

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN “*TIEMPO
DE SOLIDARIDAD*”, GOBIERNO DE ALVARO COLOM,
GUATEMALA**

OLGA MARINA SICAY RODRÍGUEZ

GUATEMALA, FEBRERO DE 2010

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN “*TIEMPO
DE SOLIDARIDAD*”, GOBIERNO DE ALVARO COLOM,
GUATEMALA**

Trabajo de tesis presentado por:

OLGA MARINA SICAY RODRÍGUEZ

Previo a optar El Título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor de Tesis:

M.A. Donaldo Vásquez Zamora

GUATEMALA, FEBRERO DE 2010

Director

M.A. Gustavo Bracamonte Cerón

Consejo Directivo

Representantes docentes

Lic. Julio Moreno Ch.

M.A. Freddy Morales

Representantes de Egresados

Lic. Ramiro McDonald

Representantes Estudiantiles

Milton Lobo

Adriana Castañeda

Secretario

Lic. Axel A. Santizo F.

Tribunal Examinador

M.A. Donaldo Vásquez Zamora (Presidente)

M.A. Silvia Búcaro (Revisora)

Lic. Domingo Chiapas (Revisor)

M.A. Sergio Morataya (Examinador)

M.A. Douglas Barillas (Examinador)

M. Sc. Miguel Juárez (Suplente)



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

Guatemala, 21 de agosto de 2009
Dictamen aprobación 57-09
Comisión de Tesis

Estudiante
Olga Marina Sicay Rodriguez
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimada estudiante Sicay:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.2 del punto 1 del acta 06-2009 de sesión celebrada el 21 de agosto de 2009 que literalmente dice:

1.2 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar a la estudiante Olga Marina Sicay Rodriguez, carné 198415287, el proyecto de tesis *GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN "TIEMPO DE SOLIDARIDAD" GOBIERNO DE ÁLVARO COLOM. GUATEMALA*. B) Nombrar como asesor a: M.A. Donald Vásquez.

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

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracely Mérida
Coordinador Comisión de Tesis

Copia Comisión de Tesis
AM:Ingrid C.



Recepcion

ESQUELA DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACION
11 SET. 2009
15:30
SECRETARIA DIF. BIENESTAR ESTUDIANTIL



Autorización informe final de tesis por asesor

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora,
Comisión de Tesis,
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio de Bienestar Estudiantil
Ciudad Universitaria

Estimada M.A. Aracelly Mérida

Por este medio me dirijo a usted para informarle que he revisado el informe final de tesis del (la) estudiante OLGA MARINA SICAY RODRIGUEZ

Carné: 1984-15287 cuyo tema es: GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN "TIEMPO DE SOLIDARIDAD", GOBIERNO DE ALVARO COLOM, GUATEMALA.

Vo.Bo. (f) _____

M.A. Donald Vázquez Zamora
Asesor

c c. archivo
Adjunto original y dos copias



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 22 de septiembre de 2009
Comité Revisor
Ref. CT-Akmg 45-2009

Estudiante
Olga Marina Sicay Rodriguez
Carné **8415287**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimada estudiante Sicay:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su trabajo: *Grado de aceptación social del slogan tiempo de solidaridad, Gobierno de Alvaro Colom, Guatemala*, previo a optar al GRADO DE LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

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

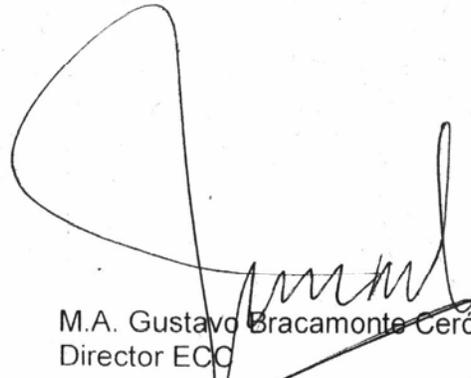
M.A. Donaldo Vásquez, presidente
M.A. Silvia Búcaro, revisor
Lic. Domingo Chiapas, revisor

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis


M.A. Gustavo Bracamonte Cerón
Director ECC



Adjunto: fotocopia del informe final de tesis con boleta de evaluación.
Copia: archivo.
AM/GB/Eunice S.



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



Autorización informe final de tesis por terna revisora

Guatemala, 11 de octubre de 2009

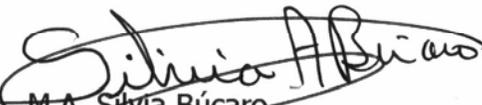
M.A.
Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel
Ciudad Universitaria, zona 12.

Distinguida M. A. Mérida:
Atentamente informamos a usted que el (la) estudiante OLGA MARINA SICAY RODRÍGUEZ, carné 8415287

Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TRABAJO DE TESIS, cuyo título final es: GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN TIEMPO DE SOLIDARIDAD, GOBIERNO DE ÁLVARO COLOM, GUATEMALA

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.A. Silvia Búcaro
Miembro Comisión Revisora


Lic. Domingo Chiapas
Miembro Comisión Revisora


M.A. Donald Vázquez Zamora
Presidente Comisión Revisora

c.c. archivo



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

01119

Guatemala, 25 de enero de 2010
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 01-2009

Estudiante
Olga Marina Sicay Rodríguez
Carné **8415287**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Sicay**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título *Grado de aceptación social del slogan tiempo de solidaridad, gobierno de Álvaro Colom, Guatemala*, siendo ellos

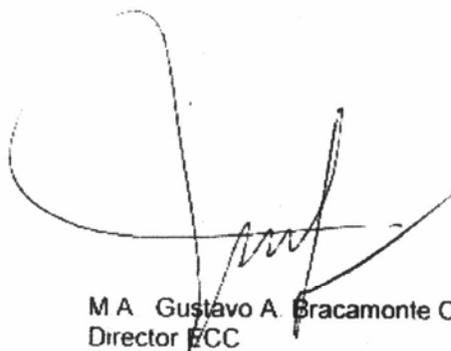
M.A. Donaldo Vásquez, presidente.
M.A. Silvia Búcaro, revisora.
Lic. Domingo Chiapas, revisor.
M.A. Sergio Morataya, examinador.
M.A. Douglas Barillas, examinador.
M.Sc. Miguel Juárez, suplente.

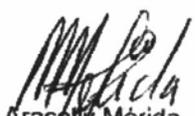
Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaría del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Gustavo A. Bracamonte C.
Director ECC


M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis





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

Guatemala, 17 de febrero de 2010
Orden de Impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 02-2010

Estudiante
Olga Marina Sicay Rodríguez
Carné **199114752**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Sicay**:

Nos complace informarle que se autorizó la impresión de su trabajo de investigación con el título *GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN TIEMPO DE SOLIDARIDAD, GOBIERNO DE ÁLVARO COLOM, GUATEMALA*.

Apreciaremos que diez ejemplares impresos sean entregados en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2. Seis ejemplares y dos cd's en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y dos ejemplares y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad.

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.A. Gustavo A. Bracamonte C.
Director ECC

M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo
AM/Eunice S.

**Para efectos legales únicamente
el tesinando es responsable de este trabajo.**

AGRADECIMIENTO

A Dios: quien me da la vida y las fuerzas necesarias para seguir en el camino de la sabiduría.

A mis padres (QEPD): en honor a su don de haberme dado la vida y gozar de su amor.

A mis hermanos y hermanas: por su apoyo de hermandad y respeto hacia mí.

A mi familia cercana: sobrinos, primos y personas muy humanas que comparten su vida conmigo.

A mis amigos y compañeros de aula universitaria: a ellos muchas gracias por su amistad.

A mi asesor M.A. Donaldo Vásquez Zamora: por su apoyo profesional para la realización de esta tesis.

A mis revisores: M.A. Silvia Búcaro y Lic. Domingo Chiapas por sus consejos profesionales.

A Comisión de Tesis: por su encomiable labor administrativa. Muchas gracias.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Escuela de Ciencias de la Comunicación: honor a su labor académica.

INDICE

	Página
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I: MARCO CONCEPTUAL	5
1.1. ANTECEDENTES	5
1.2. JUSTIFICACIÓN	6
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.4. ALCANCES Y LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1. GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, GOBIERNO DE ÁLVARO COLOM, GUATEMALA.	8
2.2. EL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, GOBIERNO DE ÁLVARO COLOM, GUATEMALA:	19
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	27
3.1. TIPO DE INVESTIGACION	27
3.2. MÉTODO	27
3.3. METODO ESTADÍSTICO	27
3.4. POBLACION	27
3.5. MUESTRA	27
3.6. MUESTREO	27
3.7. INSTRUMENTO	28
3.8. OBJETIVOS (General y Específicos)	28
CAPÍTULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS	29
CONCLUSIONES	40
RECOMENDACIONES	41
BIBLIOGRAFIA	42
ANEXO	45
BANNER: SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, GOBIERNO DE ÁLVARO COLOM, GUATEMALA	45
FOTOGRAFÍAS: RECORRIDO DE LA ENCUESTA SOCIAL DE OPINIÓN	46
FOTOGRAFÍAS: COMEDOR SOLIDARIO. HOSPITAL GENERAL “SAN JUAN DE DIOS”, ZONA 1.	49
FOTOGRAFÍAS: COMEDOR SOLIDARIO, FEGUA, ZONA 1.	52
FOTOGRAFIA: CULMINACIÓN DEL RECORRIDO DE LA ENCUESTA SOCIAL	55

INDICE DE CUADROS Y GRÁFICAS

	Página:
EL INSTRUMENTO	29
RESUMEN: ENCUESTA SOCIAL DE OPINIÓN	30
CUADRO Y GRÁFICA No. 1 ¿HA VISTO O ESCUCHADO EL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD, GOBIERNO DE ALVARO COLOM”?	31
CUADRO Y GRÁFICA No. 2 ¿HA ESCUCHADO SOBRE LOS PROGRAMAS DE SOLIDARIDAD DEL GOBIERNO DEL PRESIDENTE ALVARO COLOM CABALLEROS?	32
CUADRO Y GRÁFICA No. 3 ¿HA ESCUCHADO SOBRE EL PROGRAMA DE COMEDORES SOLIDARIOS?	33-34
CUADRO Y GRÁFICA No.4 ¿CREE QUE LOS COMEDORES SOLIDARIOS DEL PROGRAMA DE GOBIERNO DL PRESIDENTE COLOM CABALLEROS RESPONDEN A LA SOLIDARIDAD QUE EL PUEBLO NECESITA?	35
CUADRO Y GRÁFICA No. 5 ¿HA VISITADO USTED LOS COMEDORES SOLIDARIOS?	36
CUADRO Y GRÁFICA No. 6 ¿CREE USTED QUE EL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, REFLEJA LA VERDAD?	37
CUADRO Y GRÁFICA No. 7 ¿ACEPTA USTED EL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD” COMO FIEL TESTIMONIO DE LA OBRA SOLIDARIA DEL GOBIERNO DEL PRESIDENTE ALVARO COLOM CABALLEROS, HACIA EL PUEBLO GUATEMALTECO?	38

RESUMEN

Este anteproyecto de tesis “GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, GOBIERNO DE ALVARO COLOM, GUATEMALA”, es el fruto de la inquietud de hacer investigación científica, poniendo en práctica la teoría de las ciencias de la comunicación.

En este estudio se plantea los siguientes datos:

1. Problema:

¿Cuál es el grado de aceptación del Slogan “*Tiempo de Solidaridad*”, Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009?

2. Objetivos:

○ General:

Conocer cuál es el grado de aceptación social del Slogan “Tiempo de Solidaridad”, Gobierno de Álvaro Colom, en el año 2009.

○ Específicos:

- ❖ Identificar cuál es el grado de aceptación social del Slogan “Tiempo de Solidaridad”, Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009.
- ❖ Clasificar por medio de una encuesta de opinión cuál es el grado de aceptación social del Slogan “Tiempo de Solidaridad”, Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009.
- ❖ Determinar de acuerdo a los resultados de la encuesta de opinión cuál es el grado de aceptación social del Slogan “Tiempo de Solidaridad”, Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009.
- ❖ Identificar si la población guatemalteca está de acuerdo con los programas de solidaridad propuestos por el gobierno del actual presidente de Guatemala, Ing. Álvaro Colom Caballeros.

- ❖ Identificar si la población guatemalteca reconoce a los *Comedores*, que están dentro de Programas Solidarios del Gobierno del presidente Álvaro Colom Caballeros de la ciudad capital, como parte del slogan "*Tiempo de Solidaridad*", Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009.

3. **Tipo de investigación:** Descriptiva diagnóstica.

4. **Grados de aceptación:** Los grados de aceptación en porcentajes (%), son: de 0 a 60 malo, de 61 a 70 es bueno, de 71 a 90 muy bueno y de 91 a 100 excelente.

En si, el problema que se estudiará es de actualidad y responde a la inquietud profesional de aportar a las ciencias de la comunicación nuevos datos que enriquezcan futuras teorías científicas.

INTRODUCCIÓN

Hablar de *solidaridad* en los “modernos tiempos”, es escuchar con oídos sordos la respuestas, dado que el término es poco usual. Esto porque la sociedad ha sufrido cambios, ya sea por el devenir diario de las personas o el modo de producción vigente que así lo determina. El individualismo surge como producto de las acciones diarias, como las labores diarias, el estudio u otras que conllevan alejarse del sentir social.

Jorge Botella, en su página “*Papeles para el Progreso*”, (<http://www.papelesparaelprogreso.com/numero14/1410.html>), señala que “en la sociedad rural casi todos los vecinos se conocían; en la vida urbana las familias por su extensión proporcionaban un nexo para una gran mayoría de habitantes; las ciudades, incluso, mientras no alcanzaron dimensiones desorbitadas no se convirtieron en medio de aislamiento. Sólo a partir de las grandes concentraciones urbanas... se aprecia el fomento del individualismo social, en contraste con la masa de población que se ve en las ciudades”.

La solidaridad, que en otros tiempos era tan usual, ahora se pierde, quizás por las diversas situaciones que a diario se viven, tal como lo informan los medios de comunicación social escritos, radiales o televisivos, u otras de carácter personal o educativo.

La sociedad guatemalteca se ha visto asediada por problemas sociales alarmantes: violencia social, impunidad, falta de servicios públicos acordes a la necesidad humana, tales como hospitales poco abastecidos, dependencias estatales inoperantes, en fin tantas situaciones que son de carácter público.

De esa cuenta en este estudio académico se pretende conocer a través de una encuesta social que tan aceptable es el término “*Tiempo de Solidaridad*”, dada la manifestación poco social que viven hoy en día los guatemaltecos.

Este estudio titulado “*Grado de aceptación del Slogan “Tiempo de Solidaridad”, Gobierno de Álvaro Colom*”, Guatemala”, mostrará ese mismo sentir que tiene la sociedad guatemalteca ante la puesta en marcha del término que tiene tinte mágico: *solidaridad*.

CAPITULO I MARCO CONCEPTUAL

1.1. ANTECEDENTES:

El problema planteado en esta tesis de grado, surge de la inquietud de observar la conducta de las personas como tales, ya que el contexto nacional plantea diversas formas de apreciación de los problemas sociales, tales como el salir de la pobreza, la desigualdad y la falta de oportunidades en la vida.

Resulta interesante escuchar frases como “algún día saldré de esto...”, pero muchas veces se queda allí, solo como un pensamiento.

Dentro de lo que es la esperanza de ser mejores, de cambiar o de tener tan solo la visión de futuro, el ser humano necesita el apoyo del gremio, del grupo y del Estado como tal, que aglutina a toda una nación.

Las necesidades del ser humano como personas son muchas y para salir de ellas tan solo necesita que otro “le tienda la mano”. Por eso resulta interesante como el slogan o frase de gobierno puede hacer que el ciudadano se sienta fortalecido al escuchar “*Tiempo de Solidaridad*”, como indicando que hoy se puede ser solidario, aún en tiempos de crisis de valores y crisis económica. “Las estadísticas colocan a Guatemala en el primer país con mayor desnutrición en el continente, por encima de Honduras o Haití, un problema que afecta seriamente a miles de niños, especialmente en el campo”. (<http://www.lukor.com/not-por/0711/10021858.htm>)

El gobierno de turno, el del ingeniero Álvaro Colom Caballeros ha acuñado el slogan “*Tiempo de Solidaridad*”, en un tiempo en donde el capitalino, como el campesino, necesita ser apoyado, porque carece de un pan o una tortilla y, sobre todo, de aquello que lo haga salir de problemas ancestrales como el analfabetismo y de la carencia de valores que hace que no se tenga respeto a la vida.

El problema que se analizará es ese slogan “*Tiempo de Solidaridad*”, Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, esto a través de las respuestas de aceptación o no aceptación del mismo, por parte de una muestra de la población guatemalteca.

Blanca Nelly Galindo Ortiz (2002: 4) en su tesis “Análisis descriptivo y comparativo de la producción de Libre Encuentro: Empresas Comtech y Mr. Music”, menciona el slogan que el programa de debates presenta: “*Cuando nuestro país exige una esperanza cuando los guatemaltecos necesitamos escuchar, cuando el encuentro con la realidad es nuestra única verdad, cuando Guatemala demanda un mejor futuro, Libre Encuentro... Cuando la verdad se hace escuchar*”. Slogan por demás evidente de un programa que desde el 27 de mayo de 1991, se transmite en Guatemala por los canales nacionales 3, en VHF y 19, Guatevisión, en UHF.

1.2. JUSTIFICACIÓN:

El estudio “GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, GOBIERNO DE ALVARO COLOM” GUATEMALA”, se justifica porque la ciencia se nutre de las investigaciones científicas, además las ciencias de la comunicación necesitan proyectarse hacia temas comunicacionales que hagan desarrollar las mismas. Por otro lado está el interés personal de llevar a cabo una investigación científica que responda a las inquietudes profesionales, visualizadas durante la carrera académica universitaria.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

De acuerdo a las inquietudes metodológicas se plantea el siguiente problema: ¿Cuál es el grado de aceptación del Slogan “Tiempo de Solidaridad”, Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009?

1.4. ALCANCES Y LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN:

- a. **Alcances:** el estudio abarca a una muestra de la ciudad capital, pero puede aplicarse de acuerdo a las similitudes o características sociales de Guatemala.

b. Límites:

b.1. Geográfico: 18^o calle, entre 4^a y 10^a avenidas, zona 1, Centro Histórico de la ciudad capital de Guatemala. Ver anexo.

b.2. Sexo: masculino y femenino.

b.3. Estratégico comunicacional: Slogan

b.4. Ente estudiado: Gubernamental.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1. GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, GOBIERNO DE ÁLVARO COLOM, GUATEMALA.

2.1.1. GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL:

2.1.1.1. Aceptación:

El Diccionario en Línea, define el término aceptación de la siguiente manera: recibimiento voluntario de algo que es ofrecido, consideración de que algo está bien o que es bueno o suficiente, también es admisión o conformidad con una cosa propuesta u obligada por otro. (<http://es.thefreedictionary.com/aceptaci%C3%B3n>),

En cuanto a la aceptación de un producto (en inglés, “Product Acceptance”), se define así: “sirve para expresar la aceptación de un producto o servicio por parte de los consumidores. Si hay poca aceptación se deberán replantear las estrategias de la empresa”. ([http://www.babylon.com/definition/Aceptaci%C3%B3n de un producto/Spanish](http://www.babylon.com/definition/Aceptaci%C3%B3n%20de%20un%20producto/Spanish)).

2.1.1.2. Lo social:

En cuanto a lo social este se define así: “Relativo a la sociedad humana: se discutieron los principales problemas sociales y políticos de nuestros días. Del conjunto de personas que se organizan en clases según su nivel económico o su poder político, o que tiene relación con ellas” (<http://es.thefreedictionary.com/social>).

2.1.1.3. La solidaridad:

“La solidaridad es una de los valores humanos por excelencia, del que se espera cuando un otro significativo requiere de nuestros buenos sentimientos para salir adelante. En estos términos, la solidaridad se define como la colaboración mutua en la personas, como aquel sentimiento que mantiene a las personas unidas en todo momento, sobretodo cuando se vivencia experiencias difíciles de las que no resulta fácil salir.

Debido al verdadero significado de la solidaridad no es de extrañarse que escuchemos este término con mayor frecuencia cuando nos encontramos en épocas de guerra o de grandes de sastres naturales. De este modo, gracias a la solidaridad es posible brindarle una mano a aquellos que resultan menos favorecidos con este tipo de situaciones.

Como vemos, la solidaridad es más que nada un acto social, una acción que le permite al ser humano mantener y mantenerse en su naturaleza de ser social.

Debido a lo anterior es que resulta fundamental fomentar y desarrollar la solidaridad en todas sus aristas, ya que no sólo será necesario llevar a cabo las acciones de las que se requerirá en momentos de guerra o desastres naturales, sino que será fundamental de aplicar cuando alguno de nuestros seres queridos, ya sean amigos o familiares, tengan algún problema en el que nuestra ayuda o compañía sean un aporte para mejorar en cierto modo la situación.

No es de extrañarse entonces que la solidaridad se comporte como la base de muchos otros valores humanos o incluso, de nuestras relaciones sociales más valiosas, tal como es el caso de la amistad. En este sentido, la solidaridad nos permite sentirnos unidos a otras personas en una relación que involucra sentimientos necesarios para mantener el funcionamiento social normal.

En términos más generales, puede incluso permitirle al hombre sentir que pertenece a determinado lugar, en otras palabras, permite desarrollar sentimientos como los de pertenencia a cierta nación, manteniendo a los ciudadanos de un mismo lugar luchar juntos por un mismo motivo o trabajar unidos para lograr una misma meta”. (<http://www.misrespuestas.com/que-es-la-solidaridad.html>).

- **Valores erosionados:** el doctor Wangner Diaz, en su libro “Comunicación y Erosión Cultural” (1996:19), señala que “muchas sociedades en desarrollo, principalmente en Asia y África. Están siendo expuestas actualmente a comportamientos sociales extraños

que no forman parte de sus culturas. La mayoría de países en desarrollo, por ejemplo, son sociedades “colectivistas”, su gente se considera como parte de una familia, un grupo y una comunidad . Las acciones individuales no se basan solamente en beneficios personales sino también respecto al beneficio y futuro del o los grupos a los cuales se pertenece.

Estos valores culturales son contrarios al individualismo “característico de las sociedades occidentales como “Dinastía” y “Dalas”. Los valores colectivos, a pesar de la aparente centralidad de la familia, no son importantes en tales programas comparados con la acumulación de logros personales”

2.1.1.4. La Social Democracia:

La socialdemocracia es una ideología política que surgió a finales del siglo XIX a partir del movimiento socialista. La socialdemocracia moderna se diferencia de otras concepciones del socialismo por la manera que interpreta el significado e implicaciones de ese término, especialmente en materias políticas:

"La Internacional Socialista se fundó hace cien años para coordinar la lucha mundial de los movimientos socialistas democráticos por la justicia social, la dignidad humana y la democracia. En ella se reunieron partidos y organizaciones de tradiciones diferentes, que compartían el objetivo común del socialismo democrático.

A lo largo de su historia, los partidos socialistas, social demócratas y laboristas han defendido los mismos valores y principios.

Los socialistas democráticos han llegado a proclamar estos valores por caminos muy distintos, a partir del movimiento obrero, de los movimientos populares de liberación, de las tradiciones culturales de asistencia mutua y de solidaridad comunitaria en muchas parte del mundo.

También tienen raíces en las diversas tradiciones humanistas del mundo. Pero aunque existan diferencias ideológicas y culturales, todos los socialistas comparten la concepción de una sociedad mundial pacífica y democrática, con libertad, justicia y solidaridad.

"Mientras para los socialdemócratas tales principios representan la esencia del socialismo, otros, definiendo el socialismo en el significado que generalmente se tiene del marxismo, rechazan esta interpretación. La socialdemocracia también aborda los temas valóricos desde un prisma progresista.

Los socialdemócratas se caracterizan por sus políticas reformistas ligadas a la participación ciudadana, a la protección del medio ambiente y a la integración de minorías sociales en las democracias modernas.

Es el sector de la izquierda política más importante del mundo contemporáneo.
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Socialdemocracia>)

2.1.2. Concepto de Slogan:

Slogan es un lema publicitario o slogan (anglicismo de *slogan*), es una frase memorable usada en un contexto comercial o político (en el caso de la propaganda), como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para englobar tal y representarlo en un dicho. Figueroa (1999:129), señala que el slogan tiene una función polisémica que asume el papel de síntesis, de elogio, como reiteración, complemento o remate a favor de la imagen institucional.

- **Descripción de slogan:**

Se consideran el medio publicitario más efectivo para la atención sobre de un determinado producto. Típicamente, lo que hacen es proclamar las cualidades o la calidad, etc.

Se usa la palabra en su misma forma inglesa, aunque ya ha sido aclimatada y aceptada por la Real Academia Española en 1992; Manuel Seco recomienda usar la forma castellanizada "eslogan" y su plural, "eslógenes"; muchos prefieren usar la grafía original. "Consigna" podría proponerse como equivalencia parcial.

En los orígenes de la publicidad moderna, al comienzo de la Primera Guerra Mundial , un famoso póster se dirigía a los jóvenes británicos para trasladarles la necesidad expresada por uno de los más famosos soldados británicos, Lord Kitchener, un voluntario en servir a su país. Su famoso eslogan "*Tu país te necesita*" se escuchó a lo largo del mundo. Todavía hoy Estados Unidos utiliza una variante de este slogan: "*El Tío Sam te necesita*", "*El ejército te necesita*". Ver anexo.

2.1.2.1. Slogans utilizados en Guatemala:

Guatemala a lo largo de su historia ha visto circular slogans, que con el tiempo se mantienen en la mente de los pobladores o, mejor dicho, entre el público espectador. Veamos algunos:

- ✓ ***"Guatemala, está de pie"***: esto luego que el país sufriera el devastador "Terremoto del 74". Este lo acuñó el entonces presidente de la República. Kjell Eugenio Laugerud García.
- ✓ ***"Un pan, como el tamaño de tu hambre"***: este slogan apareció cuando era candidato el depuesto Presidente de Guatemala, general Romeo Lucas García.
- ✓ ***"Juntos todo es posible"***: slogan acuñado por *Fundación Pro Bienestar del Minusválido*, (FUNDABIEM), en su tradicional "Teletón" anual, que es transmitida por los canales nacionales de televisión. FUNDABIEM brinda asistencia gratuita profesional a los niños que padecen de laguna discapacidad, física o psicológica.
- ✓ ***"El Súper Canal"***: este slogan de Canal 3, ha acompañado a varias generaciones de guatemaltecos que sintonizan la programación televisiva guatemalteca.

- ✓ ***“Tribuna, no mostrador”***: slogan impreso por La Hora, diario vespertino guatemalteco.

- ✓ ***“En verdad, en verdad, te digo, te es necesario nacer de nuevo”***: **Jesucristo**: slogan de reciente creación e instaurado por el Canal 27, el Canal de la Esperanza, (UHF), recordando un versículo de la Santa Biblia, constituyéndose en un llamado al cambio espiritual de los guatemaltecos. En casi todas las principales avenidas de la ciudad capital de Guatemala, se puede observar una valla publicitaria (soporte plano sobre el que se fijan carteles publicitarios). Las vallas se han convertido en parte habitual del paisaje urbano e interurbano presentando anuncios o mensajes publicitarios con dicho slogan.

- ✓ ***“Donde quieras, como quieras y con quien quieras”***, Los Gauchitos: slogan propuesto por una cadena de comida rápida en Guatemala. Se refiere a un pan con una torta de chorizo en medio, acompañada de chimichurri y salsas, al estilo de la especialidad argentina.

- ✓ ***“Tierno, jugoso y crujiente”***: slogan propuesto por los restaurantes “Pollo Campero”, el tradicional lugar de comida rápida de origen guatemalteco. Ver anexo.

- ✓ ***“Tu eres la ciudad”***: slogan propuesto por la municipalidad del municipio de Guatemala, al frente del alcalde Álvaro Arzú, en este año 2009.

2.1.2.2. Los slogans y la competencia publicitaria:

Los lemas publicitarios son decisivos en la competencia comercial. Un buen lema efectivo debería:

- Declarar los beneficios principales del producto o marca para el comprador o cliente potencial.

- Destacar las diferencias con el de otras firmas, por supuesto, dentro de los requisitos legales.
- Ser declaración simple, concisa, tajante, directa y apropiada.
- Ser ingenioso, si bien no todos los eslóganes publicitarios tienen por qué.
- Adoptar una personalidad "distintiva" respecto al resto
- Ser creíble
- Hace que el consumidor se sienta "bien"
- Hace que el consumidor sienta un deseo o una necesidad

Es difícil de olvidar, se adhiere a la memoria (quiérase que no), especialmente, si se acompaña con instrumentos nemotécnicos como estribillos, ritmos, imágenes o secuencias de anuncios televisivos.

2.1.2.3. Mensajes Publicitarios e Ideología:

Las representaciones ideológicas, según De la Torre Zermeño (1995:37), “son un conjunto de ideas y valores que recurre la publicidad para captar la atención, motivar y persuadir. Ejemplo de ello lo podemos encontrar en la mayoría de los anuncios que resaltan la belleza, el machismo o a la mujer como objeto sexual.

Asimismo, la publicidad transforma los valores morales; discrimina a las razas de piel oscura y destaca siempre a la gente blanca, además de que es capaz de cambiar el modo de vida de los individuos, porque crea “necesidades” muy superfluas, es decir, que a través de la imagen propone un estilo de vida que requiere que se invierta dinero y se tenga prestigio, salud y diversión.

La intención de la publicidad es modificar actitudes mediante mensajes impositivos y agresivos que estimulen la autoestima para provocar en el individuo el sentirse socialmente aceptado y una actitud insaciable que satisfaga la envidia por la carencia.

Con base en lo anterior, podemos decir que la publicidad es el proceso de crear fascinación que radica en el ser envidiado porque propone tener cada vez más.

Finalmente, la imagen tiene tres funciones: vicarial, motivadora, y de facilitación redundante, que explican porqué los anuncios (las imágenes) se fijan en la mente de las personas y recuerdan los productos. De esta manera, podemos concluir, que la promoción de mercancías conlleva así un fin meramente ideológico.

- **Los slogan y la propaganda:**

Según el DRAE (2001: CD ROM), propaganda es una “acción o efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores”.

La propaganda o publicidad política consiste en el lanzamiento de una serie de mensajes que busca influir en el sistema de valores del ciudadano y en su conducta.

Se articula a partir de un discurso persuasivo que busca la adhesión del otro a sus intereses.

Es de carácter monológico (entendido como un discurso en el que sólo cabe una lógica) y requiere el recurso del anuncio. Su planteamiento consiste en utilizar una información presentada y difundida masivamente con la intención de apoyar una determinada opinión ideológica o política.

Aunque el mensaje contenga información verdadera, es posible que sea incompleta, no contrastada y partidista, de forma que no presente un cuadro equilibrado de la opinión en cuestión, que es contemplada siempre en forma subjetiva y emocional.

Su uso primario proviene del contexto político, refiriéndose generalmente a los esfuerzos patrocinados por gobiernos o partidos para convencer a las masas; secundariamente se alude a ella como publicidad de empresas privadas. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Propaganda>)

En resumen propaganda, es la difusión de ideas e información con el fin de inducir o intensificar actitudes y acciones específicas.

2.1.2.4. Lenguaje y manipulación en los mensajes:

Carlos Velásquez, en su libro *Comunicación -Semiología del mensaje oculto-* (1999:71), señala que “en una situación de auténtica comunicación, el lenguaje es la forma privilegiada para comunicarnos, es decir, para crear unidad entre las personas. Es el mejor instrumento que posee el ser humano para dar cuenta del mundo y de sí mismo.

Sin embargo, utilizado estratégicamente, el lenguaje también puede ser un mecanismo de dominación y manipulación. Y es que el ciudadano común difícilmente se pone a reflexionar sobre el significado que otorgan los Medios de Comunicación a los diferentes términos que utilizan: democracia, libertad, globalización, libre comercio, etc. Estos son absorbidos y dados por buenos sin previa acción crítica. El ciudadano común, poco alertado de esta situación, confía en la imparcialidad de sus medios y se deja guiar por ellos.

Como sabemos, el significado de las palabras es arbitrario y cambia según quién lo utiliza. El problema es que la mayoría de la población asume el significado de los términos como algo presupuesto. De ello se aprovechan quienes manejan los medios y detentan el poder para manejar ideológicamente a las personas. Esto es: manipulan el lenguaje de manera que lo convierten en un arma ideológica para dirigir la mentalidad de las personas. Esto lo logran a través del manejo estratégico del lenguaje que utilizan los medios de comunicación masiva”.

Velásquez (1999:72), además, señala que “en tiempos pasados, los gobiernos (y poderes) dictatoriales manipulaban a la población de una mera evidente: por el uso de la fuerza, por el manejo de la leyes, etc. Sin embargo, en los tiempos actuales, cuando se habla de democracia y libertad (términos ya de si manipulados, como veremos adelante), el poder real no a cambiado y tan poco la necesidad de manipular a la población para que actué de acuerdo con sus intereses.

2.1.2.5. Lo impactante del slogan:

El buen eslogan debe ser corto, original e impactante. Para conseguirlo, se utilizan todos los recursos estilísticos al alcance del redactor: onomatopeya, literación,

contraste, rima, etc. También son muy utilizados los juegos de palabras puesto que obligan a hacer un esfuerzo adicional al oyente que permite fijarlo mejor en su memoria. El espectador, además, los considera ingeniosos por lo que no los rechaza de inmediato. El mayor éxito de un slogan es que los consumidores lo repitan.

- **El doble slogan:** Hay anuncios en los que aparece un doble eslogan, que se dan en los medios audiovisuales. Una parte es un texto y otra es la imagen. Hay anuncios que tienen un doble eslogan con doble texto. Hay eslóganes que manifiestan un patrocinio. Hay eslogan sobre eslogan para potenciar la marca. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Slogan>).

- **Características del slogan:**

Las características del slogan efectivo son las siguientes:

- Declara los beneficios principales del producto o marca para el comprador o cliente potencial.
- Destaca las diferencias entre su producto y el de otras firmas, por supuesto, dentro de los requisitos legales.
- Hace una declaración simple, concisa, tajante, directa y apropiada.
- A menudo es ingenioso, si bien no todos los eslóganes publicitarios deben serlo.
- Adopta una personalidad “distintiva” respecto al resto.
- Da una impresión creíble de la marca o producto.
- Hace que el consumidor se sienta “bien”.
- Hace que el consumidor sienta un deseo o una necesidad
- Es difícil de olvidar, se adhiere a la memoria (quieras que no), especialmente, si se acompaña con instrumentos nemotécnicos como estribillos, ritmos, imágenes o secuencias de anuncios televisivos.

En resumen el slogan debe ser corto y memorable; profundo y brillante; simple y único; impactante, perdurable, creíble y relevante.

El buen eslogan debe ser corto, original e impactante. Para conseguirlo, se utilizan todos los recursos estilísticos al alcance del redactor: onomatopeya, aliteración, contraste, rima, etc. También son muy utilizados los juegos de palabras puesto que obligan a hacer un esfuerzo adicional al oyente que permite fijarlo mejor en su memoria.

2.1.2.6. El papel del público:

El público, además, los considera ingeniosos por lo que no los rechaza de inmediato. El mayor éxito de un eslogan es que los consumidores lo repitan.

Normalmente, los eslóganes son producidos por escritores profesionales entre los que se encuentran algunos de literatura culta, incluso en determinadas ocasiones novelistas (por ejemplo, Vladimir Nabokov, (San Petersburgo, 22 de abril de 1899) — Montreux, Suiza, 2 de julio de 1977, fue un escritor de origen ruso, nacionalizado estadounidense., propuso algunos a un diario de la época). ([http://es.wikipedia.org/wiki/Vladimir_Nabokov.](http://es.wikipedia.org/wiki/Vladimir_Nabokov))

2.1.2.7. Ética de los slogans:

Los eslóganes publicitarios están sujetos a controles éticos y a menudo se observan con reservas, si no con recelo, por las instituciones oficiales como la Advertising Standards Authority en el Reino Unido la *European Advertising Standards Alliance (Europeo que Anuncia Alianza de Normas)*, que se atribuye una responsabilidad sobre el bien público y cuya toma de decisiones se recoge en un Código de Publicidad. Organizaciones similares existen en Canadá, Irlanda, Nueva Zelanda, Australia, Sudáfrica y otros países. (<http://www.carlosleopoldo.com/post/como-hacer-un-slogan/>).

2.1.3. ¿Cómo funcionan los *slogans* en los anuncios?

2.1.3.1. Principio básicos

El propósito de un slogan en un anuncio es dejar el mensaje clave de lo que estás ofreciendo en la mente de los que lo oyen o ven. Se trata de la manera que sea, recuerdes y reconozcas el producto o servicio regularmente.

“Muchas líneas escritas de slogans se han hecho muy populares, y las podrás encontrar familiares, como por ejemplo “el desayuno de los campeones” o “no salgas de casa sin el”. Son frases que casi se han convertido en tópicos y que incluso se incorporan en nuestro lenguaje”. (<http://www.marketingencasa.com/slogans.html>)

2.1.3.2. La asociación entre slogan y marca:

En la mayoría de los casos, aquel eslogan que no incluye el nombre de la marca que anuncia no consigue vincular la marca con el producto. El lema de Mercedes, "Su buena estrella en todas las carreteras", es el eslogan más conocido de todas las marcas automovilísticas. Este es el resultado de un estudio realizado por el Instituto de Dirección de Marketing de Ginebra, en el que se consultó a 200 personas sobre los slogans de 16 marcas de coches.

Según los resultados de la investigación, sólo un 31% de los encuestados pudieron asociar correctamente entre eslogan y marca. Sólo 3 de los 16 reclamos fueron adjudicados a sus marcas correspondientes en más del 50% de los casos: el anteriormente mencionado de Mercedes (94%), el de Toyota, "nada es imposible" (90%), y el de Ford "ellos hacen algo" (82%).

2.2. EL SLOGAN “*TIEMPO DE SOLIDARIDAD*”, GOBIERNO DE ÁLVARO COLOM, GUATEMALA:

2.2.1. El slogan: El ingeniero Álvaro Colom, Presidente de la República de Guatemala, recién inaugurado su periodo presidencial, a partir de 14 de enero de 2008, presentó su propuesta social demócrata con el slogan que identificará su política social. El slogan acuñado es el siguiente:
(<http://www.espaciosamigables.com/images/tds.jpg>).



- **Descripción semiótica del slogan:**

- ❖ **Colores:** azul, rojo, negro y amarillo. Colores implementados en las banderas socialdemócratas. Fondo color azul.
- ❖ **Grabados:** tres manos formando una unión al sostenerse o plasmarse en algo. Aparece el escudo del pabellón guatemalteco. Letras, invertido color blanco. Aparece una paloma blanca.

2.2.2. Programas solidarios del Gobierno del presidente Álvaro Colom Caballeros:

- ***Mi Familia Progres***: El Programa de Transferencias Monetarias Condicionadas Mi Familia Progres, busca incrementar el capital humano de las nuevas generaciones para romper el círculo de la pobreza. Un eje primordial en este engranaje es la transparencia, por ello, realiza hoy el lanzamiento de la propuesta técnica y financiera de la “Evaluación Externa de Impacto”, a la cual será sujeto dicho programa, con lo cual se garantizará al pueblo de Guatemala que los procesos

desarrollados van con el rumbo correcto hacia los cambios económico-sociales esperados.

http://www.mifamiliaprogresa.gob.gt/index.php?option=com_content&task=view&id=54&Itemid=59

- **Comedores Solidarios:** El Programa de *Comedores Solidarios* es una iniciativa del Gobierno de Álvaro Colom, coordinada por el Consejo de Cohesión Social. Con esto se persigue brindar alimentación digna y al alcance de cualquier bolsillo, pensando siempre en la población más necesitada del país. Buscan erradicar el alto índice de desnutrición que sufre la población guatemalteca. Actualmente funcionan cinco comedores solidarios: tres en la capital de Guatemala (actualmente en la capital existen comedores solidarios en la 10a. avenida y 18 calle de la zona 1 (FEGUA), otro situado a un costado del Hospital Roosevelt, zona 11 y otro en las cercanías del Hospital General “San Juan de Dios”, zona 1, uno en Escuintla y uno en Quiché.
- **Carreteras solidarias:** “Como parte de un convenio de cooperación entre la Municipalidad capitalina y el Ministerio de Comunicaciones , Infraestructura y Vivienda , a través de la Unidad Ejecutora de Conservación Vial –COVIAL- se implementó a partir de noviembre de 2008, hasta febrero de 2009, el plan Carreteras Solidarias. Consiste en la realización de trabajos de bacheo y rehabilitación de siete sectores importantes de la ciudad de Guatemala que contempla trabajos de concreto asfáltico en 16.21 kilómetros con una inversión de 100 millones de quetzales, y que comprende trabajos en 43 colonias del perímetro de la ciudad capital, beneficiando a más de 4 , 690 , 000 personas y un número aproximado de 335,000 vehículos que a diario circulan por los tramos a reconstruir”.
(<http://www.guatemala.gob.gt/noticia.php?codigo=1584&tipo=1>).
- **Bolsa Solidaria:** El Ejército de Guatemala se encarga de entregar las *Bolsas Solidarias* en los distintos asentamientos

que cubre el Consejo de Cohesión Social Urbano, la cual contiene granos básicos y aceite.

- **Escuelas Abiertas:** el programa Escuelas Abiertas brinda a los niños y jóvenes un espacio de aprendizaje y entretenimiento.
- **Programa "Todos Listos, ¡Ya!":** coordinado por el *Consejo de Cohesión Social* y busca crear bandas sinfónicas y coros en todo el territorio guatemalteco, destinado a jóvenes de escasos recursos.

2.2.3. La propaganda de Gobierno hacia los Programas Solidarios:

Las siguientes noticias fueron difundidas por el Gobierno del Presidente Álvaro Colom Caballeros; esto en apoyo directo a los Programas propuestos de ayuda social. Veamos:

✓ **COMEDORES SOLIDARIOS: BUSCAN BRINDAR ALIMENTACIÓN DIGNA AL ALCANCE DE CUALQUIER BOLSILLO**

"Guatemala, 10 de septiembre de 2008. - El presidente Álvaro Colom y su esposa Sandra Torres inauguraron ayer el primer "Comedor Solidario", un proyecto del Consejo de Cohesión Social, que busca beneficiar a la población más necesitada.

"El programa persigue brindar alimentación digna y al alcance de cualquier bolsillo, pensando siempre en la población más necesitada del país. Guatemala va a salir adelante, se va a liberar de esas cadenas. Ahora que estamos en el mes patrio, yo no me creo eso 'de tus viejas y duras cadenas', ya que todavía hay cadenas que tienen a la población de Guatemala encadenada", afirmó el mandatario.

De acuerdo con Colom, esto se traduce en la cadena de hambre, la cadena de falta de salud, así como de falta de cobertura en la misma materia, también en abandono y desigualdad, aspectos de los que

busca liberar a la población guatemalteca con la implementación de los programas sociales.

El dignatario sostuvo que esas cadenas hay que liberarlas “todos juntos” en armonía, en paz, con honestidad, trabajo y dedicación, sin conflictos y sin enfrentamientos.

En las antiguas instalaciones de la empresa Ferrocarriles de Guatemala (FEGUA), donde se inauguró el primer comedor solidario, las autoridades gubernamentales también abrieron tres clínicas médicas, equipadas y respaldadas por dos médicos generales, dos auxiliares de enfermería, un odontólogo, un estadígrafo, personal de intendencia y un oficinista.

En las mismas se brindará atención médica general a la población infantil, materna y a personas de la tercera edad, aunque sus servicios también podrán ser requeridos por la población en general”.

(<http://www.deguate.com/artman/publish/noticias-guatemala/alvaro-colom-inaugura-programa-comedores-solidarios.shtml>.)

✓ **AYUDA EN MEDIO DE LA CRISIS ECONÓMICA:**

“La oficina en Guatemala del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) denunció el pasado 2 de abril que la desnutrición crónica que padecen los niños guatemaltecos ha llegado a niveles descomunales al alcanzar el 49,3% de la población infantil del país, la mayor tasa de desnutrición infantil del continente, y el sexto lugar de desnutrición crónica en el mundo”.

(<http://guatemalaennumeros.blogspot.com/2008/04/guatemala-1-en-desnutricin-infantil-en.html>)

“En estos momentos de crisis en el que los precios de los alimentos están cada vez más inaccesibles, varios guatemaltecos carecen de

los medios para poderse alimentar.

“El mes pasado el Gobierno del Presidente Álvaro Colom, específicamente el Consejo de Cohesión Social, inauguró el primer comedor solidario (ver afiche en anexo), en una bodega de los ferrocarriles de Guatemala ubicada en la 10a. avenida y 18 calle, zona 1, en donde se vende desayunos por Q1.00 y almuerzos por Q3.00 a la población más necesitada; una acción acertada ya que una persona con el estómago vacío no puede preocuparse por buscar empleo o educarse.

Actualmente en dicho comedor público se atiende diariamente a más de 300 personas por tiempo de comida, la cual suele consistir en una dieta nutritiva con frijoles, arroz, puré de papa, carne guisada o pollo, 4 tortillas y Rosa de Jamaica. Si bien aún hace falta implementar proyectos educacionales y vocacionales para que la población pueda desarrollarse a plenitud, los comedores solidarios son una solución inmediata al agudo problema del hambre que tanto padece el pueblo guatemalteco”. (<http://www.revistayque.com/v1/bien-hecho/167-comedores>).

✓ **GOBIERNO ABRE QUINTO COMEDOR SOLIDARIO.**

“Escuintla, 18 de agosto de 2009. Ayer fue inaugurado el quinto comedor solidario del programa de Cohesión Social del Gobierno, cuya habilitación costó Q3.2 millones.

El presidente Álvaro Colom, acompañado por los embajadores de Nicaragua, Rusia, Cuba y Taiwán, dio inicio al programa en este departamento, en medio de molestias de decenas de personas que no pudieron entrar.

Colom explicó que los diplomáticos lo acompañaron debido a las relaciones que unen a los países socialistas.

Este comedor tiene capacidad para atender a mil 500 personas cada día. Se cobrará Q1 por el desayuno y Q3 por el almuerzo.

Ana Juárez, nutricionista del área de Salud de Escuintla, dijo que los

municipios con mayor desnutrición en ese departamento son Masagua, Guanagazapa, La Democracia, Iztapa y La Gomera". (<http://www.prensalibre.com/pl/2009/agosto/20/336233.html>)

2.2.4. HOJA DE VIDA DEL EXCELENTÍSIMO SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA, ING. ALVARO COLOM CABALLEROS.

Álvaro Colom Caballeros (Ciudad de Guatemala, 15 de junio de 1951), es el presidente de Guatemala, del partido político *Unidad Nacional de la Esperanza* (UNE), tras ganarle a Otto Pérez Molina con una ventaja de 5.36%, según la cifras del tribunal electoral. Fue uno de los dos candidatos en alcanzar la segunda vuelta de la elección presidencial de Guatemala el 9 de septiembre de 2007 junto al candidato del Partido Patriota, Otto Pérez Molina.

Colom Caballeros es hijo de Antonio Colom Argueta y Yolanda Caballeros Ferraté y sobrino de Manuel Colom Argueta, antiguo alcalde de Ciudad de Guatemala que fue asesinado por los militares en 1979 justo después de la creación de su partido político. También es padre de Antonio Colom Szarata, bajista de la banda de pop rock "*Viento en Contra*".

Estudió toda su Primaria y Secundaria en el Liceo Guatemala "Colegio de la Orden Católica Marista". Tras titularse de ingeniero industrial en la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), se convirtió en un empresario y en funcionario público. Fue Viceministro de Economía y el primer Director General del Fondo Nacional para la Paz, entre 1991 y 1997; convirtiéndose en una de las figuras públicas más reconocidas del país.

Representando a la ex guerrilla de izquierda se presentó a las elecciones presidenciales de 1999, obteniendo el tercer lugar, detrás de Alfonso Portillo y Óscar Berger, quedando descalificado para acceder a la segunda vuelta; poco después fundó un nuevo partido denominado *Unidad Nacional de la Esperanza* (UNE) y se postuló una vez más a la presidencia esta vez para las

elecciones de 2003, obtuvo en esta ocasión el segundo lugar, siendo vencido en segunda vuelta por Berger el 28 de diciembre, hasta que finalmente resultó elegido presidente en los comicios de noviembre de 2007 venciendo a el General Retirado, Otto Pérez Molina.

Los principales retos de su gobierno son el combate al narcotráfico, analfabetismo, reducción de la pobreza extrema y concientización del papel de los sindicatos en la economía nacional.

El mismo ingeniero Colom ha indicado que pertenece a la ideología política de la socialdemocracia. Como parte de su ideología ha implementado programas de redistribución de la riqueza, tales como *COHESIÓN SOCIAL Y LOS COMEDORES SOLIDARIOS*.

CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN: Descriptiva Diagnóstica.

Las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

3.2. MÉTODO: Inductivo-deductivo.

- *Inducción*: Es un modo de razonar que nos lleva: a) de lo particular a lo general. b) de una parte a un todo.
- *Deducción*: Es un tipo de razonamiento que nos lleva: a) de lo general a lo particular. b) de lo complejo a lo simple.

3.3. MÉTODO ESTADÍSTICO: sumatorias y porcentajes.

3.4. POBLACIÓN: transeúntes de la 18^o calle, entre 4^a. y 10^a avenidas de la zona 1, Centro Histórico de la ciudad capital de Guatemala. No se tiene un dato exacto sobre cuantas personas visitan dicha dirección. Ver Anexo.

3.5. MUESTRA: doscientas personas mayores de edad, de ambos sexos (masculino y femenino). En estadística el tamaño de la muestra es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

3.6. MUESTREO: Muestreo al azar simple.

Es un procedimiento en el cual todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Dicha probabilidad, conocida previamente, es distinta de cero y de uno.

3.7. INSTRUMENTO: Encuesta de Opinión Social. Ver Capítulo IV.

3.8. OBJETIVOS:

3.8.1. *General:*

Conocer cuál es el grado de aceptación del Slogan "*Tiempo de Solidaridad*", Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009.

3.8.2. *Específicos:*

a) Identificar cuál es el grado de aceptación del Slogan "*Tiempo de Solidaridad*", Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009.

b) Clasificar por medio de una encuesta de opinión cuál es el grado de aceptación social del Slogan "*Tiempo de Solidaridad*", Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009.

c) Determinar de acuerdo a los resultados de la encuesta de opinión cuál es el grado de aceptación social del Slogan "*Tiempo de Solidaridad*", Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009.

d) Identificar si la población guatemalteca está de acuerdo con los *Programas de Solidaridad* propuestos por el gobierno del actual presidente de Guatemala, Ing. Álvaro Colom Caballeros.

e) Identificar si la población guatemalteca reconoce a los *Comedores*, que están dentro de Programas Solidarios del Gobierno del presidente Álvaro Colom Caballeros de la ciudad capital, como parte del slogan "*Tiempo de Solidaridad*", Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009.

CAPITULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS

La encuesta social de opinión se realizó en la dirección determinada para el efecto y los transeúntes se mostraron colaboradores y se les facilitó la misma, dado que el contenido resultó accesible. Los grados de aceptación en porcentajes (%), son: de 0 a 60 malo, de 61 a 70 es bueno, de 71 a 90 muy bueno y de 91 a 100 excelente.

4.1. EL INSTRUMENTO: ENCUESTA DE OPINIÓN SOCIAL.

1.	<p>¿Ha visto o escuchado el eslogan “Tiempo de Solidaridad”?</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>a) SI _____</p> <p>b) NO _____</p>
2.	<p>¿Ha escuchado sobre los Programas de Solidaridad del Gobierno del Presidente Alvaro Colom Caballeros?</p> <p>a) SI _____</p> <p>b) NO _____</p>
3	<p>¿Ha escuchado sobre el Programa de Comedores Solidarios?</p> <p>a) SI _____</p> <p>b) NO _____</p>
4	<p>¿Crée que los comedores instaurados por el Gobierno del Presidente Colom Caballeros, responden a la solidaridad que el pueblo necesita?</p> <p>a) SI _____</p> <p>b) NO _____</p>
5.	<p>¿Ha visitado usted los comedores solidarios?</p> <p>a) SI _____</p> <p>b) NO _____</p>
6.	<p>¿Crée usted que el eslogan “Tiempo de Solidaridad”, rfeleja la verdad?</p> <p>a) SI _____</p> <p>b) NO _____</p>
7	<p>¿Acepta usted el eslogan “Tiempo de Solidaridad” como fiel testimonio de la obra del Gobierno del Presidente Alvaro Colom Cabalelros, hacia el pueblo guatemalteco?</p> <p>a) SI _____</p> <p>b) NO _____</p>

4.2. CUADRO GENERAL:

**RESUMEN
ENCUESTA SOCIAL DE OPINIÓN**

No.	PREGUNTA:	ENCUESTADOS			
		SI	%	NO	%
1	¿Ha visto o escuchado el eslogan “Tiempo de Solidaridad”? 	160	80%	40	20%
2	¿Ha escuchado sobre los Programas de Solidaridad del Gobierno del Presidente Alvaro Colom Caballeros?	160	80%	40	20%
3	¿Ha escuchado sobre el Programa de Comedores Solidarios?	190	95%	10	5%
4	¿Cree que los comedores del Programa de Gobierno del Presidente Colom Caballeros, responden a la solidaridad que el pueblo necesita?	180	90%	20	10%
5	¿Ha visitado usted los “Comedores Solidarios”?	130	65%	70	35%
6	¿Cree usted que el eslogan “Tiempo de Solidaridad”, refleja la verdad?	140	70%	60	30%
7	¿Acepta usted el eslogan “Tiempo de Solidaridad” como fiel testimonio de la obra solidaria del Gobierno del Presidente Alvaro Colom Caballeros, hacia el pueblo guatemalteco?	125	63%	75	37%

Fuente: Encuesta social de opinión. Total de encuestados: 200 personas de ambos sexos. Lugar: 18ª calle, entre 4ª y 10ª. Av. de la zona 1, Centro Histórico, de la ciudad capital de Guatemala. 2009.

4.3. ANÁLISIS DE PREGUNTAS:

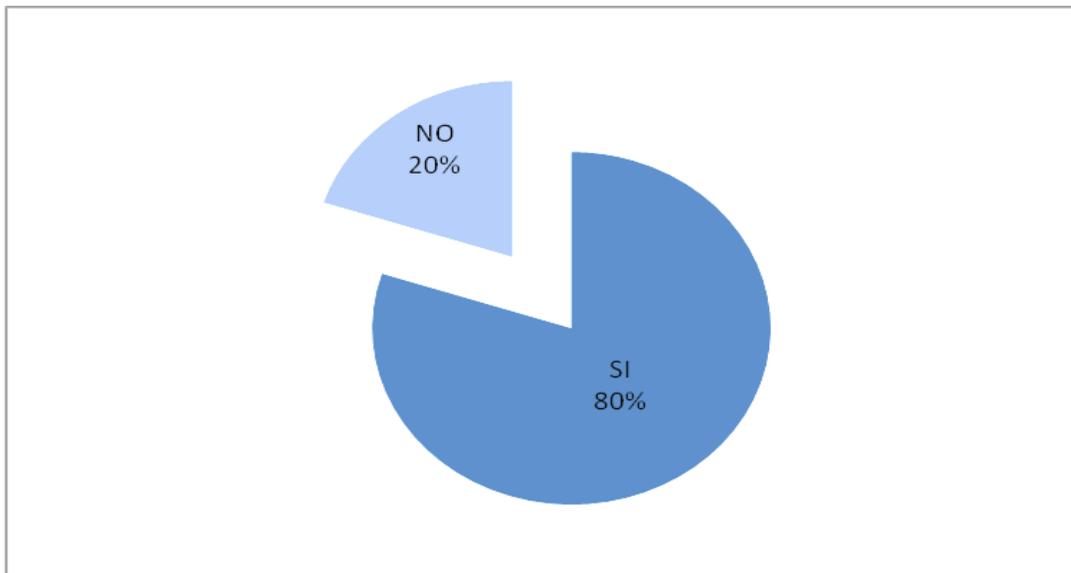
4.3.1. Análisis de la pregunta No. 1:

CUADRO NO. 1
¿HA VISTO O ESCUCHADO EL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, GOBIERNO DE ALVARO COLOM?

No.	PREGUNTA:	ENCUESTADOS			
		SI	%	NO	%
1	¿Ha visto o escuchado el eslogan “tiempo de solidaridad”? 	160	80%	40	20%

Fuente: *Encuesta social de opinión. Total de encuestados: 200 personas de ambos sexos. Lugar: 18ª calle, entre 4ª y 10ª. Av. de la zona 1, Centro Histórico, de la ciudad capital de Guatemala. 2009.*

GRÁFICA No. 1
¿HA VISTO O ESCUCHADO EL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, GOBIERNO DE ALVARO COLOM?



Análisis: el 80% de los guatemaltecos encuestados respondió que si ha escuchado o visto el Slogan “*Tiempo de Solidaridad*” (el 20% opina que no) , deduciéndose con esto que este material propagandístico utilizado por el Gobierno del Ing. Álvaro Colom Caballeros si ha sido difundido por los diferentes medios de comunicación, ya sea masivo o alternativo. La radio local ha sido uno de los Mass

Media nacionales utilizados para dicho fin. Este slogan, al igual que otros, es fiel representante de la política de Estado, hacia la población, que el actual Gobierno pretende realizar.

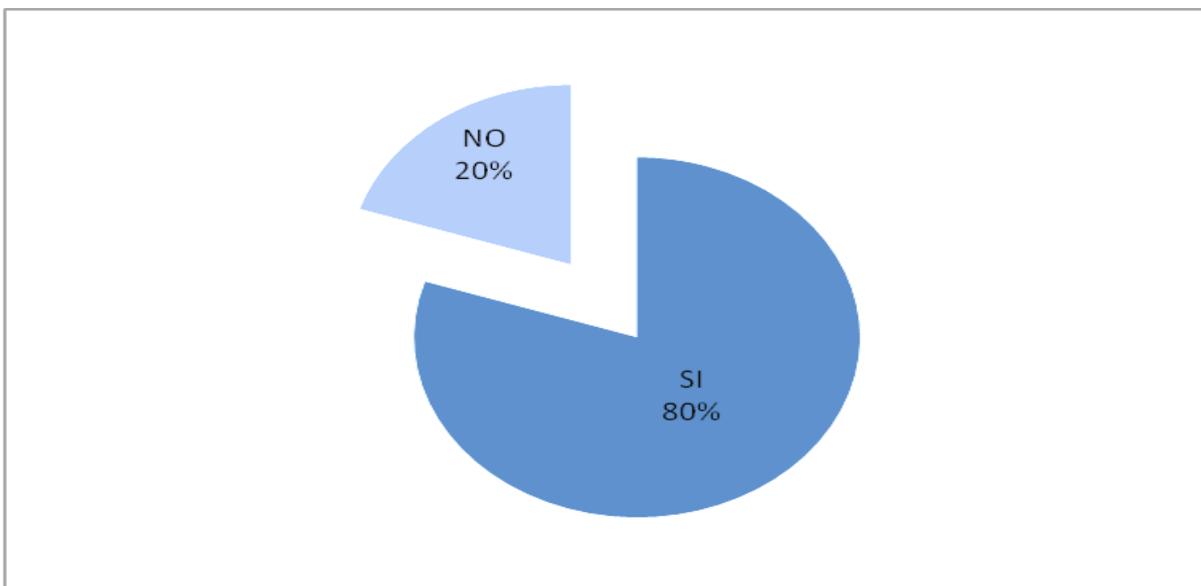
4.3.2. Análisis de la pregunta No. 2:

CUADRO NO. 2
¿HA ESCUCHADO SOBRE LOS PROGRAMAS DE SOLIDARIDAD DEL GOBIERNO DEL PRESIDENTE ALVARO COLOM CABALLEROS?

No.	PREGUNTA:	ENCUESTADOS			
		SI	%	NO	%
2	¿Ha escuchado sobre los Programas de Solidaridad del Gobierno del Presidente Alvaro Colom Caballeros?	160	80%	40	20%

Fuente: *Encuesta social de opinión. Total de encuestados: 200 personas de ambos sexos. Lugar: 18ª calle, entre 4ª y 10ª. Av. de la zona 1, Centro Histórico, de la ciudad capital de Guatemala. 2009.*

GRÁFICA No. 2
¿HA ESCUCHADO SOBRE LOS PROGRAMAS DE SOLIDARIDAD DEL GOBIERNO DEL PRESIDENTE ALVARO COLOM CABALLEROS?



Análisis:

Los Programas de Solidaridad, como el de Mi Familia Progresiva, al igual como el Consejo de Cohesión Social, entre otros fueron mencionados verbalmente por los encuestados, pero sobre todo los que a diario utilizan como ciudadanos: Carreteras Solidarias y, por supuesto, los Comedores Solidarios, que siendo tan económicos los desayunos y los almuerzos, los frecuentan regularmente, sobre todo el de FEGUA (Ferrocarriles de Guatemala), ubicado a unas dos cuadras del lugar de realización de la encuesta social de opinión.

Este 80% de los encuestados respondió, al final, que si ha escuchado sobre los Programas de Gobierno. El 20% opina que no.

Según opinaron fuera de la encuesta social de opinión, el Comedor Solidario de FEGUA, conserva dentro de sus instalaciones una clínica médica, como ayuda complementaria a su servicio.

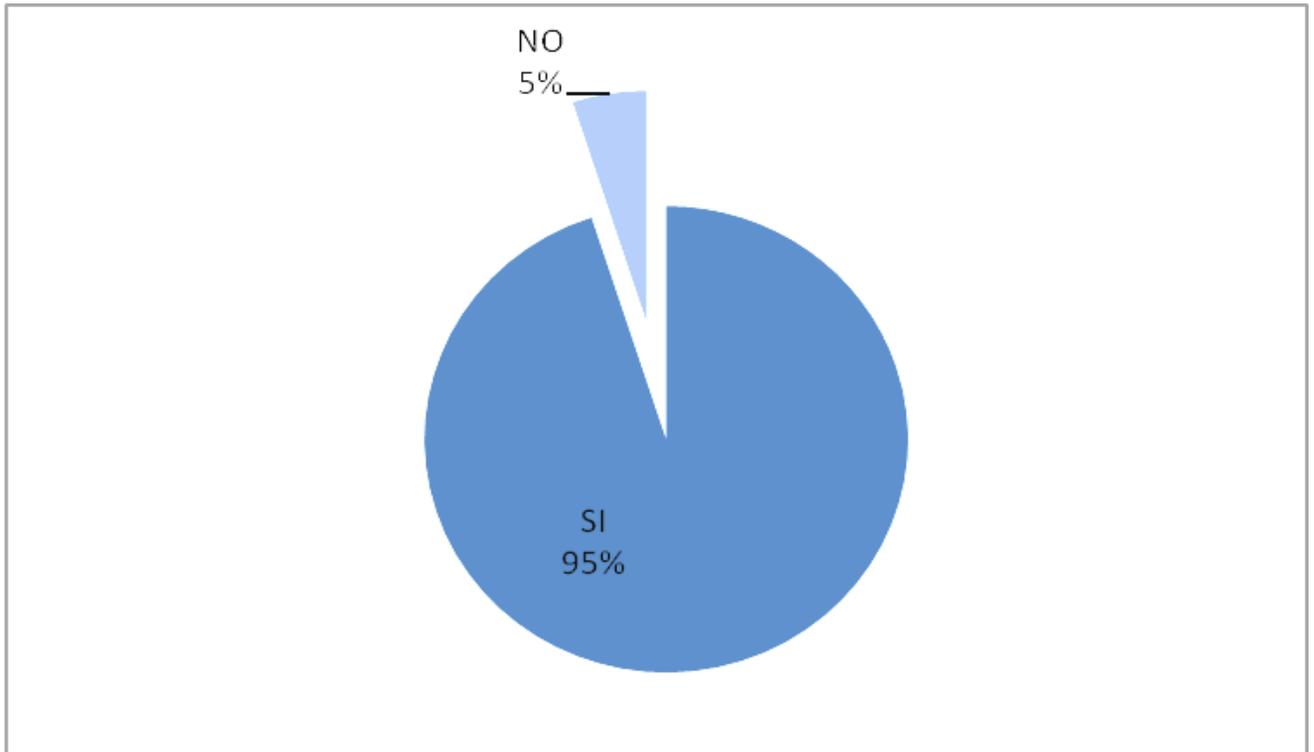
4.3.3. Análisis de la pregunta No. 3:

CUADRO NO. 3
¿HA ESCUCHADO SOBRE EL PROGRAMA DE *COMEDORES SOLIDARIOS*?

No.	PREGUNTA:	ENCUESTADOS			
		SI	%	NO	%
3	¿Ha escuchado sobre el Programa de Comedores Solidarios?	190	95%	10	5%

Fuente: *Encuesta social de opinión. Total de encuestados: 200 personas de ambos sexos. Lugar: 18ª calle, entre 4ª y 10ª. Av. de la zona 1, Centro Histórico, de la ciudad capital de Guatemala. 2009.*

GRÁFICA No. 3
¿HA ESCUCHADO SOBRE EL PROGRAMA DE *COMEDORES SOLIDARIOS*?



Análisis: se puede observar que el 95% de los encuestados, si ha escuchado sobre los Comedores Solidarios. Este programa de *Comedores Solidarios* es uno de los más conocidos, según los comentarios que realizaron en el momento que respondían la encuesta social de opinión. Se debe recordar que con cuatro quetzales al día (Q4.00), un guatemalteco puede subsistir en este diario vivir de crisis económica. El 5% opina que no.

4.3.4. Análisis de la pregunta No. 4:

CUADRO NO. 4

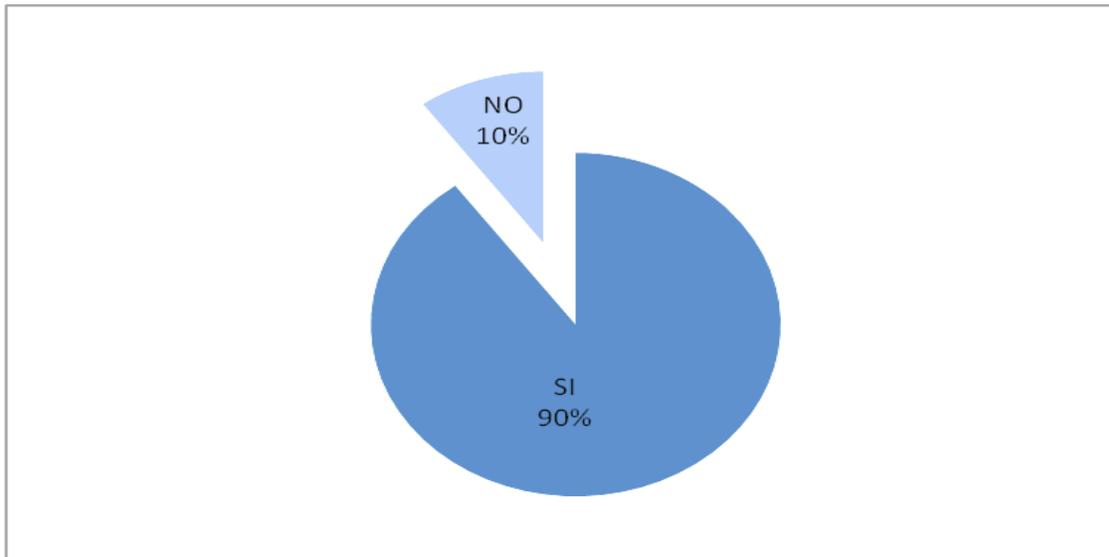
¿CRÉE QUE LOS COMEDORES SOLIDARIOS DEL PROGRAMA DE GOBIERNO DEL PRESIDENTE COLOM CABALLEROS, RESPONDEN A LA SOLIDARIDAD QUE EL PUEBLO NECESITA?

No.	PREGUNTA:	ENCUESTADOS			
		SI	%	NO	%
4	¿Crée que los comedores del Programa de Gobierno del Presidente Colom Caballeros, responden a la solidaridad que el pueblo necesita?	180	90%	20	10%

Fuente: *Encuesta social de opinión. Total de encuestados: 200 personas de ambos sexos. Lugar: 18ª calle, entre 4ª y 10ª. Av. de la zona 1, Centro Histórico, de la ciudad capital de Guatemala. 2009.*

GRÁFICA No. 4

¿CRÉE QUE LOS COMEDORES SOLIDARIOS DEL PROGRAMA DE GOBIERNO DEL PRESIDENTE COLOM CABALLEROS, RESPONDEN A LA SOLIDARIDAD QUE EL PUEBLO NECESITA?



Análisis: la gráfica nos muestra que el noventa por ciento de los entrevistados está de acuerdo responde a esa solidaridad e identificación con las necesidades alimentarias de la población. Es de recordar que la desnutrición en el país es alarmante. Los Comedores Solidarios responden en parte a esa necesidad básica

de la población; debe recordarse que actualmente funcionan cinco comedorfes solidarios a nivel nacional. El 10% opina que no.

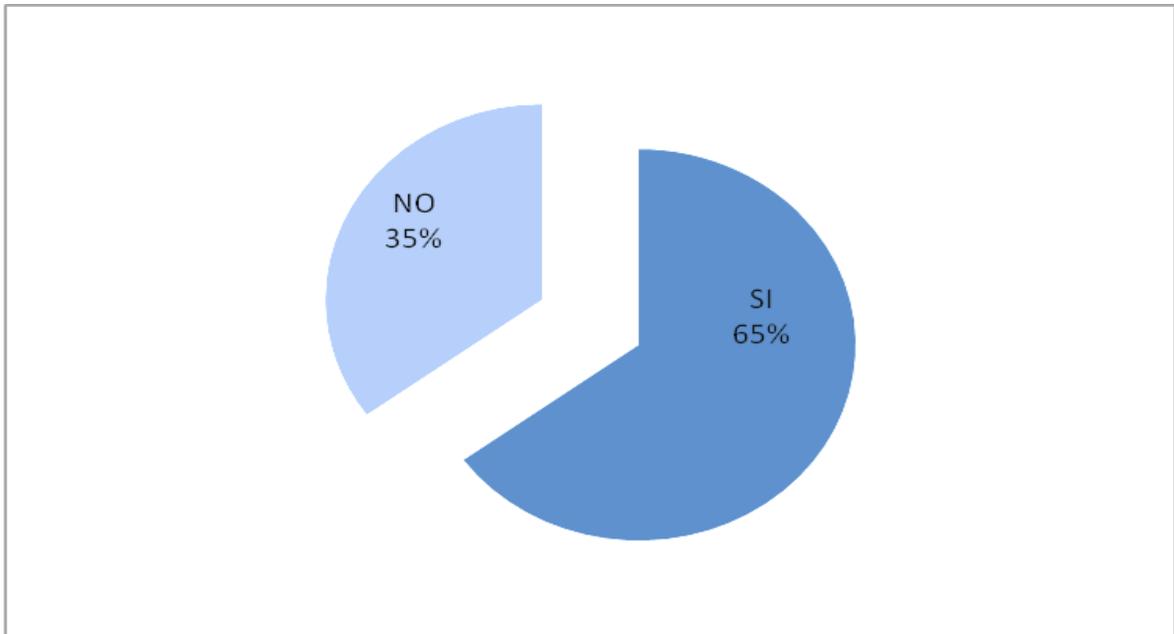
4.3.5. Análisis de la pregunta No. 5:

CUADRO No. 5
¿HA VISITADO USTED LOS COMEDORES SOLIDARIOS?

No.	PREGUNTA:	ENCUESTADOS			
		SI	%	NO	%
5	¿Ha visitado usted los “Comedores Solidarios”?	130	65%	70	35%

Fuente: *Encuesta social de opinión. Total de encuestados: 200 personas de ambos sexos. Lugar: 18ª calle, entre 4ª y 10ª. Av. de la zona 1, Centro Histórico, de la ciudad capital de Guatemala. 2009.*

GRÁFICA No. 5
¿HA VISITADO USTED LOS “COMEDORES SOLIDARIOS”?



Análisis: se puede observar que el 65% de las y los encuestados ha visitado los “Comedores Solidarios”, demostrando con ello que se han beneficiado de un Programa, cuyo fin es el de velar por llevar alimento al ciudadano guatemalteco, siendo esta una necesidad fisiológica determinada por el ciclo correspondiente del

estómago. Este Programada trabaja a bajo costo, a un precio accesible a los bolsillos del obrero (a) y trabajador (a) de cualquier profesión u oficio. El 35% opina que no.

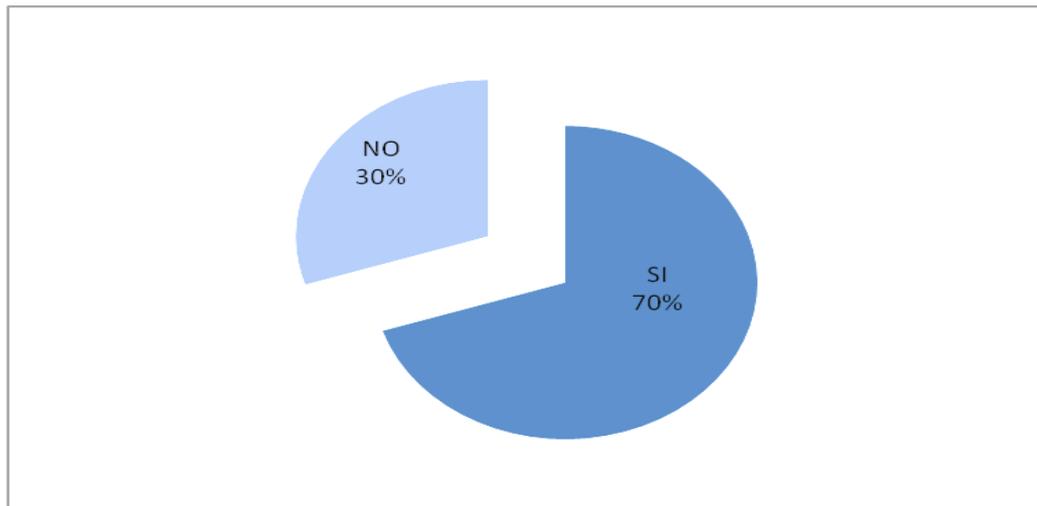
4.3.6. Análisis de la pregunta No. 6:

CUADRO No. 6
¿CRÉE USTED QUE EL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, REFLEJA LA VERDAD?

No.	PREGUNTA:	ENCUESTADOS			
		SI	%	NO	%
6	¿Crée usted que el eslogan “Tiempo de Solidaridad”, refleja la verdad?	140	70%	60	30%

Fuente: *Encuesta social de opinión. Total de encuestados: 200 personas de ambos sexos. Lugar: 18ª calle, entre 4ª y 10ª. Av. de la zona 1, Centro Histórico, de la ciudad capital de Guatemala. 2009*

GRÁFICA No. 6
¿CRÉE USTED QUE EL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD”, REFLEJA LA VERDAD?



Análisis: El setenta por ciento de los encuestados asegura que el slogan “*Tiempo de Solidaridad*”, si refleja la solidaridad que el Gobierno debe mostrar hacia la población necesitada del país. Se complementa con los Programas de Gobierno ligados directamente con la solidaridad. El 30% opina que no.

4.3.7. Análisis de la pregunta No. 7:

CUADRO No. 7

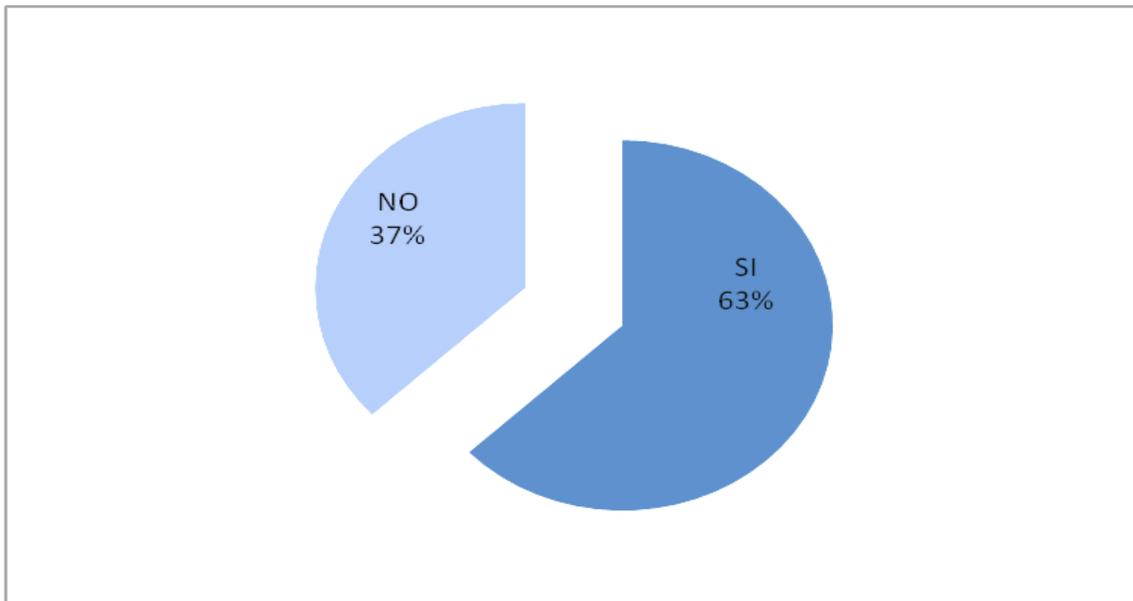
¿ACEPTA USTED EL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD” COMO FIEL TESTIMONIO DE LA OBRA SOLIDARIA DEL GOBIERNO DEL PRESIDENTE ALVARO COLOM CABALLEROS, HACIA EL PUEBLO GUATEMALTECO?

No.	PREGUNTA:	ENCUESTADOS			
		SI	%	NO	%
7	¿Acepta usted el eslogan “Tiempo de Solidaridad” como fiel testimonio de la obra solidaria del Gobierno del Presidente Alvaro Colom Caballeros, hacia el pueblo guatemalteco?	125	63%	75	37%

Fuente: Encuesta social de opinión. Total de encuestados: 200 personas de ambos sexos. Lugar: 18ª calle, entre 4ª y 10ª. Av. de la zona 1, Centro Histórico, de la ciudad capital de Guatemala. 2009.

GRÁFICA No. 7

¿ACEPTA USTED EL SLOGAN “TIEMPO DE SOLIDARIDAD” COMO FIEL TESTIMONIO DE LA OBRA SOLIDARIA DEL GOBIERNO DEL PRESIDENTE ALVARO COLOM CABALLEROS, HACIA EL PUEBLO GUATEMALTECO?



Análisis: El sesenta y tres por ciento (63%) de la muestra encuestada, define que el slogan es producto de las intenciones del Gobierno de proveer a los necesitados y

así afrontar la crisis de solidaridad que la sociedad muestra. Es un ejemplo de ayuda y bienestar hacia la población guatemalteca. El 37% opina que no.

CONCLUSIONES

1. Los grados de aceptación en porcentajes (%), son: de 0 a 60 malo, de 61 a 70 es BUENO, de 71 a 90 MUY BUENO y de 91 a 100 EXCELENTE.
2. El grado de aceptación del Slogan "*Tiempo de Solidaridad*", Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, es BUENO, dado que el 63% lo acepta como fiel testimonio de la obra de las autoridades de gubernamentales.
3. Se logró Identificar cuál es el grado de aceptación del Slogan "*Tiempo de Solidaridad*", Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, en el año 2009, ya que doscientas personas reflejaron su sentir hacia el slogan en estudio, al haber concedido sus opiniones por escrito con un si o un no.
4. Los guatemaltecos encuestados respondieron que el slogan *Tiempo de Solidaridad*", Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, refleja verdad en un 70 por ciento (70%), dado que lo asocia con los Programas incluidos en el término *solidaridad*. Su grado de aceptación es BUENO.
5. Se Identificó que la población guatemalteca si conoce los *Programas de Solidaridad* propuestos por el gobierno del actual presidente de Guatemala, Ing. Álvaro Colom Caballeros; esto en un 80%, dándole el grado de aceptación social de MUY BUENO.
6. El programa de *Comedores Solidarios*, releja lo que el slogan "*Tiempo de Solidaridad*", Gobierno de Álvaro Colom, Guatemala, propone, siendo el más conocido; dándole un 95% de aprobación. Siendo su grado de aceptación: EXCELENTE.

RECOMENDACIONES

- 1. Se hace necesario erradicar la desnutrición en Guatemala.**
- 2. La hambruna necesita ser atacada con programas sólidos que promuevan la productividad en el agro guatemalteco, para así obtener puestos de trabajo y acceso a los alimentos básicos para mantener una buena salud física y mental.**
- 3. Los programas de gobierno deben ser fortalecidos con políticas de Estado que promulguen la paz, la solidaridad y la convivencia ciudadana.**
- 4. En los Planes de Educación deben promoverse los valores sociales que eleven la solidaridad entre los guatemaltecos.**

BIBLIOGRAFIA

LIBROS:

1. Díaz, Wangner. (1996). **COMUNICACIÓN Y EROSION CULTURAL**. Guatemala: Editorial Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.
2. De la Torre Hernández, Francisco Javier y De la Torre Zermeño, Francisco J. (1995). **TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACIÓN**. México: McGraw-Hill.
3. Figueroa, Romeo. (1999). **COMO HACER PUBLICIDAD**. México: Editorial Pearson Educación.
4. Martin, Garry y Joseph Pear. (1998). **MODIFICACIÓN DE CONDUCTA**. Qué es y cómo aplicarla. España: Editorial Prentice Hall.
5. Mattelart, Armand. (2004). **INTRODUCCIÓN A LOS ESTUDIOS CULTURALES**. S.A. Ediciones Paidós Ibérica.
6. Morris, Charles G. (2001). **PSICOLOGÍA**. México: Editorial Prentice Hall.
7. Vásquez Zamora. Donaldo. (2008). **LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**. Guatemala. Editorial: Eco.

TEXTOS:

1. **EL TEXTO PARALELO**. Una propuesta metodológica para la educación y el aprendizaje. (1994). Texto elaborado por Gutiérrez, Francisco y Edith Ríos de Maldonado. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Instituto de Investigaciones y Mejoramiento Educativo -IIME-.
2. **ELABORACIÓN DE TESIS E INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**. (Sin año). Texto elaborado por Melendreras Soto, Tristán y Luis Enrique Castañeda Quan. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas, Coordinación para la Elaboración de Tesis.
3. **MANUAL PARA ELABORAR SEMINARIOS Y TESIS DE GRADUACIÓN**. (2002). Texto elaborado por Barahona Muñoz, Olga Violeta. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.

DICCIONARIOS:

1. Real Academia Española (2001). **DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA**. (22ª edición). Madrid, España: Editorial Espasa-Calpe, S.A.
2. **DICCIONARIO MAGISTER DE LA LENGUA ESPAÑOLA** (2005). Montevideo: Editorial Latinbooks, International, S. A.

CD-ROM

Real Academia Española (2001) **DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA**. (22ª edición). [CD-ROM]. Madrid, España: Editorial Espasa-Calpe, S.A. [2003].

TESIS:

1. Galindo Ortiz, Blanca Nelly. (2002). **ANÁLISIS DESCRIPTIVO Y COMPARATIVO DE LA PRODUCCIÓN DE LIBRE ENCUENTRO: EMPRESAS COMTECH Y MR. MUSIC**. Universidad Francisco Marroquín, Facultad de Ciencias de la Comunicación Social. Págs. 65.

MULTIMEDIA:

1. <http://es.thefreedictionary.com/aceptaci%C3%B3n>, 2-
2. http://www.babylon.com/definicion/Aceptaci%C3%B3n_de_un_producto/Spanish)<http://es.thefreedictionary.com/social>).
3. <http://es.wikipedia.org/wiki/Slogan>).
4. <http://www.carlosleopoldo.com/post/como-hacer-un-slogan/>).
5. <http://www.marketingencasa.com/slogans.html>)
<http://www.espaciosamigables.com/images/tds.jpg>)
6. <http://portal.maga.gob.gt/portal/page/portal/maga2009/main>
<http://www.misrespuestas.com/que-es-la-solidaridad.html>)
7. http://www.prensalibre.com/pl/2009/enero/05/_Img/467606_0.jpg
8. <http://www.radiolaprimerisima.com/noticias/resumen/45272>
9. <http://www.guatemala.gob.gt/noticia.php?codigo=2933&tipo=1>

10. <http://www.deguate.com/artman/publish/noticias-guatemala/alvaro-colom-inaugura-programa-comedores-solidarios.shtml>
11. <http://www.revistayque.com/v1/bien-hecho/167-comedores-solidarios->
12. <http://www.marketingdirecto.com/noticias/noticia.php?idnoticia=780>
13. <http://www.comedoressolidarios.gob.gt/site/images/stories/galerias-comedores.jpg>
14. <http://www.caminozonavial8.com/images/BANNvERTICAL.jpg>
15. <http://guatemalaennumeros.blogspot.com/2008/04/guatemala-1-en-desnutricin-infantil-en.html>.
16. <http://es.wikipedia.org/wiki/Socialdemocracia>.
17. <http://es.wikipedia.org/wiki/Propaganda>.
18. http://es.wikipedia.org/wiki/Valla_publicitaria
19. <http://www.correodelmaestro.com/anteriores/1999/febrero/3anteaula33.htm>
20. <http://www.mistareas.com.ve/investigacion-descriptiva.htm>
21. http://es.wikipedia.org/wiki/Tama%C3%B1o_de_la_muestra
22. <http://www.guatemala.gob.gt/noticia.php?codigo=1584&tipo=1>
23. http://www.socialdemocracia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=898&Itemid=85
24. http://es.wikipedia.org/wiki/Pollo_Campero
25. <http://www.lahora.com.gt/notas.php?key=54229&fch=2009-08-22>
26. <http://www.lukor.com/not-por/0711/10021858.htm>
27. <http://www.tesis.ufm.edu.gt/pdf/3567.pdf>
28. <http://www.papelesparaelprogreso.com/numero14/1410.html>.

ANEXOS

BANNER

**SLOGAN: "TIEMPO DE SOLIDARIDAD", GOBIERNO DE ALVARO COLOM,
GUATEMALA**



***RECORRIDO PEATONAL
ENCUESTA DE OPINION SOCIAL
18 Calle, entre 4° y 10° Av. Zona 1
Ciudad de Guatemala, C.A.***



En el grabado se puede observar algunas de las avenidas y, sobre todo, la 18ª calle de la zona 1, Foto: Olga M. Sicay R..



Se observa la 18ª calle de la zona 1, de la ciudad capital. Foto: Olga M. Sicay R..



Vista de la Plazuela Barrios, ubicada en la 9ª Av. y 18ª calle de la zona 1; al fondo se observa la Estación del Transmetro capitalino. Foto: Olga M. Sicay R..



Panorámica de la 18ª calle, entre 9ª y 10ª Av. de la zona 1. Foto: Olga. M. Sicay R.



Vista parcial del Museo del Ferrocarril, ubicado en la 18ª calle de la zona 1; al fondo se aprecia el Edificio del Ministerio de Finanzas Públicas de Guatemala. Foto: Olga M. Sicay R.

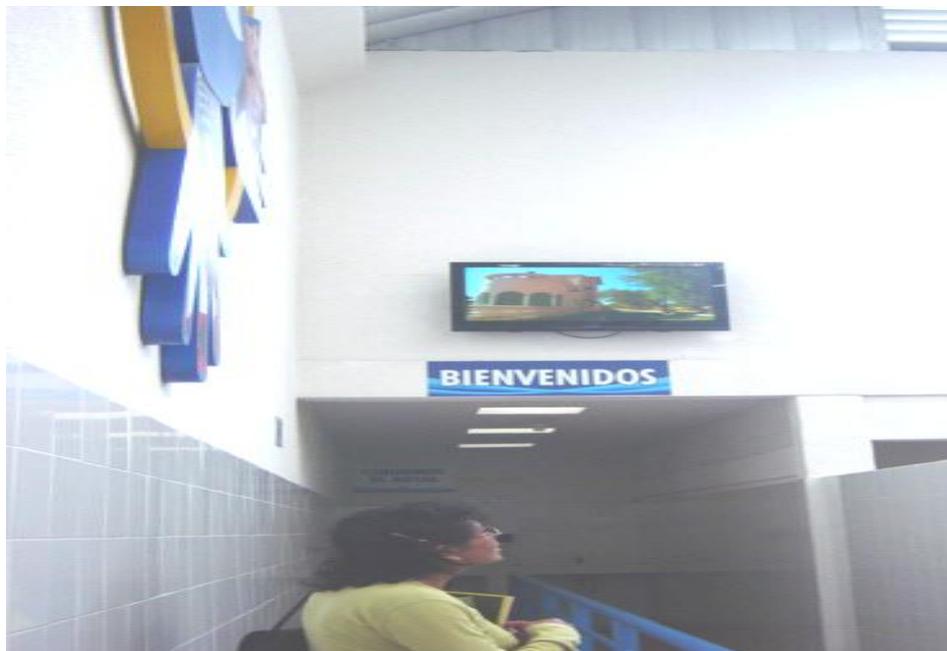


Vista del monumento a l "Reformador de Guatemala", General Justo Rufino Barrios, ubicado en la Plazuela que lleva su nombre (18ª calle de la zona 1). Foto: Olga M. Sicay R.

“COMEDORES SOLIDARIOS”
Zona 1: Hospital General “San Juan de Dios”



Fachada del Comedor Solidario. Foto: Olga M. Sicay R.



Entrada del Comedor Solidario. Se observa a la tesisanda Olga M. Sicay R. , junto a la puerta de ingreso.



Se aprecia el despacho del Comedor Solidario. Foto: Olga M. Sicay R.



Se aprecia el despacho del Comedor Solidario. Foto: Olga M. Sicay R.



Se aprecia el ingreso de los comensales al Comedor Solidario. Foto: Olga. M. Sicay R.



Los las personas degustando los almuerzos del Comedor Solidario. Foto: Olga. M. Sicay R.

“COMEDORES SOLIDARIOS”
18ª calle y 10ª Av. zona 1: FEGUA, Ferrocarriles de Guatemala



Se observa la fachada del Comedor Solidario de FEGUA. Foto: Olga M. Sicay R.



Se observa la entrada al Comedor Solidario de FEGUA. Foto: Olga M. Sicay R.



Se puede observar que junto al Comedor Solidario se encuentra una Clínica de Consulta Externa, como parte de la ayuda en salud que presta Cohesión Social. Foto: Olga M. Sicay R.



Se observan las personas haciendo su ordenada "cola", esto con el fin de ser atendidos en el Comedor Solidario. Foto: Olga M. Sicay R.



Los guatemaltecos son beneficiados con suculento almuerzo. Foto: Olga M. Sicay R.



Después de haber degustado su almuerzo , los personas se dirigen a sus labores cotidianas. Foto: Olga M. Sicay R

CULMINACIÓN DEL RECORRIDO
Encuesta Social de Opinión
GRADO DE ACEPTACIÓN SOCIAL DEL SLOGAN
***“TIEMPO DE SOLIDARIDAD”*, GOBIERNO DE ALVARO**
COLOM, GUATEMALA.



Foto: la tesinanda, Olga M. Sicay R., degustando los deliciosos almuerzos que se brindan por Q3.00 en el Comedor Solidario, FEGUA, ubicado en la 18^a calle y 10^a Av. de la zona 1, del Centro Histórico, de la ciudad capital de Guatemala.

Datos de la Imprenta