de Fonapaz
Foto	 <p>JESÚS ALFONSO/EL PERIÓDICO LA CONCENTRACIÓN EN EL PARQUE reunió a beneficiarios de programas sociales del gobierno.</p>
Observaciones	En una entrevista que le realizaron para esta nota a la candidata, resaltó la continuidad de los programas sociales, por medio de una segunda etapa, en la que ya no sólo darían a los beneficiarios la ayuda, sino también les impulsarían a ser parte del sector productivo por medio de capacitaciones.

Ficha 20**Tema:**

Referencia: El Periódico, Nacionales / martes 10 de mayo 2011, página 5

Entrada	Ofrecerá la creación de cuatro nuevas cárceles tipo módulos y el Ministerio de Desarrollo Rural, según explica uno de los integrantes del comando de campaña.
Titular	“El Plan de todos”: El Plan de Gobierno de Torres
Lead	Durante los siguientes 4 meses la candidata consensuará 22 planes departamentales
Foto	 <p>MOISÉS CASTILLO/ELPERIÓDICO</p> <p>EL FIN DE SEMANA la UNE ratificó a Torres y a Roberto Díaz Durán como el binomio presidencial.</p>
Observaciones	En esta nota, el jefe de campaña confirma que este Plan de Gobierno se basa en resultados y planes desarrollados en la Secretaría General de Planificación, así como de todas las reuniones en las que participaron cuando Sandra aún era la Primera Dama, durante los dos años que estuvieron dentro del Gobierno.

Ficha 21

Tema:

Referencia: El Periódico, Nacionales / sábado 14 de mayo de 2011, Página 4

Entrada	Ayer en su gira por Quiché la candidata prometió también aumentar el número de familias beneficiarias
Titular	Torres promete Bolsas Solidarias mensuales a beneficiarios de MIFAPRO
Lead	Álvaro Colom dice que hay que analizar actuaciones de candidatos
Foto	
Observaciones	De acuerdo con la nota, los discursos de la precandidata se basaron en propuestas de continuar con los Programas Sociales, pero resaltando que no era suficiente lo que recibían y que ella lucharía por darles más dinero y mayor cantidad y variedad de productos en las Bolsas Solidarias.

La imagen de la “bolsa solidaria” y la Primera Dama acercándose a las personas de escasos recursos fue tan simbólica y tuvo tanto protagonismo, que no se pudieron desligar los Programas Sociales de su propia imagen.

Es así, como desde el inicio del año 2011, los medios hicieron mayor hincapié en todas las noticias relacionadas con Sandra Torres, y los Programas Sociales que ella lideraba como Primera Dama bajo el nombre de Mi Familia Progresista.

4.2.7. La presencia de Sandra Torres en los medios, antes de postularse

En las notas siguientes, se puede observar la percepción de la gente y la fuerza que los medios le dieron al tema, aún sin siquiera ella haberse postulado:

Ficha 22

Tema: Sandra Torres señalada de hacer campaña política a su favor y de mandar más que el Presidente Álvaro Colom

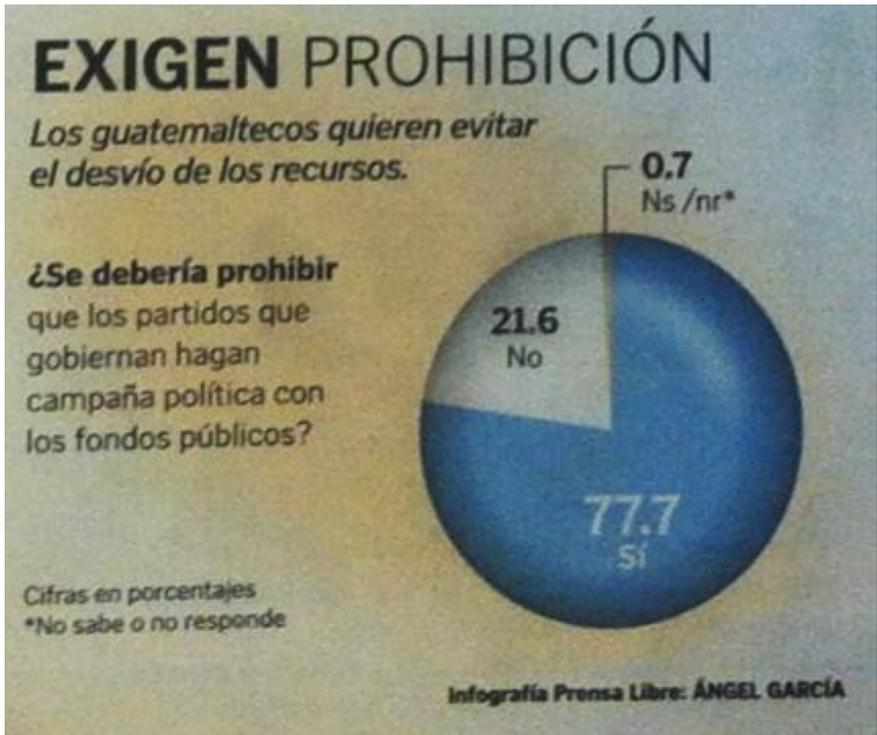
Referencia: Prensa Libre, Reportaje especial: Desempeño de Gobierno. Encuestas Vox Latina / viernes, 14 de enero de 2011, página 5

Entrada	Señalan a esposa de promocionarse																								
Titular	Torres es quien manda, cree 50%																								
Lead	Cuestionan liderazgo de Colom																								
Foto	<p>SEÑALAN A ESPOSA DE PROMOCIONARSE Según el estudio, gran parte de la población opina que Sandra Torres de Colom se encuentra haciendo campaña política a su favor. Además, las gráficas muestran que, según los guatemaltecos, manda más que el propio gobernante.</p> <p>¿Quién manda realmente en el país, el presidente Álvaro Colom o su esposa, Sandra Torres?</p> <table border="1"> <tr> <td>El presidente Colom</td> <td>46.6</td> </tr> <tr> <td>Su esposa</td> <td>50.7</td> </tr> <tr> <td>Ns/nr</td> <td>2.7</td> </tr> </table> <p>En su opinión, ¿Sandra Torres de Colom está haciendo campaña política a su favor?</p> <table border="1"> <tr> <td>Si</td> <td>80.6</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>18.4</td> </tr> <tr> <td>Ns/nr</td> <td>1</td> </tr> </table> <p>¿Está de acuerdo o en desacuerdo con que Sandra Torres de Colom sea candidata a la Presidencia de la República?</p> <table border="1"> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td>58.6</td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td>40.2</td> </tr> <tr> <td>Ns/nr</td> <td>1.2</td> </tr> </table> <p>El programa Mi Familia Progresiva, ¿es para ayudar a los más pobres o para hacerle imagen a Sandra Torres de Colom?</p> <table border="1"> <tr> <td>Para hacerle imagen a Sandra Torres</td> <td>58.9</td> </tr> <tr> <td>Para ayudar a los más pobres</td> <td>40.7</td> </tr> <tr> <td>Ns/nr</td> <td>0.4</td> </tr> </table> <p>Infografía Prensa Libre: ÁNGEL GARCÍA</p> <p>Questionan liderazgo de Colom</p>	El presidente Colom	46.6	Su esposa	50.7	Ns/nr	2.7	Si	80.6	No	18.4	Ns/nr	1	En desacuerdo	58.6	De acuerdo	40.2	Ns/nr	1.2	Para hacerle imagen a Sandra Torres	58.9	Para ayudar a los más pobres	40.7	Ns/nr	0.4
El presidente Colom	46.6																								
Su esposa	50.7																								
Ns/nr	2.7																								
Si	80.6																								
No	18.4																								
Ns/nr	1																								
En desacuerdo	58.6																								
De acuerdo	40.2																								
Ns/nr	1.2																								
Para hacerle imagen a Sandra Torres	58.9																								
Para ayudar a los más pobres	40.7																								
Ns/nr	0.4																								
Observaciones	Este tema fue tratado durante todo el gobierno del entonces presidente Álvaro Colom, en el que se resaltaba la participación tan activa de su esposa y se reprochaba que ella utilizó cada oportunidad posible para hacerse campaña. Prensa Libre en esta encuesta refuerza el pensamiento colectivo.																								

Ficha 23

Tema: Utilización de fondos del Estado para hacer campaña política

Referencia: Prensa Libre, Reportaje especial: Desempeño de Gobierno. Encuestas Vox Latina / viernes, 14 de enero de 2011, página 5

Entrada	Exigen Prohibición								
Titular	Critican uso de dinero público en la campaña								
Lead	La mayoría respalda que se exija a los partidos en el poder que se haga campaña política con fondos públicos								
Foto	 <p>EXIGEN PROHIBICIÓN <i>Los guatemaltecos quieren evitar el desvío de los recursos.</i></p> <p>¿Se debería prohibir que los partidos que gobiernan hagan campaña política con los fondos públicos?</p> <p>Cifras en porcentajes *No sabe o no responde</p> <p>Infografía Prensa Libre: ÁNGEL GARCÍA</p> <table border="1"><thead><tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Si</td><td>77.7</td></tr><tr><td>No</td><td>21.6</td></tr><tr><td>Ns /nr*</td><td>0.7</td></tr></tbody></table>	Respuesta	Porcentaje	Si	77.7	No	21.6	Ns /nr*	0.7
Respuesta	Porcentaje								
Si	77.7								
No	21.6								
Ns /nr*	0.7								
Observaciones	Sandra Torres fue muy criticada, pues durante todo el gobierno de su esposo, el entonces presidente, fue acusada de que querer hacer campaña política y beneficiarse con los propios recursos del Estado.								

4.3 Los medios presentan la situación socioeconómica del país

Cada tema relacionado a los programas sociales, incluyendo la desnutrición, pobreza, deficiencias en el sistema educativo y salud; estaban estrechamente ligados al contexto del momento, dado que eran justamente los programas de Cohesión Social, los que se relacionaban directamente con la ex Primera Dama y de los cuales ella se valía para iniciar una campaña anticipada. Esto le funcionó tan bien, que los medios de comunicación dieron

la notoriedad del caso a temas que lamentablemente no trascienden, a menos que tenga una implicación política.

Ficha 24

Tema: Gobierno abandona programa de ONU para combatir la desnutrición

Referencia: Prensa Libre, Actualidad Nacional / viernes 11 de febrero 2011, página 3

Entrada	Revisión a programa de 2007-2016 evidencia rezagos en implementación																																						
Titular	ONU señala abandono de plan contra desnutrición																																						
Lead	Una evaluación efectuada por organizaciones del Sistema de las Naciones Unidas sobre el cumplimiento de la Estrategia Nacional para la Reducción de la Desnutrición Crónica (ENREDC), planificada del 2007 al 2016, evidencia que los seis ejes en que fue concebida fueron abandonados en forma parcial por el Estado.																																						
Foto	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Etapas*</th> <th>Al año</th> <th>% reducción</th> <th>% acumulado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">I</td> <td>2007</td> <td>1.2%</td> <td>1.2%</td> </tr> <tr> <td>2008</td> <td>1.3%</td> <td>2.5%</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">II</td> <td>2009</td> <td>1.7%</td> <td>4.2%</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>1.7%</td> <td>6.0%</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>2.1%</td> <td>8.1%</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">III</td> <td>2012</td> <td>2.9%</td> <td>10.9%</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>3.1%</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>3.3%</td> <td>17.3%</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>3.3%</td> <td>20.6%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2016</td> <td>3.3%</td> <td>24%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* La Estrategia Nacional para la Reducción de la Desnutrición Crónica (Enredc) fue concebida en tres etapas.</p> <p>Informe Revisión a programa de 2007-2016 evidencia rezagos en implementación</p>	Etapas*	Al año	% reducción	% acumulado	I	2007	1.2%	1.2%	2008	1.3%	2.5%	II	2009	1.7%	4.2%	2010	1.7%	6.0%	2011	2.1%	8.1%	III	2012	2.9%	10.9%	2013	3.1%	14%	2014	3.3%	17.3%	2015	3.3%	20.6%		2016	3.3%	24%
Etapas*	Al año	% reducción	% acumulado																																				
I	2007	1.2%	1.2%																																				
	2008	1.3%	2.5%																																				
II	2009	1.7%	4.2%																																				
	2010	1.7%	6.0%																																				
	2011	2.1%	8.1%																																				
III	2012	2.9%	10.9%																																				
	2013	3.1%	14%																																				
	2014	3.3%	17.3%																																				
	2015	3.3%	20.6%																																				
	2016	3.3%	24%																																				
Observaciones	Una nota interesante haciendo relevancia al tema de la poca efectividad de los programas de Cohesión Social e interés del gobierno por reducir los índices de pobreza																																						

Ficha 25

Tema: Índices de desnutrición

Referencia: Prensa Libre, Primer Plano / viernes 20 de mayo de 2011, pág. 2

Entrada	Cada año 200 mil niños más con desnutrición
Titular	PMA advierte sobre mayor desnutrición
Lead	Cada año nacen 400 mil niños en Guatemala y el 50 por ciento de esa cantidad padece desnutrición crónica, por lo que, según el Programa Mundial de Alimentos (PMA), de no tomar mejores acciones, cada año habrá otros 200 mil infantes desnutridos.

Foto



Observaciones En Primer Plano colocan los altos índices de desnutrición

Ficha 26

Tema: La desnutrición

Referencia: Prensa Libre, Reportaje especial: De cerca / jueves 04 de mayo de 2011, pág. 4

Entrada	Tanto en el oriente como en el occidente la mala nutrición tiene la mirada de niño o niña, los más afectados por ese flagelo.
Titular	Desnutrición infantil se extiende
Lead	Antes del 2009 la falta de alimentos comenzaba a ocasionar problemas alimentarios desde cada junio.
Foto	
Observaciones	Importante que el medio resalta que este problema se presenta año con año, incluso antes de que iniciara este nuevo Gobierno.

Ficha 27

Tema: Alto déficit en el sistema educativo de Guatemala

Referencia: Prensa Libre, Actualidad: Nacional / jueves 14 de mayo de 2011, pág. 4

Entrada	Baja escolaridad afecta la competitividad	
Titular	BM: Educación del país es la peor del Istmo	
Lead	Los jóvenes guatemaltecos que ingresan en el mercado laboral tienen años menos de educación que los salvadoreños, ya que el país está en el último lugar de la Región respecto de la enseñanza; además, tiene poca calidad y profesores mal calificados, revela el estudio del Banco Mundial (BM)	
Foto		
Observaciones	En este estudio, se demuestra lo evidente respecto a los serios problemas en el sistema educativo, pero se hace referencia a la historia del país en términos de este sistema desde 1960. Por tal motivo, con este estudio no se hace referencia exclusivamente a problemas de ese Gobierno, sino del histórico del país en cuanto a educación.	

Lo relevante en estas noticias, es que si bien habla de los grandes problemas que el país ha enfrentado históricamente, también se presentaba la contraparte en que la población calificaba como buena la gestión del gobierno y en la misma se contrarrestaba mostrando que los programas si habían logrado un impacto positivo, como se observa en las fichas a continuación:

4.4. En contraste, Programas Sociales bien recibidos por la población

Ficha 28

Tema: Encuestas favorables para programas sociales

Referencia: Prensa Libre, Encuesta Libre / lunes 2 de mayo de 2011, página 4

Entrada	Lo bueno
Titular	Programas son reconocidos
Foto	No hay fotografía
Observaciones	En las encuestas presentadas en este reportaje especial en el que se casi el 42% de las personas afirma que el mayor mérito del gobierno han sido los programas sociales.

Ficha 29

Tema: Encuesta en segmento popular favorable para gestión de gobierno

Referencia: Prensa Libre, Encuesta Libre / lunes 2 de mayo de 2011, página 4

Entrada	El 55 por ciento de los encuestados calificó de buena o aceptable la gestión del gobierno de Álvaro Colom Caballeros
Titular	Califican gestión como aceptable
Lead	Después de tres años y cuatro meses de gobierno, la gestión del presidente Álvaro Colom fue calificada en forma favorable por poco más de la mitad de los participantes en la Encuesta Libre.
Foto	<p>EVALUACIÓN DEL GOBIERNO ES ACEPTABLE <i>Más de la mitad de los encuestados tiene una opinión favorable de la gestión gubernamental.</i></p> <p>55% califican de buena/aceptable la labor del Gobierno.</p> <p>Califican buena/aceptable la labor gubernamental por grupo geográfico:</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: 45% Interior urbano: 58% Rural: 58% <p>Cifras en porcentajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> 45 mala 44 aceptable 11 bien <p>Cómo calificaría la labor del gobierno actual?</p> <p>Infografía Prensa Libre: BILLY MELGAR</p>

Finalmente, la candidata se valía de estos mismos datos mostrados, tanto de las grandes deficiencias del país, como de la aceptación de estos paliativos sociales, para ganarse un lugar como aspirante a la Presidencia y que ciertamente le valió para mantener un puesto como se verá más adelante.

4.5 Plataforma Política y mercado electoral de Sandra Torres, de acuerdo a las notas en los medios

Ficha 30

Tema: Sandra ofrece continuar con los Programas Sociales

Referencia: Prensa Libre, Dominical / domingo 15 de mayo de 2011, pág. 5

Titular	Propone más ayuda
Lead	La candidata presidencial por la Unidad Nacional de la Esperanza (UNE), Sandra Torres, Viajó ayer a Nahualá y Santa Catarina Ixtahuacán, Sololá, donde prometió continuar con los programas sociales
Foto	 <p>Foto Prensa Libre: ÓSCAR FIGUEROA</p> <p>Sandra Torres saluda a las mujeres de Joyabaj.</p>

Ficha 31

Tema: Propaganda con los programas sociales

Referencia: Prensa Libre, Decisión Libre / Lunes 16 de mayo de 2011, pág. 5

Entrada	
Titular	UNE-Gana ofrece continuar apoyo
Lead	Continuar con su ayuda mediante programas sociales, una terminal de buses y un mercado, ofreció Sandra Torres...

Foto



4.6 Resultado de encuestas Prensa Libre y El Periódico

De acuerdo a las encuestas publicadas por ambos medios, Torres se logró mantener en segundo lugar, aún con una distancia muy significativa con el primer lugar, ella logró darse a conocer en todo el territorio nacional, logró un segundo puesto aún sin siquiera hacer oficial su candidatura y definitivamente logró una fuerte intención de voto en el área rural del País. Durante los 6 meses del presente monitoreo, se podría afirmar que la cobertura de medios para todos los temas relacionados con Sandra Torres, también le valieron para darse a conocer, ya no sólo como la Primera Dama o esposa del Presidente; sino también, como una mujer que le apostó al socialismo para lograr su cometido, haciendo uso de un discurso populista. Tal afirmación, se plasma en las respuestas a las encuestas que ambos medios realizaron y que se muestran a continuación:

Encuesta 1 - PORTADA

Tema: ENCUESTAS

Referencia: El Periódico, Nacionales / miércoles 05 de enero de 2011, página 04

Titular	PORTADA
Foto	

Encuesta 1

Tema: ENCUESTAS

Referencia: El Periódico, Nacionales / miércoles 05 de enero de 2011, página 2 y 3

Titular	Arranca el Año Electoral, La encuesta de Enero 2011
Infografía	

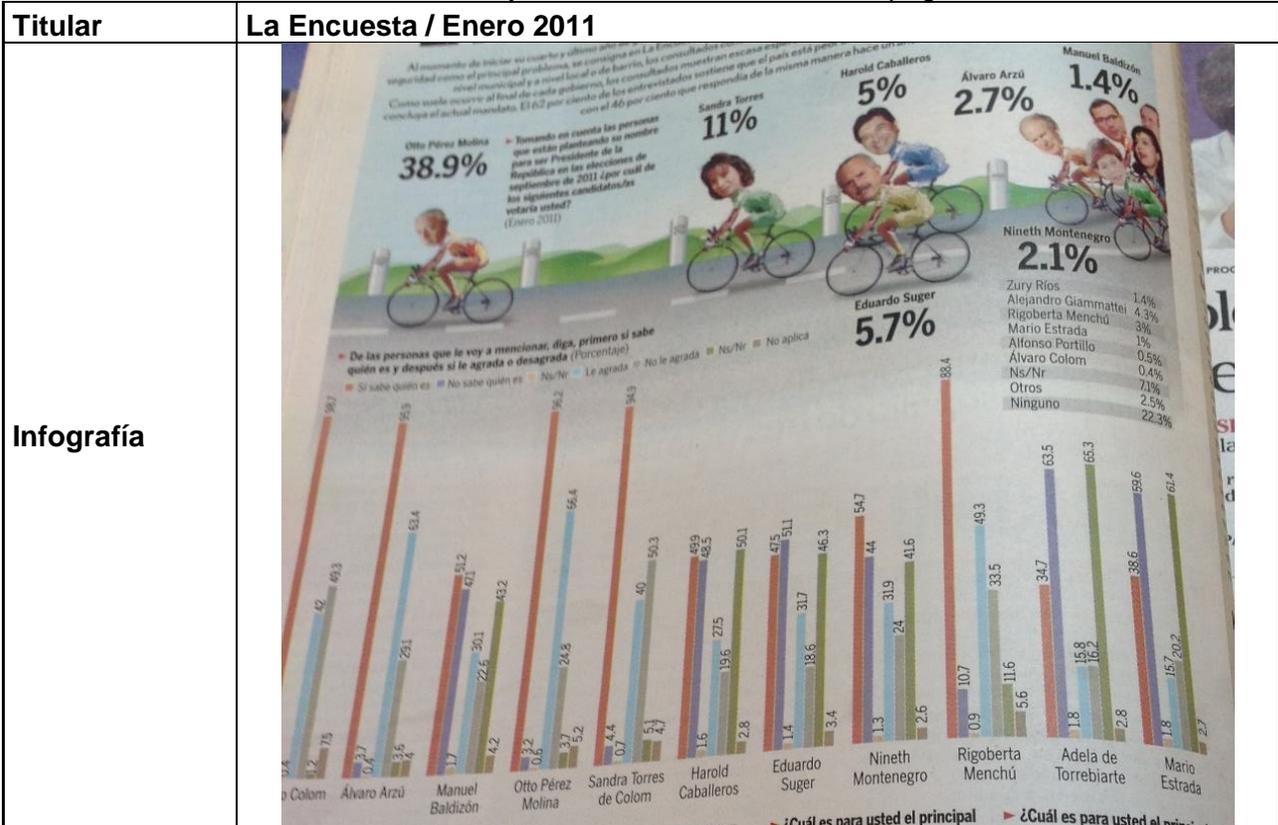


Observaciones Para enero del año 2011, Sandra Torres ya figuraba con el segundo lugar en las encuestas, aún sin siquiera anunciar su postulación

Encuesta 2

Tema: ENCUESTAS

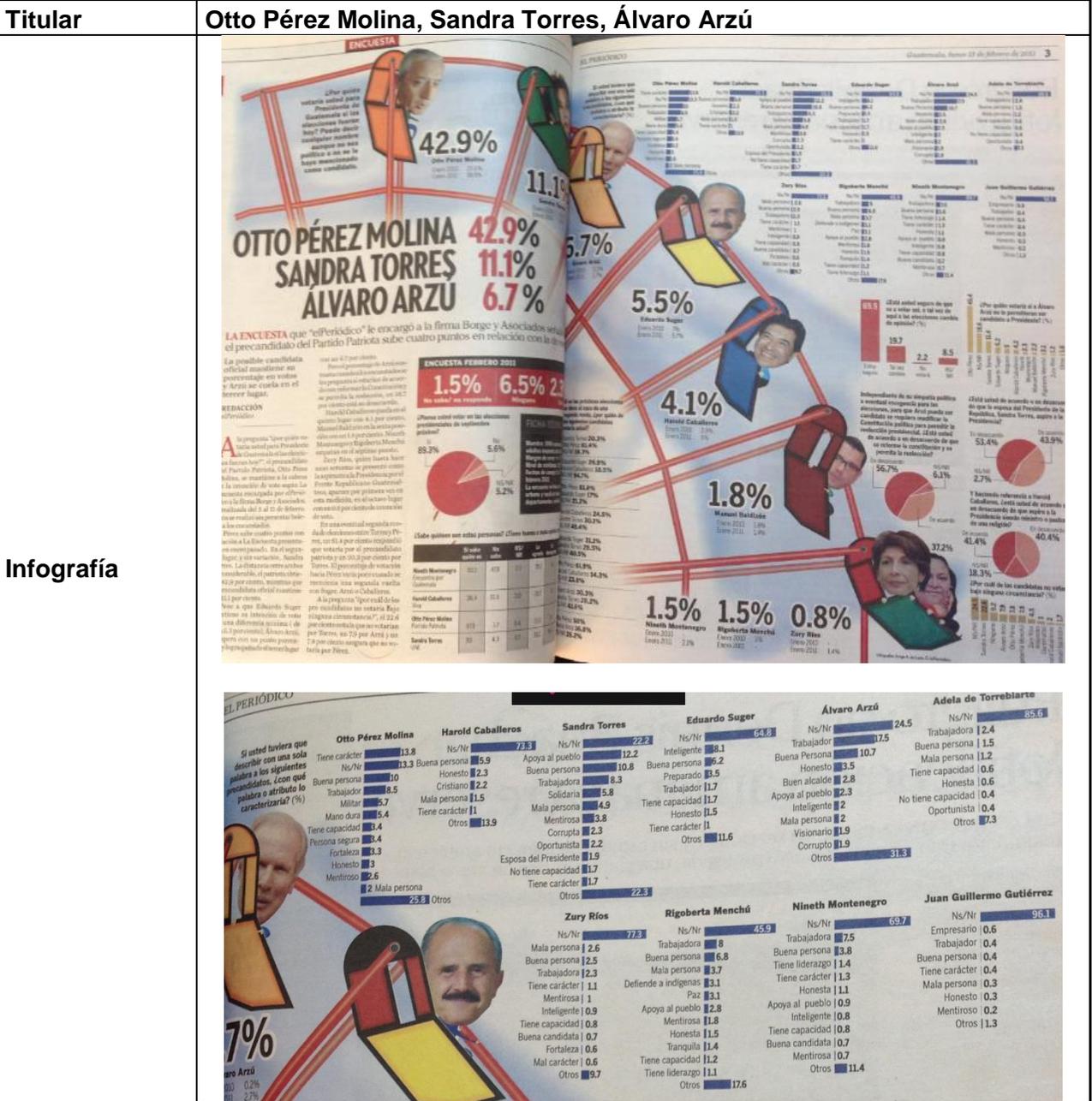
Referencia: El Periódico, Nacionales / jueves 06 de enero de 2011, página 4



Encuesta 3

Tema: ENCUESTAS

Referencia: El Periódico, Nacionales / Lunes 21 de febrero de 2011, página 2 y 3



Encuesta 5 - PORTADA

Tema: ENCUESTAS

Referencia: Prensa Libre, Portada / miércoles 01 de junio de 2011, PORTADA

Titular	PP aventaja a la UNE en 19.3 puntos
Infografía	

Encuesta 5

Tema: Lugar de cada candidato en la contienda electoral, según la encuesta

Referencia: Prensa Libre, Encuesta Libre / miércoles 01 de junio de 2011, página 03

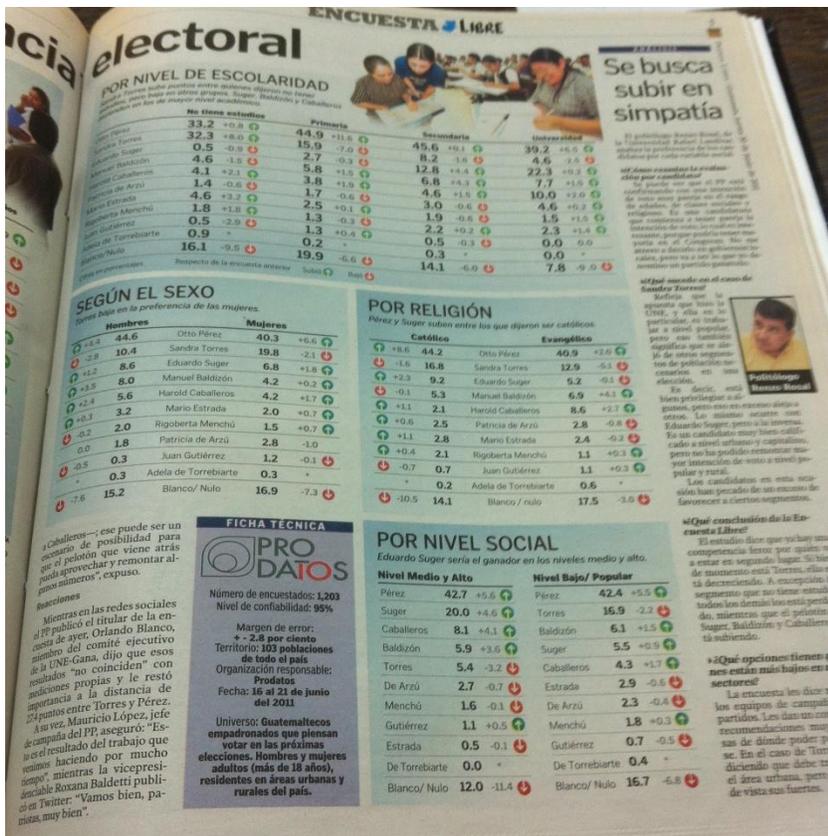
Entrada	A 102 días de las elecciones
Titular	Dos candidatos acaparan simpatía
Lead	Otto Pérez y Sandra Torres lideran la preferencia de los potenciales votantes, y en el tercer lugar nada está definido.
Infografía	
En la misma nota	Un recuadro titulado Coyuntura muestra las masacres suscitadas durante la semana de entrevistas.
Observaciones	Los datos que hacen referencia en la nota en relación a las encuestas y total de votos para cada candidato son proporcionados por Prodatos para Prensa Libre.

Encuesta 6

Tema: ENCUESTAS

Referencia: El Periódico, Nacionales / jueves 30 de junio de 2011, página 4

Titular	Análisis de la preferencia
Infografía	



Encuesta 7

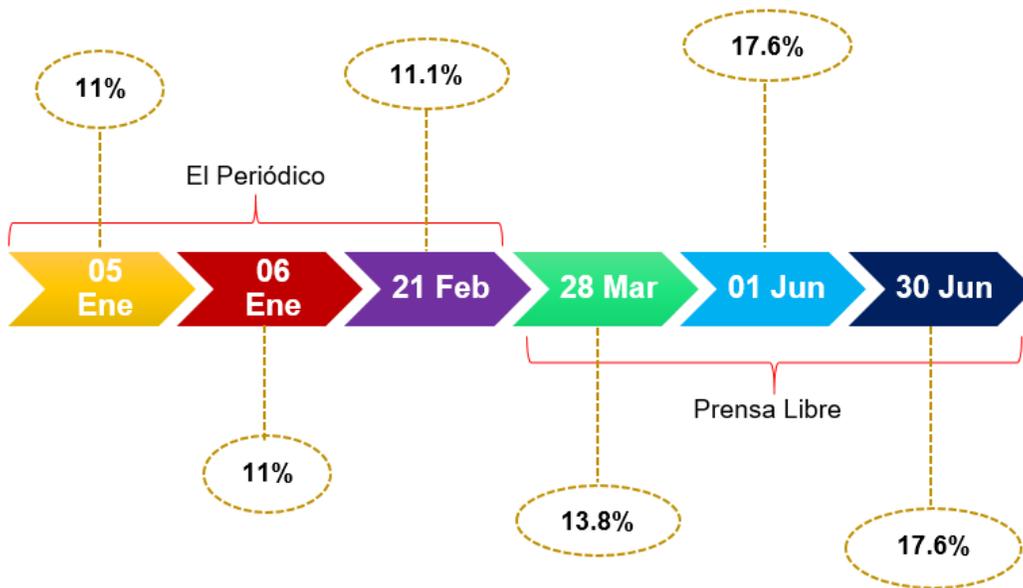
Tema: ENCUESTAS

Referencia: Prensa Libre, Encuesta Libre / miércoles 01 de junio de 2011, Página 4



4.7 Línea de tiempo del resultado encuestas Prensa Libre y El Periódico

Como se observa en la línea de tiempo a continuación, de acuerdo con encuestas realizadas tanto en Prensa Libre como en el Periódico, se puede ver el incremento en la intención de voto; esto, a pesar de que a partir de marzo, cuando Sandra Torres hizo pública su candidatura, fue duramente señalada debido a que para lograr postularse, tuvo que divorciarse del Presidente Álvaro Colom. Esto provocaba rechazo en ciertos sectores de la población, pero los beneficiados con los Programas Sociales no le retiraron el apoyo, manteniéndola en el segundo lugar de las encuestas nacionales, hasta que se anunció que le habían rechazado la inscripción.



4.8 Columnas de Opinión de Prensa Libre y El Periódico

4.8.1 Definición de una Columna de opinión

De acuerdo con la descripción de Lang, Peter (2009) respecto a la definición de una Columna de Opinión: "El objetivo de todo texto de opinión es el de expresar argumentativamente unas ideas e intentar convencer al lector de ellas, de ahí su capacidad persuasiva. La mayor parte de los textos que pertenece a este subgénero periodístico tiene

su ubicación en las páginas de la sección Editorial –también conocida como sección de Opinión-.”

El mismo autor haciendo referencia a un documento del autor E. Dovifat (1959) habla de las características de los géneros de opinión indicando que son una “solicitud de opinión” es decir “un conjunto de formas de expresión a las que el periodista recurre para convencer a sus lectores. No todos los editorialistas pertenecen a la plantilla del diario, algunos prestan colaboración esporádica y ocasional. Tampoco todos los géneros de opinión son conciencia del periódico...” aunque también señala que “Los textos que revelan una mayor identificación con la ideología de una publicación son los editoriales.”

4.8.2 Análisis de resultados de la Columna de Opinión

Como parte del monitoreo realizado, también se incluyó las Columnas de Opinión en los diarios El Periódico y Prensa Libre durante el mismo periodo de tiempo que comprendió de enero a junio de 2011.

La respuesta de los columnistas respecto a la candidatura de Sandra Torres, así como el divorcio del Presidente de la República, fueron los temas principales que abordaron, mostrando sin duda una mayor relevancia a todos los aspectos nada positivos de la aspirante a candidata.

En la nota a continuación podemos ver un claro ejemplo de cómo los comenzaban a atacar a Sandra y a Álvaro Colom y desde ese momento ya iniciaban a señalar el hecho de que fuera inconstitucional para la Primera Dama, postularse. Ya con los resultados que se pudieron observar anteriormente, tanto Prensa Libre, como El Periódico llegan niveles socioeconómicos más altos, y era precisamente a estos votantes que los medios trataban de restar intenciones de voto para la señora Sandra de Colom.

Ficha 32

Tema: Proselitismo ilegal propiciado por Colom, a favor de su esposa

Referencia: Prensa Libre, Editorial / viernes, 14 de enero de 2011

Entrada	Para preocupación de los ciudadanos interesados en el cumplimiento de la ley, el presidente de la República, Álvaro Colom Caballeros, ya se decidió a convertirse en un activista, indudablemente privilegiado, de la
----------------	---

	inconstitucional pretensión de la candidatura presidencial de su esposa, Sandra Torres de Colom.
Título	Colom comienza ilegal proselitismo
Lead	
Foto	No hay fotografía
Observaciones	Retomando el párrafo más relevante de la nota editorial “La presencia de la señora Torres Casanova de Colom en las presentaciones públicas del dignatario las convierten en actos de campaña electoral, con el agravante de ser anticipada y sobre todo pretendidamente embozada, encubierta”, denota el interés por remarcar que cada acto político está marcado por el deseo de la Señora Torres de participar en la contienda a toda costa.

En las columnas presentadas a continuación, se demuestra cómo se continúa reforzando la postulación de la candidata además de ser inconstitucional y utilizar el mismo Gobierno para hacer campaña anticipada, se resalta el discurso con promesas falsas, y que no tienen otra finalidad que su uso “políticamente clientelar” según las palabras del columnista:

Ficha 33

Tema: Golpe de Estado en relación a la postulación de Sandra Torres

Referencia: Prensa Libre, Opinión / lunes 04 de abril de 2011, página 16

Título	Por qué es un golpe de Estado
Lead	Conforme pasan los días se incrementa mi convencimiento de poder llamar golpe de Estado a la estrategia del presidente Álvaro Colom y de su esposa, Sandra Torres, de obtener un divorcio “por amor” con la intención de permitirle a ella participar como candidata a la Presidencia de la República.
Foto	No hay fotografía
Observaciones	Un párrafo sobresaliente de la nota de opinión dice: “crónica de un golpe anunciado”, cuando se analizan las acciones del partido oficial y sus dirigentes. Tres veces tocaron la puerta de la Presidencia, pero al nomás comenzar el periodo se puso en marcha una maquinaria propagandística golpista. Los programas de dineros condicionados, de entrega de víveres, etcétera, se pueden explicar y justificar en una sociedad como la nuestra, pero su uso políticamente clientelar es repudiable así como la decisión de personificar al Gobierno. Primero, era el gobierno de Álvaro Colom”, y ahora su esposa es quien tiene la varita mágica para resolver los problemas, como ya implicó a la prensa el presidente.

Ficha 34

Tema: La falta de credibilidad en la población respecto a las campañas de los políticos

Referencia: Prensa Libre, Opinión / miércoles 25 de mayo de 2011, pág. 15

Entrada	Hacen muy bien los electores de tomar con desconfianza, incredulidad y a veces como entretenimiento la visita de la mayoría de los candidatos a sus comunidades o colonias.
Título	¿Cuál fiesta electoral?
Lead	Sandra Torres: “No estoy muy enterada de lo que es, pero es una calumnia de la oposición”.
Foto	No hay fotografía
Observaciones	La columna de opinión hace referencia al descontento generalizado de la población, cuando llegan candidatos a ofrecer cosas que no cumplirán. Hablan de todos los partidos, pero resaltan el comentario de Sandra Torres en el medio de la columna y con tipografía más grande y en negrilla.

Luego de revisar estas columnas en Prensa Libre, a continuación se presentan algunos ejemplos de las opiniones de El Periódico. Este medio se caracteriza por tener un análisis más crítico del acontecer nacional, y esto se puede también ver reflejado en sus columnistas:

Ficha 35

Tema: Las próximas elecciones y sus actores

Referencia: El Periódico, Opinión / lunes 03 de enero de 2011, pág. 14

Título	¡Elecciones ya!
Lead	Estamos a ocho meses de elecciones
Foto	No hay fotografía
Observaciones	En esta columna, Acisclo Valladares hace un comentario indicando que todos conocen su postura electoral, pero que aun así él quiere resaltar las partes más importantes de cada candidato. Es así como en su columna escribe: “José Alejandro Arévalo señaló –acertadamente- que si este Gobierno hubiera tenido otros actores con el poder y con algunas de las características de Sandra de Colom en seguridad y economía, habría sido de inmensa importancia, a lo que yo agregaría otro, el conciliador de intereses y, así, indiscutido ya lo logrado en el campo social, el principal esfuerzo para aquella, si candidata, será convencernos de que en un Gobierno suyo, la economía, la seguridad y conciliación de intereses alcanzará los avances habidos en lo social, indiscutible.

Ficha 36

Tema: El programa de Cohesión Social

Referencia: El Periódico, Opinión / martes 04 de enero de 2011, pág. 12

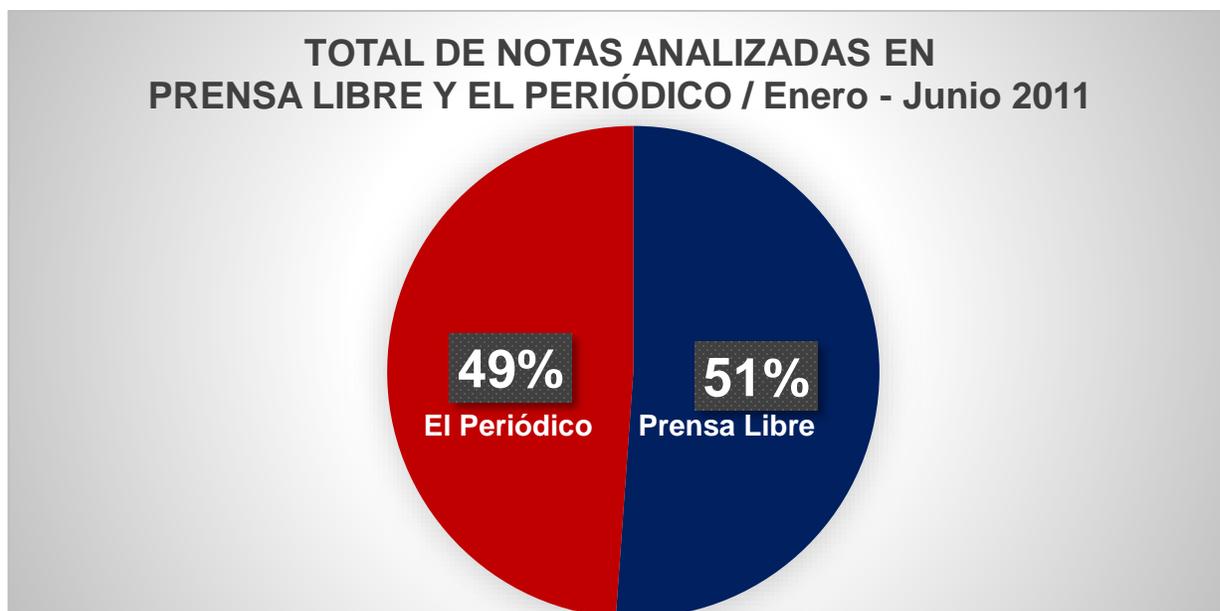
Título	¡Buenas, las bolsas!
Lead	Falta de crítica, apunta la excelencia.
Foto	No hay Fotografía
Observaciones	Acisclo Valladares hace un análisis de los Programas sociales, resaltando que por ejemplo los productos en las Bolsas Solidarias son de buena calidad, hace referencia al éxito de programas también como Transferencias Condicionadas. Él mismo indica que no hace referencia de los beneficiarios pues desconoce si realmente son los que deberían ser, pero resalta el hecho de que los Programas en sí, han sido bien ejecutados.

4.9 Resultado Final del Monitoreo de Medios

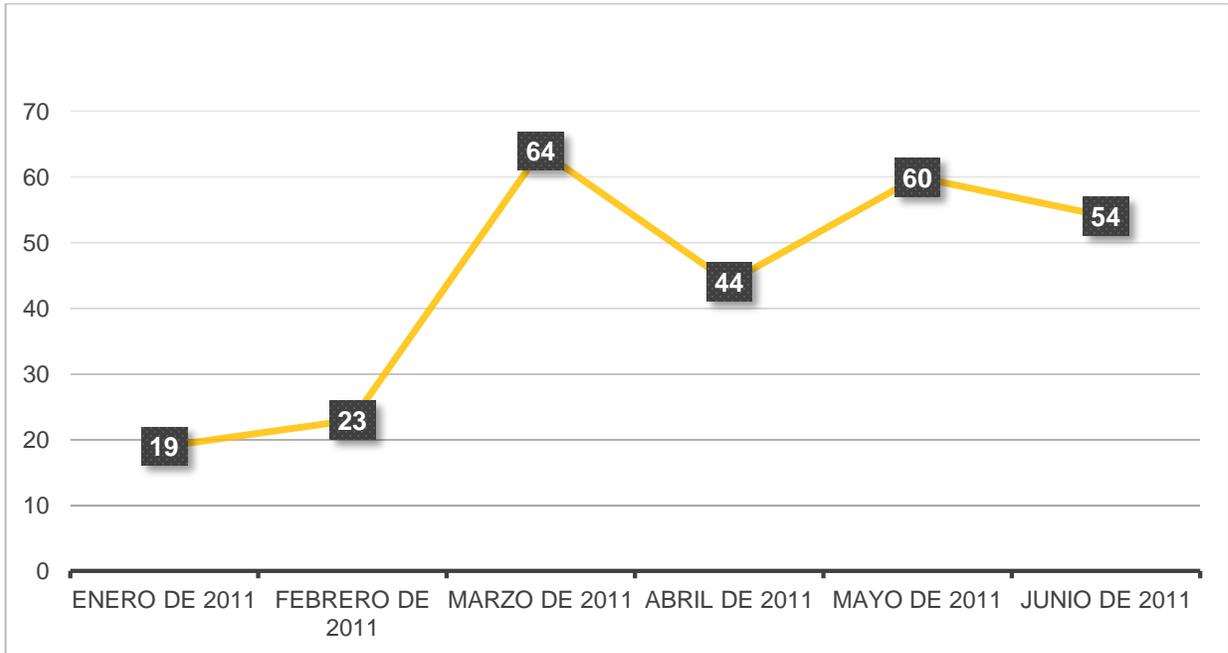
Doscientas sesenta y cuatro notas y columnas de opinión fueron analizadas durante el monitoreo de medios de enero a junio de 2011, las cuales dieron como resultado los siguientes datos:

Gráfica 1

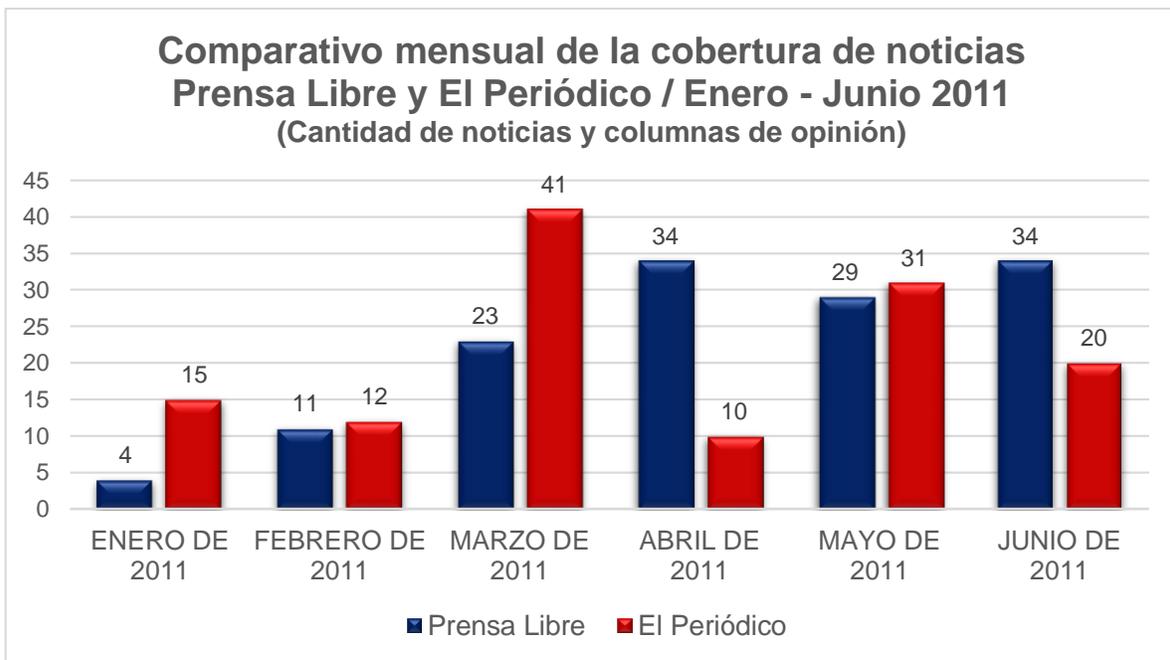
En esta gráfica se observa que la cobertura de ambos medios fue bastante similar. El color azul representa Prensa Libre y el rojo El Periódico.



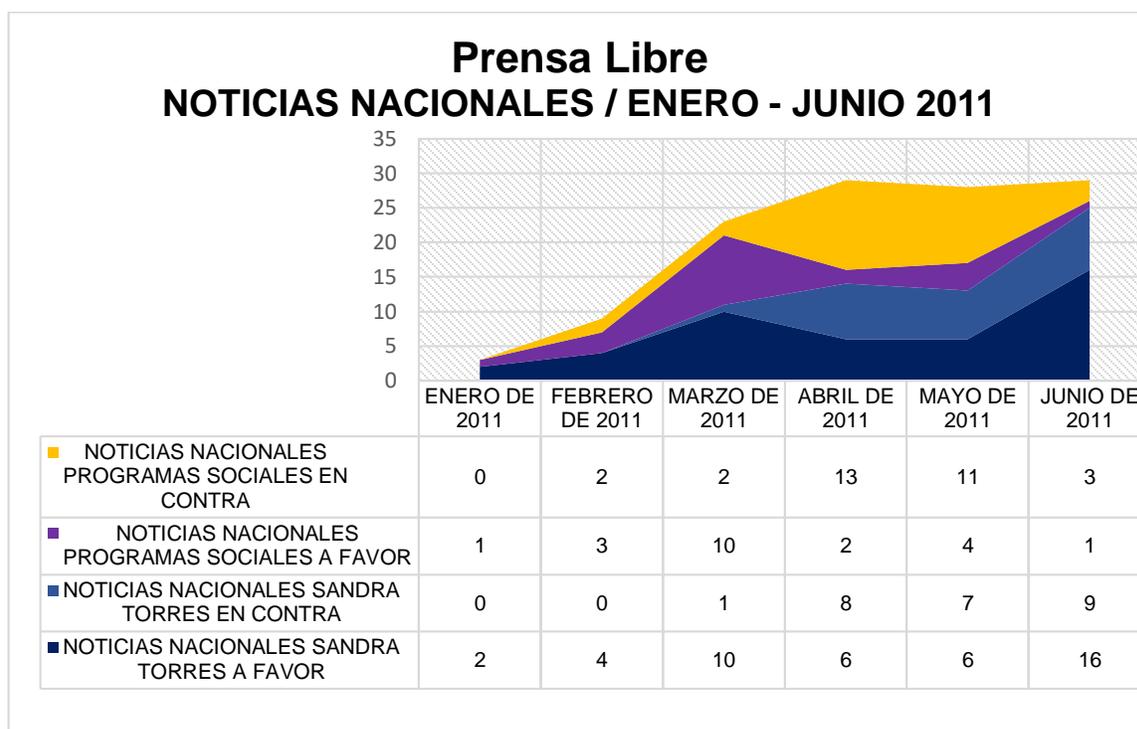
Gráfica 2 – Total de notas en Prensa Libre y el Periódico, relacionadas a Sandra Torres y Los Programas Sociales, de enero a junio de 2011



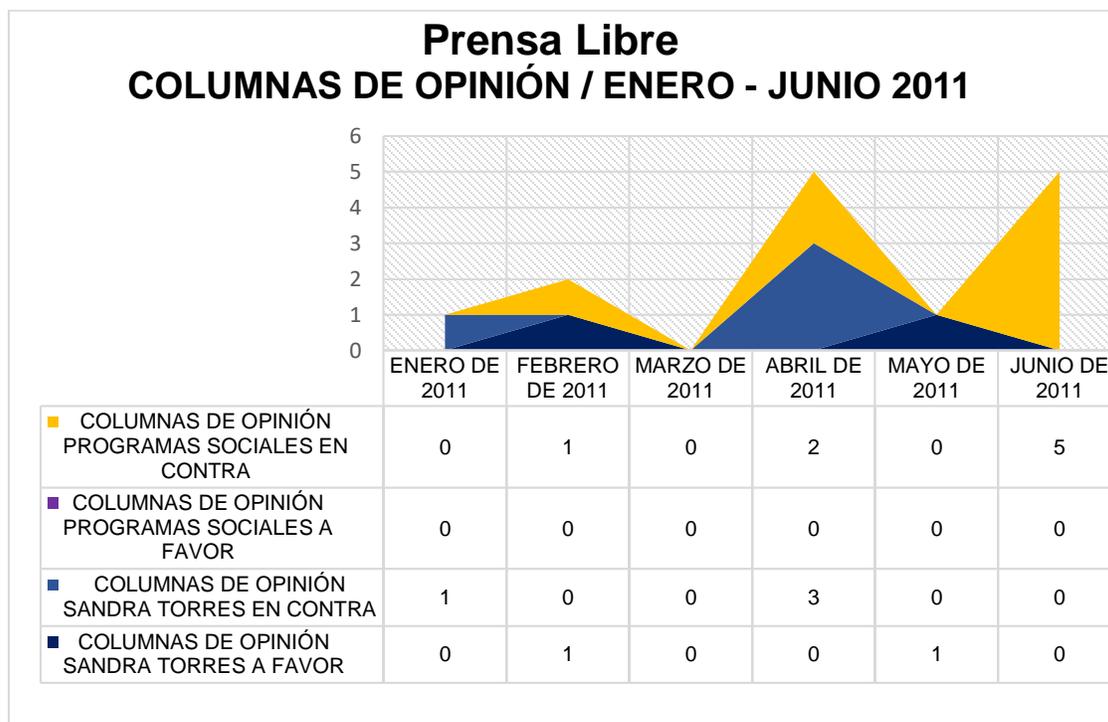
Gráfica 3



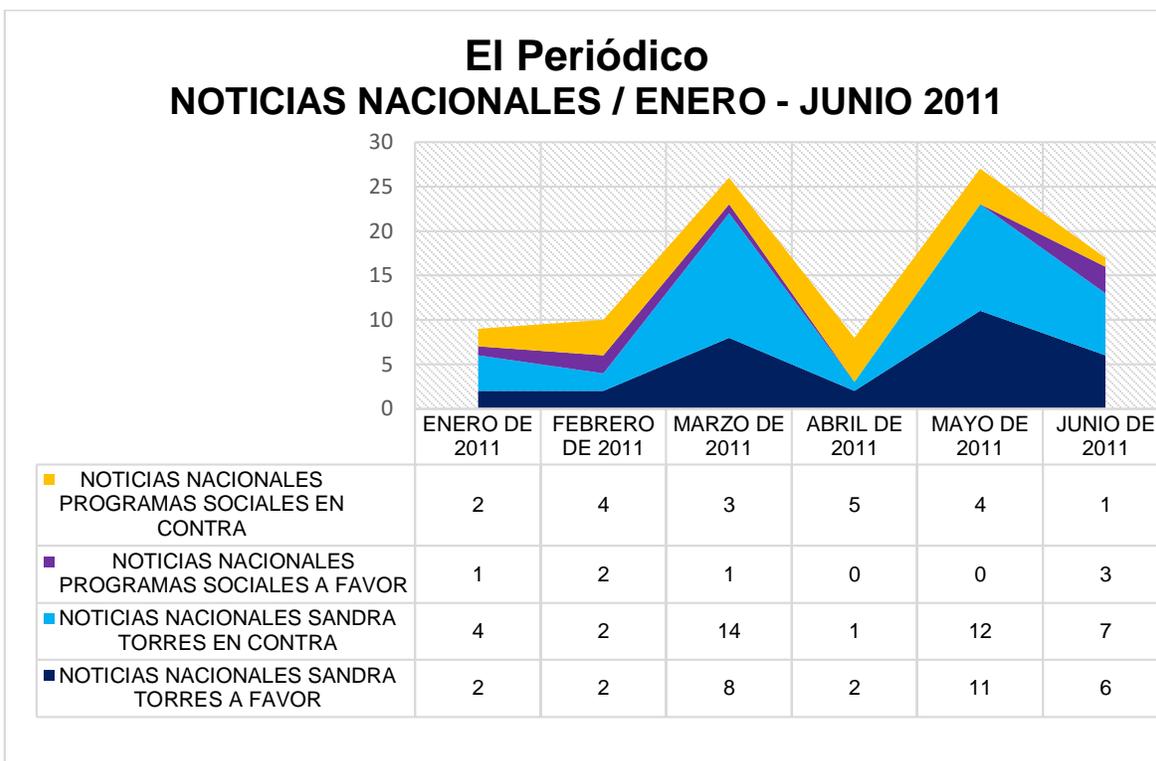
Gráfica 4



Gráfica 5



Gráfica 6



Gráfica 7

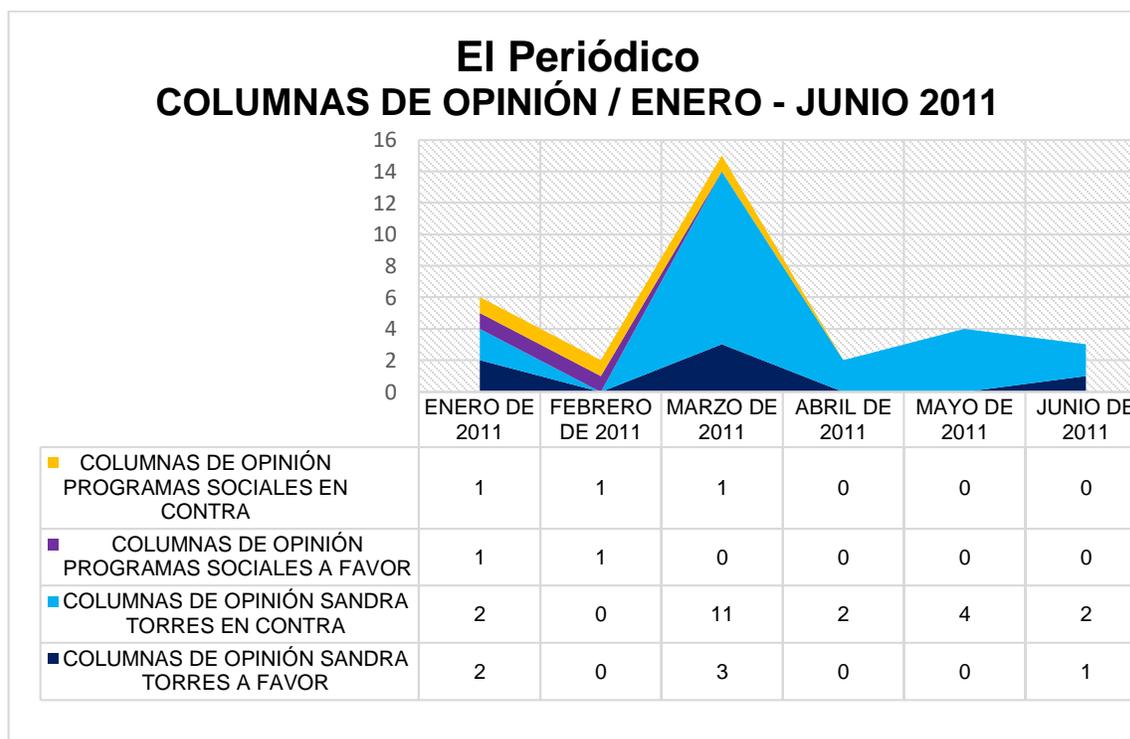


Tabla 5

En las siguientes tablas, se encuentra a detalle cuántos fueron los discursos emitidos por Sandra Torres, y los argumentos tanto a favor como en contra. En la Primera tabla, se logra apreciar los resultados obtenidos de Prensa Libre y en la siguiente, los de El Periódico.

PRENSA LIBRE
ENERO - JUNIO 2011

MES	NOTICIAS NACIONALES				SUBTOTAL NOTICIAS MENSUAL	COLUMNAS DE OPINIÓN				SUBTOTAL COLUMNAS MENSUAL	TOTAL MENSUAL
	SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES			SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES			
	A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA		A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA		
ENERO DE 2011	2	0	1	0	3	0	1	0	0	1	4
FEBRERO DE 2011	4	0	3	2	9	1	0	0	1	2	11
MARZO DE 2011	10	1	10	2	23	0	0	0	0	0	23
ABRIL DE 2011	6	8	2	13	29	0	3	0	2	5	34
MAYO DE 2011	6	7	4	11	28	1	0	0	0	1	29
JUNIO DE 2011	16	9	1	3	29	0	0	0	5	5	34
TOTAL	44	25	21	31	121	2	4	0	8	14	135

Tabla 6

EL PERIÓDICO
ENERO - JUNIO 2011

MES	NOTICIAS NACIONALES				SUBTOTAL NOTICIAS MENSUAL	COLUMNAS DE OPINIÓN				SUBTOTAL COLUMNAS MENSUAL	TOTAL MENSUAL
	SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES			SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES			
	A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA		A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA		
ENERO DE 2011	2	4	1	2	9	2	2	1	1	6	15
FEBRERO DE 2011	2	2	2	4	10	0	0	1	1	2	12
MARZO DE 2011	8	14	1	3	26	3	11	0	1	15	41
ABRIL DE 2011	2	1	0	5	8	0	2	0	0	2	10
MAYO DE 2011	11	12	0	4	27	0	4	0	0	4	31
JUNIO DE 2011	6	7	3	1	17	1	2	0	0	3	20
TOTAL	31	40	7	19	97	6	21	2	3	32	129

Es muy notorio en ambos medios, que se le dio mayor cobertura positiva a Sandra Torres en comparación con los Programas Sociales, que generalmente fueron muy atacados. Sin embargo en las Columnas de Opinión de ambos medios pasaba el efecto contrario, en que predominaban las opiniones en contra de Sandra Torres, y los Programas no eran de trascendencia.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Acerca de los medios escritos monitoreados

El tema principal del presente trabajo fue realizar un análisis de contenido y evaluar la utilización de los programas de asistencia social, específicamente MIFAPRO y la incidencia política que dichos programas tuvieron durante en el proceso electoral del año 2011. Para lograr cumplir con los objetivos, se buscó identificar y analizar el discurso político que la Señora Sandra Torres efectuó en relación a dichos programas, por medio de un monitoreo de medios escritos durante el periodo de enero a junio de 2011, en Prensa Libre y El Periódico.

Debido a que en otros países se logró comprobar la reducción de la pobreza y una mejora sustancial en la calidad de vida de los habitantes, gracias a los resultados de programas sociales implementados desde un proceso de transparencia, en casos tan notorios como el de Brasil, con este trabajo se pretendió demostrar que más que ser programas desarrollados para beneficiar a una población de por sí ya muy afectada; el concepto de los programas sociales se manejó desde un interés 100% político por la Señora Sandra Torres, en aras de lograr utilizarlo como plataforma política.

Para reforzar lo inferido anteriormente, se cuenta con las declaraciones del Dr. Bienvenido Argueta, en las cuales hace referencia a su participación en el programa de “Escuelas Abiertas”, en la que indica que únicamente recibió una charla de media hora sobre el programa del mismo nombre que recibió en Brasil; declaraciones que denotan la falta de interés en conocer a fondo los Programas y sólo se buscaba lanzarlos sin preparar adecuadamente a los dirigentes de los mismos.

Para realizar el monitoreo del presente trabajo, se utilizaron como ya se mencionó antes, las ediciones impresas tanto de Prensa Libre, como la de El Periódico, ejemplares que se pudieron obtener en su totalidad, en la Hemeroteca Nacional de Guatemala.

Ambos medios escritos fueron tomados en cuenta, por ser como ya se mencionó antes, los medios impresos de mayor circulación en el país y que cuentan con líneas editoriales que

señalan ser objetivas y realizar tanto procesos de investigación como encuestas, y dirigidos a un público lector.

Cabe destacar un aspecto muy importante de ambos medios y es el hecho de que son enfocados en lectores con cierto nivel académico y por consiguiente a ciertos estratos sociales. Este tema es muy curioso, debido a que un diario que define su propia línea editorial como “objetiva” como en el caso de El Periódico, cuenta con uno de los columnistas más controversiales y que sin ningún obstáculo asevera su posición política y defiende sus propios intereses, como el caso de Acisclo Valladares. Este columnista, reconoce abiertamente tener una predilección al emitir sus opiniones.

Dos de los ejemplos más claros del tema, es un fragmento extraído de la nota de Estrada Tobar para el periódico digital Nómada (2018): “Defendió a Sandra Torres en 2011 sobre su divorcio con tanto ahínco que un columnista de la época, Jorge Palmieri, a su vez embajador ante México del dictador Romeo Lucas García y famoso por sus propias defensas oficiosas, acusó a Acisclo Valladares de ‘desvergonzada marrullería’. En otro de sus análisis sobre Sandra Torres, siendo la esposa de su jefe, Acisclo la elogiaba y cuestionaba: Fueron muchos los ataques contra Sandra Torres por la posible corrupción en el manejo de las transferencias condicionadas, habiéndose encargado el tiempo de desmentirlo, así como reiterar que, así como creo en estas, rechazo los programas de bolsas y fertilizantes en tanto que no exista catastro y evaluación de resultados, pinche negocio para ‘escogidos proveedores especiales’.”

Y otro de los comentarios que se resaltan y se mostró en el análisis de resultados, fue el artículo en que Acisclo Valladares señala que los Programas Sociales han sido buenos, refiriéndose específicamente a la Bolsa Solidaria, a la cual hacía la alusión de que contenía productos de calidad y la otra columna en la que reconoce en Sandra Torres una buena labor en el plano social para el país por medio de los Programas Sociales.

5.2 Los Programas Sociales en época de Campaña Electoral

A pesar de que Sandra Torres no hizo oficial su candidatura hasta marzo del 2011, la cobertura de los medios en Guatemala no dejó de señalarla a ella y a su en ese entonces esposo de hacer proselitismo durante los 4 años de Gobierno del en ese entonces Presidente Álvaro Colom.

Como Primera Dama de la Nación, Sandra de Colom era responsable de liderar las Obras Sociales como la Esposa del Presidente; y lo hizo de una manera sumamente eficaz. En conjunto con el Partido Nacional, idearon una forma de “Plan de Gobierno” o al menos en eso se centró todos los esfuerzos del Gobierno de Colom, para que por medio de un concepto perteneciente totalmente al socialismo, pudieran ganar adeptos para que ella pudiera postularse años más tarde.

Dicho concepto se llamaba MIFAPRO. Una serie de paliativos sociales que encabezaban algunos de los ejes más importantes para el país. Un país como Guatemala, cuyas cifras de desnutrición y extrema pobreza son alarmantes, una “Bolsa Solidaria” que contenía productos de la Canasta Básica, era todo lo que muchas familias necesitaban, para volcarse por completo a aceptar la ayuda, aún a costo de su voto. En esto consiste principalmente la definición de “Proselitismo”, y los favores que compran los votos de la ciudadanía.

Curiosamente, en el caso de Sandra Torres, no todo fueron falsas promesas, pues tres años más tarde de que ella iniciara con sus labores sociales, estaban ya formados y funcionando los conceptos de Programas Sociales. Dichos programas fueron elogiados en algunas ocasiones y en los resultados arrojados en las encuestas de ambos medios, los Programas Sociales en general fueron bien calificados.

5.3 Sobre la noticia y columnas de opinión

Al obtener los resultados del análisis del monitoreo tanto de Prensa Libre como de El Periódico, se puede constatar que las columnas de opinión son comentarios relacionados con los sucesos del momento pero que a su vez buscan persuadir a una audiencia, y las notas informativas definen la realidad de un país en función de la línea editorial del medio.

Por ello, es muy notorio durante todo el monitoreo, la cobertura que se le da a la Señora Sandra Torres, que en el momento era aún la esposa del Presidente de la República. Y más notorio aún la relevancia que presentan los Programas Sociales como un protagonista de suma importancia.

5.4 La Política en Guatemala y los medios de Comunicación

El mayor generador de las crecientes desigualdades sociales en Guatemala, es un sistema político excluyente y que refleja estar diseñado únicamente para que se beneficie una pequeña minoría. Entretanto, la mayoría de la población, se enfrenta diariamente a un reto sobrehumano por sobrevivir.

Como se cita en el marco teórico al inicio de este trabajo, se puede observar que el recurso histórico que ha sido utilizado para mantener a Guatemala sumida en la situación tan precaria que enfrentan sus habitantes, son el resultado de la violencia sistemática ejercida desde las esferas de poder.

Históricamente, en Guatemala existen entre 23 y 29 Partidos Políticos inscritos en el Tribunal Supremo Electoral, por lo que es de suma relevancia considerar las luchas constantes por las aspiraciones a la presidencia por parte de quienes lo lideran. Y más importante aún, es considerar la fragmentación de partidos políticos que continúa sucediendo, lo cual genera una gran dificultad para que un país tenga proyectos de nación a largo plazo.

Ya se asevera también al inicio del presente trabajo en los antecedentes: que “el amplio espectro de figuras presidenciales, partidos y candidatos a diversos cargos de elección popular no sólo es confuso para el electorado guatemalteco, sino que ahonda en la volatilidad del sistema de partidos políticos que es una de las debilidades más serias de la democracia representativa en cualquier país”.

Lamentablemente los partidos políticos continúan generando una desconfianza excesiva, debido a que cada vez demuestran que únicamente buscan un voto, olvidando por completo que su trabajo es construir proyectos estables y duraderos y no convertir la ayuda social únicamente en su plataforma política.

Adicional al tema principal que busca retratar cómo son utilizados los Programas Sociales como Plataforma Política, también se desea retomar una encuesta realizada por la Asociación para el Desarrollo, Organización Servicios y Estudios Socioculturales –DOSES-

obtiene como resultado en que los medios de comunicación tienen un 68 por ciento de influencia en las decisiones políticas del electorado.

Los medios de comunicación juegan un papel fundamental en cada etapa de los procesos electorales, así como lo confirma un reciente estudio del PNUD acerca de la democracia en Latinoamérica, indica que los medios de comunicación “tienen la capacidad de generar agenda, de predisponer a la opinión pública a favor o en contra de diferentes iniciativas y de erosionar la imagen de figuras públicas mediante la manipulación de denuncias”.

De acuerdo al informe realizado por ASÍES (2007), “Los espacios y tiempos dedicados a cubrir la campaña electoral en periódicos y programas de radio, así como en noticieros y otros espacios televisivos” aumentan en relación a la cercanía de la fecha de las votaciones.

En los resultados obtenidos, a partir del mes de marzo el porcentaje de ambos medios en conjunto respecto a la cantidad de notas que presentaron durante cada mes, se mantuvo en cantidades similares, siendo marzo el mayor repunte y representando un 24% en comparación a otros meses. Durante dicho mes, Sandra Torres anunció que sí se postularía, y fue durante el mismo tiempo en que se empezó a hablar el tema del divorcio presidencial.

Durante un estudio que realizó ASÍES (2007) para los comicios generales del año 2007: “La referida observación permitió constatar el énfasis de la cobertura electoral en los candidatos que ocupaban los cinco primeros lugares de las encuestas de preferencia electoral. Fueron éstos los que aparecieron más mencionados en las páginas informativas y en las secciones de opinión, ya sea como sujetos de la acción informativa o como personajes aludidos por otros actores.”

5.5 Los discursos mediáticos de Sandra Torres y la incidencia en los votantes

Durante los meses de marzo y abril el tema del divorcio presidencial estuvo muy presente en ambos medios y al menos cada uno colocó una portada y reportaje completo de hasta 4 páginas, haciendo referencia al tema y a todos los aspectos legales que éste conllevaba. Y además se tituló en una noticia de Prensa Libre como un acto “ambicioso y amoral”, el cual resaltaba el repudio de la población, principalmente en redes sociales.

Pese a todo este escándalo, como se pudo observar en la línea de tiempo presentada en el análisis de resultados de este trabajo, que no hubo ninguna disminución en el porcentaje de la intención de voto y por el contrario la tendencia fue en aumento. Aunque con cifras muy pequeñas y a paso lento, en ningún momento disminuyó la intención de voto de la postulante y en cambio, la tendencia de incrementarse aconteció precisamente durante el mes de marzo, en que ella decidió formalizar su candidatura y paso seguido tomó la decisión de divorciarse para poder participar en las elecciones 2011.

¿Cómo fue entonces, que en medio de todo el caos propiciado no sólo por la oposición y por los medios, sino por sus propias decisiones, Sandra Torres logró mantenerse en segundo lugar en las encuestas realizadas tanto por Prensa Libre, como por el Periódico a nivel nacional hasta que fue denegada su solicitud de ser Candidata Presidencial?

En las últimas décadas, algunos países en Latinoamérica decidieron adoptar ciertas políticas que les permitían hacerle frente a los grandes problemas económicos que estaban enfrentando, derivado del mal manejo de los fondos del Estado y que históricamente les han ido provocando a los países latinoamericanos altas cuotas de endeudamiento.

Simultáneo a esto, la globalización fue influenciando la economías de los países, lo que derivó en que aunque los Gobiernos tengan ideologías y opciones en cuanto a economía muy distintas, hayan buscado estas políticas similares y principalmente hayan tratado de lograr resultados que también se asemejaran a lo que ya estaba funcionando en esos otros países; sin importar si era coherente con sus propias ideologías de partido y que iban más allá de la intencionalidad que pudieran tener.

Teniendo este antecedente, fue sin lugar a dudas, la labor que realizó la Señora Sandra Torres desde el inicio del mandato de Álvaro Colom, por medio de todos los Programas Sociales, que estuvieron basados no únicamente en promesas, sino que de alguna manera cubría las necesidades primarias de los beneficiados. Sin embargo, los discursos que más incidencia tuvieron en el voto fueron aquellos que se trabajaban día con día por medio de los diferentes programas y que la Señora Sandra sabía con exactitud llegarían a la población más vulnerable, que representaba un alto porcentaje a nivel país.

Pero además de la labor de la campaña anticipada, realizada por la aspirante a candidata, definitivamente los medios jugaron un papel fundamental en transmitir el mensaje al evidenciar todo aquello que la Señora Torres trabajaba en el interior.

Ambos medios cubrieron cada paso que daba la candidata, y principalmente siempre demostraban aunque fuera de forma negativa, la figura de Sandra Torres liderando los Programas Sociales, llegando a segmentos de la población que muchos políticos pasan por alto como lo son el área rural y en específico las mujeres.

VI. CONCLUSIONES

En el presente trabajo se logró demostrar el impacto que pueden llegar a generar las plataformas políticas, y sin lugar a dudas cuando éstas principalmente apelan a las necesidades más básicas del ser humano, promoviendo la creación e implementación de políticas públicas para un país. Así como resaltar el papel tan relevante que juegan los medios de comunicación en la creación de agendas durante los procesos electorales y cómo éstos pueden encontrarse controlados por estructuras de poder aliadas a grupos políticos, y que definen líneas editoriales específicas y así ganar simpatizantes durante las elecciones. En el monitoreo realizado, además se concluye lo siguiente:

- Tanto Prensa Libre como El Periódico poseen varias similitudes respecto a sus formatos generales en cuanto a presentar las noticias y las columnas de opinión. Ambos demostraron un grado de relevancia similar respecto a cubrir noticias de Sandra Torres, principalmente debido a que era el tema del momento. Esto permite concluir que tanto los públicos objetivos como las intencionalidades de los medios son similares, aunque cada uno posea su línea editorial. Adicional, ambos medios escritos en su sección de opinión, cuentan con diferentes actores sociales que permiten entender que cada medio busca su propia persuasión en la opinión pública.
- También se pudo concluir, que tanto Prensa Libre como El Periódico, contaron con empresas individuales y cada uno buscó presentar encuestas durante todo el proceso, que también influyen en la opinión del votante, principalmente en aquellos porcentajes que aún estaban indecisos.
- Es de resaltar que ambos medios buscar informar por medio de fuentes confiables, acuden a los actores principales y utilizan datos bastante apegados a la realidad. Durante el año 2011, también los medios hicieron uso de la tecnología y presentaron algunas infografías respecto a la popularidad de cada candidato en las redes sociales.
- Respecto a los discursos emitidos por Sandra Torres, se pudo concluir que además de los fuertes discursos verbales, en el caso particular de ella, tuvo un gran peso los discursos no verbales que iban desde su vestimenta –que fue incluso analizada por

expertos semiólogos entrevistados por El Periódico. En ese sentido, se pudo observar el interés de realizar investigaciones a fondo por parte de ese medio escrito.

- Otro discurso bastante fuerte de Sandra Torres fueron los mismos Programas Sociales, que eran acciones concretas y que no eran promesas, pues ya se estaban llevando a cabo. Esto tuvo una relación importante en la respuesta de la intención de voto. El concepto que mejor define esta actuación, es la del clientelismo político¹, en el cual un funcionario público otorga favores a cambio de apoyo electoral.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar más trabajos que permitan analizar los diferentes discursos que realizan los actores políticos en las sociedades actuales, pero principalmente lograr identificar los propios discursos de los medios de comunicación con respecto a sus líneas editoriales, pues al tener un análisis más crítico, brinda la posibilidad al lector de identificar de mejor manera los discursos persuasivos.
- Muchas de las técnicas del discurso político fueron analizadas en cada uno de los medios, por lo que se considera importante la labor que realizan, pues no sólo muestran la noticia; sino que tanto Prensa Libre como El Periódico consultaron fuentes expertas para profundizar en los discursos particularmente de Sandra Torres, aunque se realizaron con los candidatos que encabezaban las encuestas.
- Las infografías son elementos que puede brindar mayor credibilidad a las noticias, al poder constatar que ambos medios se dieron a la tarea de presentar, no únicamente las encuestas, sino diversas infografías con datos relevantes para los votantes; se recomienda a los medios de comunicación, prensa escrita o digital en particular, hacer uso de estas herramientas para hacer la información más fácil de asimilar para el lector.
- Aunque en ocasiones se pudiera pensar que al cumplir con una agenda mediática y tener una línea editorial convierte a un medio en información poco confiable, se pudo constatar que ambos medios utilizan y citan fuentes confiable lo que le permite tener a los datos presentados mayor credibilidad, por lo que se recomienda siempre recurrir a estos elementos para cualquier proceso de investigación.
- El monitoreo de medios es una técnica utilizada para dar seguimiento y desempeño mediático que ha tenido un tema, por lo que se recomienda mantener esta práctica cuando se desee analizar particularmente una campaña política, así como el desarrollo de cada actor político.
- Ser partícipes activos de los temas relacionados con la política y converse en críticos de las decisiones de país, permitirá progresar, ser más responsables con el voto, exigir planes de gobierno a los partidos políticos, regularizar las leyes de partidos;

ya que si todos los ciudadanos se involucran, tendrán fundamentos para señalar aquellos procesos que no se estén siguiendo adecuadamente, lo que derivará en una mejora sustancial para el país. Por lo que se recomienda a toda la población de cada país, tomar conciencia respecto a la importancia de elegir dirigentes responsables y representantes adecuados para trabajar no sólo utilizando paliativos sociales que duren el tiempo del Gobierno, sino proyectos de nación que duren para muchos años y que puedan convertirse en proyectos autosostenibles.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acción Ciudadana. (2009). *Informe de auditoría social sobre el programa de transferencias monetarias condicionadas "Mi Familia Progresada"*. (M. Marroquín, Ed.) Guatemala, Guatemala.
- Aceves, F. (2004). *Monitoreo de medios y democratización en América Latina. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas* (Vol. I). Guadalajara, México: Comunicación y sociedad.
- Albert, P. y. (1982). *Historia de la Radio y la Televisión* (2da. edición en español ed.). D.F., México: Breviarios / Fondo de Cultura Económica.
- Arendt, H. (1974). *Los orígenes del totalitarismo*. Madrid, España: Taurus.
- Ascanio, A. (2001). *Análisis de contenido del discurso político* (Primera edición ed.). Caracas, Venezuela: Equinoccio, Ediciones de la Universidad Simón Bolívar.
- Ascanio, A. (2001). *Análisis de contenido del discurso político*. Caracas, Venezuela: Equinoccio. Ediciones de la Universidad Simón Bolívar.
- Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASÍES). (2008). *Guatemala: Informe analítico del proceso electoral 2007*. Guatemala, Guatemala: Departamento de Investigaciones Sociopolíticas.
- Auyero, J. (2001). *La política de los pobres*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Manantial SRL.
- Azpuru, D. y. (2007). *Cultura política de la democracia en Guatemala: 2006*. (V. University, Ed.) Guatemala, Guatemala: Barómetro de las Américas por LAPOP.
- Beaud, M. (1986). *Historia del capitalismo: de 1500 a nuestro días*. (M. Serrat, Trad.) Barcelona, España: Ariel, S.A.
- Botero, L. (2006). *Teoría de públicos: lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación*. (L. Correa, Ed.) Medellín, Colombia: Universidad de Medellín.
- Bouza, M. (2001). *Estrategias discursivas de un discurso pragmático*. (E. Real, D. Jiménez, & D. y. Pujante, Edits.) Universidad de Vigo, España: Universidad de Valencia.
- Carrera, V. (2007). *Cuadernos de Antropología Social* (Vol. 26). Argentina, Argentina: Scielo.
- Casassas, J. (2005). *El mundo de 1848 hasta nuestros días: La construcción del presente* (Primera edición ed.). Barcelona, España: Ariel, S.A.
- Cohen, E. (1994). *Evaluación de Programas Sociales*. Santiago de Chile, Chile: CEPAL.

- Cohen, E. y. (2001). *Gestión Social: Cómo lograr eficacia e impacto en las políticas sociales*. Santiago de Chile, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Cook, M. (2000). *Coaching efectivo*. Ed. McGrawHill.
- Corzo, S. (2002). *El clientelismo político como intercambio*. Barcelona, España: Institut de Ciències Polítiques i Socials (ICPS).
- Costa, P. S. (2008). *Cómo ganar unas elecciones: Comunicación y movilización en las campañas electorales*. Barcelona, España: Paidós Ibérica, S.A.
- Cumpa, L. (2002). *Fundamentos de diagramación -Revistas-*. Lima, Perú: Fondo Editorial de la UNMSM.
- Doses, A. (2013). *ASOCIACIÓN DESARROLLO, ORGANIZACIÓN, SERVICIOS Y ESTUDIOS SOCIOCULTURALES*. Obtenido de <http://www.dosesguatemala.org>
- Echevarría Llombart, B. (2011). *El Reportaje Periodístico: Una radiografía de la realidad. Cómo y Por qué redactarlo*. Zamora, España: Pedro J. Crespo, Editor y Editorial Comunicación Social S.C.
- EFE. (2011, enero 14). *Partidos políticos carecen de credibilidad en Guatemala*. Guatemala, Guatemala: Revista Estrategia & Negocios electrónica.
- Egenhoff, T. y. (2007). *Construyendo la Agenda Social en Guatemala*. (I. d.-I. Universidad Rafael Landívar, Ed.) Guatemala, Guatemala: Universidad Rafael Landívar, Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IDIES).
- ESTRADA TOBAR, J. (2018). Acisclo: El embajador que ansía ser fiscal tiene un hijo en problemas. *Nómada*, pág. Digital .
- Fernández García, T. (1998). *Estado de Bienestar: Perspectivas y límites* (Primera edición ed.). (P. C. Cerrillo, Ed.) La Mancha, España: Universidad de Castilla.
- Fondo de Cultura Económica. (2000). *Léxico de la política* (Primera edición ed.). (L. Baca, J. Bokser, F. Castañeda, & I. y. Cisneros, Edits.) D.F., México: Facultad Latinoamericana de ciencias sociales.
- García Santos, J. (1980). *Léxico y política de la Segunda República*. Salamanca, España: Ediciones Universidad Salamanca.
- Garzón, E. (2008). *Lo íntimo, lo privado y lo público* (Quinta ed.). D.F., México: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).
- Gerstlé, J. (2004). *La Comunicación política*. (H. Soto, Trad.) París, Francia: Éditionz Dalloz.
- González, C. (2004). *La Cohesión Social en Guatemala*. Guatemala, Guatemala: ASIES.

- González, J. (1997). *El clientelismo político: Perspectiva socioantropológica* (Primera ed.). Barcelona, España: Anthropos Editorial.
- Gramajo, S. (2003). *El derecho de acceso a la información: análisis del proceso de discusión y gestión en Guatemala*. Guatemala, Guatemala: Asociación DOSES.
- Harris, M. (2008). *El Desarrollo de la Teoría Antropológica: Una Historia de las teorías de la cultura* (Decimosexta edición ed.). Madrid: Siglo XXI Editores de España, S.A.
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. (A. Varela, Trad.) Madrid, España: Ediciones Akal, S.A. (original publicado en 2005).
- Hedgecoe, J. (2004). *Manual de Técnica fotográfica*. Madrid, España: Hermann Blume Ediciones.
- Hernández, R. F. (2006). *Metodología de la Investigación*. D.F., México: McGrawhill.
- Huber, G. G. (1995). *Downsizing and redesigning organizations*. New York: Oxford University Press.
- Iglesias, C. E. (Julio de 1998). *Papeles Christianisme I Justicia*, Utopías nº 56. Recuperado el Mayo de 2013, de <http://www.fespinal.com/espinal/realitat/pap/pap22.htm>
- Instituto Centroamericano de Estudios Políticos, INCEP. (2004). *Discurso Político*. Guatemala, Guatemala: Editorial del Instituto Centroamericano de Estudios Políticos, INCEP.
- Internacional, C. (s.f.). *Inversión y Desarrollo con Luis Velásquez*. Recuperado el Agosto de 2012, de http://www.inversionydesarrollo.net/n/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=29&lang=es
- Isunza, E. (2005). *Políticas de transparencia: ciudadanía y rendición de cuentas* (Primera ed.). (A. Monsiváis, Ed.) D.F., México: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).
- Jacino, C. G. (2007). *Programas sociales. Lógicas desencontradas, abordajes acotados*. Buenos Aires, Argentina: redetis-IIPE-UNESCO;Fundación SES.
- Jijón, M. (Diciembre de 2004). *ICCI-ARY Rimay*. (A. 6. Boletín ICCI-ARY Rimay, Editor) Recuperado el Mayo de 2013, de <http://icci.nativeweb.org/boletin/69/jijon.html>
- Keynes, J. (2002). *Teoría general del empleo, interés y dinero*. (O. Rodríguez, Trad.) Caracas, Venezuela: Banco Central de Venezuela (original publicado en 1930).
- Konntz, H. y. (1998). *Administración*. Ed. McGrawHill.
- Krajewski, J. R. (2000). *Administración de Operaciones. Estrategia y análisis* (5ta. ed.). México: Pearson Educación.

- Laborda, X. (2003). *Análisis crítico del discurso político: Lágrimas de cocodrilo y otros contratos comunicativos*. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.
- Laidler, D. (1980). *La demanda del dinero* (Segunda ed.). (A. Bosch, Ed.) Barcelona, España: Bosch, Casa Editorial, S.A. (original publicado en 1977).
- Lander, E. (25 de Abril de 1998). *Transnational Institute*. Recuperado el Mayo de 2013, de <http://www.tni.org/es/paper/el-acuerdo-multilateral-de-inversiones-mai>
- López, G. (2000). *Comunicación Electoral y formación de la opinión pública*. Valencia, España: Universidad de Valencia.
- Mardones, J. (1993). *Fe y Política*. Maliaño, Cantabria, España: Editorial Sal Terrae.
- Martín, J., Sunkel, G., Bello, M., & Pacari, N. y. (2005). *América Latina, otras visiones desde la cultura* (Primera edición ed.). Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Martínez, L. (1995). *Guatemala: Entre el dolor y la esperanza*. Valencia, España: Universidad de Valencia.
- Marx, K. y. (1848). *Manifiesto del Partido Comunista*. (E. Hobsbawm, Ed., & E. G. Mames, Trad.) Barcelona, España: Crítica.
- Mérida, M. (2004, 31 de agosto). *Medios de comunicación social y gobernabilidad*. Guatemala, Guatemala: RED elPeriódico electrónico.
- Mires, F. (2004). *Introducción a la política* (Primera edición ed.). (L. ediciones, Ed.) Santiago de Chile, Chile.
- Montagut, T. (2008). *Política Social: Una introducción* (Tercera edición ed.). Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- Montenegro, S. (2007). *Los periodistas, los medios y el poder. Los Medios de Comunicación como actores políticos en Nicaragua* (Primera edición ed.). Managua, Nicaragua: Centro de Investigaciones de la Comunicación (CINCO).
- Morgado, B. (2008). *Nunca viajes sin un fotógrafo*. Madrid, España: Vision Libros.
- Navarro, D. (2003). *Temas de: Administración Financiera* (1era. ed.). Colombia: Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.
- Passanante, M. (1983). *Políticas sociales para la tercera edad*. Editorial Humanitas.
- Peschard, J. (2008). *Transparencia y partidos políticos* (Quinta ed.). D.F., México: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública.
- Peter Lang AG, International Academic Publishers. (2009). *‘Oralización’ de la prensa Española: La Columna Periodística*. Bern: European Universities Studies.

- Picó, J. (1999). *Teorías sobre el Estado de Bienestar* (Tercera ed. ed.). Madrid, España: Siglo xxi editores, S.A.
- Pilloti, F. y. (2001). *Red social de América Latina y el Caribe: Lecciones aprendidas y perspectivas de cooperación entre los fondos de inversión social*. Washington, D.C., Estados Unidos: Unidad de Desarrollo Social y Educación de la OEA.
- Profesional, A. T. (Agosto de 2003). *Red Caja de Herramientas de Gestión Empresarial de Guatemala / Infomipyme*. Recuperado el Agosto de 2012, de <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/exportacion/faq.htm>
- Ramírez, A. (2009). *Programas de Transferencia de ingresos condicionados en la crisis*. Santiago de Chile: Mi Familia Progresá - Guatemala.
- Rand, A. (1967). *What is capitalism?* New York, United States: The New American Library.
- Rawlings, L. y. (2003). *Evaluación del impacto de los programas de trasferencias condicionadas en efectivo*. D.F., México: Cuadernos de Desarrollo Humano.
- Redacción. (2008). *Invest in Guatemala*. Recuperado el Agosto de 2012, de http://www.investinguatemala.org/index.php?option=com_content&task=view&id=26&Itemid=41
- Renovación Azul. (2007). *Mercadeo Político*. (M. Lanza, Ed.) Tegucigalpa, Honduras: Partido Nacional de Honduras Renovación Azul.
- Retamozo, M. (2009). *Movimientos Sociales: Subjetividad y acción de los trabajadores desocupados en Argentina* (Primera ed.). México, México: Dilema de la Política en Latino América.
- Reyes, F. (2008). *Corrupción: De los ángeles a los índices* (Sexta ed.). (M. Matus, Ed.) D.F., México: Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI).
- Rico, R. (1992). *Calidad Estratégica Total*. Argentina: Editorial Macchi.
- Robichaux, D. (2007). *Familias Mexicanas en transición* (1era. ed.). México City, México: Universidad Iberoamerica, Biblioteca Francisco Xavier Clavigero.
- Rodríguez, J. (2008). *Estado y transparencia: un paseo por la filosofía política* (Quinta ed.). D.F.: Instituto de Acceso a la Información Pública (IFAI).
- Rojas, R. (2006). *Guía para realizar investigaciones sociales* (30th. ed.). D.F., México: Plaza y Valdes Editores.
- Samayoa, O. (2005). *Análisis de las Políticas y Programas Sociales en Guatemala* (Primera edición ed.). (M. V. Castillo, Ed.) Guatemala, Guatemala: Magna Terra Editores.
- Schedler, A. (2008). *¿Qué es la rendición de cuentas?* (Sexta ed.). D.F.: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).

- SEGEPLAN. (2007). *Política Social en Guatemala ¿De qué debemos hablar? Por el bien de todos, primero los pobres*. Guatemala.
- Soberanis, C. (2011, febrero 11). *Opinión ciudadana y partidos políticos*. Guatemala, Guatemala: RED elPeriódico electrónico.
- Sociales-, A. -A. (2008). *Guatemala: Informe Analítico del Proceso Electoral 2007*. Guatemala: Departamento de Investigaciones Sociopolíticas.
- Taylor, F., & Fayol, H. (1985). *Principios de la administración científica*. Herreo Hermanos.
- Toca Torres, C. (2007). *El Mercadeo y su aplicación en ámbitos no lucrativos (Vol. V)*. Bogotá, Colombia: Universidad.
- Torres, A. (2002). *Movimientos sociales, Organizaciones populares y Construcción de sujetos colectivos*. Bogotá, Colombia: Facultad de Ciencias Sociales, Humanas y Educativas (UNAD).
- U., C. (13 de Agosto de 2011). *Candidatos Presidenciales 2011*. Recuperado el Julio de 2013, de <http://candidatos2011gua.blogspot.com/2011/08/15-01-2010-en-una-entrevista-en-la.html>
- Umaña, S. (2002). *Las Representaciones Sociales Ejes teóricos para su discusión*. Costa Rica: FLACSO.
- Universidad Santiago de Compostela. (1998). *Comunicación Audiovisual: Investigación e información universitarias* (Segunda edición ed.). (M. y. Ledo, Ed.) Santiago de Compostela, Brasil: II Coloquio Brasil - Estado Español de Ciencias da Comunicación.
- Urizar, A. (2007). *Transparencia en la Inversión Social*. (U. R. Landívar, Ed.) Guatemala, Guatemala: Acción Ciudadana.
- Valencia, U. d. (2008). *Policy Network*. (J. Pecourt, Trad.) Valencia, España: Universidad de Valencia.
- van Dijk, T. (1999). *Análisis del discurso social y político*. (I. Mendizábal, Trad.) Quito, Ecuador: Ediciones ABYA-YALA.
- Van Horne, J. y. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. México: Pearson Educación.
- Vargas, H. (12 de Octubre de 2006). *Infoiarna*. (URL, Ed.) Recuperado el Agosto de 2012, de <http://www.infoiarna.org.gt/media/file/areas/agricultura/documentos/pres/ventajas-HUGO-VARGAS.pdf>
- Vergara, R. (2008). *La transparencia como problema* (Quinta ed.). D.F., México: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).

- Villani, P. (2009). *La edad contemporánea 1914-1945*. (S. d. Carril, Trad.) Bologna, Italia: Ariel, S.A. (original publicado en 1997).
- Villatoro, P. (2005). *Programas de Transferencia Monetarias Condicionadas: experiencia en América Latina* (Vol. LXXXVI). Revista de la CEPAL.
- Vomarro, G. y. (2008). *"Lo que la gente quiere" Los sondeos de opinión y el espacio de la comunicación política en la Argentina (1983-1999)*. Argentina: Prometeo Libros.
- Zapata, C. (2008). *Desde las entrañas del monstruo*. Estados Unidos: Create Space .

ANEXO I
Tablas de cotejo
PRENSA LIBRE

MES	NOTICIAS NACIONALES				SUBTOTAL NOTICIAS MENSUAL	COLUMNAS DE OPINIÓN				SUBTOTAL COLUMNAS MENSUAL	TOTAL MENSUAL
	SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES			SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES			
	A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA		A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA		
ENERO DE 2011											
FEBRERO DE 2011											
MARZO DE 2011											
ABRIL DE 2011											
MAYO DE 2011											
JUNIO DE 2011											
TOTAL											

MES	PORTADA				TOTAL PORTADAS
	SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES		
	A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA	
ENERO DE 2011					
FEBRERO DE 2011					
MARZO DE 2011					
ABRIL DE 2011					
MAYO DE 2011					
JUNIO DE 2011					
TOTAL					

ANEXO II
Tablas de Cotejo

El Periódico

MES	NOTICIAS NACIONALES				SUBTOTAL NOTICIAS MENSUAL	COLUMNAS DE OPINIÓN				SUBTOTAL COLUMNAS MENSUAL	TOTAL MENSUAL
	SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES			SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES			
	A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA		A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA		
ENERO DE 2011											
FEBRERO DE 2011											
MARZO DE 2011											
ABRIL DE 2011											
MAYO DE 2011											
JUNIO DE 2011											
TOTAL											

MES	PORTADA				TOTAL PORTADAS
	SANDRA TORRES		PROGRAMAS SOCIALES		
	A FAVOR	EN CONTRA	A FAVOR	EN CONTRA	
ENERO DE 2011					
FEBRERO DE 2011					
MARZO DE 2011					
ABRIL DE 2011					
MAYO DE 2011					
JUNIO DE 2011					
TOTAL					