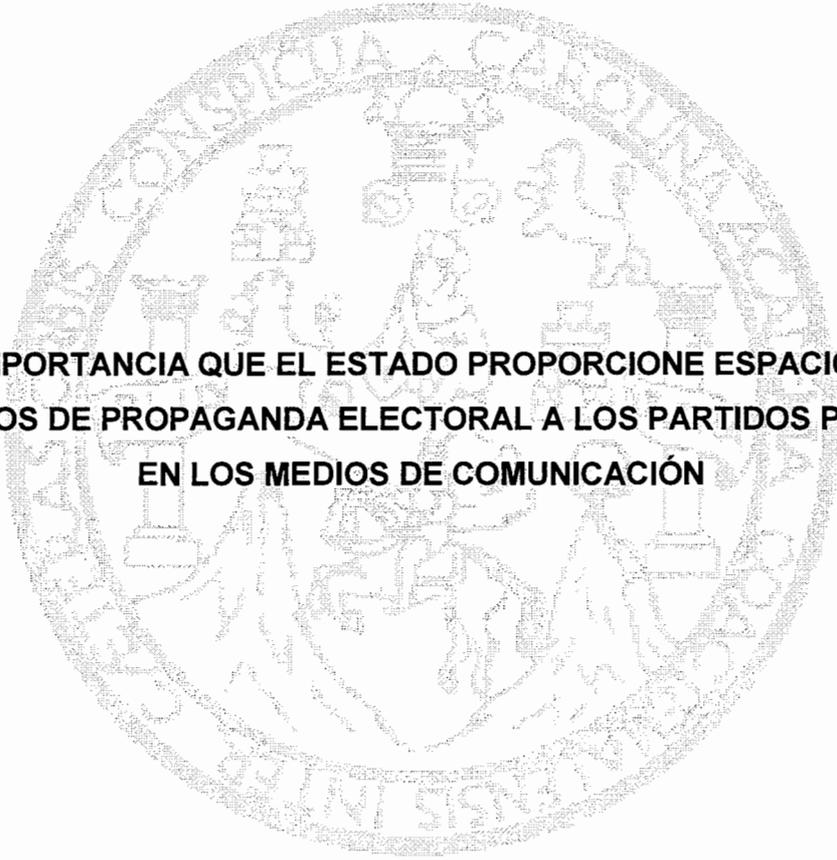


**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**



**IMPORTANCIA QUE EL ESTADO PROPORCIONE ESPACIOS
GRATUITOS DE PROPAGANDA ELECTORAL A LOS PARTIDOS POLÍTICOS
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

KARLA PATRICIA ORTÍZ PINEDA

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2010.

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**IMPORTANCIA QUE EL ESTADO PROPORCIONE ESPACIOS
GRATUITOS DE PROPAGANDA ELECTORAL A LOS PARTIDOS POLÍTICOS
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por:

KARLA PATRICIA ORTÍZ PINEDA

Previo a conferírsele el grado académico de

LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

y los títulos profesionales de

ABOGADA Y NOTARIA

Guatemala, octubre de 2010.

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

DECANO:	Lic.	Bonerge Amilcar Mejía Orellana
VOCAL I:	Lic.	César Landelino Franco López
VOCAL II:	Lic.	Gustavo Bonilla
VOCAL III:	Lic.	Luis Fernando López Díaz
VOCAL IV:	Br.	Mario Estuardo León Alegría
VOCAL V:	Br.	Luis Gustavo Ciraiz Estrada
SECRETARIO:	Lic.	Avidán Ortiz Orellana

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

Primera Fase:

Presidente:	Lic.	José Alejandro Alvarado Sandoval
Vocal:	Lic.	Alvaro Hugo Salguero Lemus
Secretario:	Lic.	Emilio Orozco Piloña

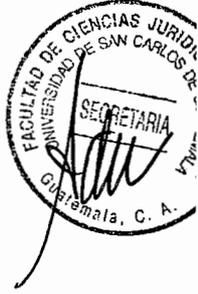
Segunda Fase:

Presidente:	Lic.	Menfil Osberto Fuentes Pérez
Vocal:	Licda.	Elda Nardy Estrada Figueroa
Secretario:	Lic.	Héctor Orozco y Orozco

RAZÓN: "Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis". (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público)

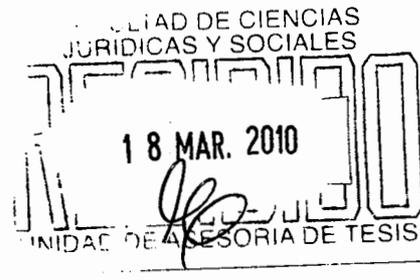


BUFETE JURÍDICO
Castellanos & Asociados



Guatemala, 18 de marzo de 2010.

Lic. Marco Tulio Castillo Lutín
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su despacho.



Licenciado Castillo Lutín:

De acuerdo con el nombramiento emitido por esa jefatura, el veintidós de junio del año dos mil nueve, en el que se me faculta para que como Asesor pueda realizar modificaciones que tengan por objeto mejorar el trabajo de investigación de la Bachiller **Karla Patricia Ortiz Pineda**, intitulado **LA NECESIDAD QUE EL ESTADO CONCEDA A LOS PARTIDOS POLÍTICOS QUE POSTULEN CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, ESPACIOS GRATUITOS PARA LA PROPAGANDA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ESPECÍFICAMENTE EN LA RADIO Y TELEVISIÓN DURANTE EL PROCESO ELECTORAL**, procedo a emitir **dictamen favorable** aprobando el trabajo.

1. Se establece que la investigación realizada contribuye grandemente y de una manera técnica y científica con los estudios del derecho administrativo. Así mismo para una mejor certeza dentro de la investigación es necesario modificar el título de la misma a: **IMPORTANCIA QUE EL ESTADO PROPORCIONE ESPACIOS GRATUITOS DE PROPAGANDA ELECTORAL A LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.**
2. Tengo el agrado de manifestarle que procedí conforme al requerimiento antes indicado, habiendo determinado que el tema propuesto es de significativa importancia ya que la hipótesis planteada fue comprobada en el desarrollo del trabajo realizado; el contenido de la investigación se encuentra inspirada en alcanzar una participación equitativa de los partidos políticos durante el proceso electoral, en relación a la propaganda que los mismos realizan.



3. También la estructura del trabajo realizado, satisface los objetivos propuestos en la investigación por lo que se llenan los requisitos que requiere el grado académico de la licenciatura.

4. La Bachiller Karla Patricia Ortíz Pineda, en la redacción del trabajo de tesis utilizó las técnicas y metodología adecuadas a la presente investigación por lo que considero que observó todas las exigencias reglamentarias; en la estructura formal de la tesis se aprecia la utilización de los métodos científicos utilizados; el inductivo y deductivo, y la utilización de la técnica de investigación bibliográfica que comprueba que se hizo la recolección de información con la bibliografía actualizada; se aprecia que las conclusiones y las recomendaciones fueron redactadas en forma clara y sencilla.

5. Haciendo referencia a la bibliografía utilizada en el presente trabajo, puedo mencionar que es la adecuada ya que tiene relación con el fondo de la investigación realizada por la Bachiller.

6. Las conclusiones emitidas por la Bachiller son el resultado del estudio e investigación realizado, además derivan del desarrollo del mismo ya que se fue comprobando la hipótesis planteada en el trabajo.

7. Así como las recomendaciones son una contribución científica para el ordenamiento jurídico de Guatemala; siendo que el trabajo reúne los requisitos requeridos y cumple especialmente lo establecido en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

Sin otro particular, me suscribo del Señor Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis, con muestras de mí más alta consideración y estima.

Lic. Estuardo Castellanos Venegas
Abogado y Notario
Colegiado No. 7706

Lic. Estuardo Castellanos Venegas
ABOGADO Y NOTARIO

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

Ciudad Universitaria, zona 12
Guatemala, C. A.



UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, veinte de mayo de dos mil diez.

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A) EDGAR ARMINDO CASTILLO AYALA, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante KARLA PATRICIA ORTÍZ PINEDA, Intitulado: "IMPORTANCIA QUE EL ESTADO PROPORCIONE ESPACIOS GRATUITOS DE PROPAGANDA ELECTORAL A LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN".

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado (a) para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título de trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente debe hacer constar el contenido del Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, el cual dice: "Tanto el asesor como el revisor de tesis, harán constar en los dictámenes correspondientes, su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada, si aprueban o desaprueban el trabajo de investigación y otras consideraciones que estimen pertinentes".


LIC. MARCO TULLIO CASTILLO LUTÍN
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS

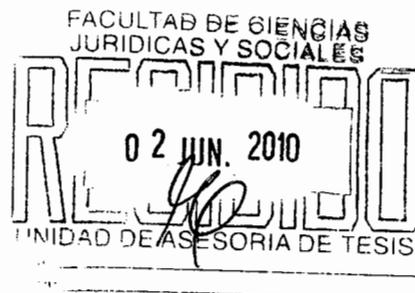
cc.Unidad de Tesis
MTCL/slh.

Castillo & Castillo
3 av. 13-62 zona 1, Guatemala C. A.
Teléfono 22327936



Guatemala 1 de junio de 2010.

Licenciado:
Marco Tulio Castillo Lutín,
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis,
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales,
Universidad de San Carlos de Guatemala,
Su despacho.



Licenciado Castillo Lutín:

De acuerdo con el nombramiento emitido por esa jefatura, el veinte de mayo del año dos mil diez, en el que se me dispone nombrarme como revisor del trabajo de tesis de la bachiller **Karla Patricia Ortíz Pineda**, con número de carne 200211053, procedo a emitir el siguiente dictamen.

- a) Revisado el informe final al concluir mi función como revisor, considero que cumple los requisitos señalados en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.
- b) El contenido del trabajo de investigación en materia administrativa se refiere a la búsqueda de una participación igualitaria por parte de los partidos políticos, en la divulgación de la propaganda electoral en los medios de comunicación, específicamente en la radio y televisión, mediante la adquisición de dichos espacios por parte del Estado, ya que el recurso económico derivado del financiamiento que los mismos adquieren es un factor influyente en la desigualdad participativa de los mismos en este aspecto.
- c) He realizado la revisión de la investigación y en su oportunidad he sugerido algunas correcciones de tipo gramatical y de redacción, que considere en su momento necesarias para mejor comprensión del tema, las cuales fueron debidamente atendidas por la Bachiller Karla Patricia Ortíz Pineda.
- d) En la estructura formal de la tesis se aprecia la utilización de los métodos científicos utilizados; el inductivo y deductivo, y la utilización de la técnica de investigación bibliográfica que comprueba que se hizo la recolección de información con la bibliografía actualizada; se aprecia que las conclusiones y las recomendaciones fueron redactadas en forma clara y sencilla.

Castillo & Castillo
3 av. 13-62 zona 1, Guatemala C. A.
Teléfono 22327936



- e) Las conclusiones y recomendaciones que se ofrecen son coherentes y consecuentes con el contenido del informe, las cuales se apegan a la realidad y posibilidad nacional.
- f) La bibliografía consultada es actualizada, adecuada y suficiente; y meritorio el esfuerzo por la consulta de fuentes de información, que dan como resultado un aporte y datos interesante para el análisis de los problemas detectados.

Con base en lo anterior, emito **dictamen favorable** para que se autorice la impresión de la tesis: "**IMPORTANCIA QUE EL ESTADO PROPORCIONE ESPACIOS GRATUITOS DE PROPAGANDA ELECTORAL A LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**" que presentó la estudiante **KARLA PATRICIA ORTÍZ PINEDA**, para que sea discutida y defendida en su examen público de graduación profesional.

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente,


Lic. Edgar Armindo Castillo Ayala
Abogado y Notario
Colegiado 6220

Edgar Armindo Castillo Ayala
Abogado y Notario

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

Ciudad Universitaria, zona 12
Guatemala, C. A.

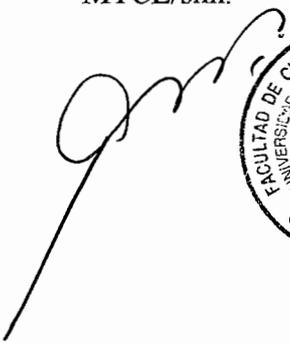


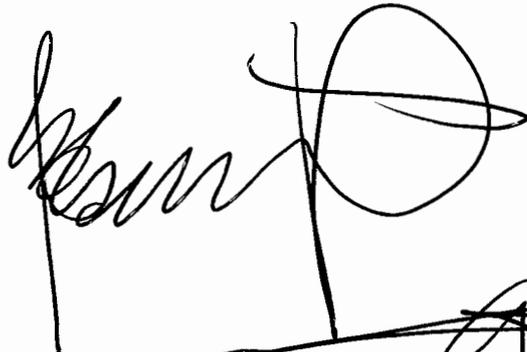
DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.

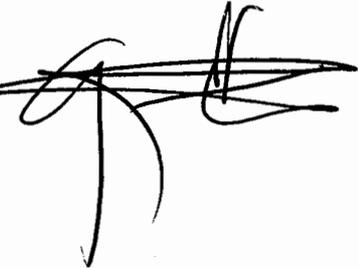
Guatemala, veinte de julio del año dos mil diez.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de Tesis del (de la) estudiante KARLA PATRICIA ORTÍZ PINEDA, Titulado IMPORTANCIA QUE EL ESTADO PROPORCIONE ESPACIOS GRATUITOS DE PROPAGANDA ELECTORAL A LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Artículos 31, 33 y 34 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.-

MTCL/sllh.





DEDICATORIA



A DIOS: Por concederme el don de la vida, y darme la fortaleza y sabiduría para llegar a esta meta. Porque comprendí que su tiempo no es mi tiempo.

A MIS PADRES: Carlos Enrique Ortíz Archila y Julia Patricia Pineda de Ortiz, por su esfuerzo y ejemplo de ser personas trabajadoras.

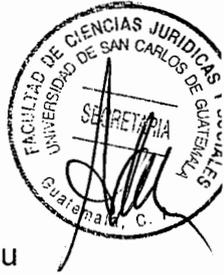
A MIS ABUELITOS,
HERMANOS,
TIOS Y PRIMOS: Por su apoyo en todos los momentos compartidos.

A: Carlos Marcelo de León Castro, con mucho amor.

A MIS AMIGOS: Por su cariño, apoyo, compañía y comprensión a lo largo de estos años, los llevo en mi corazón.

AL LICENCIADO: Rafael Godínez Bolaños, ejemplo de dedicación a la educación universitaria, por su esfuerzo en mantener adelante a la Jornada Matutina de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, y por recibirme desde el segundo semestre de mi carrera.

A LOS LICENCIADOS: Ricardo Alvarado Sandoval, Rosa Amelia Corea de Baten, Estuardo Castellanos Venegas, Edgar Castillo, por sus enseñanzas sin egoísmos y cariño.



A LA UNIVERSIDAD
DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA:

En especial al pueblo guatemalteco trabajador, que con su
esfuerzo contribuye a la educación superior en nuestro país.



ÍNDICE

Pág.

Introducción.....	i
-------------------	---

CAPÍTULO I

1. La actividad publicitaria.....	1
1.1. Aspectos generales.....	1
1.2. Concepto y definición.....	2
1.3. Objeto.....	3
1.4. Características de la publicidad.....	3
1.5. Sujetos de la actividad publicitaria.....	4
1.5.1. El anunciante.....	4
1.5.2. La agencia de publicidad.....	5
1.5.3. Los medios.....	6
1.6. Los medios de comunicación.....	7
1.6.1. Periódicos.....	7
1.6.2. La radio.....	8
1.6.3. La televisión.....	12



CAPÍTULO II

2. Propaganda electoral.....	15
2.1. Legislación respecto a la propaganda electoral.....	18
2.2. Período y condiciones de la propaganda electoral.....	19
2.3. Prohibiciones generales.....	21
2.4. Diversas formas de realizar propaganda electoral.....	23

CAPÍTULO III

3. Los partidos políticos.....	25
3.1. Definición.....	25
3.2. Naturaleza jurídica.....	27
3.3. Referencia histórica de los partidos políticos en Guatemala.....	28
3.4. Clasificación de los partidos políticos.....	35
3.5. Funciones de los partidos políticos.....	35
3.5.1. Funciones respecto a la sociedad.....	35
3.5.2. Funciones respecto al poder.....	36



Pág.

3.6. Órganos de un partido político.....	36
3.7. Cargos de elección popular.....	38
3.8. Financiamiento a partidos políticos.....	39
3.9. Clases de financiamiento.....	39
3.9.1. Financiamiento público.....	40
3.9.2. Financiamiento privado.....	43
3.9.3. Financiamiento mixto.....	44
3.10. Legislación vigente en materia de financiamiento.....	45
3.11. Fiscalización al financiamiento de los partidos políticos en Guatemala.....	47
3.12. Problemas derivados del financiamiento a los partidos políticos.....	49

CAPÍTULO IV

4. El papel del Tribunal Supremo Electoral dentro de la propaganda política.....	53
4.1. Antecedentes.....	53
4.2. Definición.....	55
4.3 El proceso electoral.....	57
4.3.1. Definición.....	58
4.4. Etapas del proceso electoral.....	59



4.4.1. Etapa preparatoria.....	59
4.4.1.1. El empadronamiento.....	60
4.4.1.2. El padrón electoral.....	61
4.4.1.3. Convocatoria a elecciones.....	61
4.4.1.4. Postulación e inscripción de candidatos.....	63
4.4.1.5. Nombramiento de juntas electorales departamentales, municipales y receptoras de votos.....	64
4.4.1.6. La propaganda electoral o campaña política.....	66
4.4.2. Etapa constitutiva.....	66
4.4.2.1. La votación.....	66
4.4.2.2. El escrutinio.....	68
4.4.2.3 La declaración y divulgación de resultados.....	69
4.4.3. Etapa integrativa de eficacia.....	70

CAPÍTULO V

5. Importancia que el Estado proporcione espacios gratuitos de propaganda electoral a los partidos políticos en los medios de comunicación.....	71
5.1. Las percepciones de los guatemaltecos acerca de los medios de comunicación.....	73



Paq
Guatemala, C. A.

5.2. La mediatización de la política.....	76
5.3. Estipulaciones previas a la adquisición de espacios en los medios de comunicación.....	77
5.4. Forma en que debe realizarse la adquisición en los medios.....	78
5.5. El órgano encargado de otorgar y fiscalizar los espacios en los medios de comunicación.....	82
CONCLUSIONES.....	83
RECOMENDACIONES.....	85
BIBLIOGRAFÍA.....	87



INTRODUCCIÓN

Durante muchos procesos electorales la población guatemalteca ha observado la elección de candidatos a la presidencia de la República que llevan a cabo una buena propaganda, derivado de la planificación y los alcances que esta puede llegar a tener, muchas veces estos aspectos son el resultado del factor económico, ya que varios partidos políticos logran un financiamiento más alto que otros, como consecuencia de las concesiones que luego éstos tendrán que hacer hacia las personas que les han ayudado a llegar al puesto que ocupan.

La hipótesis planteada fue que la falta de recursos económicos para propaganda electoral especialmente en la radio y televisión provoca desigualdad participativa de los partidos políticos, ya que en su mayoría es a través de estos medios que los mismos se dan a conocer a la población guatemalteca y es mediante este conocimiento que la población llega a tomar la decisión, en cuanto a qué partido político elegirá mediante el sufragio en los procesos electorales, por lo que se hace necesario que el Estado procure esa igualdad participativa, a través de conceder los espacios en forma gratuita para dichos partidos políticos, evitando así la deuda política que muchas veces ello genera, la cual al final incide en la democracia del país.

Los objetivos de la presente investigación son determinar, si con la intervención del Estado en otorgar espacios gratuitos a los partidos políticos que postulen candidatos a la presidencia de la república, para su propaganda en los medios de comunicación, se propicia la igualdad participativa de dichos partidos en los procesos electorales.



Durante el desarrollo del estudio objeto de este análisis, se utilizó el método científico en cada una de las etapas. Se empleó también el método deductivo, para partir desde las generalidades del derecho administrativo hasta la especialidad de la institución de la propaganda de los partidos políticos; y el método inductivo para partir desde la campaña política y establecer comparaciones con las demás instituciones. Fue de gran ayuda también el método analítico, para poder conocer profundamente cada una de las características, elementos y principios de esta institución. Para el acopio de la información se utilizó la técnica de investigación bibliográfica, para reunir la documentación que se consideró más importante, relacionada con el tema propuesto.

La investigación se desarrolló en cinco capítulos, que se distribuyen de la siguiente manera: el primero, trata de la actividad publicitaria, así mismo desarrolla los medios de comunicación a los que se enfoca la presente investigación como lo es la radio y la televisión; el segundo, hace referencia a la campaña política mejor conocida dentro del medio como propaganda, para hacer una clara diferenciación respecto a la publicidad; en el tercero, se hace referencia a la figura de los partidos políticos como sujetos protagonistas de la participación ciudadana; el cuarto, se circunscribe al Tribunal Supremo Electoral, desarrollando sus funciones y atribuciones, y las etapas que comprende el proceso electoral; y finalmente en el quinto se desarrolla la forma en que puede llevarse a cabo el objetivo de la presente investigación.

El presente trabajo, tiene como fin alcanzar en una mínima parte la igualdad participativa de los partidos políticos en la propaganda que los mismos realizan.



CAPÍTULO I

1. La actividad publicitaria

1.1 Aspectos Generales

El hombre al desenvolverse dentro de la sociedad, se encuentra cada día con manifestaciones publicitarias, por el ambiente que propicia la economía de mercado, los comerciantes, los fabricantes, las personas que realizan actividades de beneficencia, y porque no decirlo ahora los políticos, etc. buscan un camino adecuado para promocionar sus bienes, servicios e ideologías ante los consumidores, para lo cual realizan diversas actividades, dichas actividades son las que integran en sí la publicidad. Dentro de estas actividades se encuentran los anuncios, una de las manifestaciones materiales de la actividad publicitarias más importantes desde el nacimiento de la sociedad industrial, y aún antes.

Es precisamente este tópico el que se desea sea accesible a todos los partidos políticos que durante un proceso electoral postulen candidatos a la presidencia de la república, el que sin importar los recursos económicos adquiridos mediante el financiamiento, sea este directo o indirecto, puedan dar a conocer a la población su ideología y los distintos objetivos que desean alcanzar para Guatemala, sin que el factor económico sea una limitante para ello, y ésto se busca mediante la propuesta de que sea el Estado quien proporcione estos espacios en los medios de comunicación privados, no solamente en los estatales, pues estos muchas veces ni siquiera llegan a toda la población.



1.2 Concepto y definición

Definir el concepto de publicidad es importante, pues es uno de los primeros pasos para comprender y diferenciarlo de lo que actualmente se conoce como propaganda.

“La definición común de publicidad contiene seis elementos. La publicidad es una forma pagada de comunicación, aunque algunas formas de publicidad como la de los servicios públicos, usan espacios y tiempos que se donan. No sólo se paga por el mensaje, sino que también se identifica al anunciante. En algunos casos el enfoque del mensaje sólo radica en que el consumidor conozca al producto o a la compañía, si bien casi toda la publicidad trata de persuadir o influir en el consumidor para que haga algo. El mensaje se transmite a través de muy diferentes medios de comunicación los cuales llegan a una audiencia muy numerosa de compradores potenciales. Como la publicidad es una forma de comunicación masiva, también es impersonal. Una definición de publicidad tocaría, entonces, los seis puntos anteriores: La publicidad es comunicación impersonal pagada por un anunciante que usa los medios de comunicación con el fin de persuadir a una audiencia, o influir en ella”.¹ Aunque una clara distinción no es posible, se asigna a la propaganda un contenido ideológico (político o religioso) y a la publicidad un contenido comercial o institucional.

La publicidad, mundialmente, se ha convertido en una profesión relevante por su enorme demanda, dando lugar a un nuevo campo para la investigación dentro de la comunicación social. La actividad publicitaria es uno de los elementos básicos por

¹ Wells, William, John Burnett y Sandra Moriarty. **Publicidad, principios y prácticas**. Pág. 12



medio de los cuales se obtiene información de la vida diaria que llega a los más apartados rincones de la tierra, en forma hablada o escrita con su fin de comunicación, teniendo así un papel importante dentro del mundo moderno.

La actividad publicitaria al ser utilizada como instrumento de comunicación de masas, hace necesario su análisis, para conocer sus características, sujetos, contratos, los principios en que se basa y los efectos que tiene en la comunidad.

1.3 Objeto

“El objeto de la publicidad es lograr una forma vigorosa de comunicación que influya en las personas, la que se realiza por medio del anuncio o mensaje publicitario, ese es su principal objetivo: influir en las decisiones de las personas respecto a un producto o idea. Y es que la publicidad transmite diferente tipo de información de mercado para reunir a vendedores y compradores, informa y transforma un producto al crear una imagen que trasciende su valor real.

1.4 Características de la publicidad

- Es un acto de comunicación que se basa en la transmisión de un mensaje que va del anunciante dirigido al consumidor.
- El objeto del mensaje es llamar la atención del consumidor, para que reflexione y medite sobre la idea que se le ha comunicado.



- Busca una respuesta que tiene un contenido económico, que consiste en lograr una mayor contratación, la cual se realiza en el presente o en el futuro dentro de un régimen de libre comercio. La publicidad estimula la compra, incrementa la producción y regulariza la distribución de bienes y servicios dentro de una sociedad”.²

1.5 Sujetos de la actividad publicitaria

1.5.1 El anunciante

Al escuchar la palabra anunciante, muchas veces se le asocia con la persona que produce un comercial o quien desarrolla una actividad de carácter publicitario, pero al consultar la bibliografía relacionada con el tema, se puede determinar que el anunciante es la persona individual o jurídica que desea dar a conocer un producto o servicio a la comunidad para su libre negociación en el mercado, sea este quien lo produzca o únicamente quien intermedie en la negociación del mismo. Suele ser el interesado en iniciar el proceso de la publicidad, es él que toma la decisión de promocionar sus productos o servicios”.³

Podrían citarse ejemplos de anunciantes para comprender de una mejor manera esta figura: algunos fabrican el producto o servicio, otros únicamente utilizan la publicidad para representarse así mismos y los servicios que ofrecen. Los cuales pueden ser

² Kleppner, Otto, J. Thomas Russell y W. Ronald Lane. **Publicidad**. Pág. 102

³ Wells, William. **Ob. Cit.**. Pág. 15



agrupados en categorías como fabricantes, revendedores, personas físicas e instituciones. Debido a que la mayor parte de la publicidad es financiada por los fabricantes, es este tipo de publicidad la que mayormente se conoce.

1.5.2 La agencia de publicidad

La agencia surgió con hombres que vendían espacio publicitario a comisión para periódicos, fue posteriormente que se dedicaron a planear, preparar y colocar los anuncios y ofrecían más servicios.

“Según la American Association of Advertising Agencies, citada por Otto Kleppner, la agencia de publicidad es definida como: “una organización comercial independiente, compuesta por personas creativas y de negocios, que desarrolla, prepara y coloca publicidad en los medios, para vendedores que buscan encontrar consumidores para sus bienes y servicios”.⁴

Como se dijo anteriormente las agencias publicitarias prestan varios servicios, y es por ello que luego algunas ahora son conocidas como agencias de servicios completos ya que estas se ocupan de la planeación, creación y colocación de publicidad para sus clientes.

Las agencias desarrollan diversas actividades previas a la realización de un anuncio publicitario, como el recabar y analizar la información necesaria para comercializar el

⁴ Kleppner, Otto. Ob. Cit. Pág. 125



producto o servicio, con base a esa información formulan una estrategia que ubica un producto o al consumidor y hace hincapié en el atributo que será atractivo para el destinatario de la misma, determinada la estrategia, la agencia dará forma a la respuesta creativa es decir, decidirá el atractivo que dará al texto, realizará éste, y preparará presentaciones y bocetos, así mismo seleccionará los medios y elaborarán los planes con costos; se presentará al cliente borradores del texto, el proyecto y los costos de producción, junto con los planes y costos de los medios lo que definirá el costo total. Cuando el plan es aprobado, se procede a la producción de los anuncios, emitir órdenes para los medios y remitirles planchas e impresiones o cintas y películas según sea el caso.

Como todo agente, la agencia es una persona que trabaja para otra, y por ello debe recibir una remuneración, éstas ganan mediante comisiones (las cuales le son otorgadas por los medios) y honorarios (los cuales son pagados por los clientes).

1.5.3 Los medios

“Pueden ser comprendidos como el canal de comunicación que lleva el mensaje del anunciante a la audiencia. Estos pueden ser visuales como los periódicos, revistas, vallas publicitarias; de audio como la radio y audiovisuales como la televisión, el cine y la internet”.⁵

⁵ Velásquez, Rodríguez, Carlos Augusto. *Comunicación, semiología del mensaje oculto*. Pág. 59



Y es mediante ellos que se concluye el proceso publicitario; pues el anunciante luego de ubicar y contratar los servicios profesionales de una agencia publicitaria, para dar a conocer sus productos y servicios, delega a ésta la diagramación y colocación de las ideas publicitarias ante los medios de comunicación. Es la agencia de publicidad quien se encarga de ubicar los medios adecuados para la difusión de los anuncios previamente elaborados, y es también quien negocia las tarifas que ello conllevará para el anunciante.

1.6 Los medios de comunicación

Actualmente las necesidades comunicativas del ser humano, son muchas y variadas, para las cuales la tecnología ofrece diversas alternativas. Los canales de difusión han logrado romper las barreras del tiempo y la distancia, estos han sido definidos como: "El nombre medios los define como canales; es decir, vehículos para transportar el mensaje en un proceso comunicativo".⁶ A continuación se desarrollaran los que se consideran importantes para la presente investigación.

1.6.1 Periódicos

Desde 1609 Alemania, Inglaterra, Francia y Suecia, cuenta con diarios, pero estos son dedicados a los anuncios, los cuales son el precedente más directo de la prensa actual. "En la década de 1830 aparecieron los periódicos gacetilleros. En 1846, Richard Hoe patentó la primera imprenta rotativa y en 1871 inventó la prensa rotativa de alimentación

⁶ Ibid. Pág. 60



continua, que imprime en ambas caras de un rollo de papel continuo y dobla las hojas”.

Previamente al auge de la radio y la televisión, fueron los periódicos los medios de comunicación más importantes para la sociedad, ya que era mediante ellos que la misma podía conocer lo que sucedía a su alrededor, y fueron como se indico, uno de los primeros medios en los cuales se llevaba a cabo la publicidad.

Y aunque los periódicos en la actualidad son de gran importancia y difusión, en Guatemala los mismos no llegan a la mayoría de la población, tan es así que el Diario Oficial únicamente circula en la ciudad capital, aunado a ello el alto índice de la población analfabeta y la que no los lee, inciden en la poca comunicación que los mismos pueden llegar a tener, es por ello que la presente investigación se centro en medios de comunicación que comprende tanto el audio como las imágenes como lo es la radio que brinda espacios a las organizaciones de la sociedad civil a través de sus diferentes programas como entrevistas o paneles y el costo para trabajar en ella es relativamente accesible; y la televisión, a los cuales la población guatemalteca en su mayoría si tiene acceso.

1.6.2 La Radio

Entre los medios electrónicos, el proceso de transmitir sonidos e imágenes, se incluyen la televisión y la radio. Está es definida como: “una serie de impulsos electrónicos a los que se llaman señales que son transmitidas por ondas electromagnéticas. Las señales

⁷ Kleppner, Otto. *Ob. Cit.* Pág. 10

de radio tienen una altura, es decir amplitud, y un ancho. El ancho dicta la frecuencia de la onda de radio. Una frecuencia es el número de ondas de radio que genera un transmisor cada segundo. Cuanto más ancha sea la señal, más baja será la frecuencia y cuanto más estrecha sea la onda, más alta será la frecuencia. La frecuencia se mide en términos de miles de ciclos por segundo (kilohertz) o millones de ciclos por segundo (megahertz). Por consiguiente, una estación de radio a la que se asigna una frecuencia de 930,000 ciclos por segundo, se encontrará en el 93 del cuadrante”.⁸

La Primera Guerra Mundial obligó a impulsar el desarrollo tecnológico de la radio para obtener equipos más ligeros y pequeños. “El primer plan de una radio para el hogar, una “caja de música” que sirviese de alternativa al fonógrafo fue de David Sarnoff, empleado de la American Marconi Company, en 1916 tuvo la idea de que la radio podría llevar a cada casa, no sólo la música, sino también noticias o deportes o programas educativos”.⁹

Al igual que la prensa, al inicio la radio presentó dificultades para su sostenimiento, y fue a través de la transmisión de anuncios de publicidad que la misma pudo seguir adelante.

“La emisión en onda media (AM) recibe el nombre oficial de “servicio estándar” de radiodifusión en razón de que fue la primera históricamente. En términos generales y en comparación con el otro servicio radiofónico, la FM, la onda media se caracteriza por

⁸ Wells, William. *Ob. Cit.* Pág. 440

⁹ Eguizábal Maza, Raúl. *Historia de la Publicidad.* Pág. 275



una cobertura mayor y una inferior calidad de transmisión. La primera característica es una consecuencia directa de su propagación, y la segunda es un efecto de su tipo de modulación. La banda de frecuencia asignada para las emisiones de AM es la de Media Frecuencia (MF) y como consecuencia tiene dos métodos de propagación: uno producido por las ondas terrestres y de superficie y otro como consecuencia de las ondas de cielo.

Su modulación y anchura de canal confiere a la FM la habilidad para reproducir un mayor rango dinámico de audiofrecuencias. Esto le ofrece mayor capacidad para reproducir sonidos de alta fidelidad. La banda de frecuencia asignada fue la "Muy Alta Frecuencia", VHF, ya que ante la saturación de la media frecuencia (banda utilizada por las emisiones de AM) la VHF ofrecía una mayor disponibilidad para albergar nuevos servicios de radiodifusión. El servicio de radio denominado comúnmente frecuencia modulada tiene dos características: su modulación en frecuencia y su propagación por ondas directas como consecuencia de su ubicación en la banda de frecuencia VHF".¹⁰

Actualmente existen muchas emisoras de radio en Guatemala, pero no todas las frecuencias pueden ser sintonizadas a nivel nacional, aunado a ello la interferencia que ha producido la utilización no autorizada de frecuencias por diversas agrupaciones de distinta índole, hace necesaria la contratación de varias frecuencias para la difusión publicitaria.

¹⁰ Díaz Mancisidor, Alberto. **Radio y televisión, introducción a las nuevas tecnologías.** Págs. 102, 110.



Es interesante conocer cómo surgió la radio en Guatemala, por lo que a continuación se traslada una breve descripción de la misma: “La primera emisora que hubo en Guatemala nació en 1930; la radio siguió su expansión luego de su nacimiento en los años treinta, cuando se inaugura la TGW. En esa época surgen cuatro emisoras; la primera radio privada fue TGC Vidaris en 1931 siendo sus fundadores los Castillo propietarios de la cervecería, su nombre se debió al refresco Divaris. En 1932 nace TGA fundada por Miguel Ángel Mejicanos; en 1937 surge TG1/TG2 Radio Morse adscrita a la Dirección General de Telégrafos; en 1938 nace la primera estación departamental TGQ La Voz de Quetzaltenango. Con el triunfo de la revolución de 1944 la radiodifusión tuvo el momento más importante de la historia, suceso político en el que surgen nuevas emisoras dando participación al desarrollo artístico.

Radio Ciro’s fue una de las primeras emisoras en presentar radionovelas y el formato dramático, aquí se formaron los primeros guionistas; predominaban cuatro géneros la música, la información, el drama y la comedia. Más tarde en 1946 se inicia la época de oro de la radiodifusión nacional, en ese período las emisoras se produjeron piezas dramatizadas, surgieron programas de calidad que podían competir con los extranjeros, en este periodo la radiodifusión nacional alcanza su máximo desarrollo”.¹¹

Actualmente se cuenta con más de 150 emisoras de radio en todo el país, de las cuales algunas se encuentran agrupadas como Central de Radio, que reúne a emisoras como: Alfa 97.3 FM, La Marca 94 FM, Radiocadena Sonora, Galaxia 88.5 FM, Xtrema 101.3 FM; Grupo Radial El Tajin, Emisoras Unidas de Guatemala, Radio Grupo Alius, etc.; lo

¹¹ **Historia de la radio en Guatemala.** <http://html.rincondelvago.com/historia-de-la-radio-en-guatemala.html>, Guatemala 26 de mayo de 2010.



que facilita la negociación para la transmisión de comerciales entre las agencias de publicidad y los medios, ya que únicamente se cotiza y negocia con un representante de las mismas.

La radio tiene la posibilidad de contribuir al desarrollo educacional de los pueblos; sin embargo, en Guatemala la radiodifusión comercial no contribuye muchas veces a este propósito, porque la publicidad no se interesa por este aspecto, sino trata de llamar la atención del cliente potencial a toda costa. En el área rural el aparato de radio es más accesible que uno de televisión, no sólo por su relativo bajo costo sino porque emplea baterías. Y es debido a la gran cobertura radial que esta posee que se ha tomado en consideración, como un medio útil para la difusión de propaganda política, ya que está llega a la mayoría de la población guatemalteca, mediante las dos bandas de frecuencia expuestas.

1.6.3 La Televisión

Otro medio audiovisual es la televisión la cual puede definirse como: “La televisión, voz que se deriva del griego tele (lejos) y del latín video (ver), no es mas que un dispositivo mecánico cuya función podría compararse con la técnica utilizada por los pintores impresionistas: la descomposición de la luz en diminutivos puntos luminosos; se asemeja al cine porque ambas despliegan una serie de imágenes separadas: treinta segundos en televisión y veinticuatro en el cine”.¹²

¹² Quijada Soto, Miguel A. *La televisión análisis y práctica de la producción de programas*. Pág. 90



Como en el resto del mundo, la televisión llegó con posterioridad a la radio en Guatemala, y su acceso era limitado, tan es así que al igual que en sus inicios no todos los hogares guatemaltecos cuentan con una, compartiendo está distracción o forma de entretenimiento con los vecinos o familiares. “La televisión se introdujo en la ciudad de Guatemala en el año 1955 en ese entonces era el canal 08, quien transmitía sus primeras imágenes desde su estación oficial, dirigido por el estado de Guatemala, el cual estaba ubicado en el ala derecha del actual Palacio Nacional; al siguiente año se formalizó y cubría solo el área de la ciudad. Desde su estación central, se transmitieron programas en vivo, ya que en ese entonces aun no existía el video tape; la programación incluía musicales, con artistas nacionales, marimba, teatro, baile y entrevistas culturales.

Desde 1956 Canal 03 surgió para constituirse como un logro televisivo, un medio de comunicación en constante desarrollo. Estableciendo su planta de transmisión, en el cerro Alux, con antenas cuyos estándares, fueron diseñados y remodelados constantemente especialmente para el área geográfica de Guatemala, por las alturas de las llanuras, volcanes y montañas, fue necesario la instalación de repetidoras para llenar valles y planicies asegurando a sus pobladores una cobertura de grado A, lo que significa imagen y sonido de primera. Canal 03, fue el primer canal privado del país y tercer canal de televisión al nivel latinoamericano. La directiva del canal 03 preocupados por impulsar la producción televisiva nacional, realizaron programas educativos como: Teleemos, Tele aula y Tele U.

Canal 07 inicia sus emisiones en diciembre de 1964 originados desde sus estudios en



la zona 09 de la ciudad. Igualmente en el cerro Alux fue construida su planta de transmisión, una torre de 250 pies de alto, sostiene su antena principal, con un patrón de radiación omnidireccional, con el fin de llevar su señal a los cuatro puntos cardinales del país Canal 07 fue el primero en radiar su señal en el área de Quetzaltenango. Alrededor del año 1967 nació canal 11, a pesar de que en el año de 1974 canal 03 fue el primer canal nacional en instalar cámaras de grabación a color, canal 11 al año siguiente logro igualar y hasta mejorar sus modelos tecnológicos adquiriendo equipo de grabación y filmación a color. La repetidora denominada 13 la cual el 20 de septiembre de 1978 se convierte en el cuarto canal televisivo de nuestro país. El famoso canal 05 estaba a cargo del Ministerio de la Defensa, era llamado "cultural y educativo". La primera prueba de Canal 05 se hizo transmitiendo en directo el desfile militar del 30 de Junio de 1979.

El canal 21 y 25 son fundados en 1984 y 1987 respectivamente, en frecuencia UHF (Ultra Alta Frecuencia), para lograr disfrutar de esta frecuencia, los usuarios han necesitado instalar una antena especial, y lograr capturar las ondas sonoras, que se encuentran en el ambiente aunque no tan fielmente como se esperaba, y poder disfrutar de otro tipo programación. Su cobertura es limitada (sic).¹³

Aunados a los canales mencionados, en la actualidad se transmite mediante el sistema de cable, las señales de Guatevisión y Canal Antigua.

¹³ Rodríguez Hernández, Karina. **Historia, desarrollo y evolución de la televisión por cable en Guatemala.** Pág. 32



CAPÍTULO II

2. Propaganda electoral

“La palabra propaganda proviene del latín *propagare*, que significa reproducir, plantar, lo que, en sentido más general quiere decir expandir, diseminar o, como su nombre lo indica propagar. Ésta persigue influir en la opinión de los ciudadanos para que adopten determinadas conductas o decisiones”.¹⁴ La propaganda electoral ha recibido distintos nombres a lo largo de la historia, algunos le han denominado publicidad política, campaña electoral, etc. Lo mismo sucede dentro de la legislación guatemalteca, dentro de la cual se denomina indistintamente campaña electoral o propaganda electoral,

“La publicidad política es utilizada por los políticos con el propósito de persuadir a la gente para que vote por ellos, por esto es una parte importante del proceso político. A pesar de que representa una fuente de comunicación importante para los votantes, los críticos opinan que la publicidad política tiende a enfocarse más en la imagen que en los objetivos”.¹⁵

En el Diccionario electoral se establece que “campaña electoral” es el período destinado a la realización de la propaganda electoral. Y ésta se comprende como el conjunto de actividades lícitas llevadas a cabo por los partidos, alianzas de partidos y agrupaciones de electores con el propósito de hacer conocer y explicar sus principios ideológicos y

¹⁴ IIDH/CAPEL. *Diccionario electoral*. Pág. 145

¹⁵ Wells, William. *Ob. Cit.* pág. 14



programas de gobierno, así como promover los candidatos que se han postulado a los distintos cargos electivos con la finalidad de captar las preferencias de los electores. Es decir, todo el conjunto de actividades que realizan las diferentes organizaciones políticas con los candidatos postulados para un cargo público por los diferentes medios de comunicación existentes, mítines, marchas, manifestaciones públicas, para ponerse en contacto con el electorado y dar a conocer sus planes de trabajo y de esta manera captar votos de los ciudadanos”.¹⁶

Esta fase según la Ley Electoral y de Partidos Políticos en su Artículo 219, inicia desde que el Tribunal Supremo Electoral hace la convocatoria a elecciones, y debe finalizar 36 horas antes del día de las elecciones, de lo contrario se considerará como infracción al proceso electoral, y los partidos políticos que la realicen se encontrarán sujetos a las sanciones establecidas en la ley, según lo regulado por el Artículo 14 del Acuerdo 131-2007 del Tribunal Supremo Electoral que contiene el Reglamento de Control y Fiscalización de las Campañas Publicitarias de las Elecciones Generales.

En la práctica esto no se cumple, porque los partidos políticos están realizando actividades proselitistas permanentemente y éstas inician antes que la institución encargada realice la convocatoria a elecciones. Esta etapa se desarrolla en un lapso de tiempo variable antes del día de la votación, bajo un régimen de garantías y libertades que los mismos partidos políticos y sus candidatos deben respetar (condiciones para realizarla, período y duración, actividades tradicionales de proselitismo político, campaña electoral a través de los medios masivos de

¹⁶ IIDH/CAPEL. Ob. Cit.. Pág. 105

comunicación, prohibiciones y restricciones generales).

Legalmente en el Acuerdo número 131-2007 del Tribunal Supremo Electoral, en su Artículo dos que contiene las definiciones, la propaganda electoral ha sido definida como: “Se refiere a los escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones sonoras y de video, dirigidos al electorado, producidos y difundidos por los partidos políticos y candidatos con el propósito de influir en la preferencia de los electores”.

No está demás decir, que existen sectores que consideran a la propaganda muy similar a la publicidad, estos indica que la propaganda es uno de los mecanismos o instrumentos utilizados por las diferentes organizaciones políticas para dar a conocer sus programas e ideas. La propaganda no difiere en esencia de la publicidad, puesto que publicidad es dar a conocer algo, publicarlo, una forma de propagarlo con la finalidad de estimular la demanda de bienes y servicios. Es decir, que la propaganda electoral no es otra cosa que la difusión de ideas políticas, que tiende a extenderse a la mayor parte de la ciudadanía y aunque el producto que se busca vender no es otra cosa que un candidato, un programa o unas ideas, las técnicas utilizadas son las mismas que se externalan en ventas de cualquier clase de mercancías, utilizando “slogan” que cause un fuerte impacto emocional, psicológico.

Otros opinan que la propaganda si difiere de la publicidad, ya que ambas tiene fines distintos: la propaganda pretende crear, transformar o confirmar opiniones a favor de ideas, programas y creencias, así como estimular determinadas conductas políticas, la publicidad en cambio busca la compra, el uso o consumo de un producto o un servicio.



Es decir, que su influencia en la mentalidad individual, se ha hecho arrolladora cuando se ha apropiado de los medios de comunicación colectiva.

2.1 Legislación respecto a la propaganda electoral

Dentro de las principales fuentes jurídicas que en Guatemala, norman lo relativo a la propaganda electoral, se encuentran:

- La Constitución Política de la República de Guatemala, emitida por la Asamblea Nacional Constituyente de 1985.
- El Decreto 1-85 Ley Electoral y de Partidos Políticos, emitida por la Asamblea Nacional Constituyente de 1985.
- Reglamento de la Ley Electoral y de Partidos Políticos, contenido en el Acuerdo Número 018-2007 del Tribunal Supremo Electoral.
- Reglamento de Control, Fiscalización del Financiamiento Público y Privado, de las actividades Permanentes y de Campaña Electoral de las Organizaciones Políticas, contenido en el Acuerdo Número 019-2007 del Tribunal Supremo Electoral; y
- El Reglamento de Control y Fiscalización de las Campañas Publicitarias de las Elecciones Generales, contenido en el Acuerdo 131-2007 del Tribunal Supremo Electoral.



2.2 Período y condiciones de la propaganda electoral

Como se indico la propaganda electoral puede realizarse a partir del momento en que el Tribunal Supremo Electoral realiza la convocatoria a elecciones, la cual se elabora mediante decreto que se deberá dictar el día dos de mayo del año en que se celebren las elecciones, y éstas deben efectuarse el primero o segundo domingo de septiembre del mismo año.

Debido a que la propaganda puede realizarse mediante manifestaciones o reuniones políticas, éstas pueden realizarse hasta 36 horas antes de la señalada para el inicio de la votación, dando aviso a la Gobernación departamental respectiva.

Es importante hacer notar que ninguna autoridad podrá condicionar, impedir o remover propaganda electoral en los lugares legalmente autorizados, hasta 24 horas después de concluido el proceso electoral.

Y ya que Guatemala cuenta con un sistema democrático de gobierno, la propaganda electoral es libre, sin más limitaciones que las establecidas en la ley de la materia, respetando en todo momento el principio de legalidad e igualdad de oportunidades, evitando actos que ofendan la moral y a las buenas costumbres, que afecten al derecho de propiedad o al orden público.

Los tiempos máximos de transmisión de propaganda, serán establecidos por el Tribunal Supremo Electoral juntamente con los fiscales de los partidos políticos, durante las dos



primeras semanas de convocado el proceso electoral, si transcurridos ese período no se han fijado el Tribunal los fijará de oficio, y comprenderá los tiempos máximos y horarios a contratar para propaganda electoral en los medios de comunicación social, radiales y televisivos, así como el espacio en los medios escritos. Este procedimiento se lleva a cabo para que toda agrupación política tenga igual acceso y oportunidades de contratación, en tiempos, horarios y espacios en los distintos medios de comunicación.

Los medios de comunicación no podrán negar a ninguna organización política la contratación de tiempos y espacios para propaganda dentro de los límites establecidos, debiendo dar igual tratamiento relacionados al precio o tarifa, importancia en la ubicación temporal y espacial de los mensajes publicitarios. Estos deben registrar sus tarifas ante la Auditoría Electoral del Tribunal Supremo Electoral, dentro de la semana siguiente de efectuada la convocatoria del proceso electoral, la cual no podrá superar el promedio de las mantenidas en los seis meses anteriores a la fecha de la convocatoria; por lo que deberán acompañar el promedio comercial que han aplicado durante dicho tiempo, esto para que el Tribunal Supremo electoral compruebe que las tarifas no excedan del promedio citado, ya que de lo contrario éste se encuentra facultado para fijarlas, debiendo ser observadas por el medio de comunicación social involucrado.

Como otra obligación los medios de comunicación deberán informar diariamente, bajo declaración jurada, las cantidades y especificaciones de los espacios de propaganda de las agrupaciones políticas, que fueron transmitidas el día anterior.



El Artículo tres del Acuerdo número 019-2007 del Tribunal Supremo Electoral, regula las reglas básicas de la propaganda electoral, estableciendo dentro del mismo que la propaganda electoral en los medios de comunicación estará sujeta a las siguientes reglas:

- a) "El máximo para propaganda en prensa escrita no podrá ser menor a una página entera que consta de cuarenta y ocho (48) módulos, por edición diaria.
- b) Durante el proceso electoral, las únicas limitaciones y regulaciones para la propaganda electoral están establecidas en la Ley y este Reglamento. Ninguna otra disposición limitativa debe atenderse.
- c) Los medios de comunicación radiales y televisivos, operados por el Estado, otorgarán a cada organización política un máximo de treinta (30) minutos semanales, los que no serán acumulables".

2.3 Prohibiciones generales

Para llevar a cabo la propaganda electoral a través de diferentes medios de difusión, la Ley Electoral y de Partidos Políticos, estableció las siguientes limitaciones:

- a) "Hacer propaganda electoral pegando o pintando rótulos en efigies, paredes, señales, rótulos, puentes y monumentos, salvo que se trate de propiedad privada y se cuente con autorización del dueño.
- b) Usar vehículos de cualquier tipo, con altoparlantes, para fines de propaganda, antes de las siete y después de las veinte horas.
- c) Realizar propaganda o encuestas electorales de cualquier clase el día de la



elección y durante las treinta y seis horas anteriores al mismo.

- d) El expendio o distribución de licores, bebidas alcohólicas y fermentadas o su consumo en lugares públicos, desde las doce horas del día anterior a las elecciones y hasta las seis horas del día siguiente a ésta.
- e) Usar los recursos y bienes del Estado para propaganda electoral.
- f) A los funcionarios y empleados públicos, dedicarse durante la jornada de trabajo a funciones o actividades de carácter político electoral, así como emplear su autoridad o influencia a favor o en perjuicio de determinado candidato y organización política.
- g) A los miembros del Ejército y de los cuerpos de seguridad del Estado o sus instituciones, participar en actos de carácter político o de propaganda electoral.
- h) A los empleados y funcionarios públicos, así como a los contratistas del Estado, informar, dar a conocer o inaugurar públicamente obras realizadas en cumplimiento de sus funciones y participar de cualquier forma en publicidad o propaganda de las actividades, gestión u obras realizadas.
- i) Hacer propaganda anónima, y en toda publicación efectuada en los medios de comunicación social, deberá señalarse el nombre del responsable.
- j) Limitar el uso gratuito para colocación de propaganda en los postes o de poste a poste, colocado dentro de las calles, avenidas o carreteras del país; y,
- k) Las demás actividades que determine la ley”.

Para llevar a cabo la verificación y control de las prohibiciones contenidas en el Artículo 223 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos, el Tribunal Supremo Electoral por medio de los inspectores nombrados para el efecto, realizará el trabajo de monitoreo y de



campo a nivel nacional, para evitar que las organizaciones políticas efectúen actos al margen de la ley. Cuando hay una denuncia por parte de las Delegaciones departamentales, Subdelegaciones Municipales, o alguna organización política, relacionada a la violación de las prohibiciones contenidas en la ley, inmediatamente se inicia la investigación respectiva, para llamar al orden a las personas, partido político, o cualquier organización política, involucradas en el asunto, para que retiren la propaganda o publicidad de los lugares prohibidos.

La prohibición de realizar propaganda con respecto de las obras y actividades realizadas por los funcionarios del Organismo Ejecutivo, alcaldes y funcionarios municipales, se encuentra plasmado por su importancia dentro de la Constitución Política de la República de Guatemala, y es que actualmente muchos de los partidos que han ejercido el gobierno realizan sus obras e indican los logros como propios del partido en turno, esto para lograr la simpatía de los ciudadanos en las próximas elecciones, sin aclarar por supuesto que los ingresos que se han utilizado son generados por el pueblo de Guatemala.

2.4 Diversas formas de realizar propaganda electoral

Existen diversas formas permitidas de preparar y desarrollar propaganda electoral por parte de los partidos políticos o comités cívicos electorales, entre las cuales se pueden mencionar: El uso de altoparlantes instalados en vehículos, caravanas y desfiles, siempre que se encuentren circulando a una velocidad reglamentaria, la realización de mítines, marchas y manifestaciones. Para estas actividades, es necesario notificarle



previamente a la dependencia de Gobernación Departamental con por lo menos 48 horas de anticipación a la fecha programada, quien le comunicará a la Policía Nacional Civil, para el mantenimiento del orden en la localidad.

Elaboración de escritos como: volantes, panfletos, afiches. Esto es permitido siempre y cuando se respete lo que establece para el efecto la Ley de Emisión del Pensamiento, en consecuencia será obligatorio que se de un pie de imprenta y se identifique la agrupación política que los emita.

Dentro de la estrategia de comunicación se puede realizar: diseño e impresión de materiales gráficos para prensa, revistas, afiches, vallas y publicidad móvil; redacción de guiones y grabación de mensajes radiofónicos, redacciones de guiones, pre producción, producción y post producción de mensajes televisivos, diseño y producción de artículos promocionales, así como el diseño y producción de comunicación alternativa, la cual comprende las vallas, rótulos estáticos y móviles, boletines electrónicos, folletos, volantes, playeras, calendarios, pines, llaveros, lapiceros u otros objetos. Es importante señalar que los medios de comunicación más utilizados y directos son: la radio y la televisión, porque hacen llegar el mensaje a todo el pueblo. Los medios escritos han disminuido su influencia, si se toma en cuenta que la lectura exige un mayor esfuerzo de concentración y disciplina comparada con la pasividad frente a la televisión o la radio. En países de alto nivel de analfabetismo, la televisión resulta un medio idóneo para transmitir el mensaje, vender un producto y promocionar a un candidato.



CAPÍTULO III

3. Los partidos políticos

3.1 Definición

Siendo que los partidos políticos son organizaciones políticas que pueden postular candidatos a cargos de elección popular dentro de los cuales se encuentra la presidencia de la república; y para llegar a dicho cargo se debe realizar una campaña electoral, la cual depende de diversas fuentes de financiamiento, se hace importante hacer una breve referencia a los mismos, así como a las personas o entidades que aportan el financiamiento necesario a dichos partidos.

De lo expuesto anteriormente se debe analizar lo que se considera como partido, ser partidario de algo, trae como consecuencias estar identificado con algo y lógicamente tener diferencias con otras posiciones, derivado de ello tenemos que la esencia del concepto partido es la acción de pertenecer a una organización determinada, y de separarse de otras.

Existen variadas definiciones de carácter doctrinario respecto a los partidos políticos, de las cuales se pueden mencionar a Max Weber, quien considera a un partido político como "la forma de socialización que descansando en un reclutamiento libre, tiene como fin, proporcionar poder a su dirigente dentro de una asociación y otorgar por ese medio



a sus miembros activos determinadas probabilidades ideales o materiales”.¹⁷

El Tribunal Supremo Electoral, en material de educación ciudadana los ha definido como “organismos legalmente constituidos de carácter permanente que agrupan a personas con iguales intereses y principios ideológicos, cuyo fin primordial es alcanzar el poder por medio del voto”.¹⁸

Las anteriores definiciones hacen referencia a un mismo ideal de los miembros que las integran, pero olvidan el carácter político de las mismas, que es la actividad humana que tiende a gobernar, o dirigir la acción del estado en beneficio de la sociedad; ya que es éste aspecto el que distingue a los partidos políticos de otras asociaciones cuyos miembros se agrupan por un mismo fin, él cual es diferente al de un partido político; pues es su participación en el proceso decisorio de la política, o al menos el esfuerzo que se despliega por tomar parte en este proceso el que promueve su creación, ya que el significado y la importancia de los partidos deriva exclusivamente de la lucha por llegar al poder y de su deliberada influencia sobre la fuerza de la política.

El Licenciado Estuardo Castellanos Venegas define a un partido político como “una organización política, con personalidad jurídica, de duración indefinida; que constituye el mecanismo o instrumento democrático para permitir la participación ciudadana en la conformación de los órganos del poder público”.

¹⁷ Weber, Max. **Economía y sociedad**. Pág. 228

¹⁸ Tribunal Supremo Electoral. **Fascículos Cívicolectores**. Fascículo IV. Pág. 2



Así mismo se puede ubicar la definición legal en el Artículo 18 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos, el cual regula que los partidos políticos: “son instituciones de derecho público, con personalidad jurídica y de duración indefinida, salvo los casos establecidos en la presente ley, y configuran el carácter democrático del régimen político del Estado”.

De lo anterior se determina que los partidos políticos son organizaciones producto del ejercicio de la libertad de asociación, los cuales poseen personalidad jurídica propia y se crean con el fin de defender y llevar a la realidad ideologías y pensamientos concretos, las cuales se reflejan en un plan de gobierno; siendo representativos de una parte de la población que son afines a sus lineamientos e ideologías.

3.2 Naturaleza Jurídica

Varios son los criterios existentes para explicar la naturaleza jurídica de los partidos políticos:

- Son órganos del Estado.
- Son asociaciones de derecho privado.
- Asociaciones privadas de interés público.
- Entes auxiliares del Estado.
- Entes públicos no estatales.

Algunos consideran que por ser asociaciones están fundamentadas en el principio de voluntariedad, por lo que los partidos políticos siguen siendo asociaciones privadas;

otros, plantean su naturaleza jurídica a partir de su constitucionalización y de la atribución que se les asigna de funciones públicas; sostienen que los partidos políticos se han transformado en órganos del Estado.

Su existencia deriva del ejercicio de la libertad de asociación reconocido en la Constitución Política de la República de Guatemala en su Artículo 34 el cual regula: “Se reconoce el derecho de libre asociación. Nadie está obligado a asociarse ni a formar parte de grupos o asociaciones de autodefensa o similares. Se exceptúa el caso de la colegiación profesional”. No tienen naturaleza de poder público, ni son órganos del estado, por lo que el poder que ejercen se legitima sólo en virtud de la libre aceptación de sus estatutos y por tanto sólo puede ejercerse sobre quienes, en virtud de una opción personal libre, los asumen al integrarse en tales organizaciones.

Puesto que la determinación de su naturaleza jurídica sirve para su estudio, y como muchas otras instituciones del derecho, se puede determinar que los partidos políticos para su estudio se encuentran comprendidos tanto dentro del derecho privado como en el derecho público.

3.3 Referencia histórica de los partidos políticos en Guatemala

Los partidos políticos nacen en el momento en que se produce la participación popular en el proceso de las decisiones políticas. Luego, se afirman y se consolidan en la evolución hacia los regímenes parlamentarios, es decir, un tipo de régimen en que el gobierno es responsable ante los electores de la nación.



Para Robert J. Houben “En Guatemala, durante el período que se inicia con la Reforma Liberal de 1871 y que finaliza con la denominada Revolución de Octubre de 1944, las instituciones propias de la democracia liberal representativa evidenciaron la presencia de severas limitaciones en su actuar, al extremo que su capacidad para resolver conflictos o para generar acuerdos políticos era prácticamente inexistente. Conforme la evidencia histórica, en los primeros regímenes políticos dominantes durante esta época la modalidad del ejercicio del poder se articuló, ya sea mediante el uso directo de la fuerza o por mediación de patrones de dependencia personal hacia la figura de un caudillo o de un tirano”.¹⁹

Durante los 10 años del denominado período de la Revolución de Octubre (1944 – 1954), se pretendió revertir el orden denominado terrateniente-obligarca y generar algunos espacios políticos que permiten el desarrollo capitalista del país, vía la industrialización y mediante la organización y promoción de un movimiento populista capaz de generar un sólido mercado interno, sentando bases para la transformación de la sociedad guatemalteca en un proyecto revolucionario desde abajo.

Gilmar Alexander Cuc Guerrero cita en su tesis de grado a José Roberto Díaz Calderón quien en su obra, Historia de los partidos políticos en Guatemala, hace una breve referencia a los mismos de la siguiente forma: “Aquí se da inicio a la historia política de Guatemala, de donde devienen sus más importantes procesos estructurales:

1944: Nace el Frente Unido de Partidos Arevalistas (FUPA), tras ser derrocado Federico Ponce Vaides. Sus integrantes originarios son Frente Popular Libertador

¹⁹ Houben, Robert J. Los partidos políticos. Pág. 11



(FPL), Renovación Nacional (RN), Frente Nacional Democrático (FND), Partido de Acción Nacional (PAN), Partido Vanguardia Nacional (PVN), Unión Cívica (UC), Partidos Social Democrático (PSD), Partido Liberal (PL) y Partido Concordia Nacional (PCN).

1945: Es electo presidente Juan José Arévalo, postulado por FPL-RN y el Partido Acción Revolucionaria (PAR).

1947: Nace Vanguardia Democrática Guatemalteca (VDG).

1948: Hace oposición el Partido Unificación Anticomunista (PUA).

1949: Es creado el Partido Comunista de Guatemala (PCG), convertido en 1952 en el Partido Guatemalteco del Trabajo (PGT).

1950: FPL se divide en Partido Popular (PP), Partido Socialista (PS) y Partido de Integridad Nacional (PIN).

1951: Es electo presidente Jacobo Arbenz Guzmán postulado por PAR, PCG y el Partido de la Revolución Guatemalteca (PRG).

1954: con apoyo de la Agencia Central de Inteligencia de Estados Unidos (CIA), es derrocado Arbenz, asume un triunvirato, después es electo presidente Carlos Castillo Armas postulado por el Movimiento Democrático Nacional (MDN), más tarde Movimiento de Liberación Nacional (MLN). Cogobernaron PUA, Partido Independiente Anticomunista de Occidente (PIACO) y el Partido de Concordia Social (PCS), llamado después Movimiento Democrático Cristiano (MDC), convertido más tarde en Democracia Cristiana Guatemalteca (DCG).

1955: Es creado el Partido Liberal Anticomunista Guatemalteco (PLAG).

1957: Partidos de oposición al MDN y contendientes en las elecciones de ese año: Auténtico (PLA) y Partido de Reconciliación Democrática Nacional (PRDN) que postuló



al general Miguel Ydígoras Fuentes; Frente Anticomunista Nacional (FAN), Partido Revolucionario (PR). Oposición clandestina: PGT.

1958: Mediante un pacto entre MDN y PRDN, Ydígoras es electo presidente.

1960: Un alzamiento de militares jóvenes contra Ydígoras da lugar al Movimiento Revolucionario 13 de Noviembre (MR13).

1961: PGT aprueba el camino de la lucha armada como oposición de cambio al sistema.

1962: El PR se divide: es creada la Unidad Revolucionaria Democrática (URD) después denominada Frente Unido de la Revolución (FUR), también es conformado el Partido de Unificación Revolucionaria (PUR). Se constituyen las Fuerzas Armadas Rebeldes (FAR) como una alianza político-militar de organizaciones guerrilleras.

1963: Se realiza un golpe de Estado a Ydígoras y Enrique Peralta Azurdía asume la jefatura de Estado.

1964: El gobierno de facto crea el Partido Institucional Democrático (PID).

1965: Se elige la Convención Nacional Constituyente, participan los únicos tres partidos legalizados: MLN, PR y PID con planilla única.

1966: Julio César Méndez Montenegro es electo presidente, postulado por el PR, lo apoyan PGT y FAR.

1967: FAR y PGT se separan.

1970: Es electo presidente Carlos Manuel Arana Osorio, postulado por el PLN y el PD. En la década es creado el Partido Nacional Renovador, una fracción del MLN.

1972: Surge el Ejército Guerrillero de los Pobres (EGP).

1974: La DCG, junto al Frente Unidos de la Revolución (FURD) y el Partido Revolucionario Auténtico (PRA), después llamado Partido Socialista Democrático (PSD)



crean el Frente Nacional de Oposición (FNO) y postulan a Efraín Ríos Montt, mediante fraude electoral, Kjell Eugenio Laugerud García es electo presidente, postulado por la coalición MLN, PID y la Central Aranista Organizada (CAO), más tarde llamada Central Auténtica Nacionalista (CAN).

1978: Romeo Lucas García es electo presidente, postulado por la coalición PID, PR y Frente de Unidad Nacional (FUN), se da a conocer públicamente la Organización del Pueblo en Armas (ORPA).

1982: Se constituye la Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca (URNG), que unifica al PGT, FAR, EGP Y ORPA, se da el golpe de estado que coloca a Ríos Montt como presidente.

1983: Golpe de estado que coloca a Oscar Humberto Mejía Víctores como jefe de estado.

1984: Se elige a Asamblea Nacional Constituyente, conformada por los partidos políticos Unión del Centro Nacionalista (UCN) junto con DCG y MLN quienes son los partidos contendientes mayoritarios.

1985: En este evento electoral, se eligieron los siguientes cargos: presidente y vicepresidente, es electo presidente Marco Vinicio Cerezo Arévalo, postulado por la Democracia Cristiana y apoyado por el Frente Cívico Democrático (FCD), Acción Democrática (AD) y Alianza Popular Cinco (AP5), quien se convertiría en el primer presidente electo libre y democráticamente; diputados por lista nacional, diputados por distritos departamentales y corporaciones municipales en 330 municipios. Cabe destacar que en estas elecciones el voto era obligatorio con sanción de multa para el contraventor, aunque esta última no se aplicó por haber sido exonerada después de finalizar el proceso electoral.



1988: Se llevó a cabo en Guatemala un nuevo proceso electoral, regido por la actual Ley Electoral y de Partidos Políticos, contenida en el decreto 1-85 de la Asamblea Nacional Constituyente, se trato de elecciones municipales en 272 municipios medianos y pequeños, excluyéndose al departamento de Guatemala, las cabeceras departamentales y municipios con diez mil o más ciudadanos inscritos, cuyas corporaciones fueron electas por cinco años en 1985.

1989: Son creados el Movimiento de Acción Solidaria (MAS), más tarde Acción Reconciliadora Democrática (ARDE), el Frente Republicano Guatemalteco (FRG) y el Partido de Avanzada Nacional (PAN).

1990: Sucede por primera vez en la historia de Guatemala, que el pueblo transfiera el poder de un civil a otro, es electo presidente Jorge Serrano Elías, postulado por el MAS. El voto dejó de ser legalmente obligatorio para convertirse, según reforma legal, en un deber cívico sin sanción punitiva.

1993: Mediante Decreto Gubernativo 1-93 se suspenden varios Artículos de la Constitución Política de la República de Guatemala, se disuelve el Congreso de la República de Guatemala, se deja sin efecto la integración de la Corte Suprema de Justicia y la Corte de Constitucionalidad, se remueve de sus cargos al Procurador General de la Nación y el jefe del Ministerio Público. La Corte de Constitucionalidad destituye a Jorge Serrano Elías; el Congreso de la República nombra presidente a Ramiro de León Carpio y como vicepresidente a Arturo Herbruger Asturias, con ello se restaura el orden constitucional. Se realizan elecciones municipales para 276 corporaciones.

1994: Es creada la Alianza Reconciliadora Nacional (ARENA). Mediante consulta popular se ratifican las reformas constitucionales aprobadas por el Congreso de la

República el 17 de noviembre de 1993, se eligen diputados por el sistema de distritos electorales y por lista nacional.

1995: Es creado el Frente Democrático Nueva Guatemala (FDNG), con apoyo de la URNG. Álvaro Arzú Irigoyen es electo presidente, postulado por el Partido de Avanzada Nacional (PAN).

1998: Unidad Revolucionaria Guatemalteca (URNG) se inscribe como partido. Se realizan elecciones municipales en 30 municipios.

1999: Es electo presidente de la República Alfonso Portillo Cabrera por el Frente Republicano Guatemalteco (FRG).

2003: Se realizan elecciones para presidente y vicepresidente, es electo como presidente Oscar Berger Perdomo por la coalición PP-PSN-MR (GANA); diputados al Congreso de la República de Guatemala, diputados al Parlamento Centroamericano y 331 alcaldías y corporaciones municipales.

2007: Guatemala se preparo para las sextas elecciones presidenciales democráticas, contando con un listado oficial de 21 partidos políticos y 14 candidatos presidenciales. Es electo como presidente Álvaro Colom Caballeros por la Unidad Nacional de la Esperanza (UNE), y se eligen 332 alcaldías y corporaciones municipales”.²⁰

Establecer un listado exacto de los partidos políticos que han existido en Guatemala es algo arduo y difícil, ya que muchos partidos políticos han surgido como renovaciones de partidos anteriores, los cuales han sido cancelados. La Ley electoral y de partidos políticos en su Artículo 93 establece como causal para su cancelación el no haber

²⁰ Cuc Guerrero, Gilmar Alexander. **La necesidad de aplicar sanciones a los partidos políticos que realizan propaganda electoral anticipada y campañas negras durante el proceso electoral.** Tesis de grado, Facultad de ciencias jurídicas y sociales, USAC. Pág. 2

obtenido por lo menos un cinco por ciento de los votos válidos emitidos en una elección general, salvo que dicho partido haya alcanzado representación ante el Congreso de la República.

3.4 Clasificación de los partidos políticos

Existen diversas clasificaciones de los partidos políticos, los hay de cuadros, de bases, de tipo único, etcétera, lo más comunes hoy en día es dividirlos en partidos de derecha y partidos de izquierda, este tipo de clasificación tuvo su origen en la Revolución Francesa, en las asambleas instituidas, parece ser que los diputados que querían la revolución integral tomaban asiento en la izquierda de la sala, y a la derecha de la mesa directiva se sentaban los que se oponían a tales transformaciones y defendían, más bien, el tradicional estado de las cosas.

3.5 Funciones de los partidos políticos

3.5.1 Funciones respecto a la sociedad

Los partidos políticos articulan demandas de la sociedad, o de los grupos sociales. Esta función es cumplida en gran parte mediante la elaboración de sus respectivos planes o programas de gobierno, los cuales deben contener: el plan de trabajo estratégico para establecer las políticas públicas que dirigirán las acciones del gobierno, dicho plan o programa debiese ser elaborado luego de determinar concretamente las necesidades de la población. Los candidatos o postulantes a serlo deben percibir los

problemas de sus electores, debido a lo cual las campañas se orientan preferentemente a ese fin.

3.5.2 Funciones respecto al poder

Los partidos proponen programas y políticas para ejercer el gobierno, esta función clave de todo sistema democrático se cumple principalmente a través de elecciones. Aun cuando teóricamente es posible postular al gobierno sin pertenecer a un partido. Son los partidos políticos las organizaciones que monopolizan lo que la ley fundamental alemana llama **la voluntad política de la nación**.

3.6 Órganos de un partido político

Resulta importante determinar dentro de la estructura organizativa de un partido político, cual es el órgano que define la estrategia política de dicho partido y derivado de ello el tipo de propaganda que se realizará y la selección de los medios por los cuales se llevará a cabo. Según lo establecido en el Artículo 24 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos, todo partido político debe contar por lo menos con los órganos siguientes:

- 1) "Órganos nacionales:
 - a) Asamblea nacional,
 - b) Comité ejecutivo nacional,
 - c) Órgano de fiscalización financiera,
 - d) Tribunal de honor.

- 2) Órganos departamentales:
 - a) Asamblea departamental,
 - b) Comité ejecutivo departamental,

- 3) Órganos municipales:
 - a) Asamblea municipal,
 - b) Comité ejecutivo municipal”.

La asamblea nacional es el órgano de mayor jerarquía, y se integrará por dos delegados de cada uno de los municipios en donde la entidad tenga organización partidaria, se deberá reunir obligatoriamente cada dos años. Es el órgano del partido político que elige a los candidatos a la presidencia y vicepresidencia de la república; y quien fija la línea política general del partido y señala las medidas que se deben tomar para desarrollarla. Las resoluciones que tome la asamblea nacional son obligatorias para el partido, sus órganos y afiliados.

El comité ejecutivo nacional es el órgano permanente de dirección del partido, ejecuta las resoluciones tomadas por la asamblea nacional, se integra con un mínimo de veinte miembros titulares, electos por la asamblea nacional, además organiza y dirige las actividades del partido en forma acorde con los estatutos, crea los órganos que sean necesarios para el mejor funcionamiento del partido, el desarrollo de sus fines y principios, así como designar a sus integrantes; nombra y remueve a los funcionarios y demás personal administrativo del partido.



La representación legal de un partido político la ejerce el secretario general del partido, quien desempeña su cargo por dos años, pudiendo ser reelecto, es el encargado de presidir las sesiones del comité ejecutivo nacional, es el medio de comunicación entre la dirección nacional del partido y los órganos departamentales y municipales.

Como se puede observar la descentralización organizativa dentro de un partido político, sirve para priorizar sus necesidades en los distintos niveles, para poder llevar a cabo una organización acorde a las necesidades de la población y así definir sus estrategias, con lo cual se evita la duplicidad de trabajo dentro de sus órganos y la maximización de recursos de los mismos.

3.7 Cargos de elección popular

Muchos son los cargos de elección popular existentes en Guatemala, el concerniente a la presente investigación es el cargo de presidente de la república, figura que se origino en Estados Unidos de Norteamérica con la Constitución de Virginia, y que puede ser definida como: un órgano unipersonal, superior de la administración pública, que posee competencia nacional; es el jefe de gobierno, lo ejerce cuando decide la política nacional y la política internacional y al coordinar, supervisar y controlar la ejecución de la política de gobierno, se indica que es el jefe de Estado. Representa la unidad nacional y deberá velar por los intereses de toda la población, electo por el pueblo para un período improrrogable de cuatro años. Para optar a dicho cargo se debe ser guatemalteco de origen, ciudadano en ejercicio y mayor de 40 años, según lo regulado por el Artículo 182 de la Constitución Política de la República de Guatemala. Dicho

cargo no tiene posibilidades de reelección, ya que ésta se encuentra prohibida constitucionalmente.

3.8 Financiamiento a partidos políticos

Es importante estudiar el financiamiento en atención al impacto decisivo que en el desarrollo del proselitismo tiene la capacidad económica de los partidos políticos y sus candidatos. Un partido político requiere de cierta estabilidad y continuidad económica para el logro de sus objetivos y el cumplimiento de sus funciones sociales, por lo que su disponibilidad de recursos materiales y financieros no se limita a los procesos electorales.

Se puede entender como financiamiento político todo aquel aporte dinerario o no dinerario consistente en coadyuvar en la realización de las diferentes actividades de las organizaciones políticas, estén o no en campaña electoral.

3.9 Clases de financiamiento

La Ley Electoral y de Partidos Políticos al definir a los partidos políticos como entidades de carácter permanente, se comprende que dichas organizaciones deben desarrollar una gran cantidad de actividades, las cuales necesitan de financiamiento para su cumplimiento; la naturaleza del financiamiento a los partidos políticos puede ser de carácter público, privado y mixto, tomando como punto de referencia quien es el elemento personal que hace la aportación, cuota, donativo, préstamo o subsidio.



3.9.1 Financiamiento público

El financiamiento es de naturaleza pública, debido a que en diversas naciones incluyendo a Guatemala, es el estado el que en forma directa financia a los partidos políticos, en proporción a la cuota electoral recibida en los comicios electorales, o en forma indirecta, mediante la exoneración de impuestos, las franquicias telegráficas y postales y mediante concesión de espacios en los medios públicos de comunicación.

Aunque en la región se ha generalizado la utilización del financiamiento directo, éste ha beneficiado en desproporción a los partidos mayoritarios y no ha estado acompañado de la debida regulación del financiamiento privado y la transparencia del desempeño financiero de los partidos.

El financiamiento público es definido como: “El conjunto de recursos que aporta directa o indirectamente el estado a los partidos políticos y candidatos, en forma de reembolsos, subsidios o prestaciones, en períodos electorales, o los que aporta directa o indirectamente el estado únicamente a los partidos, no a los candidatos, en forma de subvenciones o prestaciones, en períodos no electorales, para su funcionamiento normal, cotidiano y ordinario”.²¹ También se le denomina estatal o deuda política.

“El financiamiento de origen público puede tener dos modalidades: Financiamiento público directo y financiamiento público indirecto”.²²

²¹ Alemán Velasco, Miguel. *Las finanzas de la política*. Pág. 23

²² *Ibid.* Pág. 24



- **Financiamiento público directo:**

Supone el reembolso que realiza el estado a los partidos políticos o a los candidatos, por los gastos realizados durante la campaña electoral. En este contexto el financiamiento público directo puede tener condicionantes que hacen viable tal aportación estatal al partido o al candidato, las cuales de cumplirse, harán posible que éstos puedan recibir tal financiación, como lo puede ser el obtener algún cargo que fuera sujeto a la elección popular o que alcancen cierto porcentaje de votos legalmente emitidos.

En Guatemala dicho financiamiento se encuentra regulado en el Artículo 21 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos el cual establece: “Corresponde al Tribunal Supremo Electoral el control y fiscalización de los fondos públicos y privados que reciban las organizaciones políticas para el funcionamiento de sus actividades permanentes y de campaña. El reglamento regulará los mecanismos de fiscalización. El Estado contribuirá al financiamiento de los partidos políticos a razón de el equivalente en quetzales de dos dólares de los Estados Unidos de América, por voto legalmente emitido a su favor, siempre que haya obtenido no menos del cinco por ciento (5%) del total de sufragios válidos, depositados en las elecciones generales... Se exceptúa del requisito del cinco por ciento (5%), a los partidos que obtengan por lo menos una diputación al Congreso de la República, quienes recibirán igualmente el financiamiento”.

- **Financiamiento público indirecto:**

Consiste en que en época electoral, el estado proporcionará un aporte no dinerario; esto consiste en un aporte basado en deducciones fiscales para los contribuyentes de



los partidos políticos, uso de franquicias postales y telegráficas o espacios gratuitos en medios de comunicación estatales, en beneficio de todos los partidos políticos y candidatos, repartiendo equitativamente los espacios concedidos.

El financiamiento público es apoyado con el argumento de que en la medida que el estado financie a los partidos políticos, el financiamiento privado deberá disminuir obligadamente, y de esta forma equilibrar la competencia electoral entre partidos o candidatos con significativa diferencia de recursos para subsidiar los gastos de campaña.

Otro criterio a favor del financiamiento público es que permiten hacer de las organizaciones políticas, entidades más independientes de los grupos que las integran, toda vez que no hay compromisos previos adquiridos que más adelante se convertirán en favores políticos.

Para los detractores del financiamiento público, hacer que los partidos políticos se conviertan con dicho financiamiento en entidades que se enquisten en el sistema público, así como prohibir a particulares financiar al partido político con el que simpatizan, hacen que estos se opongan al mismo. A este criterio se agrega la percepción que tiene la población civil de que los políticos y los partidos políticos llegan sólo a robar, por lo que se oponen a que con sus impuestos se conceda prácticamente un privilegio a los partidos políticos.



3.9.2 Financiamiento privado

“El financiamiento privado consiste en las aportaciones dinerarias y no dinerarias que realizan los militantes, afiliados o simpatizantes a un partido político, y constituyen la mayor cantidad de ingresos que maneja un partido político, dependiendo siempre de la regulación legal que se haga al respecto”.²³ Este financiamiento es el que marca la gran diferencia entre un partido político rico y un partido político pobre, en cuanto a la captación de recursos destinados a financiar los gastos de una campaña electoral.

Según sus defensores, el financiamiento privado se justifica deslegitimizando el financiamiento público, pues éste en su forma directa estatiza a las organizaciones políticas, aumentar la dependencia de estas organizaciones a los aportes estatales y no al del sector privado, tendrá como consecuencia desatender las verdaderas necesidades de la población. Pero el sistema basado en el financiamiento privado, no deja de acarrear sus problemas al desarrollo del modelo democrático como forma de gobierno, según Daniel Zovatto y Pilar del Castillo: “La ausencia de una financiación estatal puede llevar a una desmesurada influencia de ciertos sujetos o empresas (legales o ilegales) sobre los partidos que financian, frente a la desesperación de los partidos y los candidatos de conseguir recursos financieros a como de lugar”.²⁴

Es precisamente dentro de este financiamiento, lo que hasta el momento se sigue realizando, la captación de recursos sin importar su fuente; siendo lo que se pretende

²³ *Ibid.* Pág. 27

²⁴ Del Castillo, Pilar y Daniel Zovatto G. *La financiación política en Iberoamérica*. Pág. 132

evitar con la presente investigación: Que la captación de recursos económicos por los partidos políticos, sea posteriormente una condicionante en el ejercicio del poder, lo cual acarreará como consecuencia el beneficio obligatorio que el gobierno de turno debe otorgar a sus financistas, y sigan éstos viendo en los partidos políticos una fuente de inversión para sus capitales.

Por ello, el control al financiamiento privado, necesario para curar un poco el deteriorado sistema de partidos en democracias constitucionales, suscita un acalorado frente de discusión en las esferas políticas.

En Guatemala, el constante aplazamiento de reformas de leyes, sea de carácter ordinario, o más aún, con carácter de ley constitucional, refleja en forma general, la intención de los partidos políticos y de sus dirigentes de poner sobre el escabroso tema del financiamiento y su fiscalización, un manto que cubra las deficiencias del actual sistema que permita continuar con prácticas malintencionadas y politiqueras en un desmedido afán por alcanzar espacios significativos de poder público y económico.

3.9.3 Financiamiento mixto

Este tipo es el más común en la mayoría de legislaciones latinoamericanas, debido a que comparten en el ejercicio de las campañas electorales, los dos tipos de modelos de financiamiento tratados en los puntos anteriores. En Guatemala no existe ningún tipo de regulación al mismo, y en especial no existe regulación en cuanto a su fiscalización.



3.10 Legislación vigente en materia de financiamiento

Guatemala, con una joven democracia que fue restablecida en 1985 y con una Ley Electoral y de Partidos Políticos reciente, posee una limitada regulación en materia de financiamiento con fines electorales.

La Constitución Política de la República de Guatemala, en su Artículo 223 establece: "Todo lo relativo al ejercicio del sufragio, los derechos políticos, organizaciones políticas, autoridades y órganos electorales y proceso electoral, será regulado por la ley constitucional de la materia". Y en su Artículo 17 de las disposiciones transitorias y finales regula: "Financiamiento a los partidos políticos. Los partidos políticos gozarán de financiamiento, a partir de las elecciones generales del 3 de noviembre de 1985, el que será regulado por la Ley Electoral Constitucional".

La Ley Electoral y de Partidos Políticos regula tanto el financiamiento público directo como el indirecto, en su Artículo 20 inciso e, establece como un derecho de los partidos políticos el "uso de franquicia postal y telegráfica en su función fiscalizadora del proceso electoral". En ese sentido regula un aspecto importante relacionado con la presente investigación, referente al financiamiento público indirecto en su Artículo 221 literal c, establece que el máximo establecido para propaganda en los medios de comunicación radiales y televisivos del Estado no podrá ser menor a treinta minutos semanales y en ningún caso serán acumulables. Pues es este tópico el que se quiere cubra el Estado, pero no únicamente en la propiedad estatal, si no mediante la obtención de espacios en las frecuencias radiales y televisivas privadas, como parte del financiamiento que se

otorgue a los partidos políticos para lograr una igualdad participativa en el proceso electoral, y que con ello se evite la intromisión en el gobierno por parte de los dueños de dichos servicios.

El Artículo 21 regula lo referente al financiamiento público directo del cual ya se hizo referencia, debiéndose destacar la regulación respecto al financiamiento privado a candidatos a cargo de elección popular, las cuales por ningún motivo pueden ser provenientes de otros Estados, o de personas individuales o jurídicas extranjeras; o en su caso ser anónimas, así como la obligación de llevar registro contable de las contribuciones que reciban, el cual deberá ser público.

En cuanto a la financiación privada, en Guatemala se han establecido topes para éstos aportes, estableciendo como límite a las aportaciones de personas individuales y jurídicas el 10% de gastos de campaña; y éstos según el Artículo 21 literal e de la Ley Electoral y de Partidos Políticos, serán a razón del equivalente en quetzales de un dólar de los Estados Unidos de América, por ciudadano empadronado hasta el treinta y uno de diciembre del año anterior a las elecciones. Pero está limitante, no impide que una misma persona, a través de muchas otras consigne más de ese 10%, ya que únicamente bastaría con identificar el aporte a nombre de otra persona.

Y aún en esas condiciones, ni se contribuye a generar un adecuado balance para la competencia electoral, ni se evita la excesiva influencia de sectores económicos en los partidos o la alimentación de las arcas de campaña con fondos ilegales, y esto se refleja simplemente en que la capacidad económica de un partido político hace la



diferencia, y que al menos en Guatemala, la capacidad económica puede ser el factor primordial que haga llegar a un partido político a obtener la victoria en las urnas.

Esta insuficiencia del marco legal genera consecuencias negativas, pues socava las bases de una competencia transparente, equitativa y justa para los partidos políticos que participan en el proceso electoral, y es que en los últimos procesos electorales, se ha logrado observar y detectar con mayor certeza el involucramiento de las esferas tradicionales de poder económico con las agrupaciones políticas, con el objetivo de obtener una posición de juego privilegiado dentro de la administración pública, y no por servicio a la patria en forma abnegada y altruista, sino buscando recuperar el dinero financiado a través de concesiones políticas.

3.11 Fiscalización al financiamiento de los partidos políticos en Guatemala

El poder económico de los partidos políticos ha generado durante mucho tiempo y en muchos lugares la necesidad de una regulación específica que se hace necesaria en cualquier estado democrático, esto con el fin de limitar la influencia desproporcionada de las personas y de los grupos con intereses especiales sobre el resultado de las elecciones, regular los desembolsos para las campañas para que no se cometan abusos. Y es que en cuanto al financiamiento, sea de carácter público, privado o mixto, se debe entender que dentro del sistema político actual, no es posible prescindir de él, pues es el mecanismo mediante el cual los partidos políticos obtienen los fondos para promover sus programas, campañas y candidatos.



La fiscalización de los fondos públicos o privados de los partidos políticos surge debido a la necesidad de garantizar la equidad, transparencia, democratización y legitimación en las campañas electorales, así como el proceder de los políticos que compiten en un proceso electoral, como para evitar los problemas derivados del financiamiento a los partidos políticos.

Por ello el sentido de fiscalizar fondos implica el anhelo del estado de evitar actos de corrupción y de una mala administración pública. En Guatemala, la Ley Electoral y de Partidos Políticos regula limitadas atribuciones al Tribunal Supremo Electoral para fiscalizar el financiamiento a los partidos políticos, pues según lo establecido en su Artículo 21 “Corresponde al Tribunal Supremo Electoral el control y fiscalización de los fondos públicos y privados que reciban las organizaciones políticas para el funcionamiento de sus actividades permanentes y de campaña. El reglamento regulará los mecanismos de fiscalización”. Dicho reglamento es el Acuerdo Número 19-2007 que contiene el Reglamento de Control y Fiscalización del Financiamiento Público y Privado, de las Actividades Permanentes y de Campaña Electoral de las Organizaciones Políticas.

En Guatemala la institución encargada de fiscalizar el manejo de los fondos públicos es la Contraloría General de Cuentas, y dentro de sus funciones por mandato legal se le atribuye la custodia y manejo de las instituciones estatales, autónomas, semiautónomas o descentralizadas, así como sobre las demás personas que reciban fondos del estado y las que hagan colectas públicas.



3.12 Problemas derivados del financiamiento a los partidos políticos

- Financiamiento ilícito y no determinación de las fuentes de financiamiento, debido a que el financiamiento privado opera en un marco legal escaso y discrecional, en el cual los partidos políticos tienen total libertad en la búsqueda de los fondos necesarios, sobre todo en cuanto a campañas electorales se refiere, provocando el desconocimiento de las fuentes de los fondos que obtienen. Estos vacíos legales generan condiciones para que se manifiesten los poderes fácticos, dando lugar a lo que se podría llamar una forma de corrupción originaria; pues los partidos políticos al llegar al poder se ven obligados a gobernar con base en los intereses de sus patrocinadores.

Los casos de corrupción son de frecuencia relativa, lo que dado el marco legal vigente podría definirse como permisivo, generando que las imputaciones de financiamiento ilegal y de corrupción queden en un debate a nivel de los medios de comunicación masiva.

- Desviación de fondos estatales para campañas políticas, no derivadas de la obligación estatal conocida como financiamiento público directo o deuda política, estos fondos provenientes de otras entidades del estado, a cuyos miembros favorece el financiar a determinado partido político, financiamiento que realizan no precisamente con fondos propios, sino con fondos de las entidades para las cuales laboran, burocratizando de este modo a los partidos políticos, y provocando el surgimiento de una gran cantidad de partidos políticos sin base



sociológica ni fundamento ideológico, que los hagan representativos de la sociedad, lo que además provoca un efecto de dispersión, ya que partidos políticos que realmente se comprometan con la sociedad se ven afectados en la disuasión de sus seguidores o afines por la existencia de tanto partido político sin bases ni fines concretos y sólidos.

- Cobro de favores por el financiamiento realizado, ya que las personas que financian a los partidos políticos, ven como una obligación que éstos al ocupar el poder les concedan favores de distinta índole, como la búsqueda de posiciones políticas públicas que los hagan recuperar la inversión que hicieron dentro del partido durante la campaña electoral, situación que resulta en el cambio constante de empleados públicos incapaces de ejercer su puesto por el desconocimiento y la falta de capacidad para ejercerlo, o bien la adjudicación de contratos millonarios en la licitaciones que realiza el Estado a estas personas que lo único que buscan es recuperar y porque no decirlo sacar ganancias del financiamiento realizado a los partidos políticos.
- Ocupación de puestos políticos a cambio del financiamiento, y es que dentro de la esfera política hasta se oye mencionar el costo de cada puesto, como por ejemplo el requerimiento a los candidatos de una cantidad determinada para ocupar una candidatura a la diputación, y de ello se deriva la no aprobación de cambios en la Ley Electoral y de Partidos Políticos referentes al financiamiento, puesto que dichos cambios a ningún partido han de convenir, y es que citando al



ex magistrado del Tribunal Supremo Electoral Mario Guerra Roldán, en una entrevista con Prensa Libre publicada el 11 de enero de 2010 exponie: “Les convienen esos vacíos en las normas que puedan transparentar su funcionamiento. Por eso ponen valladares, pretextos o moras, para impedir cambios”. Y es que ellos mismos al encontrarse en el poder obstaculizan en el Congreso reformas legales que se han propuesto para mejorar su fiscalización, pues es evidente que a los partidos no les conviene introducir reformas a la ley que vayan en contra de sus propios intereses, y como no existe conciencia ni sustentación ideológica en los partidos políticos, no les interesa la regulación para su desarrollo y funcionamiento.

- No independencia política por las razones expuestas, por lo que el partido político se ve necesariamente condicionado en la toma de decisiones para el gobierno, lo cual termina con el desencanto generalizados sobre el gobierno de turno, sea quien sea, recibirá la percepción de ser buen o mal gobierno dependiendo del clima económico, de seguridad o de gobernabilidad; situaciones que muchas veces se ven influenciadas por las decisiones políticas que toman los partidos al encontrarse ya en el poder para poder pagar el financiamiento recibido durante sus campañas, situación que no debería incidir sobre un gobierno constitucional, el cual debiese estar legalmente respaldado en la toma de sus decisiones sin importar las presiones o manipulaciones que pretendiesen ejercer sobre ellos sus llamados financistas.

Todo ello repercute en la percepción social, que ha provocado en la sociedad una visible desconfianza en los partidos políticos, son vistos como entidades predominantemente interesados en sí mismos, riñendo eternamente en vez de esforzarse por conseguir el bien común, incapaces de idear políticas consistentes y propensos a la corrupción. Teniendo como consecuencia que cada vez menos persona se involucren en proyectos políticos serios, se debilita el sistema de partidos, se provoquen mayor desconfianza entre gobernantes y gobernados y se atente en contra de la libertad y la participación política.

Y es que un régimen de financiamiento donde los fondos públicos son limitados y los fondos privados carecen de regulación, afecta la equidad y la competitividad del sistema. El impacto de este fenómeno en los resultados electorales es considerable, pues genera una dinámica donde los criterios políticos son sustituidos por las capacidades económicas, erosionando la base esencial de cualquier sistema democrático. Este fenómeno, asociado al aumento significativo que han sufrido los costos de la actividad política, genera amenazas al sistema, pues el acceso al poder público parte de una carrera por conseguir fondos para las campañas electorales; y es en este escenario donde los poderes fácticos o paralelos, así como la corrupción, encuentran condiciones de actuación idóneas.



CAPÍTULO IV

4. El papel del Tribunal Supremo Electoral dentro de la propaganda política

4.1 Antecedentes

“En la Constitución Política de la República de Guatemala del año 1945, se norma por primera vez, lo relativo al régimen electoral; y es precisamente en este año donde los guatemaltecos obtienen el derecho de organizarse en partidos políticos e inscribirse como lo establece la Ley Electoral decreto gubernativo 255 de fecha nueve de julio de 1946.”²⁵

Previo a la institución conocida hoy como Tribunal Supremo Electoral existieron diversas instituciones relativas a la materia electoral: con la Constitución Política de 1945 se facultaba al Congreso de la República a declarar quien había sido electo como Presidente de la República, y la Junta Nacional Electoral declaraba quienes eran los diputados electos.

Es en 1956 con la nueva Constitución emitida, cuando se crea un Tribunal Electoral como órgano administrativo autónomo. En 1957 se emite el Decreto número 1069 que contenía la Ley Electoral la cual crea como autoridad máxima y con plena autonomía al Tribunal Electoral. Posteriormente en 1966 la Asamblea Nacional Constituyente contempló la emisión de un decreto que normara todo lo relativo a la materia electoral

²⁵ Saénz Juárez, Luis Felipe. *Justicia electoral*. Pág. 10



es emitido en ese entonces el Decreto Ley 387 de fecha 23 de octubre de 1965, que contenía la Ley Electoral y de Partidos Político, contemplando entre otros aspectos la creación de un Registro Electoral como autoridad administrativa máxima en materia electoral, pero aún así era el Congreso de la República quien convocaba a elecciones generales de presidente, vicepresidente, diputados al congreso y a la asamblea nacional constituyente y corporaciones municipales para el distrito central y cabeceras departamentales.

En el año de 1982 con el Estatuto Fundamental de Gobierno Decreto Ley 24-82 se deroga el Decreto 387 que contenía la Ley Electoral y de Partidos Políticos, exponiendo que oportunamente una ley regularía lo relativo a la existencia, actuaciones y demás funciones de las entidades políticas; y es así como se emite el Decreto Ley 30-83 que contenía la Ley Orgánica del Tribunal Supremo Electoral, el Decreto Ley 31-83 Ley del Registro de Ciudadanos y el Decreto Ley 32-83 Ley de Organizaciones Políticas.

Posteriormente se propone otro cambio Constitucional, emitiéndose la Constitución Política de la República de Guatemala que entro en vigencia el 14 de enero de 1986, misma que rige en la actualidad, así como la ley constitucional contenida en el Decreto 1-85 Ley Electoral y de Partidos Políticos, misma que ha sufrido reformas y adiciones contenidas en los Decretos 51-87, 74-87, 10-89, 35-90, 10-04, 35-2006, la cual junto con su reglamento Acuerdo número 018-2007 y otros reglamentos de carácter administrativo regulan actualmente todo lo relacionado a materia política como: el ejercicio de los derechos políticos, los derechos y obligaciones que corresponden a las organizaciones políticas a las autoridades y órganos electorales, y todo lo referente al



ejercicio del sufragio y al proceso electoral. Dicha ley crea una comisión de postulación, la cual actualmente propone una lista de 40 candidatos al Congreso de la República para la elección de los cinco magistrados que integrarán el Tribunal Supremo Electoral, quienes durarán en sus funciones seis años.

4.2 Definición

Según lo define el fascículo Cívico, el Tribunal Supremo Electoral es “La máxima autoridad en materia electoral en Guatemala, con independencia basada en que no depende de otros organismos del Estado. Cuenta con una asignación anual no menor al 0.5% del presupuesto general de ingresos ordinarios del Estado”.²⁶

Fue creado en 1983, con el fin de ser el organismo encargado de realizar las elecciones en Guatemala, es decir es la institución encargada de convocar, organizar, ejecutar y fiscalizar los procesos electorales, declarar su validez o nulidad y adjudicar los cargos de elección popular, garantizando el derecho de organización y participación política de los ciudadanos. Se rige por la Ley Electoral y de Partidos Políticos Decreto 1-85, la cual entro en vigencia el 14 de enero de 1986; se encuentra integrado por cinco magistrados titulares y cinco magistrados suplentes, quienes duran en sus cargos seis años, son electos por el Congreso de la República con el voto favorable de las dos terceras partes del total de diputados, de una nómina de 40 candidatos propuesta por una comisión de postulación, integrada por el rector de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) quien la preside, un representante de los rectores de las universidades

²⁶ Tribunal Supremo Electoral. **Ob. Cit.** Fascículo I. Pág. 2



privadas, un representante del Colegio de Abogados de Guatemala electo por la
asamblea general, el decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la
Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) y un representante de los decanos de
las facultades de Ciencias Jurídicas y Sociales de las universidades privadas, cada
miembro titular tendrá un suplente, según se establece en el artículo 136 de la Ley
Electoral y de Partidos Políticos. Dichos candidatos deber reunir las mismas calidades
establecidas para los Magistrados de la Corte Suprema de Justicia y gozarán de las
mismas prerrogativas y estarán sujetos a iguales responsabilidades.

En cuanto a estas calidades las mismas se encuentran reguladas en los Artículos 207 y
216 de la Constitución Política de la República, los cuales establecen: "Requisitos para
ser magistrado o juez. Los magistrados y jueces deben ser guatemaltecos de origen, de
reconocida honorabilidad, estar en el goce de sus derechos ciudadanos y ser abogados
colegiados, salvo las excepciones que la ley establece con respecto a este último
requisito en relación a determinados jueces de jurisdicción privativa y jueces menores".

El Artículo 216 establece los requisitos para ser magistrado de la Corte Suprema de
Justicia: "Para ser electo magistrado de la Corte Suprema de Justicia, se requiere,
además de los requisitos previstos en el artículo 207 de esta Constitución, ser mayor de
cuarenta años y haber desempeñado un período completo como magistrado de la Corte
de Apelaciones o de los tribunales colegiados que tengan la misma calidad, o haber
ejercido la profesión de abogado por más de diez años".



4.3 El proceso electoral

Cuando el ciudadano ejerce el derecho o cumple el deber de elegir en el ámbito de la democracia, esta desarrollando una forma especialmente importante de participación política, tal vez la modalidad más frecuente y conocida, no hay otra forma de participación en la que se comprometan tantas personas como en un proceso electoral.

Es dentro de él donde se ven los resultados de la buena o mala propaganda política, donde se verifica la influencia de la difusión de las ideas políticas de determinado partido, o bien donde se ve quien ha generado la simpatía de la población.

Ya que se ha observado dentro de los procesos electorales que muchas veces el partido ganador no es el que mejores planes tenga para el país, si no quien más simpatizantes ha generado debido a la propaganda política desarrollada, o bien él que más cosas ha repartido dentro de las poblaciones para ganarse el voto de éstos, y es triste ver que la democracia de un país se construye a base de promesas que no tienen una base sociológica sólida; ya que se elaboran únicamente para formar un concepto erróneo en la población para ganar un cargo, que a la larga no proporciona soluciones para los verdaderos problemas que se tienen, sino únicamente ven el bien propio y el bien del partido que los postulo, situación que desemboca en un sin fin de problemas para el país, independientemente de que no se consolide una democracia real, y no la que actualmente tenemos en la cual se busca el bienestar de algunos, ya que sólo se escucha el sentir y las necesidades de unos cuantos, y es que como se ha expuesto se condiciona el desarrollo del gobierno al antojo de quienes los han llevado a ocupar sus



cargos políticos.

Hasta cuando se elegirá a candidatos propuestos por partidos políticos que ni siquiera tienen un plan de gobierno certero, que tenga en cuenta que necesita Guatemala, que vea cual es la realidad de éste país, que mejore las condiciones de vida de la población con los recursos que posee, y que deje de endeudar más a la población para depender luego de potencias mundiales que lo único que requieren de éste país son sus recursos, e influir en las decisiones políticas importantes que harían que Guatemala mejore y que realmente se pueda hablar de una verdadera independencia política y económica.

4.3.1 Definición

Se entiende como proceso electoral: el “Conjunto de etapas o fases sucesivas y ordenadas, dirigidas por un órgano electoral y fundamentadas por un cuerpo legal, teniendo como fin realizar unas elecciones de carácter legal y en el cual se denote la mayor participación posible”.²⁷

Según la definición del Tribunal Supremo electoral se debe inferir que proceso electoral es: “El período comprendido desde la convocatoria a elecciones que hace el Tribunal Supremo Electoral hasta el momento en que lo declara concluido. Dentro de este período se incluyen las inscripciones de candidatos, organización de juntas electorales, el cierre de inscripción de ciudadanos para elaborar el padrón electoral, propaganda,

²⁷IIDH/Capel. *Diccionario electoral*. Pág. 940



preparación de útiles e impresión de papeletas, votación, escrutinio, revisión y adjudicación de cargos entre otros.”²⁸

4.4 Etapas del proceso electoral

En lo referente al desarrollo del proceso electoral, es el libro cuarto de la Ley Electoral y de Partidos Políticos el que establece todo lo concerniente al mismo; dentro de éste libro se encuentra el Artículo 193 el cual regula: El proceso electoral se inicia con la convocatoria a elecciones y termina al ser declarado su conclusión por el Tribunal Supremo Electoral, y son todas las actividades que se llevan a cabo dentro de estos dos acontecimientos a lo que en Guatemala se conoce como elecciones.

4.4.1 Etapa preparatoria

En esta etapa se realizan todas aquellas actividades previas a la votación o emisión del sufragio y comprende:

1. La convocatoria,
2. La postulación e inscripción de candidatos, y
3. La propaganda electoral o campaña política.

Se inicia con la convocatoria que realiza el Tribunal Supremo Electoral mediante decreto, el cual debe ser dictado el día dos de mayo del año en que se celebren dichas

²⁸ Tribunal Supremo Electoral. Ob. Cit. Fascículo VIII. Pág. 2



elecciones, éstas pueden ser:

Elecciones generales, las cuales comprenden: la elección de Presidente y Vicepresidente de la República, así como de los diputados al Congreso de la República y Corporaciones municipales; elección de diputados a la Asamblea Nacional Constituyente; elección de diputados al Parlamento Centroamericano; consulta popular.

4.4.1.1 El empadronamiento

Previamente a ser convocados todos los ciudadanos a elecciones, quienes deseen participar en las mismas deben tener la aptitud para poder participar en dichas elecciones, y ésta consisten en encontrarse debidamente empadronado.

El empadronamiento se entiende como “El trámite que deben realizar los guatemaltecos mayores de edad, es decir, al tener 18 años, ante el Registro de Ciudadanos del Tribunal Supremo Electoral, para hacer efectiva la ciudadanía y de esta manera quedar inscritos en el padrón electoral”²⁹. Este requisito es importante pues únicamente pueden participar en un proceso electoral, aquellos que se encuentren debidamente empadronados, ya que el Registro de Ciudadanos debe depurar e imprimir el padrón electoral a más tardar 30 días antes de la fecha señalada para la elección.

Este trámite se cierra tres meses antes de la elección, finalizado el evento electoral vuelve a abrirse para que todas las personas que deseen empadronarse, y es que la

²⁹ Tribunal Supremo Electoral. **Ob. Cit.** Fascículo III. Pág. 2



falta de inscripción de un ciudadano tiene como efecto no poder ejercer el sufragio y no poder optar a cargos de elección popular, según lo establecido en el Artículo seis del Acuerdo Número 018-2007 del Tribunal Supremo Electoral que contienen el Reglamento de la Ley Electoral y de Partidos Políticos.

4.4.1.2 El padrón electoral

Es una lista con los datos generales de los ciudadanos debidamente empadronados, él cual sirve para determinar cuántas mesas de votación deben instalarse en cada distrito electoral e identificar a las personas que acudiran a dichas mesas a emitir su voto, para tener un control exacto de que ciudadano ya ha ejercido su derecho.

Marta León-Roesch define al registro electoral como: “el conjunto organizado de inscripciones de quienes reúnen los requisitos para ser electos y no se hallen privados, definitiva o temporalmente, del derecho al sufragio”³⁰.

4.4.1.3 Convocatoria a elecciones

La convocatoria es “el llamado que hace el Tribunal Supremo Electoral a toda la ciudadanía para que participe en el proceso electoral, en donde se establece cuándo, cómo, dónde y quiénes pueden participar”³¹. Se puede definir a la convocatoria como el acto por medio del cual el órgano habilitado establece la fecha, condiciones y

³⁰ León-Roesch, Marta. *El registro electoral, los modelos de Argentina, Colombia y Costa Rica*. Pág. 2

³¹ Tribunal Supremo Electoral. *Ob. Cit.* Fascículo VIII. Pág. 4



modalidades de una elección.

El Artículo 197 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos, regula que “todo decreto de convocatoria debe contener como mínimo: el objeto de la elección, la fecha de elección y, en caso de elección presidencial, la fecha de la segunda elección, el distrito electoral o circunscripciones electorales en que debe realizarse, y los cargos a elegir”.

La convocatoria debe hacerse con una anticipación no menor de ciento veinte días a la fecha de la contienda electoral, a partir de la convocatoria queda prohibido:

- “Hacer propaganda electoral pegando o pintando rótulos en efigies, paredes, señales, rótulos, puentes y monumentos, salvo que se trate de propiedad privada y se cuente con autorización del dueño.
- Usar vehículos de cualquier tipo, con altoparlantes, para fines de propaganda, antes de las siete y después de las veinte horas.
- Realizar propaganda o encuestas electorales de cualquier clase el día de la elección y durante las treinta y seis horas anteriores al mismo.
- El expendio o distribución de licores, bebidas alcohólicas y fermentadas o su consumo en lugares públicos, desde las doce del día anterior a las elecciones y hasta las seis horas del día siguiente a ésta.
- Usar los recursos y bienes del Estado para propaganda electoral.
- A los funcionarios y empleados públicos, dedicarse durante la jornada de trabajo a funciones o actividades de carácter político electoral, así como emplear su



autoridad o influencia a favor o en perjuicio de determinado candidato o organización política.

- A los miembros del Ejército y de los cuerpos de seguridad del Estado o sus instituciones, participar en actos de carácter político o de propaganda electoral.
- A los empleados y funcionarios públicos, así como a los contratistas del Estado, informar, dar a conocer o inaugurar públicamente obras realizadas en cumplimiento de sus funciones y participar de cualquier forma en publicidad o propaganda de las actividades, gestión u obras realizadas.
- Hacer propaganda anónima, y en toda publicación efectuada en los medios de comunicación social, deberá señalarse el nombre del responsable.
- Limitar el uso gratuito para colocación de propaganda en los postes o de poste a poste, colocando dentro de las calles, avenidas o carreteras del país; y
- Las demás actividades que determine la ley”.

4.4.1.4 Postulación e inscripción de candidatos

Los partidos políticos legalmente reconocidos podrán postular e inscribir candidatos para todos los cargos de elección popular, los comités cívicos electorales sólo podrán hacerlo para los cargos de alcalde y corporaciones municipales. Un mismo ciudadano solamente podrá ser postulado e inscrito para un cargo de elección popular y en una solo circunscripción territorial.

El período de inscripción de candidatos a cargos de elección popular, dará principio un



día después de la convocatoria de elecciones y el cierre se hará 60 días antes de la fecha de la elección. La inscripción se solicitará por escrito, en los formularios que proporcionará el Registro de Ciudadanos para este efecto y, en los cuales, deberán consignarse los datos de los candidatos y aportar los documentos indicados.

El trámite de inscripción se realiza en el Departamento de Organizaciones Políticas del Registro de Ciudadanos o su respectiva delegación departamental, al recibirse la solicitud de inscripción, esta deberá ser revisada cuidadosamente y se elevará con informe, en un plazo de dos días al Director del Registro de Ciudadanos, quien la resolverá en un plazo de tres días, si la resolución fuere afirmativa, se formalizará la inscripción en el Registro de Ciudadanos y se extenderán las respectivas credenciales a cada uno de los candidatos.

4.4.1.5 Nombramiento de juntas electorales departamentales, municipales y receptoras de votos

Se da con la designación por parte del Tribunal Supremo Electoral de estos órganos de carácter temporal, los cuales tienen a su cargo un proceso electoral en su respectiva jurisdicción; se integran con tres miembros propietarios y dos suplentes nombrados por el Tribunal Supremo Electoral, su función es la de implementar y vigilar el proceso electoral en todas sus etapas, se disolverán al darse por finalizado el proceso electoral para el cual fueron integradas.

Las juntas electorales departamentales se integran una por cada departamento, tres

meses antes del día de la elección. Dentro de sus funciones más importantes se pueden mencionar:

- Instalar las juntas electorales municipales y dar posesión a sus integrantes.
- Declarar el resultado y la validez de las elecciones municipales realizadas en su departamento o en su caso, la nulidad parcial o total de las mismas.
- Cuidar la documentación y materiales electorales recibidos de las juntas electorales municipales y enviarlos al Tribunal Supremo Electoral, dentro de los tres días siguientes a su recepción.

Las juntas electorales municipales son las que se encargan de la preparación, desarrollo y vigilancia del proceso electoral en su jurisdicción, nombra, juramentan y dan posesión a los miembros de las juntas receptoras de votos, señalarán los lugares de votación en su jurisdicción y velarán por el cumplimiento de la ley.

Las juntas receptoras de votos son las responsables de la recepción, escrutinio y cómputo de los votos de su respectiva mesa; se encuentran integradas por un presidente, un secretario, un vocal y un alguacil, el número de juntas receptoras de votos en cada municipio está determinado por el número de ciudadanos empadronados, éstas se integran con 15 días de anticipación a la elección.



4.4.1.6 La propaganda electoral o campaña política

Ya que este tema fue desarrollado en el capítulo segundo de la presente investigación, únicamente se hará referencia a la definición de dicho concepto: “es el período de tiempo fijado mediante la ley, en el cual los diferentes candidatos realizan diversas actividades encaminadas a darse a conocer a la población, y utilizando los medios de comunicación masiva para captar la simpatía de los electores para que voten por ellos”.³²

La propaganda electoral sólo será permitida desde el día siguiente a la convocatoria.

4.4.2 Etapa constitutiva

En esta etapa tienen lugar las actividades decisivas del proceso electoral, es decir:

1. La votación,
2. El escrutinio, y
3. La declaración y divulgación del resultado.

4.4.2.1 La votación

Para el autor Rodrigo Borja el voto es “el acto de mostrar una preferencia de uno entre diferentes prácticas políticas o candidatos. El voto puede realizarse de palabra, a mano

³² IIDH/CAPEL. Ob. Cit. Pág. 105



alzada, mediante una comunicación escrita como una papeleta, una seña electrónica, o incluso poniéndose de pie”.³³

El voto no siempre se refiere a una actividad política, esto quiere decir que también se encuentra en otros ámbitos, ya que se vota en el derecho mercantil, en las asambleas legislativas, y en los órganos colegiados entre otros.

Según se establece en la Ley Electoral y de Partidos Políticos en su Artículo 198 el sufragio es el voto que se emite en una elección política o en una consulta popular.

Para Guillermo Cabanellas el sufragio es “un sistema electoral que se emplea para la designación de las personas que han de ocupar ciertos cargos y que se manifiesta por la emisión del voto de los sufragantes”.³⁴

En Guatemala en 1879 el voto era exclusivo para los hombres alfabetos, mayores de 21 años, con un oficio, renta o medio de subsistencia y militares mayores de 18 años. Fue hasta 1935 en dónde por primera vez votaron los analfabetos. Y en 1945 se da el sufragio de las mujeres alfabetos que lo deseen. En 1956 el voto es secreto y obligatorio para hombres y mujeres alfabetos y era optativo para los hombres analfabetas. En 1965 se da el sufragio universal, obligatorio para hombres y mujeres alfabetos mayores de 18 años y se prohíbe votar a miembros activos de la policía y el ejército.

³³ Borja, Rodrigo. *Enciclopedia de la política*. Pág. 501

³⁴ Cabanellas, Guillermo. *Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales*. Pág. 729



El sufragio es activo en relación a quienes emiten el voto y es pasivo en relación a aquellos en cuyo favor se emite. Su fundamento constitucional se encuentra en el Artículo 136, que regula los deberes y derechos políticos, específicamente la literal b, que establece el derecho de los ciudadanos a elegir y ser electo, haciendo explícito el deber y el derecho que tiene la población de emitir su voto, con el fin de elegir democráticamente a sus autoridades.

Constituidas las mesas electorales se procede a la apertura de las juntas receptoras de votos a las siete horas del día señalado, en donde los ciudadanos previa acreditación por parte de los miembros de la mesa, emiten su voto en una boleta de votación, el cierre de los centros será a las dieciocho horas, pero toda persona que se encuentre en fila de la mesa tendrá derecho a ejercer su voto.

4.4.2.2 El escrutinio

La mayoría de los autores coinciden al sostener que el escrutinio consiste en el recuento de los votos, para el Tribunal Supremo Electoral el escrutinio es “el acto que sigue al cierre de la votación, y que consiste en el conteo general de todos los votos, para pasar a continuación a su clasificación de los mismos en nulos, blancos, válidos (según el partido político o comité cívico electoral para el que fueron emitidos)”.³⁵

La legislación guatemalteca establece que, cerrada la votación los miembros de las juntas receptoras de votos procederán a la apertura de las urnas y al escrutinio de

³⁵ Tribunal Supremo Electoral. **Ob. Cit.** Fascículo VIII. Pág. 6



votos, comprobando que coinciden con el número de votantes, consignando en el acto cualquier diferencia; luego se procederá a contar los votos emitidos a favor de cada planilla, los votos que se encuentren en blanco y los votos nulos.

Será nulo todo voto que no esté marcado claramente con una X, un círculo u otro signo adecuado, cuando el signo abarque más de una planilla, a menos que este clara la intención del voto, o cuando la papeleta contenga modificaciones, expresiones, signos o figuras ajenas al proceso. También serán nulos los votos que no estén consignados en boletas legítimas, aquellos que pertenezcan a distrito electoral diferente, o que no correspondan a la junta receptora de votos de que se trate, así como aquellos votos que en cualquier forma revelen la identidad del votante.

4.4.2.3 La declaración y divulgación de resultados

La ley de la materia le asigna al Tribunal Supremo Electoral, la facultad de dirigir y controlar las operaciones de escrutinio, comprobar los resultados y proclamar la elección. No así de las Corporaciones Municipales, cuya calificación y adjudicación le corresponde legalmente a la Junta Electoral Departamental, como lo establece el Artículo 113 del Reglamento de la Ley Electoral y de Partidos Políticos.

El Tribunal Supremo Electoral está obligado a divulgar por todos los medios de comunicación los resultados electorales, parciales y definitivos, dentro del plazo de ocho días siguientes a la terminación del proceso electoral, según lo establece el Artículo 245 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos.



Además le corresponden las adjudicaciones, que consisten en establecer quien quienes fueron los candidatos electos, consignando la cantidad de votos que obtuvieron. Todas las adjudicaciones se harán estrictamente en el orden correlativo establecido en las listas o planillas, indicándose con quien encabece y continuándose con quienes le sigan en riguroso orden, conforme el número de electos alcanzado. Así mismo le corresponde emitir el respectivo Acuerdo que declara la finalización del proceso electoral.

4.4.3 Etapa integrativa de eficacia

La expresión de la voluntad de los ciudadanos a través del voto, requiere ser expresada en una declaración formal que debe realizar el Tribunal Supremo Electoral, mediante un acto de publicidad idóneo para la comunicación al público de los resultados obtenidos en la elección. Es a esta actividad de dar a conocer los resultados la que constituye la fase integrativa de eficacia del proceso electoral, pues es mediante ella que se alcanza el objetivo asignado a la función electoral: el cambio de autoridades debidamente electas.



CAPÍTULO V

5. Importancia que el Estado proporcione espacios gratuitos de propaganda electoral a los partidos políticos en los medios de comunicación

Un elemento fundamental para una campaña electoral justa sería proporcionar el acceso generalizado y equitativo de los partidos políticos y candidatos a la presidencia de la República de Guatemala a los medios de comunicación, para ello no solo se prohibirían los privilegios a favor de uno u otro partido, sino que también se limitaría el tiempo de uso en la radio y la televisión para la propaganda política.

Y es que si bien el Estado proporciona dichos espacios, lo hace únicamente mediante las radiofrecuencias y canales estatales, debido a lo cual los partidos políticos enfrentan problemas referentes a los escasos medios de comunicación del estado y su nivel de cobertura y a la ineficiencia de los servicios públicos del país, lo que obliga a los partidos políticos a pagar un servicio privado, al cual en muchos casos no tienen acceso, o bien se le otorga a cambio de condicionamientos en el ejercicio de su futuro gobierno.

Estimando que un buen gobierno no se deriva de la buena propaganda que este ha realizado para llegar al ejercicio de sus funciones, sino de la planificación previa que este debe tener respecto a como va a manejar la hacienda pública, aspectos que deben contenerse en un plan de gobierno; se puede deducir que los partidos políticos pueden ser buenos y tener muy buenos planes de gobierno, pero muchas veces no pueden



darse a conocer a toda la población debido al factor económico que esto implica, limitante que muchas veces hace llegar hasta su cancelación por la falta de votantes en las urnas a su favor.

Aunado a ello durante muchos procesos electorales la población guatemalteca ha observado la elección de candidatos a la presidencia de la República que llevan a cabo una buena propaganda, derivado de la planificación y los alcances que esta puede llegar a tener; muchas veces estos aspectos son el resultado del factor económico, ya que varios partidos políticos logran un financiamiento más alto que otros, como consecuencia de las concesiones que luego estos tendrán que hacer hacia las persona que les han ayudado a llegar al puesto que ocupan.

Y es que últimamente las decisiones de gobierno se ven muchas veces influenciadas por las personas que dan financiamiento a los partidos políticos para que estos realicen su propaganda, repercutiendo ésta en la toma de decisiones de carácter político de la población hacia un determinado partido político, ya que es a través de la propaganda que dichos partidos se dan a conocer, siendo el conocimiento que la población llega a tener de los mismos mínima, ya que la población únicamente puede conocer a aquellos partidos políticos que logran un mayor financiamiento, el cual muchas veces proviene de fuentes ilícitas o desconocidas, o bien proviniendo de fuentes lícitas se condiciona a los partidos políticos en la designación de cargos en el gobierno cuando estos son electos o en la toma de decisiones de los mismos.

Es por lo expuesto con anterioridad que se pretende lograr alcanzar la igualdad de



participación de los partidos políticos, al menos en una pequeña medida, a través de la propaganda que los mismo realizan en la radio y la televisión, puesto que derivado del factor económico que se maneja en ese sentido, la desigualdad es inevitable, ya que muchos de los partidos políticos no poseen las fuentes de financiamiento necesarias para lograr dar a conocer sus ideologías, planes de gobierno y hasta a sus candidatos.

5.1 Las percepciones de los guatemaltecos acerca de los medios de comunicación

El papel que pueden tener los medios informativos en propiciar climas emocionales en los que se estimule el escepticismo, la exclusión voluntaria de la política y se favorezca el miedo y el temor. El importante papel que los medios de comunicación juegan en la sociedad guatemalteca y el peso crucial que han adquirido como actores políticos, las informaciones y comentarios que los medios informativos difunden durante la campaña electoral contribuyen a crear un ambiente público que puede alentar o desalentar la decisión de asistir a las urnas. Dicho proceso de influencia de los medios, se inicia en el momento que las personas leen, escuchan o ven una nota periodística y variará de acuerdo a la intensidad y frecuencia con que se divulgue el mensaje implícito en esa nota. El efecto también dependerá de la forma como se articule el discurso con el cual se divulga el mensaje.

Puesto que los guatemaltecos en la cotidianidad tienen acceso a algún medio de comunicación masiva y con alguna frecuencia prestan atención a la información y comentarios que esos medios divulgan, muchas veces sus decisiones las toman con



base en la información que los medios publican.

Considerando que Guatemala cuenta con un alto porcentaje de población que no lee, sería muchas veces innecesario enfocar la investigación hacia medios impresos, y debido a la accesibilidad que dicha población tiene hacia los medios audiovisuales como son la radio y la televisión, se hace más factible la viabilidad de la investigación en estos medios.

En Guatemala la mayoría de la información sobre política, sistemas políticos y candidatos proviene de los medios masivos. En una campaña entonces, los medios tienen una influencia mayor, porque las personas no cuentan con más fuentes alternativas para enterarse de lo que acontece durante el desarrollo de está. Es una proporción muy baja la que tiene acceso de primera mano a los políticos y a los partidos y también es un porcentaje mínimo el de guatemaltecos que se informan por la vía de sus familiares y amigos. La información sobre el proceso electoral, es primordialmente mediática.

Sumado a ello las características de los partidos políticos guatemaltecos son débiles y están distanciados de los ciudadanos. La mayoría son partidos que se organizan para impulsar la elección de una persona: Los partidos organizados alrededor de una figura son la mayoría, mientras que son muy pocos los organizados alrededor de una ideología, de una visión de país, de un programa de gobierno. Este hecho puede explicar la frecuencia con la que los partidos experimentan escisiones al producirse derrotas electorales.



Así mismo la carencia de fuentes de información alternativas hace que los temas que los medios divulgan y discuten sean lo que las personas consideran importantes. Los sentimientos y pensamientos que las personas sienten sobre su entorno político, lo que se conoce como el ambiente público, responde en gran medida a lo que los medios difunden. La sensación de incertidumbre o de entusiasmo sobre lo que puede resultar de una elección es alimentada también por los juicios y datos que los medios informativos suministran.

Un ambiente público positivo es mucho más propicio para la movilización electoral y puede disminuir el escepticismo que provoca el abstencionismo contestatario, así mismo puede contribuir a reducir el desinterés que propicia el abstencionismo voluntario. Y es importante en la victoria o derrota de los candidatos presidenciales.

Es indudable que los medios de comunicación influyen en la población guatemalteca al momento de decidir sobre un determinado partido político en un proceso electoral, por la información que estos difunden; siendo muchas veces una limitante para dichos partidos y es que en muchos sistemas existen otros medios de dar a conocer a sus candidatos, como por ejemplo el sistema francés en el cual a cada ciudadano de toda la república, que se encuentre debidamente inscrito en el sistema electoral, se le envía a su residencia el plan de gobierno de cada partido político, no importando la ideología que éste maneje, teniendo por supuesto como resultado un mayor acceso y conocimiento de los candidatos a la presidencia al momento de votar.



5.2 La mediatización de la política

Significa la creciente influencia que los medios de comunicación han adquirido dentro de un sistema de gobierno, por el ineludible efecto que los mismos tienen en la población, hasta el punto de observar y vincular a la política con los medios.

“La creciente importancia de los medios de comunicación en las campañas políticas en Guatemala se inicia junto con el proceso de transición a la democracia, en las elecciones de 1984 el Tribunal Supremo Electoral había sido instituido hacia apenas un año. La modalidad que había empezado a manifestarse en los comicios de 1982 fueron los debates públicos y televisados entre diversos candidatos.

Para Marco Antonio Barahona, consultor de la Asociación de Investigaciones y Estudios sociales (ASIES), citado por Gustavo Verganza, el elemento mediático ya había sido incorporado durante las elecciones de 1982, éste no aumento en importancia sino hasta 1985: El 85 fue el año de la irrupción de los medios, sobre todo televisivos, con la campaña de Vinicio Cerezo a la Presidencia. En ese entonces tuvimos en Guatemala campañas con acceso a recursos muy modernos, en un país que recién comenzaba a vivir en democracia. Yo diría que entre el 82 y el 85 es cuando arranca este fenómeno, a nivel sobre todo de televisión. Los medios escritos se modernizaron hasta la década de los 90, cuando ya empiezan ellos a jugar un papel más claro en este proceso”.

El diseño más complejo en cuanto a técnicas de comunicación para fines electorales, probablemente se ha inaugurado con Jorge Carpio, en el 90 de una forma que entraría



más en la concepción del mercadeo político. Carpio contrató para su campaña, aparte de comunicadores y expertos en manejo de imagen, a estrategas, gerentes de campaña e investigadores políticos”.³⁶

Este período de liberalización, de perfeccionamiento de procesos electorarios, de participación de nuevas tendencias políticas y de creciente importancia de los medios de comunicación de masas en las campañas es también un período de gran debilidad de los partidos. Y no es para menos, puesto que los mismos empezaron a enfocarse más en la imagen publicitaria que los mismos proyectaban, que en las necesidades de la población guatemalteca al momento de ser electos, lo que ha repercutido en la desilusión de sus afiliados. De una elección a otra, los guatemaltecos ven como el escenario político se modifica sustancialmente con la pérdida de representación parlamentaria de los partidos y la pérdida en importancia de los que han ejercido el gobierno. De los partidos gobernantes todos, han experimentado pérdidas en votantes y merma en sus bancadas.

5.3 Estipulaciones previas a la adquisición de espacios en los medios de comunicación

Debido a que el proceso electoral únicamente abarca cuatro meses para el desarrollo de la propaganda electoral de cada partido, y que se busca la participación equitativa de los mismos, deberá organizarse una programación alternativa mediante la cual cada

³⁶ Berganza, Gustavo. De verdad influyentes: los efectos de los medios en las elecciones presidenciales de 2003. Pág. 14



partido puede publicar los anuncios y comerciales que los mismos deberán elaborar previamente.

Estos deberán contar con la información adecuada que deberá hacerse llegar a la población, como nombre del candidato, la ideología que postula el partido, identificación clara del partido al que representa, y su mensaje hacia la población.

Los mismos deberán ser entregados a la autoridad correspondiente que el Tribunal Supremo Electoral designe, para su verificación y aprobación con dos meses de anticipación a la publicación de los mismos.

5.4 Forma en que debe realizarse la adquisición en los medios

Una vez determinada la importancia que tiene, que sea el Estado quien proporcione a los partidos políticos los espacios necesarios para darse a conocer, a través de la radio y la televisión, se hace necesario estudiar la forma jurídicamente correcta para realizar la adquisición de dichos espacios.

Inicialmente se debe evitar la especulación respecto al costo de la transmisión de los anuncios en los medios seleccionados, y esto se puede prever gracias a la obligación que impone la Ley Electoral y de Partidos Políticos a todo medio de comunicación de registrar sus tarifas para propaganda electoral ante Auditoría Electoral, dentro de la semana siguiente de efectuada la convocatoria. Dichas tarifas deben ser el resultado del promedio de las mantenidas en los seis meses anteriores a la fecha de la



convocatoria, según lo establecido en el Artículo 222 de dicha ley. En virtud de que se encuentra prohibida la transmisión de propaganda electoral en los medios que no tengan registradas las tarifas, dicho requerimiento será cumplido por los mismos.

Esta información debe contenerse en declaración jurada, imponiendo como sanción la suspensión de transmisión del medio hasta la culminación del proceso electoral, si se comprobare la falsedad de la misma, cuya verificación se encuentra a cargo de la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Una vez determinadas las tarifas de los medios de comunicación, que en este caso se verificarán para la radio y la televisión, las cuales por ejemplo para el proceso eleccionario del año 2007, según tarifarios remitidos a Auditoría Electoral del Tribunal Supremo Electoral, para Radio Televisión Guatemala, Sociedad Anónima (canal tres) en los meses de enero a abril del año dos mil siete, fueron de Q. 517.50 por segundo, para un horario de 18 a 23 horas, de lunes a sábado; en programas vespertinos de lunes a domingo de 12 a 18 horas Q. 258.75 por segundo. Para Televisiete, Sociedad Anónima (canal siete) en los meses de enero a abril de dos mil siete, fueron de lunes a domingo de 18 a 23 horas Q. 569.25 por segundo; en programas vespertinos, de lunes a domingo de 12 a 18 horas Q. 284.62 por segundo.

Para Central de Radio, que agrupa a distintas emisoras de radio, entre ellas SONORA que tiene cobertura en toda la república, Alfa con cobertura en la capital, Escuintla, Occidente, Costa Sur, Zacapa, Chiquimula y oriente del país; 94 fm La Marca con cobertura la zona metropolitana; Tropicalida que tiene cobertura en la capital, Norte,



Alta Verapaz, Sur Occidente, Costa Sur, Escuintla; Galaxia con cobertura en Chiquimula, Zacapa, Escuintla, Jutiapa, Sur Occidente; y Xtrema con cobertura en la zona metropolitana entre otras, el tarifario remitido expuso que un paquete multifrecuencia, con derecho a seis spots diarios de 30 segundos, de lunes a viernes, rotándolos de siete a 11 horas y de 13 a 17 horas, Q. 17,052.75.

Se concluirá entonces que la divulgación de un partido político en horario vespertino en canal tres, con una duración de 30 segundos tendría un valor de Q. 7,762.50, y en un mes costaría Q. 232,875.00; sumando a ello un paquete multifrecuencia de radio por un mes que tendría un valor de Q. 68,211.00; daría como resultado un total de Q. 301,086 por partido. Estos datos sin olvidar que los tiempos máximos de transmisión de propaganda serán establecidos por el Tribunal Supremo Electoral juntamente con los fiscales de los partidos políticos, durante las dos primeras semanas de convocado el proceso electoral.

Teniendo conocimiento que en Guatemala mediante La Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento se encuentra normada la adquisición de bienes, suministros, obras y servicios que requieran las entidades del Estado; se debe atender a la normativa correspondiente.

El monto de la adquisición determinará la modalidad de compra que debe utilizarse, y de la sumatoria expuesta con anterioridad y el número de partidos políticos que participen en un proceso eleccionario, se puede prever que dicho monto superará los Q. 900,000.00, por lo que debe realizarse el procedimiento regulado para una licitación,



por lo cual el Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado, deberá estimar para el año en que se lleven a cabo las elecciones, una asignación equivalente para el Tribunal Supremo Electoral, para que este pueda llevar a cabo la misma.

Dicho procedimiento se llevará a cabo por el Tribunal Supremo Electoral, por ser la máxima autoridad en materia electoral, dicho órgano realizará:

- La solicitud de compra mediante su departamento de adquisiciones, aún sin contar con las asignaciones presupuestarias que permitan cubrir los pagos.
- Posteriormente se elaborarán las bases de la licitación las cuales incluirán los requisitos legales, técnicos, de calidad, y adicionales del servicio.
- Luego se deberá publicar las bases en el Sistema de Información de Contrataciones y Adquisiciones del Estado (GUATECOMPRAS) y una vez en el diario oficial, para lo cual debe mediar un plazo no menor de 40 días calendario entre la publicación y el día fijado para la presentación y recepción de ofertas.
- Sucesivamente se procederá al nombramiento de la Junta de Licitación quien será el órgano competente, para recibir, calificar ofertas y adjudicar el negocio, la cual se encuentra integrada por cinco miembros.
- La recepción de ofertas, de la cual se deberá dejar constancia en acta, se llevará a cabo en el lugar, dirección, fecha, hora y en la forma que señalen las bases-
- La junta de licitación procederá a la calificación de las ofertas y a la adjudicación de las mismas.
- Luego deberá notificarse a todos los oferentes dentro del plazo de tres días de dictada la resolución.



- Se dará un plazo para la interposición de recursos.
- Concluido el mismo deberá aprobarse la adjudicación, se notificará nuevamente a todos los oferentes, y
- Posteriormente se formalizará la negociación; el oferente deberá remitir fianza de cumplimiento en un plazo de 15 días hábiles.
- Se aprobará el contrato dentro de un plazo de 10 días calendario, y
- Finalmente se remitirá copia del contrato a la Contraloría General de Cuentas en un plazo de 30 días hábiles.

5.5 El órgano encargado de otorgar y fiscalizar los espacios en los medios de comunicación

Ya que el Tribunal Supremo Electoral cuenta con la unidad de Auditoría Electoral, a quien debe remitirse el tarifario de los medios de comunicación, y quien se encarga de organizar e inspeccionar lo relativo a las campañas políticas, sería la misma entidad quien concedería los espacios a cada partido político, para la difusión de sus anuncios previamente elaborados, los cuales habrían de limitarse en una duración de 30 segundos, para dar a todos un mismo tiempo de publicidad en cada anuncio. Dicha entidad gestionaría las respectivas adquisiciones en los medios de comunicación, específicamente en la radio y la televisión, conforme a las tarifas remitidas por dichos medios, tomando en consideración la adquisición de espacios para todos los partidos, que abarque una igualdad de emisiones diarias y mensuales, hasta el momento de la elección. Y sería quien fiscalizaría la emisión de las mismas.



CONCLUSIONES

1. Los partidos políticos actualmente no utilizan el financiamiento público indirecto proporcionado por el Estado para propaganda electoral, en los medios de comunicación estatales debido a su poca difusión y cobertura dentro del país.
2. En la legislación actual guatemalteca tanto en la Ley Electoral y de Partidos Políticos, como en los acuerdos emitidos por el Tribunal Supremo Electoral, se denomina indistintamente a la propaganda como campaña política, lo cual crea confusión en el lector.
3. El financiamiento privado es el principal factor que crea desigualdad participativa de los partidos políticos en los procesos electorales, ya que el factor económico determina la mayor o menor difusión de los mismos dentro de la población; y este tipo de financiamiento es el que genera una desmesurada influencia de los sujetos o empresas que los aportan a los partidos políticos, incidiendo definitivamente en las posteriores decisiones de gobierno.
4. Actualmente la regulación de la propaganda electoral en Guatemala es escasa, en relación a las diversas formas de manifestación que la misma pueda tener, con lo que se abre espacios para realizarla de una forma ilegal o encubierta por otros nombres tanto en forma anticipada como durante el proceso electoral.



5. La desigualdad participativa de los partidos políticos ha generado elecciones mayoritarias pero no legítimas, ya que dichas mayorías no representan a la generalidad de la población, la cual muchas veces se ha abstenido de acudir a las urnas electorales por el desconocimiento que tiene de los candidatos postulados a la presidencia de la república.

RECOMENDACIONES



1. El Estado de Guatemala debe ampliar el financiamiento público indirecto a los partidos políticos que postulen candidatos a la presidencia de la república, en los medios de comunicación tanto radiales como televisivos, para que éstos puedan darse a conocer a la población, sin importar el monto del financiamiento que puedan recaudar, y así evitar en algún modo el lavado de dinero, o el cobro posterior de beneficios políticos por parte de sus financistas.
2. Tanto el Tribunal Supremo Electoral, en los acuerdos que emite, como el Congreso de la República de Guatemala, deben atender a la unificación de criterio en la denominación de propaganda electoral, para evitar la confusión con el concepto de campaña política.
3. El Guatemala se debe reducir las fuentes de aportaciones privadas hacia los partidos políticos, mediante el financiamiento público por parte del Estado, para que las personas que realizan un financiamiento privado no influyan posteriormente en las decisiones de gobierno.
4. El Tribunal Supremo Electoral debe emitir un reglamento más estricto para regular lo concerniente a la propaganda electoral, que abarque sus diferentes manifestaciones, para evitar la realización de la misma en forma ilegal.



5. El Estado debe procurar una mayor igualdad participativa de los partidos políticos, para que las elecciones realizadas sean legítimas ante la población, y para evitar con ello el abstencionismo en los procesos electorales.

BIBLIOGRAFÍA



ALEMÁN VELASCO, Miguel. **Las finanzas de la política.** San José de Costa Rica, Costa Rica: Ed. Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Centro Interamericano de Asesoría y Promoción Electoral, 1989.

BERGANZA, Gustavo. **De verdad influyentes: los efectos de los medios en las elecciones presidenciales de 2003.** Guatemala, Guatemala: Ed. Argrafic, 2004.

BORJA, Rodrigo. **Enciclopedia de la política.** 6ª. ed; México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1998.

CABANELLAS, Guillermo. **Diccionario enciclopédico de derecho usual.** 12ª. ed; Buenos Aires, Argentina: Ed. Heliasta S.R.L., T. I, 1979.

CUC GUERRERO, Gilmar Alexander. **La necesidad de aplicar sanciones a los partidos políticos que realizan propaganda electoral anticipada y campañas negras durante el proceso electoral.** Guatemala, Guatemala: Ed. Emi Impresos, 2008.

DEL CASTILLO, Pilar y Daniel Zovatto G. **La financiación de la política en Iberoamérica.** México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1994.

DÍAZ MANCISIDOR, Alberto. **Radio y televisión, introducción a las nuevas tecnologías.** Madrid, España: Ed. Paraninfo, S.A., 1990.

EGUIZÁBAL MAZA, Raúl. **Historia de la publicidad.** Madrid, España: Ed. Eresma & Celeste Ediciones, 1998.

HERNÁNDEZ BRAN, Héctor Francisco. **Financiamiento a partidos políticos campañas electorales.** 4ª. ed; (s.l.i.), Ed. Lithoarte, 2002.

Historia de la radio en Guatemala. <http://html.rincondelvago.com/historia-de-la-radio-en-guatemala.html>, Guatemala 9 de abril 2005. (Guatemala, 27 de mayo de 2010).

HOUBEN, Robert J. **Los partidos políticos.** Argentina: Ed. Abeledo-Perrot, 1995.

Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Centro Interamericano de Asesoría y Promoción Electoral. **Diccionario electoral.** San José de Costa Rica, Costa Rica: (s.e.) 1993.

KEPLER, Otto, J. Thomas Tussell, W. Ronald Lane. **Publicidad.** Traducido al español por Georgina Greenham del Castillo. 12ª. ed; México: Ed. Prentice Hall Hispanoamerica, S. A., 1995.



LEÓN-ROESCH, Marta. **El registro electoral, los modelos de Argentina, Colombia y Costa Rica.** San José de Costa Rica, Costa Rica: Ed. Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Centro Interamericano de Asesoría y Promoción Electoral, 1989.

QUIJADA SOTO, Miguel A. **La televisión, análisis y práctica de la producción de programas.** México: (s.e.), 1996.

Real Academia Española. **Diccionario de la lengua española.** 22^a. ed; Argentina: Ed. Grupo Editorial Planeta, SAIC, 2001.

RODRÍGUEZ HERNÁNDEZ, Karina. **Historia, desarrollo y evolución de la televisión por cable en Guatemala.** Guatemala, Guatemala: Ed. Emi Impresos, 2009.

SAÉNZ JUÁREZ, Luis Felipe. **Justicia electoral.** Guatemala, Guatemala: Ed. Serviprensa S.A., 2002.

Tribunal Supremo Electoral. **Fascículos civicolectores.** Unidad de capacitación, divulgación y educación cívico- electoral –UCADE-; Guatemala, Guatemala: (s.e.), 2004.

VELÁSQUEZ RODRÍGUEZ, Carlos Augusto. **Comunicación, semiología del mensaje oculto.** 3^a. ed; Guatemala, Guatemala: Ed. Eidos Ediciones, 1999.

WEBER, Max. **Economía y sociedad.** México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1969.

WELLS, William, John Burnett y Sandra Moriarty. **Publicidad, principios y prácticas.** Traducido al español por Concepción Verania de Parres Cárdenas. 3^a. ed; México: Ed. Prentice-Hall Hispanoamerica, S.A., 1996.

Legislación

Constitución Política de la República de Guatemala. Asamblea Nacional Constituyente de la República de Guatemala, 1986.

Ley Electoral y de Partidos Políticos. Asamblea Nacional Constituyente de la República de Guatemala, Decreto 1-85, 1986.

Reglamento de Control y Fiscalización de las Campañas Publicitarias de las Elecciones Generales. Tribunal Supremo Electoral, Acuerdo Número 131-2007, 2007.

Reglamento de Control, Fiscalización del Financiamiento Público y Privado, de las Actividades Permanentes y de Campaña Electoral de las Organizaciones Políticas. Tribunal Supremo Electoral, Acuerdo Número 019-2007, 2007.