

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Análisis del discurso del candidato a presidente Jimmy Morales  
Trabajo de tesis presentado por

Candy Estefany Gomez Santos

Previo a optar al título de  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora de tesis  
Dra. Mónica Carina Lemus Barrientos

Guatemala, noviembre 2019

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Director**

**M Sc. Sergio Vinicio Morataya García**  
**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

**Lic. Mario Enrique Campos Trigilio**  
**M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo**

**Representantes Estudiantiles**

**Gabriela Eugenia Menegazzo Cu**  
**Heber Libni Emanuel Escobar Juárez**

**Representante Egresado**

**M.A. Johnny Michael González Batres**

**Secretaria**

**M Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos**

**Tribunal Examinador**

<b>Dra. Mónica Carina Lemus Barrientos</b>	<b>(Presidenta)</b>
<b>Licda. María Imelda González Esquite</b>	<b>(Revisora)</b>
<b>Lic. Douglas Danilo Barillas Peña</b>	<b>(Revisor)</b>
<b>M.A. Donald Vázquez Zamora</b>	<b>(Examinador)</b>
<b>M.A. Otto Roberto Yela Fernández</b>	<b>(Examinador)</b>
<b>Dr. José María Torres Cabrera</b>	<b>(Suplente)</b>



Guatemala 18 de julio de 2017  
Dictamen aprobación 095-17  
Comisión de Tesis

Estudiante  
Candy Estefany Gomez Santos  
Carné 2059 69380 0101  
Registro Académico 201016563  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Coordinación de Tesis en el inciso 1.3 del punto 1 del acta 006-2017 de sesión celebrada el 17 de mayo de 2017 que literalmente dice:

*1.3 Comisión de Tesis acuerda: Aprobar al (la) estudiante CANDY ESTEFANY GOMEZ SANTOS, carné: 2059 69380 0101, registro académico: 201016563, proyecto de tesis: ANÁLISIS DEL DISCURSO PERSUASIVO DE JIMMY MORALES DURANTE LA PRIMERA VUELTA ELECTORAL 2015. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Mónica Carina Lemus Barrientos*

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del *Normativo 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”

  
Dra. Aracelly Krisynda Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AKMG/Anaijr



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación 113-17



Guatemala, 09 de julio de 2018  
Comité Revisor/ NR  
CT-Akmg 042-2018

Estudiante

Candy Estefany Gomez Santos  
Carné 2059 69380 0101  
Registro Académico 201016563  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que la Dirección de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y esta comisión nombraron al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: "ANÁLISIS DEL DISCURSO PERSUASIVO DE JIMMY MORALES DURANTE LA PRIMERA VUELTA ELECTORAL 2015".

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:

Dra. Mónica Carina Lemus Barrientos	presidente(a)
Licda. María Imelda González Esquite	revisor (a)
Lic. Douglas Danilo Barillas Peña	revisor (a)

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García  
Director ECC



Dra. Aracelly Krisinda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



C.C. comité revisor  
Archivo/expediente  
AM/SVMG/AiJr

"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt

## Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

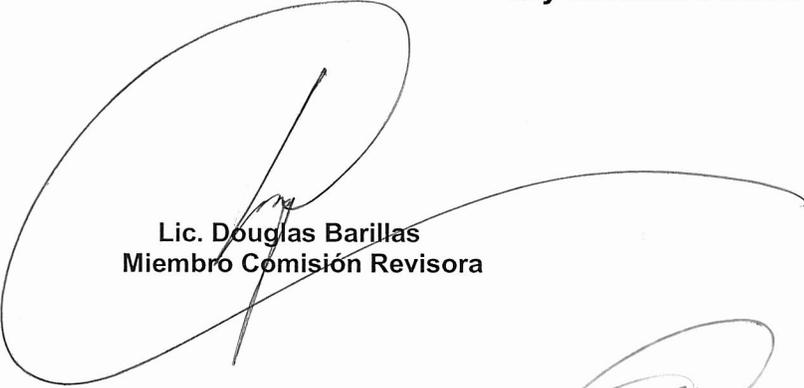
Guatemala, 25 de septiembre del 2018

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

Atentamente informamos a usted que el (la) estudiante Candy Estefany Gomez Santos con Carné número 2059693800101 y registro académico 201016563 ha realizado las correcciones y recomendaciones a su Tesis, cuyo título es: **Análisis del discurso del presidente Jimmy Morales durante la primera vuelta electoral 2015.**

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

***“Id y enseñad a todos”***



Lic. Douglas Barillas  
Miembro Comisión Revisora



Licda. María Imelda González  
Miembro Comisión Revisora



Dra. Mónica Lemus  
Presidente Comisión Revisora

c.c. archivo



# Universidad de San Carlos de Guatemala

## Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 02 de septiembre de 2019  
Tribunal Examinador de Tesis  
CT-Akmg-No.050-19

Estudiante  
Candy Estefany Gomez Santos  
Carné 2059 69380 0101  
Registro Académico 201016563  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: "ANÁLISIS DEL DISCURSO DEL PRESIDENTE JIMMY MORALES DURANTE LA PRIMERA VUELTA ELECTORAL 2015", siendo ellos:

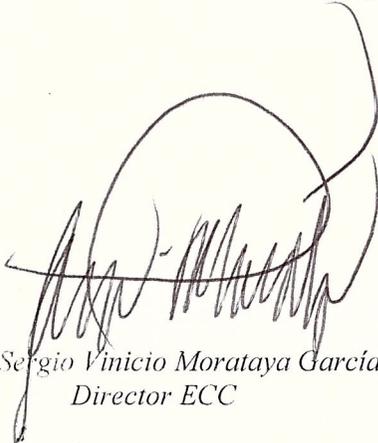
Dra. Mónica Carina Lemus Barrientos	presidente(a)
Licda. María Imelda González Esquite	revisor (a)
Lic. Douglas Danilo Barillas Peña	revisor (a)
M.A. Donald Vázquez Zamora	examinador
M.A. Otto Roberto Yela Fernández	examinador
Dr. José María Torres Cabrera	suplente

La fecha de su examen privado se la estará confirmando la M.Sc. Claudia Molina, secretaria de la escuela a quien ya posee su correo electrónico y número de celular, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

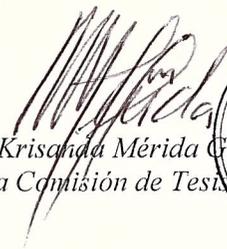
Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García,  
Director ECC



  
Dra. Aracelly Krisandina Mérida González,  
Coordinadora Comisión de Tesis



Comité Examinador  
Expediente  
AM/STMG/Adj

"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN



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



Guatemala, 23 de octubre de 2019  
Orden de impresión/AR  
Ref. CT-Akmg- No. 037-2019

Licenciada  
Candy Estefany Gomez Santos  
Carné 2059 69380 0101  
Registro Académico 201016563  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimada Licenciada

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título **“ANÁLISIS DEL DISCURSO DEL CANDIDATO A PRESIDENTE JIMMY MORALES”**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las 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

  
Dr. Sergio Vinicio Morataya García  
Director ECC



DIRECCION  
**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

  
Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



c.c. archive/AM/SVMG/aijr

“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt

Para efectos legales la autora  
es la única responsable del contenido de este trabajo

# Índice

Resumen .....	1
Introducción .....	3

## Capítulo 1

### Marco conceptual

1.1 Título.....	5
1.2 Antecedentes.....	5
1.3 Justificación .....	7
1.4 Planteamiento del problema.....	7
1.5 Delimitación .....	7

## Capítulo 2

### Marco teórico

2.1 La comunicación oral.....	8
2.1.1 Elementos de la comunicación oral.....	8
2.1.2 Clasificación de la comunicación oral .....	9
2.1.3 Tipos de comunicación oral.....	9
2.1.3.1 El diálogo .....	9
2.1.3.2 El debate .....	10
2.1.3.3 La entrevista .....	10
2.2 El discurso .....	10
2.2.1 Definición del discurso .....	10
2.2.2 Estructura del discurso.....	11
2.2.2.1 Inventio .....	11
2.2.2.2 Dispositio o taxis .....	11
2.2.2.3 Elocutio .....	11

2.2.3 Tipos de discurso .....	12
2.2.4 Discurso político .....	12
2.2.5 Tipos de discurso político .....	14
2.2.6 El discurso político y la comunicación .....	14
<b>2.3 Persuasión.....</b>	<b>15</b>
2.3.1 Órbitas de la persuasión.....	15
2.3.2 Teorías de la persuasión .....	16
2.3.2.1 Investigaciones en Yale .....	16
2.3.2.2 Doce etapas de la persuasión según McGuire .....	16
2.3.2.3 El modelo heurístico .....	17
2.3.2.4 Teoría de la respuesta cognitiva .....	17
2.3.2.5 Modelo de la probabilidad de elaboración .....	17
2.3.2.6 Estrategias para el cumplimiento .....	18
2.3.2.7 Elementos claves en el proceso persuasivo .....	19
2.3.3 Persuasión y fuerza .....	22
2.3.4 Grados de la persuasión .....	22
2.3.5 Vehículos de la persuasión .....	23
2.3.6 Fórmula AIDA como técnica de persuasión .....	23
<b>2.4 La oratoria .....</b>	<b>25</b>
2.4.1 La oratoria en el discurso persuasivo .....	25
<b>2.5 Métodos de análisis del discurso.....</b>	<b>26</b>
2.5.1 Estructuralismo .....	26
2.5.2 Materialismo .....	26
2.5.3 Pragmatismo .....	27
2.5.4 Funcionalismo .....	27
2.5.5 Análisis de contenido.....	29
2.5.5.1 Características del análisis de contenido.....	32
2.5.5.2 Estructura del análisis de contenido, según Bernard Berelson .....	33
2.5.6 Estructura del análisis crítico del discurso, según Teun A. van Dijk .....	34
<b>2.6 Guatemala .....</b>	<b>35</b>
2.6.1 Situación socioeconómica 2014-2015 .....	35
2.6.1.1 Pobreza rural .....	36

2.6.1.2 Datos estadísticos.....	36
2.6.2 Educación: Panorama 2014-2015 .....	37
2.6.2.1 Datos estadísticos.....	37
2.6.2.2 Analfabetismo .....	37
2.6.2.3 Registro de escuelas públicas .....	37
2.7 Sistema político y democracia en Guatemala .....	<b>38</b>
2.8 Jimmy Morales .....	<b>41</b>
2.8.1 Trayectoria profesional y política.....	41
2.8.2 Frente de Convergencia Nacional .....	42
2.8.2.1 Primeros acercamientos .....	43
2.8.2.2 Proceso de formación FCN-Nación .....	44
2.8.3 Plan de gobierno de Jimmy Morales .....	44

### **Capítulo 3**

#### **Marco metodológico**

3.1 Tipo de investigación.....	<b>47</b>
3.2 Método de análisis.....	<b>47</b>
3.3 Objetivos de la investigación .....	<b>48</b>
3.4 Instrumentos.....	<b>49</b>
3.5 Técnicas .....	<b>49</b>
3.6 Universo .....	<b>49</b>
3.7 Muestra.....	<b>49</b>
3.7.1 Criterio de selección de muestra .....	<b>50</b>

### **Capítulo 4**

#### **Análisis e interpretación de resultados**

4.1 Nivel de presentación .....	<b>51</b>
4.1.1 Características generales del discurso.....	51
4.1.1.1 Discurso 1: Proclamación de candidatura .....	52
4.1.1.2 Discurso 2: Paseo de La Sexta.....	52
4.1.1.3 Discurso 3: Mazatenango .....	52

4.1.2 Tiempo y temas desarrollados en los discursos .....	53
4.1.2.1 Discurso 1: Proclamación de candidatura .....	53
4.1.2.2 Discurso 2: Paseo de La Sexta.....	56
4.1.2.3 Discurso 3: Mazatenango .....	58
4.1.2.4 Temas abordados en los tres discursos .....	60
4.2 Nivel de construcción del mensaje .....	<b>62</b>
4.2.1 Discurso 1: Proclamación de candidatura .....	64
4.2.1.1 Introducción .....	64
4.2.1.2 Desarrollo del discurso .....	64
4.2.1.3 Cierre .....	66
4.2.2 Discurso 2: Paseo de La Sexta.....	67
4.2.2.1 Introducción .....	67
4.2.2.2 Desarrollo del discurso .....	68
4.2.2.3 Cierre .....	71
4.2.3 Discurso 3: Mazatenango .....	71
4.2.3.1 Introducción .....	71
4.2.3.2 Desarrollo del discurso .....	72
4.2.3.3 Cierre .....	75
4.3 Nivel de unidades diferenciales.....	<b>76</b>
4.4 Nivel de técnicas de persuasión.....	<b>78</b>
4.4.1 Discurso 1: Proclamación de candidatura .....	78
4.4.1.1 Atención .....	78
4.4.1.2 Interés .....	80
4.4.1.3 Deseo.....	80
4.4.1.4 Acción .....	81
4.4.2 Discurso 2: Paseo de la Sexta.....	82
4.4.2.1 Atención .....	82
4.4.2.2 Interés .....	83
4.4.2.3 Deseo.....	84
4.4.2.4 Acción .....	84
4.4.3 Discurso 3: Mazatenango .....	85
4.4.3.1 Atención .....	85

4.4.3.2 Interés .....	85
4.4.3.3 Deseo.....	87
4.4.3.4 Acción .....	88
Conclusiones .....	<b>89</b>
Bibliografía.....	<b>91</b>
E-grafías .....	<b>94</b>

## **Anexos**

Anexo 1: Discurso 1 Proclamación de candidatura.....	<b>98</b>
Anexo 2: Discurso 2 Paseo de La Sexta .....	<b>104</b>
Anexo 3: Discurso 3 Mazatenango.....	<b>109</b>
Anexo 4: Matriz de análisis de contenido .....	<b>119</b>
Anexo 5: Esquema de Berelson aplicado al discurso de Jimmy Morales.....	<b>120</b>

## **Gráficas1**

Gráfica 1: Temas abordados durante discurso 1 .....	<b>54</b>
Gráfica 2: Temas abordados durante discurso 2 .....	<b>57</b>
Gráfica 3: Temas abordados durante discurso 3 .....	<b>59</b>
Gráfica 4: Tiempo total de temas abordados en los tres discursos.....	<b>61</b>
Gráfica 5: Palabras clave pronunciadas durante los tres discursos.....	<b>77</b>

## **Cuadros**

Cuadro 1: Tabla de las 16 estrategias para lograr el cumplimiento .....	<b>18</b>
Cuadro 2: Duración total de los discursos.....	<b>53</b>
Cuadro 3: Tiempo dedicado a cada tema durante discurso 1 .....	<b>56</b>
Cuadro 4: Tiempo dedicado a cada tema durante discurso 2.....	<b>58</b>
Cuadro 5: Tiempo dedicado a cada tema durante discurso 3.....	<b>60</b>
Cuadro 6: Tiempo dedicado a temas abordados en los tres discursos.....	<b>62</b>
Cuadro 7: Elementos semánticos de los discursos.....	<b>76</b>

## **Figuras**

Figura 1: Análisis de contenido según Berelson .....	<b>33</b>
Figura 2: Propiedades del análisis crítico del discurso, según Teun A. van Dijk ...	<b>34</b>

## **Resumen**

### **Título:**

Análisis del discurso del candidato a presidente Jimmy Morales.

### **Autor:**

Candy Estefany Gomez Santos.

### **Universidad:**

Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **Unidad académica:**

Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### **Problema investigado:**

¿Cuáles son los elementos persuasivos del discurso del presidente Jimmy Morales durante la primera vuelta electoral de 2015?

### **Instrumentos utilizados:**

Recopilación bibliográfica de la información, análisis de los discursos por medio de una matriz de contenido, así como fichas bibliográficas que ayudaron a recopilar la información de los discursos del presidente Jimmy Morales.

### **Procedimiento:**

La selección del tema del análisis del discurso del presidente Jimmy Morales desde una perspectiva persuasiva. Posteriormente se hizo la selección de tres discursos que fueron considerados los más importantes de la primera vuelta electoral y se procedió a transcribirlos y realizar el análisis de contenido. Se

seleccionó la fórmula AIDA del doctor Carlos Interiano para plasmar el análisis y resultados de los tres discursos.

### **Conclusiones:**

Una de las conclusiones, tras analizarse el mensaje del presidente Jimmy Morales, demostró que el entonces candidato utilizó estrategias persuasivas para generar la confianza y empatía de los asistentes. El mensaje del presidente contó con elementos con carga sentimental, nacionalista y populista. Una de las principales estrategias detectadas fue el empoderamiento del voto no importando el estrato social o académico de los ciudadanos por medio de la frase “Una persona, un voto”, se posicionó como el mejor candidato para el proceso electoral 2015.

## Introducción

En el 2015, Guatemala vivió un proceso electoral inusual debido al contexto en el que se desarrollaron las campañas electorales de los candidatos a la presidencia del país.

Fueron elecciones inusuales porque se celebraron en medio de una de las crisis políticas más trascendentales de la historia contemporánea. En ella, se escribió un capítulo del gobierno del expresidente Otto Pérez Molina y la exvicepresidenta Roxana Baldetti, investigados y procesados por delitos relacionados a la cooptación del Estado.

Es importante conocer el entorno en que se llevaron a cabo dichas elecciones, ya que de esta situación se construyó un mensaje proselitista que posicionaría a un candidato como la mejor opción para miles de guatemaltecos.

Se trata del presidente Jimmy Morales, quien a partir de dicha crisis elaboró un mensaje, con elementos clave tomados desde las situaciones más representativas del guatemalteco promedio, con el que logró llegar a la presidencia del país, a pesar de haber sido su primera participación como presidenciable.

A partir de este contexto, el discurso de Morales cobró fuerza y se materializó con la aceptación de sus simpatizantes. Por esta razón, surgió el cuestionamiento acerca de la construcción, la intención y la fórmula a partir de las cuales se integró su mensaje.

Por eso, la siguiente investigación se planteó objetivos puntuales acerca de la estructura de su discurso. El análisis e interpretación de este, fue clave para entender su esencia y cómo Morales logró la aceptación de 2 millones 750 mil 847 de guatemaltecos.

De esta manera se analizaron tres discursos del entonces candidato presidencial, que fueron pronunciados en mitines proselitistas y que formaron parte de la primera vuelta electoral de 2015, periodo clave para el posicionamiento de su candidatura.

Como parte del análisis, los objetivos ayudaron a conocer los elementos más importantes pronunciados durante los discursos estudiados, que fueron palabras clave que ayudaron a identificar el tipo de mensaje que Jimmy Morales pronunciaba; así como, el uso de recursos acerca de sus vivencias personales y

profesionales que ayudaban a mantener la atención de sus oyentes y, consecuentemente, la aceptación de la propuesta que les estaba ofreciendo.

Por último, el análisis e interpretación de los resultados sirvió para conocer la esencia del mensaje que pronunció Morales, las técnicas persuasivas de las que se valió y recursos como algunos de sus personajes interpretados durante su participación televisiva en el programa Moralejas.

Todas estas forman parte del capítulo de análisis e interpretación de resultados de esta investigación, cuya intención es convertirse en un referente del análisis del discurso de Jimmy Morales desde la concepción persuasiva del mismo.

# Capítulo 1

## Marco conceptual

### 1.1 Título

“Análisis del discurso del presidente Jimmy Morales durante la primera vuelta electoral 2015”.

### 1.2 Antecedentes

La presente investigación analizó tres discursos de Jimmy Morales que formaron parte de su campaña política, durante la primera vuelta electoral de 2015.

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) se han llevado a cabo investigaciones acerca del análisis del discurso político, entre las cuales se pueden destacar algunas sobre el análisis de los discursos de Álvaro Arzú, Alfonso Portillo y Otto Pérez Molina.

La primera tesis por tomar como antecedente de esta investigación lleva el título: “Análisis ideológico del discurso del presidente Álvaro Arzú Irigoyen en el año 1996”, una investigación elaborada por Julio Estuardo Moreno Chilín (1999), de la ECC.

Esta investigación tuvo como objeto de estudio tres elementos fundamentales: la historia, la organización social y las leyes sociales del desarrollo. De esta forma se logró entender el reflejo material de la conciencia del emisor al enunciar su discurso. La investigación hizo un análisis de contenido basada en cinco niveles: histórico, contextual, terminológico, de presentación y comparativo del discurso.

Una de las conclusiones más importantes que se tomó en cuenta de esta investigación fue que el autor determinó que el discurso del expresidente Arzú cuidaba reflejar tendencias ideológicas, manejando la historia con conceptos materialistas, desde concepciones positivistas.

También lograba con su mensaje la apropiación de diferentes formas de expresarse a grupos de oposición, con lo cual logró penetrar la conciencia de sus receptores a través campañas publicitarias en medios de comunicación. El autor concluye en que su discurso está compuesto por concepciones religiosas y

determinado por el modo de producción de tendencias globalizadoras existentes en ese entonces (Moreno, 1997).

La segunda tesis se trata sobre el “Análisis del discurso político de Alfonso Portillo campaña electoral 1999”, elaborada por Mónica Carina Lemus Barrientos, en 2005, también de la ECC.

Dicha investigación analizó e interpretó el discurso del expresidente Portillo, durante la campaña electoral de 1999, tomando como base el análisis estructuralista por niveles propuesto por Umberto Eco, siendo esta referencia de vital importancia para establecer el método de análisis del discurso de Jimmy Morales, elaborado más adelante.

La investigación concluyó en que los discursos pronunciados por el expresidente Alfonso Portillo, fueron una perfecta combinación de una forma sencilla y un contenido agradable para el público. Con cada audiencia supo adecuarse y transmitir carisma en su mensaje. Además de que se perfiló como el candidato perfecto, en las elecciones oportunas (Lemus, 199).

Una tercera tesis que ha sentado un antecedente sobre el análisis de contenido del discurso es la de Walter Estuardo Pérez Rodríguez (2014), cuyo título es “Análisis de contenido de las publicaciones del Gobierno en la gestión de Otto Pérez, desde el enfoque de Teun A. van Dijk, Roland Barthes y Umberto Eco”.

En ese trabajo académico, Pérez (2014) realizó un registro hemerográfico y hemerocrítico desde el enfoque de Teun A. van Dijk, Roland Barthes y Umberto Eco.

Las publicaciones en medios de comunicación le permitieron concluir al autor que la administración del expresidente, Otto Pérez Molina, apelaba a los mensajes con fuerte carga emotiva, haciendo uso de la demagogia como herramienta para generar buena imagen y aceptación pública de su gestión.

La recopilación de los antecedentes sirvió para conocer las investigaciones previas que se han hecho acerca del análisis del discurso político de líderes y personajes políticos importantes en la historia de nuestro país, pero se limitó a los trabajos académicos mencionados previamente, ya que cada uno de ellos reúne características importantes con las que se conformó esta investigación.

### 1.3 Justificación

La importancia de haber realizado esta investigación radica en que el presidente Jimmy Morales y su equipo de campaña trabajaron un mensaje exitoso que, sin haber contado con mayor participación política, lo llevaron a ganar las elecciones del 2015.

Para esto se utilizó la técnica persuasiva de análisis del discurso del doctor Carlos Interiano. De esta manera se desarrolló una investigación en función de conocer si la estructura, esencia y trasfondo de su mensaje.

Este análisis permitirá estar a disposición de la sociedad guatemalteca, ya que conociendo las técnicas evidenciadas para la elaboración de su mensaje demostró que el presidente se valió de estrategias adecuadas a las necesidades de los ciudadanos, con lo cual logró ganarse su aceptación y por lo tanto llegar al poder.

### 1.4 Planteamiento del problema

El discurso persuasivo es una técnica empleada por líderes políticos, líderes religiosos, líderes estudiantiles, entre otros, debido a que utiliza la persuasión como proceso para implantar una idea en sus receptores.

Por tal motivo, el análisis del discurso del mandatario Jimmy Morales busca responder a la siguiente interrogante:

¿Cuáles son los elementos persuasivos del discurso del presidente Jimmy Morales durante la primera vuelta electoral de 2015?

### 1.5 Delimitación

- **Objeto de estudio:** Los discursos pronunciados por Jimmy Morales durante su candidatura a la presidencia del país.
- **Limitación geográfica:** La investigación tomó en cuenta tres discursos pronunciados durante sus mitines dentro del territorio nacional.
- **Limitación temporal:** Se tomaron como referencia los discursos pronunciados durante la primera vuelta electoral.

# Capítulo 2

## Marco teórico

### 2.1 La comunicación oral

Una vez que los seres humanos comenzaron a hablar, la palabra se convirtió en el primer y más importante medio de comunicación, aunque desde antes, los gestos, ademanes, acciones y sonidos pobremente articulados fueron los primeros medios de los que se valieron para comunicarse entre sí (Sánchez, Vásquez y Hernández, 2006:3).

La comunicación humana se ha transformado en un medio evolutivo por el que se transmite ideas, pensamientos y se recibe información del interlocutor. Por medio de la comunicación verbal se puede llegar a grandes masas, con oraciones estructuradas que lleven un mensaje concreto y sólido a una audiencia determinada.

Desde su origen etimológico, comunicación proviene de la palabra latina *communicatio*, que a su vez tiene su origen en el término *communis* que quiere decir común. Estos términos no expresan una relación de sinonimia, pero permiten describir mejor la compleja fenomenología comunicativa que solo existe cuando entre dos sujetos ocurre un continuo e ininterrumpido y mutuo intercambio, no solo de mensajes, sino de cierta afectividad y afinidad (Sánchez et al., 2006).

La definición que brinda la Real Academia Española, RAE, (2005) de la comunicación oral se refiere al “arte de hablar con elocuencia, de deleitar, persuadir y conmover por medio de la palabra”.

Pero no se trata únicamente de transmitir ideas o pensamientos, estos tienen que llegar a través de mensajes concretos para que el receptor pueda comprender lo que su emisor está queriendo transmitir.

#### 2.1.1 Elementos de la comunicación oral

La comunicación oral es de carácter humano, ya que se forma y desarrolla en cada persona a través de las relaciones que establece a su alrededor. Por eso está compuesta de los siguientes elementos básicos (Sánchez, et al., 2006):

- El sujeto que emite el mensaje (fuente o emisor).
- El contenido del mensaje.
- Las vías y los medios que se utilizan para transmitir el mensaje.
- El sujeto o los sujetos que reciben el mensaje (receptor).

- El efecto logrado por el emisor.

### 2.1.2 Clasificación de la comunicación oral

Existen formas variadas de clasificar la comunicación oral, pero para esta investigación se utilizó la clasificación de una autora en específico, debido a que se logró determinar resumidamente la manera en cómo se puede conocer la comunicación oral y las formas de transmisión.

La autora Eileen McEntee, en su libro “Comunicación oral”, (1999) propone que la comunicación oral se puede clasificar de la siguiente manera, según el número de participantes:

- **Singulares:** Un receptor o más no tienen la disposición de responder inmediatamente y, por lo tanto, de ejercer el papel de emisor, como sucede en el discurso político, la exposición magistral o una canción grabada.
- **Duales:** Dos interlocutores pueden adoptar alternativamente los papeles de emisor y receptor. Pueden ser las llamadas telefónicas, entrevistas o conversaciones personales.
- **Plurales:** Tres o más interlocutores pueden adoptar alternativamente los papeles de emisor y receptor. Esta clase de comunicación oral se da en situaciones como una reunión de comunidad, un debate en clase o una conversación entre varias personas de un mismo grupo.

### 2.1.3 Tipos de comunicación oral

#### 2.1.3.1 El diálogo

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, DRAE, (2005) define el diálogo como “plática entre dos o más personas, que alternativamente manifiestan sus ideas o afectos”.

McEntee (1999) señala que para la existencia de un diálogo se deben conjugar cinco condiciones: la presencia de dos o más interlocutores, que permite la expresión de ideas y conocimientos; una alternancia en las réplicas; el intercambio de información de los interlocutores; una forma lingüística específica, es decir, un idioma en común entre ambos; y, por último, cohesión y coherencia en las exposiciones.

### **2.1.3.2 El debate**

El debate se define como un “intercambio de opiniones entre varias personas sobre un tema y regulado por un moderador” (McEntee, 1999:33).

Asimismo, la autora (1999) expone que en este tipo de comunicación oral se puede tratar cualquier asunto a través de la confrontación de diferentes posturas, los conocimientos y las opiniones de los interlocutores, que ejercen en ambos casos los papeles de emisor e interlocutor.

La discusión en forma de debate no se debe practicar para imponer las ideas propias, sino externar los argumentos que se considere que refuerzan la postura, la opinión, las ideas, los principios, etc., para tratar de convencer a los demás.

### **2.1.3.3 La entrevista**

La entrevista es un diálogo que cumple el objetivo de recopilar información sobre un tema en específico, ya sea por interés propio, laboral, profesional o académico, bajo una estructura particular de preguntas y respuestas (Sampieri, Fernández y Baptista, 2003).

## **2.2 El discurso**

### **2.2.1 Definición del discurso**

Durante 10 años, Jan Renkema se dedicó al estudio del discurso desde su experiencia académica en la Universidad de Tilburg en los Países Bajos. Tras ese periodo, el autor tuvo como resultado la publicación de su libro: “Introducción a los Estudios del Discurso” (1999), una guía para docentes y estudiantes por igual que se dedican al estudio de esta disciplina.

Para Renkema (1999), el discurso consiste en una secuencia de oraciones o emisiones habladas que se conectan entre sí -la forma-, por medio de la cual un emisor comunica un mensaje a un receptor -la función-.

En ese sentido, el DRAE (2014:s.p.) detalla 12 definiciones distintas acerca del discurso. Para esta investigación se utilizaron dos, que coinciden con los objetivos del estudio: “Razonamiento o exposición de cierta amplitud sobre algún tema, que se lee o pronuncia en público” y el de “serie de palabras y frases empleadas para manifestar lo que se piensa o se siente”.

Otra definición propuesta por Carlos Interiano, señala que “todo mensaje estructurado, dirigido a alguien debe entenderse como discurso” (2002:15).

Asimismo, Julio Moreno, en su tesis especifica que “todo acto discursivo puede ser comprendido si se toman en cuenta no solo los elementos expresivos y el contenido presentado, sino también, y de manera fundamental, el contexto en el que se produce” (1997:20).

### **2.2.2 Estructura del discurso**

Partiendo de las definiciones sobre el discurso, es importante determinar la estructura con la que se compone.

El discurso, en términos generales, puede ser un mensaje socializado de uso cotidiano, así como un acto verbal para dirigirse a un público, con la intención de persuadir, desde una eminente perspectiva de argumentación. Este conlleva, en su composición, una estructura lingüística constituida por *Inventio*, *Dispositio* y *Elocutio* (García García, 2005).

**2.2.2.1 Inventio:** “Proviene del latín *inveniere*, que a su vez tiene su origen del griego εὕρεσις que significa ‘hallazgo’, pues de lo que se trata es de que el orador seleccione, halle, en un repertorio prefijado de temas aquellos que son los más adecuados a su exposición”. (García, García, 2005:s.p.).

**2.2.2.2 Dispositio o taxis:** “Es una palabra latina que corresponde a la traducción del concepto de la retórica griega y cuyo significado es ‘disposición’” (García, García, 2005:s.p.). En esta fase se establece el orden expositivo y de articulación del discurso. (Romera, 2016).

El *dispositio* articula el discurso en cuatro partes: el exordio o captura del interés y afecto público (introducción del discurso a la audiencia); la *narratio*, o relato expositivo de los temas ordenados; la *confirmatio*, o valoración de los argumentos; y la *peroratio*, el epílogo, la conclusión del discurso y se dispone a la audiencia para el fin previsto (Romera, 2016).

**2.2.2.3 Elocutio:** La *elocutio* se refiere a la operación de exteriorizar las ideas concentradas en el *inventio* y ordenadas por el *dispositio*. Es la operación retórica que se encarga de exponer verbalmente el mensaje construido (Chico, 1987).

Estas tres fases conforman una base racional de estructuración del discurso, ya que desde el momento en que se eligen los temas apropiados para ser expuestos por el orador se deben fijar objetivos claros y argumentados para captar la atención de quien recibe el mensaje y motivarlo a una acción determinada.

### 2.2.3 Tipos de discurso

El discurso puede darse en diferentes tipos, según la naturaleza de su género. Así lo propone Ángel Romera, autor del blog “Manual de Retórica y recursos estilísticos” (2016), en el que comparte los usos de la retórica y los recursos que componen el discurso.

- **Género judicial:** Se ocupa de acciones pasadas y lo califica un juez o tribunal que establecerá conclusiones aceptando lo que el orador presenta como justo y rechazando lo que presenta como injusto.
- **Género deliberativo o político:** Se ocupa de acciones futuras y lo califica el juicio de una asamblea política que acepta lo que el orador propone como útil o provechoso y rechaza lo que propone como dañino o perjudicial.
- **Género demostrativo o epidíctico:** Se ocupa de hechos pasados y se dirige a un público que no tiene capacidad para influir sobre los hechos, sino tan solo de asentir o disentir sobre la manera de presentarlos que tiene el orador, alabándolos o vituperándolos. Está centrado en lo bello y en su contrario, lo feo. Sus polos son, pues, el encomio y el denuesto o vituperio.

De los tres géneros de discurso que se presentan, el género deliberativo o político será ampliado a continuación, pues es de interés para el análisis del discurso que se plantea más adelante en esta investigación.

### 2.2.4 Discurso político

El discurso político sirve como herramienta para adquirir poder desde distintos ámbitos, que puede ser el económico, el académico, el religioso o el intelectual. Es la manifestación de las ideas de una persona sobre un tema determinado, con el propósito de afectar de alguna manera actitudes, opiniones y comportamientos de un conglomerado (Lemus, 2005).

En su columna de opinión en el sitio web del Nuevo Diario de República Dominicana, Evelio Arroyo (2010) estructura resumidamente el discurso político y hace referencia a los recursos retóricos que este puede poseer, según el contexto dentro del cual se ejerce.

Se define como el medio principal que tiene un candidato y su organización política para hacer llegar su mensaje a la población y al electorado, por esta razón este debe ser bien estructurado, tomando en cuenta, no solo la secuencia lógica que debe haber entre los temas a ser tratados, sino que el mismo debe estar cargado de espectacularidad, buenos gestos,

argumentaciones lógicas y el aspecto persuasivo del mismo debe ser convincente ante el electorado (Arroyo, 2010:s.p.).

En este ámbito, la retórica -la disciplina transversal de distintos campos de conocimiento que se encarga de estudiar y sistematizar procedimientos y técnicas del uso del lenguaje-, juega un papel importante, ya que con ella, el discurso político puede apalancarse de una serie de recursos que lo hacen más convincente, persuasivo y creíble ante la audiencia, o bien el electorado, en este caso (Arroyo, 2010).

Para Arroyo (2010), uno de los principales recursos de la retórica es la comparación, la cual permite al candidato exponer los puntos fuertes de sus propuestas de campaña y ridiculizar a los candidatos adversarios.

Un segundo recurso retórico es la exhortación, que puede transformarse en una petición enérgica, “llamando la atención del electorado sobre el error que significa votar por el candidato adversario” (Arroyo, 2010:s.p.). La exhortación se convierte en una solicitud para que sus receptores hagan o dejen de hacer algo.

La ironía es otro recurso retórico utilizado comúnmente por los candidatos, con el propósito de satirizar a su contrincante, especialmente cuando este aún ejerce dentro del gobierno (Interiano, 2004).

Por último, la prolepsis, que es un contra argumento, y el eslogan, son recursos retóricos para impulsar la candidatura de alguien nuevo y que se distinga de las caras ya conocidas. Por medio de la prolepsis se puede llevar un mensaje de tranquilidad al electorado, cuando este tiene dudas sobre un nuevo candidato y un nuevo partido que tiene mucha probabilidad de alcanzar el poder (Interiano, 2004).

En cuanto al eslogan, este juega su papel importante en el discurso político para reforzar el mensaje continuamente y posicionarse en la mente de los votantes, adversarios y dentro de la contienda política.

Dichos recursos retóricos son incorporados en la elaboración del contenido del discurso político.

Además de los recursos implementados en el discurso político, este también tiene su propia clasificación que se divide en, por lo menos tres grandes tipologías: el discurso conservador, el pseudo revolucionario y el revolucionario.

### 2.2.5 Tipos de discurso político

La definición que Interiano (2002) otorga a cada uno de los tipos de discurso político son una base para entender el objetivo de cada uno, así como el enfoque que se le quiere dar, de acuerdo con su intención.

- **Discurso conservador:** Es de carácter reaccionario, ya que defiende los postulados de la formación social donde se desarrolla. Busca cohesión, justificación y la prolongación de las relaciones sociales de producción del sistema al cual sirve.
- **Discurso pseudo revolucionario:** Responde no a un cambio efectivo de estructuras, sino más bien al acomodamiento pasivo de las capas sociales que se integran en el modo de producción capitalista.

Se ha posicionado como un instrumento de la clase que posee el control de los medios de producción, para explicar el sistema democrático y aplicarlo como arma de desmovilización social.

- **Discurso revolucionario:** Entre sus características se puede mencionar que es visionario, profético y utópico. La primera responde “al contenido futurista que posee, basado siempre en leyes sociales y económicas incuestionables. La segunda está marcada por su situación de certeza. La tercera plantea y propone una sociedad nueva” (Interiano, 2002:15) pues este es el discurso que se opone al orden social.

También se puede hablar de discursos narrativos, por sus estructuras esquemáticas o de sonetos, basándose en esquemas métrico-prosódicos específicos. Asimismo, están los que se producen en contextos institucionales específicos, a esos se les conoce como discursos legales (Van Dijk, 1996).

En cuanto al discurso persuasivo, este responde a funciones específicas y pertenece a un grupo diverso de conversaciones cotidianas, propaganda, anuncios y discursos públicos (Van Dijk, 1996).

### 2.2.6 El discurso político y la comunicación

Siendo un mensaje dirigido al pueblo, el discurso político necesita darse a conocer por medio de diferentes plataformas de comunicación. “El discurso al pueblo -el más interesante de los dos- sirve para anunciar, prometer, atacar, criticar, indicar” el mensaje del líder o protagonista (Trémols, 2014:s.p.).

La importancia de que se difunda el discurso político radica en que, a través de los medios de comunicación masiva, su mensaje llegará a posicionarse en la mente de quienes lo escuchen para conseguir un objetivo y conseguir adeptos a su propuesta.

Para el ensayista filosófico, Raffael Simone, la difusión de un mensaje cumple “estrategias modernas del discurso político, que no es solo producción verbal sino estrategia general de comunicación, en la que se combinan discursos en el sentido estricto, publicidad, emisiones de televisión, cultura popular, deporte, etc”. (Trémols, 2014:s.p.).

## **2.3 Persuasión**

La persuasión se refiere a la acción de inducir, mover, obligar a alguien con razones a creer o hacer algo y cuya técnica se emplea en discursos proselitistas y de índole política (RAE, 2005).

Es una de las maneras de cambiar el comportamiento de los individuos; un recurso utilizado en el mundo contemporáneo, con mayor profundidad y diversidad, en cuanto a formas y procedimientos (Interiano, 2002).

### **2.3.1 Órbitas de la persuasión**

Existen órbitas de la persuasión, según explica Interiano citando la obra de Gerhard Maletzke, que pueden ejercer influencia en varios aspectos de la personalidad. Estas pueden ser:

- **Órbita de las actitudes:** Dentro de esta órbita, “la persuasión [está] destinada a causar efectos en las actitudes, espera ‘preparar el terreno’ para la acción futura del individuo. Una actitud es la fase previa a desarrollar una acción” (Interiano, 2002:16).
- **Órbita de las opiniones:** Una opinión es una actitud verbalizada. Es la consecuencia lógica del proceso de captación, recuperación, elaboración y decisión. “Las opiniones, como mensajes emitidos, no necesariamente pueden corresponder o ser el reflejo de las actitudes, de tal manera que una opinión puede ser distinta a una actitud” (Interiano, 2002:17).

En esta órbita se explica que la opinión es la respuesta consciente a un mensaje captado, por medio de la persuasión y la influencia que el mensaje ejerce en las actitudes del receptor.

### 2.3.2 Teorías de la persuasión

Como referencia teórica, para esta investigación se tomaron siete teorías sobre la persuasión que fueron reunidas por el Instituto Peruano de Análisis Político y Estratégico (2006) en un documento resumido.

1. Investigaciones en Yale.
2. Doce etapas de la persuasión según McGuire.
3. Modelo heurístico.
4. Teoría de la respuesta cognitiva.
5. Modelo de la probabilidad de la elaboración.
6. Estrategias para el cumplimiento (obediencia o aceptación).
7. Elementos claves en el proceso persuasivo en psicología social.

**2.3.2.1 Investigaciones en Yale:** Durante 1953, un grupo conformado por Carl Hovland, Irving Janis y Harold Kelly hizo el primer abordaje del tema, cuyo foco se centraba en función de la persuasión, bajo una óptica más cercana a los procesos cognitivos del aprendizaje que al conductismo.

El enfoque del grupo era que, para que un mensaje persuasivo cambie la actitud y conducta del receptor, se tiene que cambiar previamente sus creencias. Dentro de esta teoría, la persuasión se divide en etapas con diferentes niveles de análisis (Instituto Peruano de Análisis Político y Estratégico, 2006):

- La fuente: quien emite el mensaje.
- El contenido del mensaje: calidad de los argumentos, incentivos prometidos, aspectos racionales o emocionales.
- El canal comunicativo: visual, auditivo directo o indirecto.
- El contexto: agradable, serio, distracciones, etc.

**2.3.2.2 Doce etapas de la persuasión según McGuire:** Desde 1969 hasta 1985, el psicólogo social William J. McGuire, egresado de la Universidad de Yale, centró sus estudios en la persuasión dentro de los medios de comunicación.

Como resultado postuló doce pasos del proceso de persuasión que se centran en: exposición, atención, interés, comprensión, generalización de cogniciones relacionadas, adquisición de habilidades relevantes, aceptación, memorización, recuperación, toma de decisión, actuación y consolidación post-acción.

De los doce pasos, el modelo se ha reducido a dos factores más importantes: recepción y aceptación (Instituto Peruano de Análisis Político y Estratégico, 2006).

**2.3.2.3 El modelo heurístico:** La manera más efectiva en que llega un mensaje al receptor es por medio de que este se involucre activamente en el procesamiento cognitivo del mismo. No obstante, en muchas ocasiones se persuade sin que el receptor esté consciente de la situación.

“En ocasiones somos persuadidos porque seguimos reglas heurísticas de decisión, por lo que la persuasión no es tanto resultado del análisis de validez del mensaje, sino de alguna señal o característica superficial del mensaje” (Instituto Peruano de Análisis Político y Estratégico, 2006:3).

Por lo tanto, el modelo heurístico de persuasión se caracteriza por elementos superficiales en el mensaje que pueden darse según la longitud; número de argumentos que se dan dentro del mismo; o bien, la fuente que lo emite o las reacciones de los demás que reciben el mismo mensaje.

**2.3.2.4 Teoría de la respuesta cognitiva:** Esta teoría postula que para que el receptor acepte un mensaje, el emisor debe guiarlo con sentimientos y actitudes congruentes con el mensaje que está transmitiendo. Cuando el mensaje recibe aceptación y entendimiento, va en la dirección correcta y está persuadiendo (Instituto Peruano de Análisis Político y Estratégico, 2006).

Lo contrario ocurre cuando es rechazado e incluso puede producirse una negativa del público. Se entiende que así los receptores ya no son persuadidos por la fuente o el mensaje, sino más bien por sus propias respuestas ante lo que la fuente y el mensaje dicen.

**2.3.2.5 Modelo de la probabilidad de elaboración:** ¿Cómo saber si el mensaje llega claramente al receptor? Para esto, la teoría del modelo de la probabilidad de la elaboración juega un papel importante que ayuda a detectar el éxito de la persuasión en el mensaje; el modelo lo hace a través de dos estrategias: la ruta central y la ruta periférica, así lo describe el Instituto Peruano (2006), cuyo estudio hace referencia a las definiciones de los autores R. E. Petty y J. T. Cacioppo (1986).

Primera estrategia, denominada ruta central, ocurre cuando el receptor intenta realizar un análisis crítico del mensaje, por medio de los argumentos que este lleve consigo, el receptor evalúa sus posibles consecuencias y los pone en relación con sus conocimientos previos sobre el tema.

Segunda estrategia, la ruta periférica, se da cuando el receptor carece de motivación o capacidad de realizar una evaluación detenida del mensaje. El procesamiento periférico describe el cambio de actitud que ocurre sin necesidad

de mucho esfuerzo cognitivo según el contenido del mensaje y su emisor, canal, etc.

De acuerdo con el modelo de la probabilidad de elaboración, el cambio de actitud que se logra a través de la ruta central será más duradero y más resistente a cualquier intento de persuasión contraria que el cambio de actitud producido a través de la ruta periférica.

Todo esto se logra cuando existe la probabilidad de elaboración, que se entiende cuando el receptor se involucra en pensamientos relevantes al tema.

El Instituto Peruano de Análisis Político propone entonces, que:

Quando la probabilidad de elaboración es muy elevada, el receptor estará usando la ruta central; cuando es muy baja estará ocupando la ruta periférica. En ambos casos podrá haber persuasión y esta podrá darse en cualquier punto del continuo, ya que la naturaleza del proceso persuasivo es diferente en cada caso (2006:5).

### **2.3.2.6 Estrategias para el cumplimiento**

El documento del Instituto de Análisis Político y Estratégico recopila 16 técnicas de persuasión propuestas por los autores Jo Liska y Gary Cronkhite, en su libro Human Communication Theory (1994).

Aunque muchos de los planteamientos descritos por ambos autores se refieren a formas persuasivas, estos elementos son utilizados generalmente en la elaboración de mensajes persuasivos en los medios de comunicación de masas.

#### **Cuadro 1**

**Tabla de las 16 estrategias para lograr el cumplimiento o aceptación**

<b>1. Promesa</b>	Si tú obedeces, yo te compensaré.
<b>2. Amenaza</b>	Si tú no obedeces, yo te castigaré.
<b>3. Experticia (positiva)</b>	Si obedeces serás recompensado porque “es la naturaleza de las cosas”.
<b>4. Experticia (negativa)</b>	Si no obedeces serás castigado porque es “la naturaleza de las cosas”.
<b>5. Agrado</b>	El actor es amistoso y cooperador para poner al otro

	en buen ánimo de acceder a su propuesta.
<b>6. Pre-entrega</b>	El actor recompensa al receptor antes de pedir su aceptación.
<b>7. Estimulación aversiva</b>	El actor continuamente castiga al receptor, logrando que este finalmente obedezca.
<b>8. Deuda</b>	Me debes obediencia por favores pasados.
<b>9. Petición moral</b>	Tú eres inmoral si no obedeces.
<b>10. Autopercepción (positiva)</b>	Te sentirás mejor acerca de ti mismo si obedeces.
<b>11. Autopercepción (negativa)</b>	Te sentirás peor acerca de ti mismo si no obedeces.
<b>12. Reflexión alterna (positiva)</b>	Una persona de buenas cualidades obedecería.
<b>13. Reflexión alterna (negativa)</b>	Solo una persona de malas cualidades no obedecería.
<b>14. Altruismo</b>	Necesito tu aceptación, así que hazlo por mí.
<b>15. Estima (positiva)</b>	Los que valoro pensarán mejor de mí si obedezco.
<b>16. Estima (negativa)</b>	Los que valoro pensarán mal de mí si no obedezco.

Fuente: Tomado de Instituto Peruano de Análisis Político (2006:6).

### **2.3.2.7 Elementos claves en el proceso persuasivo**

Existen dos elementos que se asocian a las fuentes de mayor poder de persuasión y son: credibilidad y atractivo.

#### **i. Credibilidad de la fuente**

La credibilidad depende de dos dimensiones básicas, la competencia y la sinceridad; se refiere la competencia a si el receptor considera que la fuente tiene experiencia o si está informada o calificada en lo que dice, o sea, si conoce la verdad o sabe lo que es correcto (Instituto Peruano de Análisis Político, 2006).

La competencia de la fuente se construye a partir de las siguientes características, según propone el Instituto Peruano de Análisis Político (2006):

- Educación, ocupación y experiencia de la fuente.
- Fluidez en la transmisión del mensaje.
- La pronunciación de fuentes con cierto nivel de autoridad o prestigio.
- La posición defendida por el emisor.

Además de que la experiencia es un factor importante para generar credibilidad, la fuente también debe parecer lo suficientemente sincera para transmitir su mensaje.

## **ii. Atractivo de la fuente**

El atractivo de la fuente influye en la fase de aceptación, debido a que puede llamar la atención de sus receptores, haciendo a la fuente poseedora de un mayor poder persuasivo.

[Como poder persuasivo] se designa a la capacidad de la fuente para controlar los resultados del receptor, o más bien, para administrar recompensas y castigos. Su eficacia reside, según la teoría de la disonancia cognitiva, en que el hacer que el individuo actúe de cierta forma, aunque no esté de acuerdo en un comienzo, paulatinamente se convencerá internamente, reduciendo la disonancia (Instituto Peruano de Análisis Político, 2006:8).

Por otro lado, la efectividad del poder de la fuente radica en que los receptores del mensaje creen que esta posee control sobre las recompensas y los castigos, por lo que pueden considerar que la fuente utilizará este poder para que la audiencia se conforme con el contenido del mensaje y que emitan la conformidad o disconformidad con la fuente, al finalizar el mensaje.

En ese sentido, vale la pena hacer mención de las características del poder de la fuente en los mensajes que transmite:

- **La semejanza:** Se refiere a las semejanzas de actitudes, personalidad, procedencia, etc., que puede generar una mayor atracción hacia la fuente; si el receptor comparte una identidad social con la fuente, esta será más influyente. (Instituto Peruano de Análisis Político, 2006).
- **El mensaje y sus tipos:** Dentro del estudio del Instituto Peruano de Análisis Político (2006), se plantean dos tipos de mensajes: racionales y emotivos. El primero es el de la retórica clásica y se refiere a los antiguos oradores, quienes tenían un gran aprecio por la lógica de la argumentación.

Y el emotivo, es en el que se prometen cosas o amenazan con desastres, donde se busca conmover al receptor.

Por otro lado, el Instituto Peruano de Análisis Político menciona el modelo propuesto por el psicólogo social William J. McGuire, quien planteó una estructura aristotélica en el mensaje incluyendo un *ethos*, *pathos* y *logos*.

Para conocer más acerca del significado del *ethos*, *pathos* y *logos*, estos se remontan a vocablos empleados originariamente en la Antigua Grecia. “El *ethos* es aquello que habita dentro de uno, es decir, su manera de ser o su carácter. Según Aristóteles el modo de ser de cada individuo es algo adquirido y se puede moldear” (Navarro, 2018:s. p.).

El *ethos* estaría formado por un conjunto de hábitos. Aquellos que consideramos buenos o beneficiosos los llamados virtudes y aquellos que son dañinos los catalogamos vicios (Navarro, 2018:s. p.).

Dentro de la estructura del mensaje, se puede definir que:

El *ethos* busca incrementar la influencia del lenguaje apelando a la fuente que lo ha emitido, buscando la credibilidad por medio de, por ejemplo, el consenso universal a las generalidades brillantes. Así el *ethos* presenta al mensaje como proveniente de una fuente de alta valencia positiva, por lo que el receptor debe aceptar su influencia.

El autor Navarro (2018) expone que el *pathos* se refiere al conjunto de emociones del ser humano. Es importante mencionarlo dentro del papel que juega en un mensaje persuasivo, ya que con una fuerte carga emotiva, un discurso logra establecer empatía con los receptores a través de las emociones que pueda generar el emisor del mensaje.

El *pathos* agrupa los recursos que apelan a la afectividad, sentimientos y valores y emociones del receptor, buscando influir a través de las vivencias afectivas que validarán el mensaje no por su contenido, sino por la evocación que este provoca. Finalmente, el *logos*, pretende aumentar la efectividad del mensaje por medio de la argumentación lógica o de la presentación de evidencias, buscando la persuasión a partir de la deducción que hará el receptor a partir de los elementos que se le entregan o de principios generales que él ya acepta (Instituto Peruano de Análisis Político, 2006:9).

En términos generales, “el *logos* alude a la idea de razón y al lenguaje. Por lo tanto, podemos decir que en una obra podemos encontrar un *ethos*, un *pathos* y

un logos, es decir, una personalidad, una emoción y un lenguaje” (Navarro, 2018:s.p.).

### **2.3.3 Persuasión y fuerza**

Así como se emplean estas técnicas que aún permanecen vigentes hasta la fecha, la fuerza es un elemento fundamental dentro del mensaje, ya que lo empodera y hace que su receptor asimile más rápidamente la acción o actitud que se desea lograr.

Es importante recordar que la fuerza es el medio más primitivo para controlar el comportamiento, tomando como base medidas coercitivas. (Interiano, 2002).

Desde la época de la conquista de América, los españoles utilizaron el discurso de la fuerza y la persuasión para conseguir invadir y saquear las tierras de indígenas, así como convertirlos al catolicismo e imponer sus ideales religiosos.

John Sullivan (1995) expone esta situación, en la que explica que durante este proceso se empleó el discurso de la fuerza y persuasión, al referirse a la herramienta que utilizaban los españoles para conseguir sus objetivos.

Para Sullivan, este tipo de discurso tiene dos componentes: la persuasión (para que los indígenas accedieran libremente a la soberanía española) y la fuerza militar (en caso se tuviera una respuesta negativa por parte de los indígenas).

Por otro lado, está la concepción de Interiano (2002) que señala la manifestación de la fuerza en diversos grados que van desde la militar o física, en la que se ejerce la intervención corporal, hasta la fuerza legal que puede constituir la autorregulación social como mecanismo de control.

Entre la persuasión y la fuerza existe un común denominador: ambas fungen como mecanismos de control social (Lerbinger, 1972). Sin embargo, se ha comprobado que, a lo largo de los años, la fuerza ha perdido efectividad dentro de la sociedad, dando paso a la persuasión como primer recurso para conseguir lo que se busca.

### **2.3.4 Grados de la persuasión**

La persuasión como tal debe entenderse que va en tonos o gradaciones: el razonamiento lógico, la retórica y la manipulación (Interiano, 2002).

En el razonamiento lógico, los mensajes dirigidos tratan de llegar a la conciencia y al entendimiento de la persuasión, mediante conceptos que apelan a la razón y a la lógica. Este tipo de persuasión se basa en argumentos con hechos reales o

posibles. Algunos mensajes que se pueden mencionar son los informes científicos o charlas académicas (Interiano, 2002).

En cuanto a la retórica, según referencia de Interiano (2002) sobre la postulación de Umberto Eco (1986), esta utiliza un lenguaje elegante y rebuscado mediante los tropos. Sin embargo, posee un gran valor de persuasión cuando se le utiliza convenientemente y combinada con otros elementos lógicos y de posible comprobación en la realidad.

Por último, la manipulación es una de las formas persuasivas más usadas. Se puede definir como “la intervención consciente y planificada en el cambio de actitudes, opiniones y comportamientos” (Interiano, 2002:89). Todo ser humano es un manipulador en potencia (Enzensberger, 1984), puesto que cuando emite un mensaje puede seleccionar y combinar los elementos de la realidad y traducirlos al mensaje emitido.

### **2.3.5 Vehículos de la persuasión**

La persuasión, desde cualquiera de sus grados, puede transportarse por medio de dos gigantes de la comunicación de nuestro tiempo: la propaganda y la publicidad.

La publicidad es cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado (Kotler y Armstrong, 2008). Es decir, representa el vehículo de la promoción y venta de productos, ya sean estos de servicio o de consumo. “Está concebida y planificada para obtener ganancias materiales directas por parte de los emisores” (Kotler y Armstrong, 2008:117).

Por el contrario, la propaganda actúa como una herramienta para ejercer influencia en la actitud o conducta de la sociedad, se presenta como una fuerza que persuade y dirige, logrando modificar actitudes en los receptores (Villatoro, 1997).

### **2.3.6 Fórmula AIDA como técnica de persuasión**

Interiano (2002) propone que la construcción de un mensaje persuasivo puede basarse en la fórmula conocida como AIDA, que está integrada de la siguiente manera:

- **Atención:** Es un elemento clave para crear mensajes efectivos, tanto en el contexto de la publicidad como en la elaboración de discursos. Interiano (2002:10) sugiere que “un beneficio muy significativo que se describa en el

encabezamiento” debe cumplir con captar la atención del receptor del mensaje para tener una mejor aceptación.

- **Interés:** Con la claridad y fluidez que traslada el contenido del mensaje, el emisor mantendrá el interés de su audiencia.
- **Deseo:** De acuerdo con el autor, durante la elaboración de mensajes se debe pensar en un estímulo para llevar a la audiencia a cumplir un objetivo, pero antes de llegar a ese punto, el mensaje debe “crear un deseo por el producto, idea o servicio. Al receptor se le debe decir cuánto va a ganar utilizando el producto (aunque se trate de ideas, consejos, actividades, posiciones políticas, etc.) y todo lo que se anuncia debe tener un valor” (Interiano, 2002:10).
- **Acción:** La construcción del mensaje que cumpla con las tres características de esta fórmula tiene un solo objetivo: impulsar al receptor a la acción. Ya sea que se busque generar en el receptor la compra de un producto, servicio, el cambio de actitud o la aceptación de una idea.

La acción del receptor se consigue dando a conocer un llamado a la acción claro y conciso. “Es recomendable explicar el qué hacer, cómo hacerlo, por qué hacerlo y dónde hacerlo” (Interiano, 2002:10).

Dos elementos que también es importante mencionarlos, aunque no son parte de esta fórmula de elaboración de mensajes, son:

**i. Sugestión:** Se trata de la aceptación no crítica de una afirmación. De acuerdo con Interiano, publicistas y propagandistas, “elaboran mensajes esperando que las personas acepten una creencia, se formen una actitud y se muevan a la acción, nada más porque ‘alguien lo dice’, sin exigir los hechos comprobados o comprobables” (2002:93).

**ii. Temor:** De este elemento se valen particularmente candidatos presidenciales, quienes suelen infundir temor sobre las acciones que su adversario puede hacer si gana la contienda electoral (Interiano, 2002).

## **2.4 La oratoria**

La oratoria no es más que el arte de hablar con elocuencia (RAE, 2014) y es que para que un discurso cumpla el objetivo de persuasión al público, se necesitan habilidades elocuentes que creen empatía con sus receptores. Es el género literario que tiene como objetivo convencer, persuadir, exponer o conmover por medio de la palabra hablada.

“Lejos de dar reglas arbitrarias, la oratoria se ha formado por la observación y sistematización de experiencias verbales para el discurso persuasivo” (Fernández, 2001:7).

¿Cómo distinguir oratoria de retórica?

La retórica es aplicable a todos los géneros literarios, porque una obra bien compuesta requiere una idea, reunión de material, distribución, adorno, bella expresión de las ideas, merced a la selección y colocación de los vocablos. Cuando el discurso ha de hablarse, siendo indispensable la voz, los gestos y ademanes, el discurso incumbe a la oratoria, que además de las partes de la retórica: invención, disposición y elocución, incluye la acción (Fernández, 2001:8).

El autor argentino Alberto Fernández hace referencia, a que el orador es el hombre de bien que sabe hablar. “Esta definición la invocan quienes ven en la moral y la verdad los fines de la oratoria, sin las cuales no persuade, o si persuadiere sería perjudicial” (2001:11).

La oratoria es un arte práctica enfocada en persuadir. Aún reunidos sus tres elementos esenciales: el orador, el discurso y el auditorio, tampoco habría oratoria si el fin no fuera la persuasión, pues el lenguaje oral dirigido a crear solo belleza o a satisfacer un anhelo de expresión pertenece al género poético (Fernández, 2001:16).

De esta manera, la persuasión no podría darse sin la oratoria y la oratoria sería un recurso desperdiciado si su fin no es persuadir al receptor del mensaje (discurso) que está transmitiendo.

### **2.4.1 La oratoria en el discurso persuasivo**

La oratoria en el discurso se refiere a la exposición oral que tiene como base un texto escrito. La base fundamental de la oratoria en el discurso recae en el hecho de que para ser escuchado hay que saber hablar y expresar elocuentemente el contenido del mensaje.

En ese sentido, la oratoria ejerce como mecanismo elocuente para reforzar el mensaje del emisor y permite que este llegue con fuerza, que cree empatía con su receptor y trascienda en las mentes de quienes lo están escuchando y asintiendo.

## **2.5 Métodos de análisis del discurso**

### **2.5.1 Estructuralismo**

La corriente estructuralista tiene sus orígenes en estudios lingüísticos de Ferdinand de Saussure, los cuales fueron absorbidos posteriormente por campos de la semiología, en los que existen varias posturas respecto de la delimitación de su campo de acción (Pérez Rodríguez, 2014).

El estructuralismo es el nombre que designa al sistema científico y al método que se ocupa del estudio de los datos en el contexto al cual pertenecen, grupos por ejemplo, y además contempla y analiza las relaciones que se establecen entre los mismos para luego verter sus conclusiones; se trata de un método de estudio y enfoque eminentemente descriptivo (Ucha, 2012:s.p.).

El estructuralismo permite analizar mensajes, no solamente a nivel verbal o de códigos paralingüísticos de relevo (texto), sino que también de la parte visual de muchos mensajes que proporcionan distintos medios.

### **2.5.2 Materialismo**

Los orígenes del materialismo, como corriente filosófica de análisis de la realidad, se remontan a los planteamientos realizados por Karl Marx y Frederick Engels, “a través de una concepción materialista de la historia y los fenómenos socioeconómicos característicos de la sociedad en la que se desarrollaron” (Lemus, 2005:44).

Los aportes del materialismo histórico están centrados en las relaciones de poder, ideologías y clases sociales. De esta corriente se dan los niveles de análisis para el discurso descritos por Moreno (1997): a nivel histórico, contextual, terminológico y comparativo, relacionados totalmente con la sociedad.

Dentro del análisis del contexto socioeconómico, “el materialismo busca definir quién es el creador de los mensajes, cómo los traslada, a quién van dirigidos y con qué objeto se transmiten” (Lemus, 2005:45).

El materialismo viene a convertirse en un método complementario y necesario, ya que llena un espacio vacío que dejan el funcionalismo y el estructuralismo,

corrientes que atienden específicamente el mensaje mismo y a sus consecuencias.

### **2.5.3 Pragmatismo**

Desde una perspectiva filosófica, el pragmatismo es una corriente que se originó en el siglo XIX en Estados Unidos. “El pragmatismo sitúa el criterio de la verdad en eficacia y valor del pensamiento para la vida. Se opone, por lo tanto, a la filosofía que sostiene que los conceptos humanos representan el significado real de las cosas” (Pérez Porto y Gardey, 2009:s.p.).

El pragmatismo rechaza los significados invariables y las verdades absolutas. “Al establecer un significado de las cosas a partir de sus consecuencias, el pragmatismo suele ser asociado a la practicidad y la utilidad. Sin embargo, una vez más, esta concepción depende del contexto” (Pérez Porto y Gardey, 2009:s.p.).

### **2.5.4 Funcionalismo**

La teoría funcionalista de la comunicación surge a principios del siglo XX, introducida por la obra de Harold Laswell (1935): *World Politics and Personal Insecurity* y *Propaganda and Promotional Activities*. Sin embargo, fue en 1952, cuando Bernard Berelson, sociólogo estadounidense, definió esta teoría en su obra *Content Analysis in Communications Research*.

Dentro de estas obras se consolidó una teoría que afirma que los medios de comunicación, entendidos como emisores de información, buscan un efecto en su receptor, por medio de la persuasión de su audiencia.

En la psicología, el funcionalismo encuentra su influencia en el pragmatismo americano, que surgió a finales del siglo XIX en Estados Unidos. En ese entonces, se plantea el estudio de la mente a partir de las funciones que cada individuo desarrolla y no desde la estructura de la mente (como lo hacía el estructuralismo) (Pérez Porto y Gardey, 2012).

De tal manera, que en el funcionalismo se estudió sobre todo la interacción de los seres humanos con el medio, las conductas y los efectos que las mismas causan en sus respectivos entornos. Para Pérez Porto y Gardey (2012), William James, James R. Angell y John Dewey son los autores más destacados dentro de la corriente psicológica.

Así como en la psicología, el funcionalismo también estudia fenómenos sociales dentro de la comunicación porque los mensajes pueden cumplir diferentes funciones en el entorno social en que se desenvuelven y permiten comprender el rol de los medios (Lemus, 2005).

Lemus (2005) también explica que, dentro del análisis funcionalista de la comunicación, existen ocho funciones y una disfunción que se pueden cumplir con los mensajes transmitidos a través de medios de comunicación masiva en el entorno social en el que se desarrollan:

- **Función informativa:** Dentro de un medio de comunicación, se tiene como principal función mantener informado al público de lo que ocurre dentro de la sociedad. Se puede percibir una tendencia informativa determinada por la política interna de los medios masivos.
- **Función educativa:** La política de los medios define el espacio destinado a la difusión de mensajes que puedan elevar el nivel cultural de la audiencia que los reciben.
- **Función lúdica:** Lemus plantea que esta es la actividad que absorbe la mayor cantidad de tiempo y espacio dentro de los medios de comunicación y la que produce mayor rendimiento, pues se proporciona entretenimiento a las masas.
- **Función motivadora:** La difusión de imágenes en los medios provoca e incentiva el consumo de productos e información al receptor. El mayor exponente se encuentra en los anuncios publicitarios.
- **Función vicarial:** Se da cuando se sustituye el código de palabras por imágenes o viceversa, permitiendo aclarar el contenido de los mensajes transmitidos.
- **Función catalizante:** Enriquece los mensajes por medio de la combinación de diferentes códigos, que unidos permiten una mejor retroalimentación.
- **Función explicativa:** Puede parecer redundante, pero es sumamente útil para asegurar el efecto que se quiere lograr por medio de los mensajes, pues elimina cualquier posible malentendido que se pueda presentar durante la transmisión del mensaje.

- **Función estética:** Se trata del aspecto espiritual del mensaje, el cual satisface la necesidad natural de belleza, gracia e imaginación.
- **Disfunción narcotizante:** Este es considerado el mayor aporte del método funcionalista, el cual fue definido mediante el análisis de las diferentes funciones de la comunicación.

La mayoría de los programas presentados en los medios, o en su defecto, el contenido de estos es de origen extranjero. Por ende, son portadores de una idiosincrasia ajena a la nuestra. Reproducen una cultura que no es la guatemalteca. Por otro lado, la propaganda y la publicidad que saturan no solo los medios de comunicación sino el entorno en general, divulgan la ideología de los grupos económicamente poderosos, haciendo que sus particulares intereses sean también los de sus receptores (Lemus, 2005:41).

Ambos elementos, la propaganda y la publicidad, funcionan como los reflejantes de una realidad totalmente ajena a la de los receptores, haciendo que estos pierdan sus valores, principios e intereses. También logran que la audiencia pierda la capacidad de discernimiento sobre la información que está recibiendo.

Cabe resaltar que la teoría funcionalista da origen a la técnica de análisis de contenido, debido a su aplicación en el análisis de mensajes tal y como lo proponen autores que se han dedicado al estudio y análisis del mismo y que se detallan a continuación.

### **2.5.5 Análisis de contenido**

El vocablo “análisis” proviene del griego *analysis* (disolución) derivada a su vez de *analuein* (desatar, soltar). Por su parte, el Diccionario de la Real Academia Española (2014) define el término análisis como “distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos”.

Uno de los principales autores del análisis de contenido es Bernard Berelson quien fue comunicólogo y enfocó sus estudios en la persuasión al receptor. En 1952 define el análisis de contenido como la técnica para “estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa” (Fonseca, 2004:46).

Es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto.

Sin embargo, existe un autor que fue predecesor de Berelson: Ludwig Josef Johann Wittgenstein, filósofo, matemático, lingüista y lógico austríaco quien publicó el Tratado Lógico Filosófico.

“Wittgenstein desarrolla su obra a partir de la primera década del siglo XX. Por esta circunstancia histórica respiró profundamente la crisis de la ciencia europea y agudizada sobre todo en el entrecruce de los dos últimos siglos” (Barreiro, 1981:85).

La importancia del Tratado radica en que Wittgenstein basó su investigación en torno al lenguaje y a las capacidades de representación alrededor del mundo. Se abre como una serie de afirmaciones relacionadas con la realidad y estructura del mundo (Barreiro, 1981).

En el Tratado se “constata un proceso analítico que va de lo complejo (totalidad del mundo) a lo simple: hechos, hechos atómicos u objetos” (Barreiro, 191:92).

Wittgenstein plantea un análisis lógico del lenguaje y la realidad, lo que permite adecuar el pensamiento en situaciones y contextos que se desarrolla el lenguaje. A pesar de haberse desarrollado muchos años antes de que surgiera el análisis de Berelson, ya existía un análisis lógico del lenguaje que vino a complementar el análisis de contenido.

Por su parte, el pedagogo social, Fernando López Noguero, en un estudio resumido publicado en la Revista de Educación de la Universidad de Huelva, define que el análisis de contenido gramatical “se basa en la descomposición de la proposición en sus partes constitutivas. El análisis lógico consiste en la descomposición de la frase en las proposiciones que la integran” (2002:170).

Asimismo, el análisis se afianza con el modelo cualitativo de una investigación porque surge como una alternativa al paradigma racionalista, debido a que en las disciplinas de ámbito social existen distintas problemáticas que no se pueden explicar ni comprender en toda su extensión desde la metodología cuantitativa. (López Noguero, 2002).

Dicha metodología de análisis se puede realizar en textos científicos, planes de estudio, leyes, etc., desde el ámbito descriptivo, con el que se busca descubrir los

componentes básicos de un fenómeno determinado extrayéndolos de un contenido dado.

Por su parte, el autor español Jaime Andréu plantea que el análisis de contenido:

Es una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados..., u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos..., el denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimiento de diversos aspectos y fenómenos de la vida social (2002:2).

Asimismo, establece que este análisis debe contar con una estructura similar a la del método científico, con las siguientes características: sistemático, objetivo, replicable y válido.

El método científico es la “ciencia básica y aplicada como un conjunto de pensamientos universales y necesarios, que en función de esto surgen cualidades importantes, como la que está constituida por leyes universales que conforman un conocimiento sistemático de la realidad. Procura una adecuada elaboración de pensamientos universales y necesarios” (Ruiz, 2007:3).

La similitud entre el método científico y el análisis de contenido es que ambos son procedimientos que se emplean en una investigación para descubrir las formas de existencia de los procesos de manera objetiva, para profundizar en conocimientos y llegar a demostrarlos con rigor racional y comprobar las técnicas de su aplicación (Ruiz, 2007).

La objetividad “se refiere al empleo de procedimientos que puedan ser utilizados por otros investigadores de modo que los resultados obtenidos sean susceptibles de verificación” (Andréu, 2002:2).

Mientras que la sistematización hace referencia a procesos ordenados que abarquen el contenido estudiado y observado por completo. Ambos elementos se relacionan con la réplica o reproductividad de cualquier instrumento de investigación científica, de manera que las reglas que lo constituyan sean objetivas y explícitas, así como aplicables a todas las unidades de análisis (Andréu, 2002:3).

“Todo contenido de un texto o una imagen puede ser interpretado de una forma directa y manifiesta o de una forma soterrada de su sentido latente”, explica Andréu Abela (2002:2).

En ese sentido, existen dos aspectos fundamentales dentro del análisis de contenido: texto y contexto.

El primero se refuerza por los datos expresos (lo que el autor dice), y los latentes (lo que dice sin pretenderlo) cobran sentido y pueden ser captados dentro de un contexto. Este último se refiere al marco de referencias que contiene toda la información que el receptor del mensaje puede recibir de antemano o inferir a partir del texto mismo para interpretar el contenido.

#### **2.5.5.1 Características del análisis de contenido**

Las características detalladas por Fernando López Noguero (2002) se centran en el ámbito cualitativo y responden a los siguientes hechos:

- El investigador, instrumento de medida: El criterio del investigador es esencial para filtrar los datos. Para evitar la subjetividad, el investigador debe valerse de una “subjetividad disciplinada”, que requiere: autoconciencia, examen riguroso, reflexión continua y análisis recursivo.
- No suele probar teorías ni hipótesis: Es un método para generar teorías o hipótesis.
- No tiene reglas de procedimiento: Las variables no quedan definidas operativamente ni suelen ser susceptibles de medición. La base está en la intuición y en los aspectos artísticos del producto. La investigación es de naturaleza flexible, evolucionaria y recursiva.
- Holística: Abarca el fenómeno en su conjunto.
- Recursiva: El diseño de la investigación es emergente, es decir, que se va elaborando a medida que avanza la investigación.
- Categorización: La metodología cualitativa se basa en el uso de categorías, las cuales toman cada uno de los elementos o dimensiones de las variables investigadas y que van a servir para clasificar o agrupar, según ellas, las diversas unidades.
- Análisis estadístico: Generalmente no permite un análisis estadístico. En ocasiones se pueden hacer recuentos de frecuencias y categorizaciones, pero solamente cuando se está muy seguro de lo que se cuenta.
- Hallazgos no previstos: Si estos aparecen, son incorporados a la misma.

En conclusión, se puede interpretar que el método de análisis de contenido es una técnica en la que se analiza no el estilo del texto que se pretende estudiar, sino más bien las ideas expresadas en él.

### 2.5.5.2 Estructura del análisis de contenido, según Bernard Berelson

Pérez Rodríguez (2014), incluyó dentro de su tesis un esquema de análisis de contenido, basado en el autor Bernard Berelson, en el que expone las características relevantes del contenido de un mensaje, transformadas en unidades que permiten su descripción y análisis preciso, lo cual se graficó de la siguiente manera:

**Figura 1**  
**Análisis de contenido según Berelson**



Fuente: Pérez Rodríguez, (2014:49).

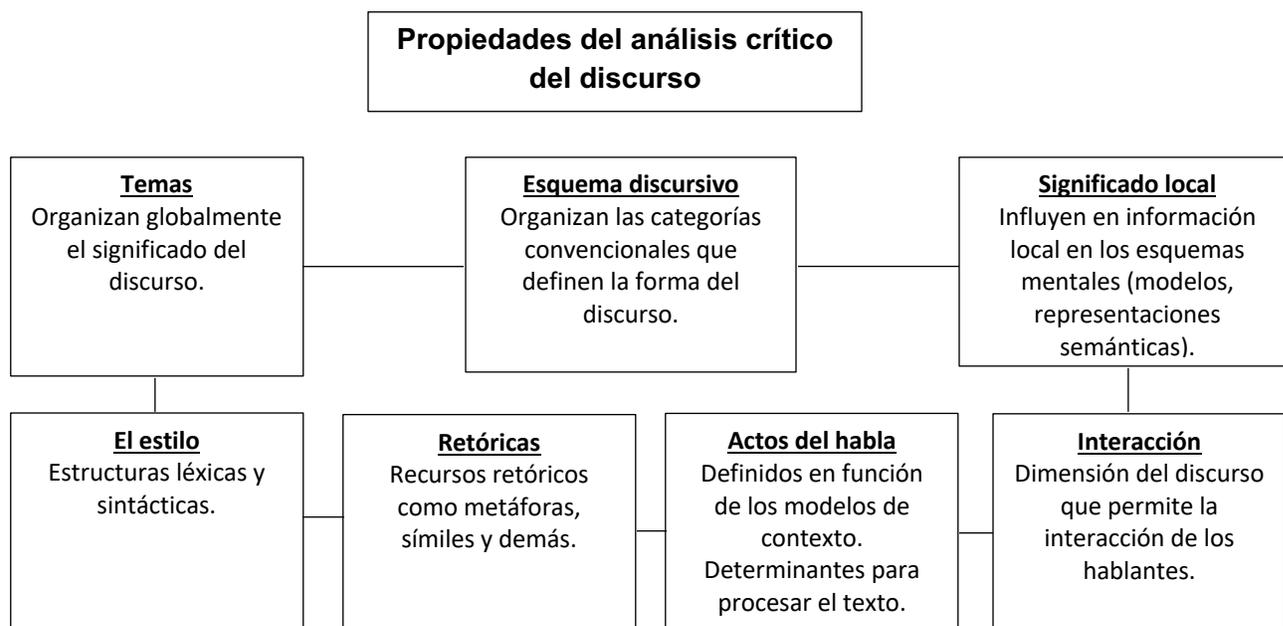
## 2.5.6 Estructura del análisis crítico del discurso, según Teun A. van Dijk

El análisis crítico del discurso es un término introducido por el autor holandés Teun A. van Dijk, quien dirige sus estudios a la investigación crítica y analítica sobre el discurso.

Su objetivo principal es estudiar “el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social político”, según Pérez Rodríguez (2014), quien hace mención a la definición que le da el propio Van Dijk al análisis crítico del discurso.

Tal y como lo expone su autor, el ACD (como se le suele denominar en abreviatura), no es tanto una dirección, escuela o especialidad como se definen los estudios del discurso; más bien, busca ofrecer una manera o perspectiva distinta de teorización, análisis y aplicación a través dicho campo de investigación.

**Figura 2**  
**Propiedades del análisis crítico del discurso, según Teun A. van Dijk**



Fuente: Pérez Rodríguez, (2014:49).

El objetivo del ACD es generar conocimientos, crítica o debate con propiedad intelectual, análisis de objetivos con respecto al objeto de estudio.

También invita a la praxis para que los profesionales multidisciplinariamente al realizar este tipo de análisis realicen cambios, que son producto de la investigación o, al menos, reflexionen con criterio sobre los resultados obtenidos. (Pérez Rodríguez, 2014).

## **2.6 Guatemala**

Para entender el contexto social en el que se llevó a cabo el proceso electoral del 2015, se hizo un repaso general por estadísticas del ámbito económico y educativo del país que ayudan a conocer el entorno en que se desarrolla la población y cómo esto se transforma en un fenómeno a favor de los candidatos presidenciales, en este caso Jimmy Morales, para ganar adeptos y seguidores que ayuden a conseguir el triunfo electoral.

Con ese propósito se hizo una recopilación de datos principalmente enfocados en la educación y pobreza, así como la interpretación de estos, para dar paso al estudio y análisis de la estructura discursiva de Morales durante la primera vuelta electoral de 2015.

### **2.6.1 Situación socioeconómica 2014 - 2015**

Uno de los problemas con mayor alcance en el país es la pobreza, debido a la falta de recursos en los departamentos.

La incidencia de la pobreza y pobreza extrema se resalta con mayor proporción en las personas que residen en el área rural con respecto a las que habitan sectores urbanos, de acuerdo con una investigación publicada por Prensa Libre titulada “Cifras de Guatemala” (2016).

En dicha investigación, se recopilan datos importantes de los índices de pobreza y pobreza extrema registrados en 2015, y parte del 2016, según información consultada al Instituto Nacional de Estadística (INE).

El 59% de la población (total de Guatemala) equivalente a al menos nueve millones 370 mil personas viven en los rangos de pobreza y pobreza extrema. El indicador incrementó 8.1 puntos porcentuales respecto de la medición hecha en el 2006, cuando se situó en 51.6% (Prensa Libre, 2016:14).

Prensa Libre, que cita datos de la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (Encovi) del 2014, informa que el 23% de la población -3.6 millones de habitantes- vive en pobreza extrema. La cifra registra un crecimiento en comparación con mediciones del 2000 y el 2006, que la ubicaron en 15.7% y 15.3%, respectivamente.

En ese sentido, datos reflejan que Alta Verapaz es el lugar donde se registra una mayor concentración de pobreza extrema a nivel nacional, con 653 mil 697 habitantes, es decir, 53% de la población del departamento, y en el caso de pobreza, 359 mil personas, equivalente al 29% de sus habitantes (Prensa Libre, 2016).

En segundo lugar, se ubica Quiché, Totonicapán y Chiquimula con 41% de la población en pobreza extrema. Asimismo, la Encovi registró que el 35.93% de la población en los tres departamentos se encuentra en pobreza no extrema, que representa cinco millones 679 mil personas (Prensa Libre, 2016).

### **2.6.1.1 Pobreza rural**

La Encuesta Nacional de Condiciones de Vida 2014 (Prensa Libre, 2016), ha registrado un incremento en los índices de pobreza extrema en el área rural.

El indicador del área rural se ubicó en el 2014 en 35%, mientras que en el 2000 y el 2006 fue de 23% y 24% respectivamente. Los resultados expuestos en el estudio señalan que los habitantes que viven en la ruralidad, en el rango de extrema pobreza, no cuentan con acceso a los servicios básicos y carecen de una estructura productiva.

El indicador también registró un aumento en el área urbana y alcanzó 11%. En el 2000 fue de 2.8%, mientras que en el 2006 de 5.3% (Prensa Libre, 2016).

Asimismo, el informe señala que las mujeres indígenas y los menores de 15 años que residen en el área rural tienen mayor incidencia de pobreza extrema en relación con los que viven en el sector urbano.

Algunos de los factores que afectan principalmente son el analfabetismo, la falta de construcción de vivienda, acceso a drenajes y red de electricidad, que influyen de manera proporcional en quienes viven en la ruralidad.

### **2.6.1.2 Datos estadísticos**

- El 67% de las casas de las personas en extrema pobreza tienen piso de tierra.
- El 84% cuenta con techo de lámina metálica.
- El 52% tiene acceso a red de energía eléctrica.
- El 9.6% cuenta con una conexión de cable para televisión.
- El 98% utiliza leña para cocinar.

## **2.6.2 Educación: Panorama 2014-2015**

En el documento Cifras de Guatemala (Prensa Libre, 2016) se mencionan datos del Ministerio de Educación, tomados de su página de internet, en el que se refleja que cuatro millones 151 mil 28 niños y adolescentes fueron inscritos en algún nivel educativo -preprimaria, primaria, básicos y diversificado- en 2014. La cifra es menor a la registrada en el 2013, cuando hubo cuatro millones 202 mil 10.

El nivel educativo que más inscritos reportó es la primaria, con 2.4 millones, seguido de los tres grados del ciclo básico, con 769 mil 163. Mientras que del nivel diversificado se registró un total de 981 mil 865. Sin embargo, del total de inscritos solo fueron promovidos en ese periodo 569 mil 207 alumnos, lo que marca un retroceso en comparación con el año anterior (Cifras de Guatemala, 2016).

### **2.6.2.1 Datos estadísticos**

- El primer grado registró el 20.52% de la población estudiantil.
- Los indígenas matriculados fueron 933 mil 696.
- El 57% de hombres inscritos son repitentes.
- 552 niños trabajaron mientras estudiaban en la primaria en el 2014.
- 322 jóvenes trabajaron mientras estudiaban en diversificado en ese mismo año.

### **2.6.2.2 Analfabetismo**

En el 2014, el Ministerio de Educación reportó que 1.3 millones de personas -de 15 años y mayores de esa edad- no sabían leer ni escribir (Prensa Libre, 2016).

Los departamentos que concentraban el mayor número son Alta Verapaz, Huehuetenango, Quiché y Guatemala, y los que menos analfabetas registraron en ese mismo periodo fueron El Progreso, Zacapa, Retalhuleu, Santa Rosa y Sacatepéquez.

Durante ese mismo año, Conalfa inscribió a 135 mil 550 personas para enseñarles a leer y escribir en el idioma español. De esa cantidad, solo 90 mil 429 fueron promovidas en las diferentes etapas que impartió la institución.

### **2.6.2.3 Registro de escuelas públicas**

En Guatemala hay 58 mil 138 establecimientos educativos (Prensa Libre, 2016) en los niveles de preprimaria, primaria, básicos y diversificado. El control económico de la mayoría de estos lo tiene el Ministerio de Educación.

El departamento de Guatemala concentra la mayor cantidad de centros privados con 8 mil 571 -la ciudad tiene 3 mil 965 y el departamento 4 mil 606-, mientras los establecimientos oficiales se concentran en Alta Verapaz, San Marcos y Quiché. Los datos se reflejan en el portal del Mineduc, citados por Prensa Libre.

Por aparte, la educación superior está a cargo de 14 universidades, solo una de ellas es del Estado (Universidad de San Carlos de Guatemala).

Del total de establecimientos, el 66% está a cargo del sector oficial. Sin embargo, algunas de las escuelas fueron temporalmente inhabilitadas por diferentes factores, entre estas las dañadas por los dos terremotos ocurridos en San Marcos.

La educación primaria y superior es un factor determinante dentro del panorama político, especialmente durante el periodo electoral que se registra en el país.

Este periodo es utilizado por líderes políticos para darse a conocer, pero lo hacen tomando ventaja de lugares y áreas donde los niveles de educación y pobreza registran menores avances. Por lo que, no es sorpresa que los candidatos enfoquen sus esfuerzos en hacer campaña en estas áreas del país, pronunciando, en la mayoría de las ocasiones, un discurso popular y coloquial que ayuda a reforzar su imagen para posicionarse en la audiencia receptora.

## **2.7 Sistema político y democracia en Guatemala**

Conjunto de interrelaciones políticas objetivas (entre instituciones, Estado, partidos, grupos de presión, grupos de interés, clases sociales, organizaciones internacionales y nacionales, económicas, científicas, medioambientales y culturales) y subjetivas (normas, conciencias, tradiciones, culturas políticas, formación de políticas, toma de decisiones) tendentes a una organización sistémica de la producción y reproducción sobre la base del equilibrio (Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala, 2015:15).

En el estudio “Financiamiento de la Política en Guatemala”, elaborado por la Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala (CICIG), presentado en 2015, se hace un repaso del sistema político del país, a partir de la era democrática.

Según el documento, “desde 1984, el sistema político guatemalteco ha venido adquiriendo una serie de características que lo hacen diferenciarse del resto de países de la región” (CICIG, 2015:16).

Dichas características son la “fluidez del sistema de partidos; la volatilidad electoral; la concentración de la oferta electoral en el centro y la derecha del

espectro político; el peso de los poderes fácticos; y la continuidad del *statu quo* económico y social” (CICIG, 2015:16).

Durante los 30 años de elecciones, se han creado más de 50 partidos y 35 de ellos han desaparecido, mientras que cada uno ha participado únicamente en un promedio de 1.6 procesos electorales (CICIG, 2015).

A esta fluidez de partidos hay que sumarle una sociedad guatemalteca fraccionada que se puede percibir desde el nivel étnico, las diferencias entre lo urbano y lo rural, “así como la existencia de un etos racista y excluyente en las élites” (CICIG, 2015:16).

Como consecuencia de las características sociales y culturales de los guatemaltecos y del sistema político, se da una ausencia de partidos ideológicos y programáticos, a lo cual se suma una oferta electoral inestable, acompañada de la oferta mediática que provoca una tendencia dudosa entre los votantes, que se registra de una elección a otra y producen cambios significativos cada dos ciclos electorales. (CICIG, 2015).

Es importante recordar que, como indica el primer párrafo del Artículo 184 de la Constitución de la República de Guatemala:

El presidente y vicepresidente de la República serán electos por el pueblo para un periodo improrrogable de cuatro años, mediante sufragio universal y secreto.

Por tal razón, cada cuatro años el país se somete a un proceso electoral para renovar al mayor representante del país. Las elecciones generales tienen como objeto elegir presidente y vicepresidente de la República, diputados al Congreso, corporaciones municipales del país, diputados al Parlamento Centroamericano titulares y suplentes (Art. 184, 1985).

Se trata de un proceso democrático que permite a los guatemaltecos elegir el líder que manejará el gobierno del país durante un período de cuatro años.

La democracia, según Torres Rivas y Boneo, citado por Azpurú, Blanco, Córdova, Loya, Ramos y Zapata, (2000:25) se define como

La búsqueda de un tipo ideal de convivencia entre ciudadanos cuya elaboración se utiliza para comparar, normativamente, situaciones históricas diversas. De esa comparación, las experiencias vivas de democracia real se aproximan o se alejan según los ingredientes con los cuales se haya construido el tipo ideal.

Por otro lado, Joseph A. Schumpeter, referido por Pilar Simón en el sitio Jotdown.es (2014), postula que la democracia es un sistema institucional para tomar decisiones políticas, que vela porque se cumpla el bien común al motivar a los ciudadanos para que elijan a un grupo (una élite) de personas capaces de reunirse y llevar a cabo la voluntad popular.

De esta manera, la participación electoral asegura la competencia entre grupos calificados que buscan el apoyo popular, lo que se traduce en una visión restrictiva de Shumpeter, en que el voto no es más que el instrumento para elegir a la élite dirigente (Azpurú, *et al.*, 2000).

Existe otro autor que hace referencia a la democracia, se trata de Alexis de Tocqueville, quien en su libro “La democracia de América”, un referente histórico de cómo la sociedad siempre ha luchado por la igualdad de condiciones.

Para Tocqueville, la libertad en las sociedades democráticas es un bien superior que debe sobreponerse a la igualdad, ya que a pesar de que es un rasgo común de la historia de la humanidad, no necesariamente es algo bueno (Simón, 2015).

También se pueden detectar diferentes acepciones del término democracia y puede destacarse en dos sentidos: democracia política y democracia como estado social.

Según la primera acepción (política), la democracia sería un conjunto de determinadas formas políticas, entre las cuales cabe destacar el principio de la soberanía popular. Pero la noción tocquevilliana de democracia apunta sobre todo a un estado social cuyo hecho generador, cuyo principio único, es la igualdad de condiciones tras la destrucción del Antiguo Régimen. La igualdad de condiciones trae consigo la movilidad social (Simón, 2015:s.p.).

Otro personaje histórico, referente de la democracia y la libertad es el expresidente estadounidense Abraham Lincoln, quien con su reflexión se hace cada vez más evidente la necesidad de su doctrina en pleno siglo XXI.

De las palabras de Lincoln se deduce que las bases y cimientos del gobierno democrático, que con tanta precisión y certeza describió, son hoy más que nunca válidos para todos los países que luchan por reconquistar la democracia como sistema político y como experiencia de vida (Márquez, 2015:s.p.).

Con su frase célebre de: “El gobierno del pueblo, por el pueblo y para el pueblo no desaparezca de la faz de la tierra”, la democracia de Lincoln se refiere a que los gobernantes están obligados a rendir cuentas al pueblo.

## **2.8 Jimmy Morales**

En una entrevista publicada en la sección de Hemeroteca de Prensa Libre (2015), cuando aún era candidato presidencial, Morales se describió como “poco indisciplinado”, en cuanto a su formación educativa, durante su periodo como estudiante de primaria y básicos.

Morales nació en la ciudad de Guatemala, el 18 de marzo de 1969. Durante su entrevista, se calificó como un hombre de fe, trabajador, constante y definió a su familia de clase trabajadora.

Sus estudios de primaria, básicos y diversificado los realizó en el Instituto Evangélico América Latina, donde se graduó de Perito Contador. Posteriormente ingresa al Seminario Teológico Bautista a estudiar un profesorado en Teología y, de forma simultánea, ingresa a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, donde obtiene la Licenciatura en Administración de Empresas.

En 1990, desarrolla la asesoría financiera y gestión bancaria para la pequeña y mediana empresa. A partir de aquí nace su espíritu de empresario y comunicador, además, aprovecha sus dotes de actor para formar una carrera.

Ha sido docente en la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) y en la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), ha fundado empresas propias, es guionista de cine y actor.

Llevó a cabo estudios en producción audiovisual en Radio Televisión Española en Madrid, España, y ha participado en un gran número de diplomados de administración pública y políticas públicas.

### **2.8.1 Trayectoria profesional y política**

Jimmy Morales es un artista de 48 años que forjó una carrera como comediante junto a su hermano Samuel, conocido artísticamente como Sammy. Ambos fundaron la Corporación Moralejas en 1999, por medio de la cual produjeron programas televisivos transmitidos en señal de alcance nacional (Coronado, 2015).

Su programa principal y el que ganó una gran audiencia fue la teleserie dominical Moralejas, que se empezó a transmitir en Canal 7 en el 2000. El programa continúa al aire a nivel nacional y a través de cable llega a Estados Unidos.

En su época como actor, Morales interpretaba a personajes como Neto, un hombre de oriente del país con botas, sombrero y bigote; Black Pitaya, un hombre originario de Izabal de tez afroamericana y cabellera crespa; y el cabo Morales, de la Tropa Loca.

Su única participación política, previa a optar al puesto más alto del país, fue en 2011 cuando se postuló como candidato a alcalde de Mixco, municipio del departamento de Guatemala, durante las elecciones generales con el partido Acción de Desarrollo Nacional (ADN) logrando el tercer lugar de los comicios.

Dos años después de no ganar la alcaldía de Mixco, se alió al Frente de Convergencia Nacional (FCN – Nación), y según cita la revista Contrapoder (Coronado, 2015), la candidatura de ese proceso electoral era un ensayo presidencial, un acercamiento para competir por la presidencia con mayores posibilidades en las elecciones de 2019.

Sin embargo, el país atravesó una de las peores crisis políticas en años. El 25 de abril de 2015 ocurrió la primera manifestación pacífica para exigir la renuncia de la vicepresidenta Roxana Baldetti, quien, tras darse a conocer su implicación en la red criminal dedicada al cobro de sobornos en las principales aduanas del país, conocida como La Línea, así como la del entonces presidente Otto Pérez Molina, desató la crisis política más polémica de los últimos años, llevando a ambos funcionarios a renunciar de sus puestos.

En medio de la crisis, FCN anunció la candidatura presidencial de Jimmy Morales y la hizo oficial el 17 de mayo de ese mismo año. El 25 de octubre Jimmy Morales logró la victoria en las urnas electorales, al ganar la segunda vuelta electoral.

### **2.8.2 Frente de Convergencia Nacional**

La Hemeroteca de Prensa Libre (2015:s.p.) publicó un resumen sobre la historia de la creación de dicho partido político, que “nace de una iniciativa de Morales por participar en la política en 1998, después de regresar de España, donde estudiaba”.

Según relata el medio, la consolidación del partido político se dio luego de que Morales conociera la historia de Alcázar, una fortaleza militar ubicada en la ciudad de Toledo. Durante su recorrido por el lugar, conoce la historia del coronel José Moscardo, quien en 1936 defiende el cuartel durante dos meses. Luego, lo amenazan para que deje la lucha y desaloje la fortaleza.

El jefe de la milicia de Toledo contacta a Moscardo para informarle que tenía preso a su hijo, que lo mataría en 10 minutos si no se rendía y salía del lugar. Luego, su hijo Luis lo llama para confirmarle la situación, pero este en lugar de ceder le dice a su hijo que se encomiende a Dios y que morirá como un héroe por su país. Por suerte, no consumaron tal acto y su hijo solamente fue arrestado (Prensa Libre, 2015:s.p.).

Tal historia está llena de honor y patriotismo, según este medio de comunicación, que influyó significativamente en Morales quien se identificó con la falta de nacionalismo que padece una mayoría significativa de la población guatemalteca.

### **2.8.2.1 Primeros acercamientos**

El 5 de diciembre del 2007, el Registro de Ciudadanos recibe la inscripción del Frente de Convergencia Nacional – FCN, como partido político. Pero no fue hasta el 12 de junio de 2008, cuando se entrega la notificación oficial a Roberto “Pirri” Cruz, secretario general de la nueva agrupación política.

El 31 de agosto de 2009, el FCN renueva su comité ejecutivo municipal durante un acto celebrado en la sede del partido, ubicada en la zona 1 capitalina. Un total de 60 integrantes del partido votó por los integrantes del nuevo comité.

En 2011, por su parte, Jimmy Morales da comienzo con las gestiones necesarias con diferentes partidos políticos, con el propósito de ser aceptado como candidato para la alcaldía de Mixco.

Esta experiencia lo hace vivir de cerca la realidad de la política nacional, en especial el tráfico de influencias y la compraventa de candidaturas. Hace contactos con varios partidos, pero no consolida nada formal y siente que varios de ellos lo desplazan por otros candidatos que salen de repente y son nombrados por los mismos partidos (Prensa Libre, 2015:s.p.).

Sin embargo, su primera postulación fue con el partido Acción de Desarrollo Nacional (ADN) que lo nombra su candidato, logrando el tercer lugar de los comicios.

Este fue su primer contacto con la política nacional, motivándolo a crear su propio partido político, de esta manera nace la idea de formar el partido Pro Formación Nación, nombre inspirado en su principal propuesta, el nacionalismo.

### **2.8.2.2 Proceso de formación de FCN-Nación**

A mediados de 2012, Morales da inicio a una serie de reuniones con amigos y seguidores para cumplir con la creación del partido, según la Ley Electoral y de Partidos Políticos.

Para entonces, el partido FCN carecía de estructura y liderazgo político. Varios integrantes eran personas longevas, entre ellos Edgar Ovalle, Gabriel y Yolanda Sian, Gregorio López y Milton Sánchez.

Durante este proceso de formación, Morales ofrece renovar la institución con su equipo de trabajo. Tras la propuesta en más de 55 asambleas municipales y 12 departamentales, finalmente se consolida el proyecto FCN-Nación con la comitiva que postuló a Morales como candidato presidencial.

El 10 de marzo de 2013, Morales es nombrado por las nuevas bases como secretario general de la nueva agrupación política. Finalmente, el 4 de febrero del 2015, el partido cumple el requisito de llegar a los 22 mil 23 afiliados que ordena la Ley Electoral y de Partidos Políticos.

El 17 de mayo de 2015, Morales fue proclamado candidato a la Presidencia de Guatemala para las elecciones generales, cuyo discurso fue pronunciado en la sede del partido, ubicada en la zona 1 de la ciudad de Guatemala.

### **2.8.3 Plan de gobierno de Jimmy Morales**

El plan de gobierno que el presidente Jimmy Morales plantea cumplir durante su gestión (2016 – 2020), está basado en las siguientes prioridades presidenciales (Gobierno de Guatemala, 2016):

- Tolerancia cero a la corrupción y modernización del Estado.
- Seguridad alimentaria y nutricional, salud integral y educación de calidad.
- Fomento de la micro, pequeña y mediana empresa (mipyme), turismo, vivienda y trabajo digno y decente.
- Seguridad ciudadana.
- Ambiente y recursos naturales.

Dentro del plan señala que su gobierno asumirá el Plan Nacional de Desarrollo K'atun Nuestra Guatemala 2032, el cual fue formulado por el Consejo Nacional de

Desarrollo Urbano y Rural (2012 – 2016) por medio de diálogos, talleres, reuniones y foros organizados a nivel municipal, departamental y nacional.

El K'atun 2032 establece la ruta y el horizonte de los gobiernos que dirigirán el rumbo del país durante los próximos años. También orienta el desarrollo nacional al tener en cuenta las prioridades sociales, económicas, ambientales, institucionales y territoriales (Gobierno de Guatemala, 2016:9).

Según se remarca en el plan de gobierno de Morales, las acciones de este se enfocarán en las instituciones del Organismo Ejecutivo para desarrollar y atender la problemática actual, la realización del bien común y lograr el bienestar y la prosperidad de Guatemala (Gobierno de Guatemala, 2016).

Dentro del ámbito político existen dos conceptos que se necesitan definir: Táctica y estrategia, ambos son importantes para la elaboración de un plan de gobierno y ejecución de este.

La palabra estrategia tiene su origen del latín *strategia* (provincia bajo el mando de un general) y este del griego *στρατηγία strategía* que significa oficio del general y derivado de *στρατηγός stratēgós* que significa general (RAE, 2014). La RAE plantea tres definiciones de estrategia: “Arte de dirigir las operaciones militares. Arte, traza para dirigir un asunto. Proceso regulable y conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento” (RAE, 2014:s.p.).

La estrategia surge del ámbito militar, sin embargo, se ha desarrollado en diferentes ámbitos como el político.

“La estrategia se constituye en un aspecto muy importante en las decisiones que deben tomar las personas que tienen a cargo la gestión de una organización (o gobierno), en la que hay recursos de todo tipo que deben ser utilizados en forma óptima para cumplir con las políticas y metas trazadas” (Contreras, 2013:3).

En cuanto a la táctica, esta la define la RAE como el “método o sistema para ejecutar o conseguir algo” (2014:s.p.). La táctica confluye con la estrategia, pues cambia en función de los planes que se establezca con la estrategia (Iñigo, 2010).

Para Iñigo, “en política lo decisivo es contar con una estrategia que desorganice los planes concretos del adversario (en este caso, del partido en el poder), y que

abra un cauce a la acción directa de las masas con nuestros militantes a la cabeza" (2010:s.p.)

## **Capítulo 3**

### **Marco metodológico**

#### **3.1. Tipo de investigación**

Esta investigación fue cualitativa-descriptiva, con recursos de gráficas y estadísticas que sirvieron de complemento para fundamentar acciones analizadas, en el desarrollo de la presentación de resultados.

Al respecto, tal y como lo proponen Roberto Hernández, Carlos Collado Fernández y Pilar Lucio Baptista, autores destacados en metodologías de la investigación social, “el enfoque cualitativo, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación” (2003:10).

Por lo regular, las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y este es flexible, y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. Su propósito consiste en ‘reconstruir’ la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido (Hernández *et al.*, 2003:10).

#### **3.2 Método de análisis**

El discurso es una de las formas de comunicación verbal más antiguas heredadas hasta nuestra era moderna, con el cual se convence a grandes masas de adoptar una conducta o una acción que se puede conducir por medio de vehículos persuasivos, en ocasiones, estructurado tan perfectamente que logra alcanzar los resultados de quien lo ha escrito o pronunciado.

A raíz de su importancia dentro del contexto social, existen métodos de análisis que brindan soporte teórico para entender la estructura, el mensaje y el llamado a la acción que se logra por medio de un discurso oral.

Para este análisis particularmente se utilizó una base estructuralista que permite un desglose específico del discurso. Para el desarrollo del análisis se utilizó la fórmula AIDA, explicada por Interiano (2002) como técnica persuasiva (cfr. 2.3.6), y el nivel de presentación utilizado por Moreno (1998). Este método y fórmula ayudaron a trasladar una interpretación de tres discursos pronunciados por Jimmy Morales, durante la primera vuelta electoral de 2015.

En cuanto a los niveles del análisis del discurso, estos se adecuaron a las necesidades de la investigación desde su perspectiva persuasiva, acompañada de la fórmula AIDA (Interiano, 2002), aquí aplicada como técnica de análisis persuasivo. A continuación, se desglosan los niveles que componen el análisis e interpretación de los resultados.

- **Nivel de presentación:** Se brinda una introducción del objeto de estudio de manera que describe cómo está constituida la muestra, características físicas del discurso, lugar y fecha en la que fueron pronunciados, su extensión, entre otras.
- **Nivel de construcción del mensaje:** Dentro de este apartado se describe la manera en cómo el discurso fue construido, su fluidez y estructura que mantiene según el lugar en el que se pronuncie. También se analizó el tiempo que dedicó el entonces candidato presidencial a cada tema que buscaba dar a conocer a su audiencia.
- **Nivel de unidades diferenciales:** Moreno (1997) lo plantea como un Nivel Contextual, que se identifica como los operadores semánticos y la frecuencia de palabras que reflejan, incluso, la esencia misma del mensaje.

Este nivel, dentro de la interpretación de resultados, sirvió como base de análisis de las palabras que pronunció con mayor frecuencia Jimmy Morales y que caracterizaron su mensaje en general.

- **Nivel de técnicas de persuasión:** Para desarrollar el nivel de técnicas de persuasión se utilizó la fórmula AIDA (Interiano, 2002), que ayudó a analizar la estructura del discurso del entonces presidenciable Jimmy Morales, los elementos que conformaban su mensaje y las técnicas persuasivas expuestas en la interpretación del discurso.

### 3.3 Objetivos de la investigación

#### - **Objetivo general**

- Determinar la técnica persuasiva para analizar el discurso de Jimmy Morales durante el periodo de campaña electoral de primera vuelta en 2015.

## - **Objetivos específicos**

- Enumerar los elementos utilizados durante los discursos pronunciados en mitines de la campaña electoral del presidente Jimmy Morales.
- Analizar el discurso con las técnicas de persuasión propuestas por Carlos Interiano, a través de la fórmula AIDA.
- Establecer la estructura formulada dentro del mensaje del discurso de Jimmy Morales y cómo ésta influyó en su victoria que lo llevó a la presidencia del país.

### **3.4 Instrumentos**

- Fichas bibliográficas y de síntesis.
- Guías de análisis de contenido.
- Tablas infográficas.
- Gráficas.

### **3.5 Técnicas**

- Matriz de contenido.

### **3.6 Universo**

El universo está constituido de 30 discursos que pronunció Jimmy Morales durante los mitines celebrados en la campaña proselitista previa a la primera vuelta electoral.

### **3.7 Muestra**

Para el estudio y análisis se tomará el 10 por ciento del universo, que equivale a una muestra de tres discursos que pronunció Morales en la primera vuelta electoral, los cuales son:

- Discurso de proclamación en ciudad de Guatemala, 17 de mayo 2015.
- Mitin de Jimmy Morales en Paseo de la Sexta, 22 de junio de 2015.
- Mitin de Jimmy Morales en Mazatenango, cabecera del departamento de Suchitepéquez, el 2 de agosto de 2015.

### **3.7.1 Criterio de selección de la muestra**

El objeto de estudio de esta investigación fue el discurso de Jimmy Morales, por lo que se seleccionaron tres discursos que corresponden a un criterio de muestra cualitativa por conveniencia, ya que fueron los casos disponibles a los que se tuvo acceso (Creswell, 2008 citado por Vincenty).

## **Capítulo 4**

### **Análisis e interpretación de resultados**

#### **4.1. Nivel de presentación**

La primera vuelta electoral de 2015 fue determinante para consolidar los candidatos que competirían por el poder ejecutivo del país. Así se dio con el presidente Jimmy Morales, ante un registro de sucesos que impactaron la situación política y social del país y que lo llevaron a convertirse en la primera opción para guatemaltecos y guatemaltecas.

El periodo que abarcó la primera ronda electoral de Morales fue del 17 de mayo al 4 de septiembre de 2015, fechas en las que el entonces candidato pronunció 30 discursos en diferentes lugares del país. Sin embargo, dentro de la investigación se tomó una muestra cualitativa por conveniencia de tres discursos (cfr 3.5.1):

- Discurso 1: Proclamación de candidatura del presidente Jimmy Morales, pronunciado el 17 de mayo de 2015 en la sede del partido FCN-Nación.
  
- Discurso 2: Pronunciado en Paseo de La Sexta, ubicado en la ciudad capital, el 22 de junio de 2015.
  
- Discurso 3: Pronunciado en Mazatenango, departamento de Suchitepéquez, el 2 de agosto de 2015.

#### **4.1.1 Características generales del discurso**

El discurso del mandatario Jimmy Morales es de esencia nacionalista y populista, emotivo y coloquial. En los tres discursos presenta un mensaje fácil de entender, con vocabulario popular para brindar facilidad de entendimiento a su público.

Es un discurso político lleno de cargas emotivas, que hace referencia a vivencias diarias que padecen los guatemaltecos y que las hace propias. En el discurso él se presenta como uno más del público y como la persona que entiende sus problemas porque también los ha vivido. Apela al sentimiento nacionalista porque utiliza recursos con los que se identifica la sociedad guatemalteca y con el que logró empatía y confianza para conseguir su objetivo final: el voto.

#### **4.1.1.1 Discurso 1: Proclamación de candidatura**

El 17 de mayo de 2015, Jimmy Morales anunció su candidatura oficialmente en la sede del partido FCN-Nación, donde estuvo rodeado de miembros del partido, junta directiva y su compañero de fórmula, Jafeth Cabrera.

Con un inminente apoyo de sus seguidores, Morales pronunció un mensaje energético, popular e incluso se valió de recursos metafóricos y bíblicos que lo ayudaron a fundamentar su mensaje, que lo llevó hasta el punto de derramar algunas lágrimas y levantar la euforia de quienes lo escuchaban.

#### **4.1.1.2 Discurso 2: Paseo de La Sexta**

El Paseo de La Sexta es un lugar icónico para los capitalinos se ha posicionado como un referente de comercios en la ciudad, tanto a nivel histórico y político; es una ubicación importante para reunir a un grupo de seguidores y realizar un mitin ya que se considera un punto clave y céntrico para realizar este tipo de actividades.

Durante esta presentación, del 22 de junio de 2015, el presidente Jimmy Morales estuvo acompañado de su equipo de trabajo, con su imagen proselitista y la música representativa de su campaña electoral.

Rodeado de banderas del partido, silbatos y algarabía de su audiencia, el entonces candidato reforzó su mensaje de campaña con el eslogan de “Ni corrupto, ni ladrón”, en este discurso se pudo apreciar mayormente la frase de su campaña.

Otro eslogan importante que comenzó a cobrar fuerza fue el de “La vieja y la nueva política”, con el que Morales se presentaba a sí mismo como una persona nueva, un nuevo contendiente que no había estado involucrado en política.

#### **4.1.1.3 Discurso 3: Mazatenango**

El tercer discurso en estudio, del 2 de agosto de 2015, fue pronunciado en el parque central de Mazatenango, cabecera del departamento de Suchitepéquez. En este se pudo observar una cantidad significativa de asistentes, que con gran

entusiasmo recibían al actor que da vida a personajes del programa Moralejas y con quienes, el público, sentía identificación cuando Morales los traía a colación.

Al igual que en su discurso pronunciado en Paseo de La Sexta, el entonces candidato hizo hincapié en su eslogan de “Ni corrupto, ni ladrón”, al que el público respondía con gran respaldo y que brindó un refuerzo de su mensaje transmitido.

Es importante mencionar que, al momento de concluir su alocución, Morales presentó al equipo de trabajo que estaría representando al partido en el departamento, ocupando puestos dentro del consejo municipal.

#### **4.1.2 Tiempo y temas desarrollados en los discursos**

Los discursos estudiados fueron breves, con una duración de un máximo de 30 minutos. Es un tiempo apropiado para mantener la atención de la audiencia y que esta no se aburra con el transcurrir del tiempo, el cual fue un elemento clave de la estrategia proselitista de Morales, ya que lograba resumir en un corto periodo de tiempo su intención y posicionar su mensaje casi inmediatamente.

**Cuadro 2**  
**Duración total de los discursos**

<b>Discurso</b>	<b>Duración</b>
Discurso 1: Proclamación de candidatura	00:28:02
Discurso 2: Paseo de La Sexta	00:19:25
Discurso 3: Mazatenango	00:31:32

Fuente: Elaboración propia con base en duración de discurso. Guatemala, 2017.

Por otro lado, el tiempo que Jimmy Morales dedicó a cada tema de su discurso también fue medido mediante instrumentos utilizados. Aunque no todos los discursos que pronunció eran iguales, mantenían un hilo conductor, destacando algunos temas según el objetivo de cada uno.

##### **4.1.2.1 Discurso 1: Proclamación de candidatura**

Durante su discurso de proclamación de candidatura del 17 de mayo, ocupa el 29% del tiempo total al tema de la corrupción, resaltando que su gobierno encabezaría una lucha frontal contra la corrupción, sin mencionar acciones

específicas. Brinda datos estadísticos de este tema y hace una analogía de cómo el “robo al pueblo” afecta las altas tasas de desnutrición en el país.

Hoy por hoy muchos funcionarios públicos le roban al pueblo de Guatemala cerca de 45 mil millones de quetzales al año; oigan bien, 45 mil millones de quetzales. Eso equivale a 3 mil millones de comidas al año, a precio de 15 quetzales el plato de comida. Suficiente para alimentar, dándole desayuno, almuerzo y cena, a 2 millones 700 mil niños durante todo un año. ¿Qué prefieren ustedes? ¿Dinero en la bolsa de políticos corruptos? O prefieren niños bien alimentados (público murmura: niños bien alimentados) (Morales, 17/05/2015).

**Gráfica 1**  
**Temas abordados durante discurso 1**



Fuente: Elaboración propia con base en medición de tiempo desarrollado por temas principales. Guatemala, 2016.

Otro de los temas que mayor participación representó en el discurso fue el llamado al voto que ocupó el 15% del tiempo total. En tanto, un 14% fue para el tema de educación en el que explicó un ejemplo de su vida personal y el apoyo de su madre hacia él y sus hermanos; en este caso, hace especial referencia a su hermano Sammy.

Temas como su promesa de gobierno, impuestos, desnutrición, eliminación de privilegios y las protestas de ese año ocuparon menos del 10% del total de su tiempo y cuya duración fue de menos de dos minutos.

El discurso del presidente Jimmy Morales se caracterizó por contar con referencias metafóricas y nacionalistas, por eso citó una frase del escritor Juan Diéguez Olaverri, y con la cual hizo referencia a cómo el país estaría en mejores condiciones si se atendieran los sectores de salud y educación, temas que fueron clave en su mensaje para los ofrecimientos de su gobierno.

Qué cara esa frase ¡Guatemala feliz! Juan Diéguez Olaverri, allá en la cumbre de los Cuchumatanes, inspirado por la belleza, escribió un poema que dice: ¡Caros horizontes! Y es que es cara la frase “Guatemala feliz”, para que haya felicidad en Guatemala debe haber salud y hay que invertir en esa salud. Para que sea Guatemala feliz debe haber gente educada, capacitada, preparada y es cara la educación. Es cara esa frase, pero les pregunto: ¿Puede Guatemala? Sí puede. ¿Puede Guatemala? Sí puede (público responde). Pues yo me apunto a ser el que dirija esto, pero necesitamos que todos nos apuntemos y digamos ¡sí se puede! (Morales, 17/05/2015).

El siguiente cuadro (3) indica los temas a los que hace referencia Jimmy Morales, el minuto en que inicia a hablar del tema, el minuto en que finaliza y el total de minutos en los que expone de dichas temáticas.

De la misma manera se desarrollaron los cuadros siguientes de los discursos analizados. Es importante señalar que los temas fueron colocados según el orden en que iban siendo pronunciados por Morales en cada discurso.

**Cuadro 3**  
**Tiempo dedicado a cada tema durante discurso 1**

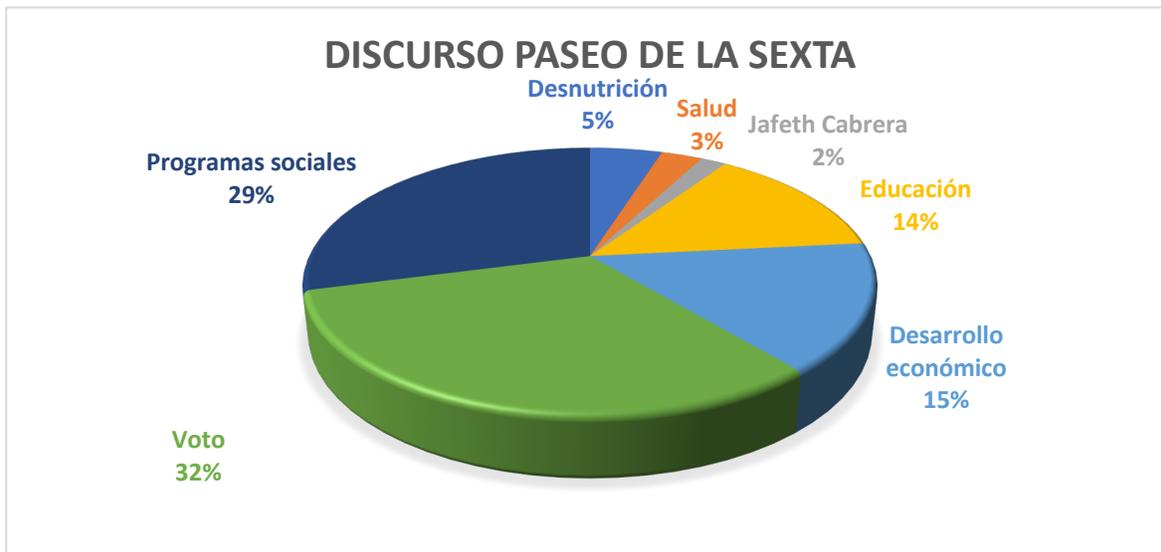
<b>Discurso de proclamación</b>			
<b>Temas</b>	<b>Minuto inicio</b>	<b>Minuto fin</b>	<b>Total</b>
Promesa de gobierno: Mejoras en educación y salud	00:00:50	00:01:37	00:01:02
	00:08:51	00:09:06	
Corrupción	00:02:15	00:06:07	00:04.52
	00:20:27	00:21:07	
Impuestos	00:07:53	00:09:30	00:01:37
Voto	00:12:08	00:14:26	00:02:18
Educación	00:14:34	00:14:59	00:02:07
	00:15:59	00:17:22	
	00:18:31	00:18:50	
Desnutrición	00:19:16	00:20:25	00:01:09
Eliminación de privilegios	00:22:30	00:24:12	00:01:42
Protestas 2015	00:24:48	00:26:05	00:01:17
Otros temas			00:00:13
Tiempo total			00:28:02

Fuente: Elaboración propia con base en análisis de tiempo del discurso. Guatemala, 2017.

#### **4.1.2.2 Discurso 2: Paseo de La Sexta**

Por otro lado, durante su alocución pronunciada el 22 de junio de 2015, su mayor énfasis fue en el llamado al voto del público presente, ocupando el 32% del tiempo total. Aquí hizo uso del símbolo “V”, de victoria, como él lo plantea, e invita a los asistentes a hacer dicha señal para expresar su apoyo.

**Gráfica 2**  
**Temas abordados durante discurso 2**



Fuente: Elaboración propia con base en medición de tiempo desarrollado por temas principales. Guatemala, 2017.

El segundo tema con mayor tiempo de su discurso, con un 29%, fueron los programas sociales: aquí precisamente da a conocer su punto de vista acerca de los programas sociales y cómo estos eran utilizados por otros candidatos políticos como herramienta para llamar al voto, haciendo uso del recurso del temor (cfr. 2.3.6) de una manera muy sutil. En este extracto de su discurso se puede apreciar su referencia a ellos:

En manos de un trabajador el machete es una herramienta fabulosa para el trabajo. Pero en manos de un criminal, es un arma asesina. Esos son los programas sociales, no son buenos ni son malos. Pueden ser utilizados para bien, para educar, para alimentar al hambriento porque hay que alimentarlo, para curar al enfermo porque hay que curarlo. Lo que no se vale, lo que no se vale es condicionarlo y decirle que si no hace lo que tiene que hacer porque yo se lo ordeno, no se lo doy. A esos condenémoslos con no darles nuestro voto (Morales, 22/06/2015).

En la gráfica 2, también se expone que la educación volvió a tener relevancia en este discurso, ocupando el 15% sobre los temas que dio a conocer como parte de su plan de gobierno. Con este tema, Morales tomaba referencias personales para relatar a la audiencia cómo la educación es una herramienta indispensable para el desarrollo humano.

Con el mismo porcentaje (15%), el entonces candidato hizo énfasis en la importancia del desarrollo económico del país y que este se lograría, impulsando planes especiales para apoyar la micro, pequeña y mediana empresa.

El cuadro (4) también indica el minuto en que empezaron a aparecer cada tema, el orden y el total de tiempo en minutos y segundos que tuvo cada uno de ellos.

**Cuadro 4**  
**Tiempo dedicado a cada tema durante discurso 2**

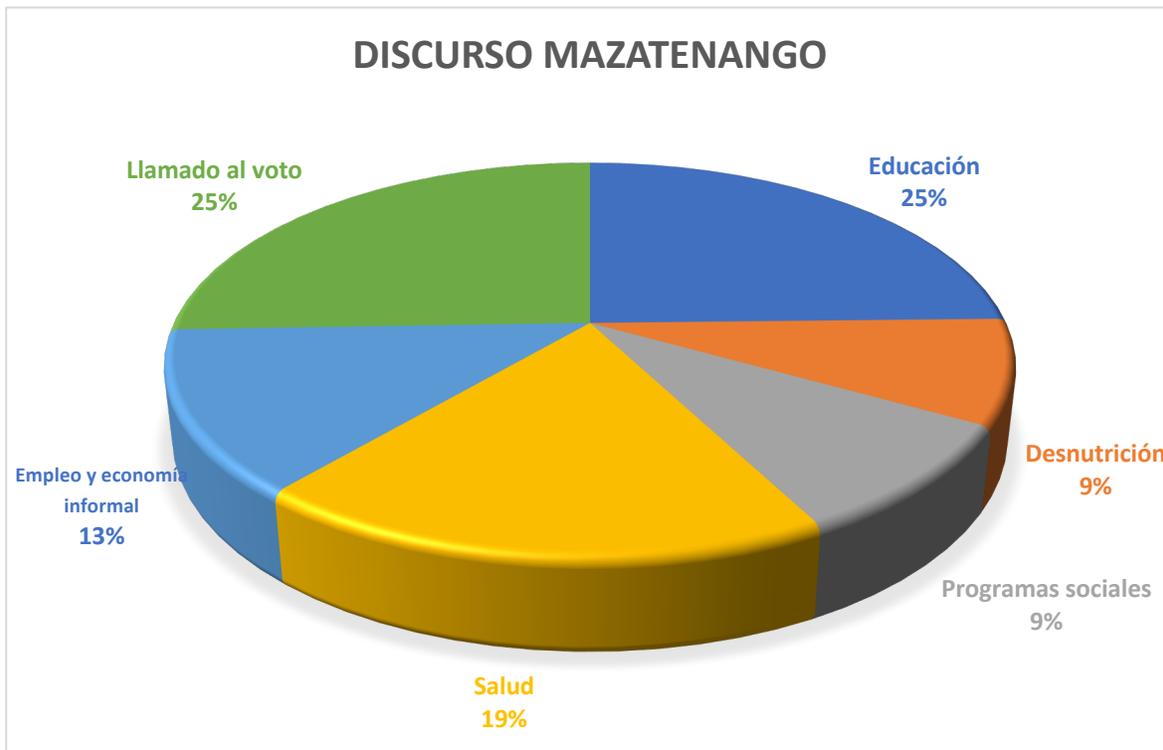
<b>Discurso Paseo de La Sexta</b>			
<b>Temas</b>	<b>Minuto inicio</b>	<b>Minuto fin</b>	<b>Total</b>
Desnutrición	00:03:26	00:04:03	00:00:37
Salud	00:05:49	00:06:10	00:00:21
Jafeth Cabrera	00:04:06	00:04:19	00:00:13
Educación	00:03:07	00:03:25	00:01:05
	00:05:01	00:05:48	
Desarrollo económico	00:08:43	00:10:00	00:01:17
Voto	00:10:12	00:12:53	00:02:41
Programas sociales	00:15:35	00:17:54	00:02:19
Otros temas			00:10:52
Tiempo total			00:19:25

Fuente: Elaboración propia con base en análisis de tiempo por tema. Guatemala, 2017.

#### **4.1.2.3 Discurso 3: Mazatenango**

Por último, en su discurso pronunciado en Mazatenango, el 2 de agosto de 2015, Jimmy Morales cambia su tendencia hacia un lenguaje más coloquial, más representativo de los asistentes. Aquí, Morales enfocó sus esfuerzos en el llamado al voto (25%), invitando a los oyentes a votar por su candidatura con el símbolo de “V” que representaba al partido FCN-Nación; con esta señal física logra que los asistentes se sientan identificados e incluso respondían, haciendo el signo con sus dedos índice y medio: “Este es mi voto”.

**Gráfica 3**  
**Temas abordados durante discurso 3**



Fuente: Elaboración propia con base en medición de tiempo desarrollado por temas principales. Guatemala, 2017.

El tema de la educación ocupó un mismo porcentaje de tiempo que el llamado al voto (25%), con el cual exponía su experiencia personal como referencia para dar a conocer la importancia de apoyar las mejoras que él proponía para el sector de la educación en el país. De esta manera, se daba a conocer como una persona igual a quienes escuchaban atentos su mensaje porque lograba que los receptores se identificaran con él.

En cuanto al tema de la salud, que ocupó un 19%, Morales aprovechó la coyuntura para dar a conocer a su compañero de fórmula, el Dr. Jafeth Cabrera, y a quienes presentó brevemente su experiencia como médico y cómo esta aportaría en concretar sus promesas de gobierno.

**Cuadro 5**  
**Tiempo dedicado a cada tema durante discurso 3**

<b>Discurso Mazatenango</b>			
<b>Temas</b>	<b>Minuto inicio</b>	<b>Minuto fin</b>	<b>Total</b>
Educación	00:04:33	00:07:53	00:04:20
	00:12:00	00:13:00	
Desnutrición	00:13:34	00:15:20	00:01:46
Programas sociales	00:15:29	00:17:25	00:01:56
Salud	00:18:01	00:19:20	00:03:21
	00:20:10	00:21:07	
	00:21:31	00:22:36	
Empleo y economía informal	00:22:53	00:24:35	00:01:42
Voto	00:25:42	00:25:56	00:04:35
	00:26:35	00:30:56	
Otros temas			00:13:52
Tiempo total			00:31:32

Fuente: Elaboración propia con base en análisis de tiempo dedicado a cada tema.  
Guatemala, 2017.00

Como se ha mencionado anteriormente, la estructura general del discurso de Jimmy Morales se mantenía, aunque variaba algunos temas o incluía otros que no aparecían en todos los discursos.

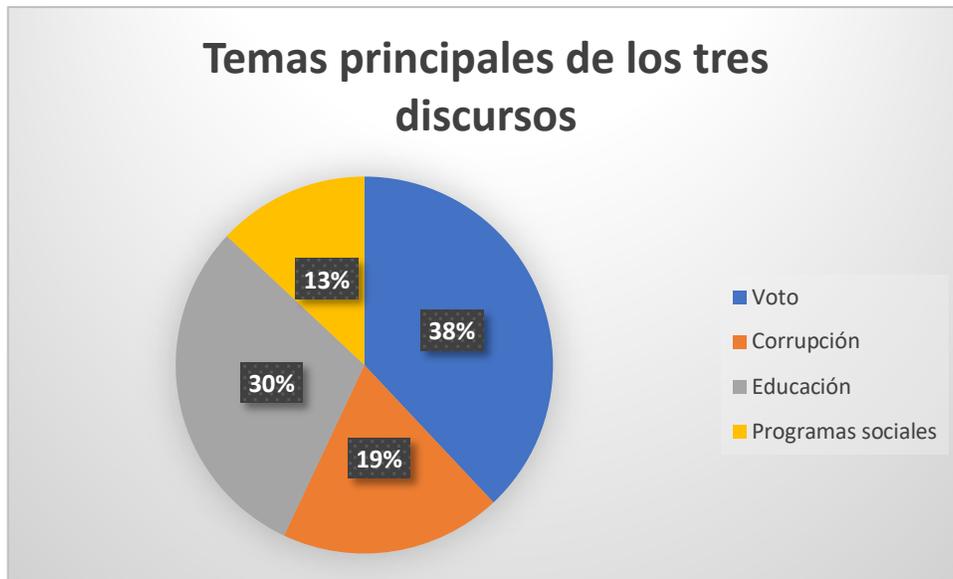
#### **4.1.2.4 Temas abordados en los tres discursos**

Al tomar los temas con mayor relevancia de cada discurso, se detectó que hubo dos que destacaron en cada uno de ellos: voto y corrupción. Los temas de educación y programas sociales también tuvieron una fuerte presencia en los tres discursos, pero en menor porcentaje.

La gráfica (4) permite conocer la estructura del discurso con los temas que tuvieron mayor relevancia en tiempo de duración y con la cual se logró evidenciar un patrón que se repetía en cada uno de los tres mensajes.

00

**Gráfica 4**  
**Tiempo total de temas abordados en los tres discursos**



Fuente: Elaboración propia con base en análisis de temas por tiempo. Guatemala, 2017.

En los tres discursos el voto ocupa un mayor porcentaje sobre todos los demás temas. Con la señal “V” que Morales formaba con sus dos dedos, medio e índice, logró crear el deseo de los receptores de emitir su voto. Y no precisamente el voto hacia él, sino ejercer el derecho ciudadano que cada uno posee.

Además de la señal que el entonces presidenciable realizaba, la frase “una persona, un voto”, fue una expresión que cobró fuerza conforme iba pronunciando sus discursos. Por tal razón, el voto y el llamado a este ocupó el 38% del tiempo que ocupó en sus tres alocuciones, al sumar el tiempo que dedicó en cada una de ellas.

La educación fue el segundo tema que mantuvo en sus tres discursos, ocupando el 30% de estos. Con este tema, Morales lograba crear empatía con sus oyentes, utilizando recursos como sus antecedentes personales y familiares, que se resumían en vivencias que todos los guatemaltecos experimentan diariamente.

En tercer lugar, se detectó el tema de la corrupción con un 19%, con el cual, exponía su rechazo hacia la situación que se vivía durante la época electoral y cómo, durante su gobierno, iba a apoyar la lucha contra esta. Sin embargo, este

tema fue pronunciado únicamente en el discurso 1, pero cobró relevancia por el tiempo que le dedicó.

Con un 13%, los programas sociales fueron el cuarto tema de mayor relevancia en sus discursos 2 y 3. Esto debido a que señalaba explícitamente su rechazo hacia la manera en que, gobiernos anteriores, manejaban los recursos de estos programas.

Este tema también creaba empatía con los asistentes, pues al momento en que lo exponía, estos reaccionaban enérgicamente para apoyar su mensaje y crear expectativa de la manera en que lo trabajaría durante su gobierno, a pesar de que no dio a conocer alguna estrategia de trabajo para los programas sociales.

**Cuadro 6**  
**Tiempo dedicado a temas abordados en los tres discursos**

<b>Temas más relevantes en los tres discursos</b>					
<b>Temas</b>	<b>Discurso 1</b>	<b>Discurso 2</b>	<b>Discurso 3</b>	<b>Tiempo total</b>	<b>%</b>
Voto	0:02:18	0:02:41	0:04:35	0:09:34	38
Corrupción	0:04:52			0:04:52	19
Educación	0:02:07	0:01:05	0:04:20	0:07:32	30
Programas sociales		0:02:19	0:01:05	0:03:24	13

Fuente: Elaboración propia con base en tiempo analizado por temas principales. Guatemala, 2017.

En el cuadro (6) se detalla el tiempo en minutos dedicado en cada discurso de los temas principales, el tiempo total de cada uno y en porcentaje, como se grafica anteriormente, de cuánto representó. Es importante conocer resumidamente el tiempo que ocupó cada tema en general en los tres discursos, porque ayudó a entender la mayor intención de Morales al pronunciar sus mensajes.

El voto fue el de mayor relevancia porque era la acción que quería impulsar en sus receptores. Mientras que la corrupción, educación y los programas sociales fueron temas que complementaron su mensaje.

#### **4.2 Nivel de construcción del mensaje**

En este nivel se detalla la estructura del mensaje, cómo estuvo constituido y fue presentado al público. Aunque existe una diferencia entre su primer discurso, cuando fue proclamado como candidato del partido FCN-Nación, y los otros dos discursos pronunciados en sus mitines, existe una clara esencia del mensaje y es

atraer al público por medio de su oratoria, ganar su aceptación y darse a conocer en el ámbito político.

Estos elementos se pudieron identificar en cada uno de los discursos analizados, su estructura estaba cimentada y orientada a crear empatía con la audiencia, conseguir su aceptación e identificación con los temas que se exponían en él.

Como parte del análisis y observación detallada, se logró detectar la estructura en cómo estaba construido cada discurso, guardando un hilo conductor similar entre los tres, aunque lo adecuaba y cambiaba sus frases según el lugar en el que se encontraba. Esta es la estructura identificada:

### **i. Introducción**

Morales aprovecha para abrir sus discursos utilizando referencias bíblicas y metáforas, tales como la historia de “la novia y el novio mentiroso”; la referencia de Jesús y César, historias personales, etc., para captar la atención de sus receptores, logra que estos se identifiquen con lo que está diciendo y da lugar a que permanezcan atentos al desarrollo de su mensaje.

### **ii. Desarrollo del discurso**

Este se dividió en dos partes:

#### **➤ Temas de su plan de gobierno**

Señalaba los ejes en los que basaría su plan de gobierno: educación y salud. Otros temas con mayor presencia fueron la corrupción y los problemas de desnutrición crónica que existen en el país.

#### **➤ Llamado al voto**

Cada discurso contó con un espacio destinado a llamar al voto de los simpatizantes. Dentro de la estructura de su discurso, se pudo detectar un patrón en este apartado, el cual estimulaba al público a hacer una señal con sus manos, así como una frase especial

que utilizaba para impulsar el apoyo a su candidatura y consolidando su mensaje hacia este objetivo: ganar el voto de quienes lo escuchaban.

### **iii. Cierre**

Al concluir sus discursos, Jimmy Morales hacía su promesa de gobierno, induciendo a las personas a votar por él y su partido, aunque este llamado podía estar antes del cierre de su discurso.

## **4.2.1 Discurso 1: Proclamación de candidatura**

### **4.2.1.1 Introducción**

Al empezar el discurso de su proclamación como candidato, Morales abrió sus primeras líneas con una referencia de la historia de Poncio Pilato y Barrabás:

Así es que hoy voy a leerles un discurso que también salió del corazón, pero antes de leer ese discurso, quiero remontarlos a dos milenios atrás. Había un juicio y un hombre llamado Pilatos (sic) salió al balcón y dijo: “¿A quién escogéis? ¿A Jesús de Nazareth llamado el Cristo o a Barrabás?” y el público gritó: “Barrabás”. Dos mil años han pasado y el pueblo sigue escogiendo a los malos (Morales, 17/05/2015).

De esta manera, el entonces candidato presidencial utilizó la referencia de Poncio Pilato para ejemplificar la situación, en ese momento, de Guatemala, y cómo el pueblo ha elegido mal a sus gobernantes en el pasado.

Además de su mensaje esperanzador, Jimmy Morales abrió sus discursos con alguna referencia bíblica con la que lograba captar la atención de la audiencia, exponiéndoles un tema con el que ellos podían identificarse, ya que ha sido parte del contexto religioso de muchas personas que conocen esta historia.

### **4.2.1.2 Desarrollo del discurso**

Jimmy Morales giró sus discursos en dos temas principales: Plan de gobierno y llamado al voto.

## **i. Plan de gobierno**

Los puntos importantes que propuso como parte de su plan de gobierno, durante el discurso de proclamación fueron: Lucha contra la corrupción, eliminación de privilegios y educación.

En ese sentido, Morales tomó como referencia la crisis política del gobierno en turno y la utilizó como ejemplo para pronunciar su rechazo a la corrupción y la eliminación de privilegios, de manera que durante su gobierno eso iba a ser de “carácter urgente”.

Me han preguntado sobre un plan de gobierno, bueno, les voy a decir cuáles son las acciones a seguir:

Acción primera, con carácter urgente, lucha frontal contra la corrupción. La experiencia me dice que, con las acciones más simples, se puede resolver los problemas hasta más extremos en cualquiera de los ámbitos en los que nos desarrollamos. El gobierno de Guatemala no es la excepción y tengo una propuesta de solución simple al problema que secuestra en gran parte la oportunidad de lograr un bienestar común que es el que nos plantea la Constitución Política de la República en el artículo número uno. Esa simple acción tiene nombre y es una frontal lucha contra la corrupción (Morales, 17/05/2015).

Al referirse al tema de la educación, Morales recuerda su infancia y expone las vivencias de su madre, las cuales utiliza recurrentemente en sus discursos, quien fue un pilar importante para su formación académica.

Yo tuve la oportunidad de estudiar en colegio público, perdón en colegio privado porque mi madre tenía el sueño de que nosotros fuéramos profesionales. Ella enviudó cuando tenía yo tres años, mi hermano mayor cinco, mi hermana menor tenía cuatro meses de embarazo.

Así es que mi mamá sin haber podido estudiar se quedó con un niño “feito” de cinco años y un niño hermoso de tres años (risas del público): Esperando un tercero, y dijo: “Mi hijo va a ser doctor”. Vio a mi hermano. De mí no dijo nada, como que no le inspiré mucho, ¿verdad? (risas del público). Pero ella tenía un

sueño, de que sus hijos salieran adelante. Gracias a mi madre y gracias al estudio, hemos salido adelante; sin el amor del padre y de la madre o de la familia, tampoco se puede (Morales, 17/05/2015).

## **ii. Llamado al voto**

El análisis del llamado al voto se explicará en el apartado de “Nivel de técnicas de persuasión” (cfr. 4.4), pero dentro de la construcción del mensaje, el estímulo de generar esta acción en la audiencia se resalta por medio de un simbolismo familiar y del que, Jimmy Morales, hace uso para impulsar la aceptación del discurso pronunciado.

Esto va a semejar muchas cosas. Alguien pensará que es paz y amor, perfecto. Alguien va a decir, dos son mejor que uno. Un principio bíblico que dice: “Dos son mejor que uno”, porque si uno se cae hay alguien que lo levante: Si alguien viene contra uno de los dos, hay dos para defenderse. Si uno de los dos siente frío, hay otro que le ayudará a calentarse. Dos son mejor que uno. Cordón de muchos dobleces no se rompe fácilmente (Morales, 17/05/2015).

Para reforzar este símbolo, Morales empoderaba a las personas con una sola frase: “Una persona, un voto”, lo cual provocaba euforia y algarabía en la audiencia, logrando la aceptación del público.

[...] ¡Levanten la mano así y digan: ¡Este es mi voto! ¡Este es mi voto! Y convenzamos a toda Guatemala de que con esta arma que nos da la democracia podemos ganarles a todos los grandes. Este es mi voto. Este es mi voto. Este es mi voto. Este es mi voto (Morales, 17/05/2015).

### **4.2.1.3 Cierre**

El presidente Jimmy Morales cierra su discurso con un mensaje de que, al ganar las elecciones, su gobierno rendirá cuentas al pueblo, se caracterizaría por la transparencia de su gestión y del Congreso. De esta manera logra concluir su discurso.

El cierre engloba la presentación oficial de su candidatura, de su compañero de fórmula y del partido que lo representa, haciendo un llamado al voto y a confiar en su postulación:

Tenemos que pedirle el vuelto. A todos. Jafeth, te van a pedir vuelto. Diputados, les van a pedir vuelto. Ahora díganme: “Jimmy, te vamos a pedir vuelto”. [El público responde: Jimmy, te vamos a pedir vuelto].

No va a haber necesidad, yo se los voy a devolver antes, créanlo [el público aplaude] (Morales, 17/05/2015).

## **4.2.2 Discurso 2: Paseo de La Sexta**

### **4.2.2.1 Introducción**

El segundo discurso que forma parte de esta investigación, lo pronunció Jimmy Morales en el Paseo de La Sexta de la ciudad de Guatemala. Este lugar nació en 1773, tras los terremotos de Santa Marta y surgió como la denominada “Calle Real” que se orientaba de norte a sur dando comienzo desde la Plaza Mayor y finalizando en la plaza de San Francisco, la 13 calle actualmente (Guatemala.com, 2017)

Eventualmente la Sexta Avenida cobró protagonismo durante el gobierno del expresidente Rafael Carrera quien decidió construir una nueva plaza que llevaría el nombre de Plaza La Victoria y posteriormente se transformaría en el Parque Concordia.

Este lugar ha sido clave en la historia de la ciudad y consecuentemente se volvió popular gracias a sus comercios e importancia histórica y política. La Sexta se fue utilizada por el presidente Jimmy Morales como un lugar clave para ganarse la aceptación de comerciantes, peatones y adeptos a su partido político.

Los asistentes al mitin político eran, en su mayoría, vendedores ambulantes que se dedican a la economía informal en las cercanías del lugar, característica que se pudo detectar cuando Morales expuso extractos de su vida personal como vendedor ambulante del mercado La Terminal.

Tal y como lo hizo en su discurso pronunciado en Mazatenango, Jimmy Morales se presentó como su personaje “Neto”, del programa Moralejas. De esta manera lograba captar la atención de sus espectadores desde las primeras líneas de su pronunciación.

¿Cómo está Guatemala? Qué lindo, me siento muy contento de estar acá, abrigado por el cariño de todos ustedes. Yo sé que algunos tienen dudas de si soy Nito o soy Neto, soy Neto. No soy bonito, pero soy coqueto, ¿sí? Pero lo más importante no es saber si soy Nito o si soy Neto, sino que a ustedes les consta que no soy corrupto ni ladrón. Me dijeron: ¿por qué sacó una campaña acusando a los demás? ¡Mentira! Yo, no soy corrupto ni ladrón. El que tenga el guante que se lo plante [ovaciones] (Morales 22/06/2015).

En la introducción también utilizó como recurso una metáfora acerca de Guatemala, con la que logró ovación, risas y aplausos de los asistentes.

Hemos vivido una situación difícil y les voy a contar por qué: Porque estamos viviendo en democracia y la democracia es difícil de entenderla.

Les voy a contar una historia, de una novia que tenía un novio mentiroso. Le decía: “Te amo. ¿De veras? ¿cuánto me amas? Yo por ti me cruzaría el océano nadando. ¿De veras? Sí. ¿Qué más? Yo por ti me atravesaría el desierto sin tomar un sorbo de agua. ¿De veras tanto me amas? Sí. Yo por ti me enfrentaría al ejército con un cortaúñas como arma. ¿De veras tanto me amas? Sí. ¿Me vas a venir a ver hoy en la noche? Si no llueve llego. (Risas del público)

Y nos reímos, nos reímos, pero esa ha sido la realidad de Guatemala, donde la novia es el pueblo y el mentiroso es el político (Morales 22/06/2015).

#### **4.2.2.2 Desarrollo del discurso**

Una peculiaridad identificada en sus tres presentaciones fue que el desarrollo de su discurso lo adecuaba a las circunstancias y perfil de los asistentes. En su discurso pronunciado en Mazatenango logró empatía con el 65% de las mujeres de escasos recursos que estaban presentes, mencionando su historia de infancia.

Por otro lado, durante el discurso pronunciado en Paseo de La Sexta, este se enfocó mayormente en su experiencia como vendedor ambulante de La Terminal, haciendo alusión a su pasado y cómo, con su historia de perseverancia, logró posicionarse como candidato presidencial.

Vendí plátanos en el mercado de Santa Luisa y tengo a mi madre, una viuda que creía en la educación. Y dijo: “Mi hijo va a ser doctor”, viendo a Sammy. De mí no dijo nada, como que no le inspiré mucho, ¿verdad? [risas del público]. Pero ella se comprometió con sus hijos a darnos educación y yo creo en la educación, soy el ejemplo vivo de que en Guatemala hay capacidad, lo que no hemos tenido es oportunidad (Morales, 22/06/2015).

## **i. Plan de gobierno**

Asimismo, hizo mención especial de su plan de gobierno y dos de los pilares en los que enfocaría sus esfuerzos al momento de alcanzar la presidencia: salud y educación. Pero, nuevamente, explicaba el panorama general de Guatemala en el contexto de salud y educación, sin mencionar acciones concretas de su plan de gobierno.

Y si aun creyendo en la educación, que sé que es la herramienta que el hombre guatemalteco necesita, que la mujer guatemalteca necesita para triunfar en la vida. Tengo que anteponer a la educación la salud, basada en una política de seguridad alimentaria y nutricional para poder asegurar que los niños, cuando lleguen a las escuelas, lleguen nutridos y alimentados para aprender ciencia, para aprender civismo, para aprender moral y para poder luchar por esta gran nación que se llama Guatemala.

Ya les dije dos cosas en las que nos vamos entonces a concentrar, salud y tenemos a un experto (señala a Jafeth Cabrera), la educación, tienen mi compromiso porque sé que la educación cambia el rumbo de las naciones (Morales, 22/06/2015).

Ambos ministerios del gobierno las mencionó en su discurso previo a este, sin embargo, en esta presentación incluye un tercer objetivo de gobierno que es la inversión en la pequeña y mediana empresa y, aquí, nuevamente trae a colación su experiencia como vendedor de plátanos en un mercado.

Y hay una tercera cosa, hay una tercera cosa en la que vamos a invertir. Vendí plátanos en el mercado de Santa Luisa y soy nieto de zacapanecos. Nací en la capital, nací en la capital, pero soy zacapaneco, porque zacapaneco nace donde se le pega la regalada gana, dicen por allá. Pero más que ser zacapaneco y haber crecido en Chinautla y haberme desarrollado en Mixco y haber estudiado toda mi vida en la capital, me siento más orgulloso de

decir soy 100 por ciento guatemalteco, legítimo representante del pueblo guatemalteco [ovación del público] (Morales, 22/06/2015).

En cuanto al apoyo presidencial a la pequeña y mediana empresa, Morales únicamente explica anécdotas de esta etapa de su vida, generando confianza con su audiencia y dándose a conocer como uno de ellos, pero sin mencionar detalles de su plan de acción para mejorar las condiciones de los trabajadores del sector empresarial.

## ii. Llamado al voto

Al igual que en su discurso pronunciado durante su proclamación de candidatura, el entonces candidato hizo el llamado al voto por medio del símbolo de “V” con los dedos índice y medio. Utilizó la misma analogía que en la ocasión anterior y logró la respuesta de sus simpatizantes, quienes levantaron las manos en apoyo a su postulación, acompañado de gritos y ovaciones.

Ahora yo les digo, ¿cómo vamos a dar el primer paso? Porque para realizar eso necesitamos ir por pasos y el primer paso es ¡ganar las elecciones este septiembre! (ovaciones: *Jimmy, Jimmy, Jimmy*).

Aquí ustedes podrán ver dos dedos, alguien podrá decir que es una “V” de victoria, alguien podrá decir que es paz y amor. Yo les digo que es tu arma, es el voto, una persona, un voto.

No importa si es doctor o si no fue a la escuela. Una persona, un voto. No importa si tiene todas las propiedades del mundo o no tiene ni siquiera un techo o una almohada para reclinar su sien, una persona, un voto. No importa si vive en Huehuetenango o si vive en Izabal, si vive en Petén o si vive en Escuintla, una persona, un voto. Esta es tu honda, esta es tu honda y asemeja una honda de horqueta con la que David venció a Goliat y con la que el FCN va a vencer a todos los gigantes (Morales, 22/06/2015).

Morales lograba con esta frase: “Una persona, un voto”, nuevamente, que su audiencia sintiera empatía con su discurso, el cual concluía con ovaciones, aplausos y señales de respaldo de su público. Además, el uso recurrente de metáforas y analogías de la Biblia se convirtió en un recurso importante para sustentar su mensaje.

### 4.2.2.3 Cierre

Al concluir su presentación, Jimmy Morales, al igual que en sus discursos anteriores, cerró con un mensaje de visión hacia el futuro, con la certeza de que, al llegar a la presidencia del país, podría poner en marcha las promesas de su campaña electoral.

Hay un joven que anda por acá, se llama Édgar Lorenzo Chín, salió en unas fotos conmigo y dijeron: “¡Ya vieron! Puros ishtos (*sic*) están metiendo, se vendieron”. Tiene 22 años, está sacando su segunda licenciatura, ha sido dirigente universitario y ya tiene propuestas definidas para llevarlas al Congreso para luchar por los derechos del estudiantado público y privado. Y si anda por allí, es un chinito simpático y trabajadorazo (*sic*), alto, si ustedes han visto rótulos y señales puestas en las banquetas y en los arriates, él ha puesto más de 500. Se ha ganado con respeto, con trabajo, con educación, la posición que lleva.

Y así, muchos de ustedes van a saber y a conocer gente del pueblo que van a ir a los lugares, que van a servirle al pueblo, para devolverle al pueblo lo que es del pueblo. ¡Este es nuestro voto! ¡Qué Dios los bendiga! ¡Y gracias por acompañarnos en este día tan especial! ¡Qué Dios los bendiga! (Morales, 22/06/2015).

## 4.2.3 Discurso 3: Mazatenango

### 4.2.3.1 Introducción

En este discurso, Jimmy Morales se presentó en Mazatenango, cabecera de Suchitepéquez. Aquí buscó darle relevancia a su compañero de fórmula, Jafeth Cabrera, a quien introduce desde su primera línea durante esta presentación.

Les presento al doctor Jafeth Cabrera, quiero pedir un fuerte aplauso para él, un hombre de ciencia, un hombre de historia académica, un hombre que cuando le pedí que me acompañara en esta travesía me dijo: “Jimmy, yo no tengo dinero”. Sí yo tampoco, le dije [risas del público]. Entrémosle con fe, con amor y con lo que nos enseñaron en la San Carlos: “Conciencia social para poder servir a la población...” (Morales, 22/06/2015).

La estructura de este discurso es similar a la de su proclamación como candidato, utiliza recursos bíblicos y referencias personales para captar la atención de su audiencia, quienes responden enérgicamente al mencionar vivencias o cualidades de su personaje Neto, del programa Moralejas.

Continúa con una breve introducción relacionada con la experiencia profesional de Jafeth Cabrera y, posteriormente, hace alusión a su papel artístico y el público responde con gritos, risas y aplausos.

Voy a iniciar resolviendo algunas dudas que todo el mundo tiene y siempre me hacen las preguntas. Ustedes tienen la duda de si soy Nito o soy Neto ¿verdad? Soy Neto. Soy Neto. No soy bonito, pero soy coqueto. También quiero contarles que no importa si es Jimmy o Neto o Nito, sino lo que importa realmente es por qué estamos acá y estamos acá para hablar, no de mentiras sino de realidades (Morales, 22/06/2015).

#### **4.2.3.2 Desarrollo del discurso**

En Mazatenango, fue evidente que Morales adecuó su discurso a temas más populares con los que iba a conseguir que la audiencia se sintiera identificada. Además, fue notable la presencia de mujeres que estaban con sus hijos durante el mitin proselitista y dirigió, a ellas, mensajes y vivencias de su madre:

Les voy a contar la historia de mi madre rápidamente para que ustedes vean por qué creo en la educación y por qué creo, aun cuando sea larga la ruta, es una de las formas en las que podemos vencer, no solamente el problema de educación, sino los problemas de la pobreza y de la desnutrición que hoy nos está matando.

Cuando yo tenía tres años, mi papá falleció, mi hermano mayor, el feito que sale conmigo en la tele, tenía cinco años. Mi hermana menor no había nacido, mi mamá tenía cuatro meses de embarazo. Mi mamá no había estudiado, no tenía trabajo, la pequeña casa que tenían que era un terreno que mi papá había enganchado y que solo había construido dos cuartos, la mitad de adobe, la otra mitad de madera y lámina y el baño, era la casa, pero aun así se debía... (Morales, 22/06/2015).

La historia de lucha y perseverancia de la madre de Jimmy Morales es la historia de muchas mujeres guatemaltecas que sufren una situación similar en el interior del país, logrando así un tema con el que las mujeres asistentes se identifican por experiencias que viven o han vivido.

Como parte de la estructura de su discurso, el entonces candidato presidencial se detuvo a hablar de la educación y la situación actual. Sin embargo, únicamente habló de lo difícil que es la superación académica en el país, no solo por los escasos recursos de las familias guatemaltecas, sino la poca importancia que recibe este rubro dentro del presupuesto del Estado.

### **i. Plan de gobierno**

En esta ocasión, Morales no habló de la corrupción. Dedicó esa parte de tiempo a los programas sociales y la bolsa solidaria; incluso, hace mención de cómo ha funcionado -de manera negativa- esta ayuda en gobiernos anteriores.

Muchos me han preguntado qué pienso de la bolsa de alimentos y he tenido que confesar, que yo creo que hay gente muriendo de hambre en Guatemala y hay que seguir trabajando esa bolsa de alimentos, pero oído, no estoy de acuerdo con esa bolsa de alimentos que se queda en la casa de tres pisos, no puedo estar de acuerdo con esa bolsa de alimentos que se queda en la casa de terraza. No puedo estar de acuerdo con esa bolsa de alimentos que se queda en la casa de la gente que no tiene necesidad.

Mírame bien a los ojos y escúchame bien lo que te estoy diciendo con el corazón: si tienes necesidad de esa bolsa de alimento, agárrala. Si realmente tienes necesidad de esa bolsa de alimentos, agárrala, pero agárrala con la dignidad de un guatemalteco que puede ver de frente y dice: “en este momento la necesito, pero voy a luchar porque el otro mes o el próximo trimestre no la tenga que agarrar”. Y si algún político te dice: “Si no votas por mí, no te doy la bolsa”. Pues dile: “No voto por ti porque este dinero no es tuyo, político ladrón” (Morales, 22/06/2015).

De esta manera, Morales adaptó su discurso a un tema de importancia en este departamento, aunque no dijo abiertamente cuál sería la gestión de su gobierno con los programas sociales, dejó ver que él era un aliado que no estaba de acuerdo en que un programa social, como la bolsa solidaria, llegara a manos de quien no lo necesitaba.

Esta fue otra forma de ganar simpatizantes a su partido y, por supuesto, a su campaña política, utilizando el recurso persuasivo del temor (cfr. 2.3.6).

Un tercer tema que mencionó durante este discurso fue el de sector salud. Como lo hizo en un principio, su mejor aliado para abastecer los hospitales y darle una mejor atención al sector era Jafeth Cabrera, médico graduado de la Universidad de San Carlos, exdecano de la Facultad de Medicina y rector de esa misma casa de estudios, y a quien delega -durante su pronunciamiento- como el experto para la gestión del rubro salubrista.

Vamos a tratar de equiparlos, para que por lo menos puedan cubrir las necesidades de la población. Y aquí precisamente tenemos a la mejor persona. El doctor Jafeth Cabrera que tiene más de 40 años de especialidades en medicina, fue decano de la facultad de medicina formando médicos.

Fue rector de la Universidad de San Carlos formando profesionales y precisamente él está a cargo de las carteras de salud y educación. Y con él, llegamos a la conclusión que la promesa que sí podemos hacer, porque la podemos cumplir durante el primer año de gobierno, es transparentar las compras y las contrataciones del Estado, para que haya medicina en los hospitales y pueda atenderse a la gente que llegue con alguna necesidad de urgencias médicas y de atención permanente (Morales, 22/06/2015).

## **ii. Llamado al voto**

Como en su discurso de proclamación, formó de nuevo el símbolo con sus dos dedos emulando una “V” de victoria, con la cual medía la aceptación de su pronunciamiento y finalmente hacía un llamado al voto para él y el partido que representaba:

Nos hemos estado saludando así (hace la seña “V”), este es nuestro saludo. ¿Y por qué? Porque dos son mejor que uno, estás tú y estoy yo.

Un hombre sabio escribió lo siguiente, decía: “Dos son mejor que uno, porque si uno de los dos tiene frío, hay otro que le ayuda a calentarse. Si alguien de los dos se cae, el otro le ayuda a levantarse. Si alguien viene contra uno de

los dos, hay dos para defenderse”. Y termina el pensamiento este sabio diciendo: “Cordón de muchos dobleces, no se rompe fácilmente”.

Yo necesito que, con estos dos dedos, ustedes simbolicen la “V” de voto y la “V” de la victoria, pero esa victoria la da el pueblo, esa victoria la da el voto de ustedes y esta es el arma del pueblo... (Morales, 22/06/2015).

#### **4.2.3.3 Cierre**

Al concluir su discurso, Jimmy Morales llama al escenario a los representantes del partido FCN-Nación de Mazatenango, entre ellos aspirantes a la alcaldía y al consejo municipal de la cabecera departamental de Suchitepéquez.

Si ustedes preguntan si hay representación femenina, hay representación femenina. Si hay representación juvenil, hay representación juvenil, de etnias no sé. Este partido ha abierto la puerta para que todo aquel que quiera participar, lo haga. Y aquí en público, ¿alguno de ustedes me dio algún centavo a mí para ser candidato? No. ¿Le tuvo que dar dinero al partido para ser candidato? No. El compromiso era que ustedes hacían su campaña y hacían una campaña decorosa, una campaña donde no se iba a ofender el pueblo gastando grandes millonadas de dinero, cuando hay gente que no tiene ni qué comer en este país... (Morales, 22/06/2015).

Al referirse a los representantes, Morales aclaró que ninguno había colaborado económicamente para apoyar su campaña y habían sido informados de no gastar más presupuesto del debido para la campaña proselitista. Esto creó un mayor vínculo de confianza en la audiencia.

Termino con una frase que a algunos les gustará y algunos otros, quizás no. Pero esta frase es sincera y es un compromiso adquirido. Durante más de 20 años los he hecho reír y, si Dios me permite llegar a ser presidente, les prometo que no los voy a hacer llorar. Que Dios me los bendiga y muchas gracias por estar con nosotros (Morales, 22/06/2015).

Su discurso lo cierra nuevamente con un mensaje de esperanza para la audiencia, encaja su trayectoria artística con su intención de gobierno, provocando en los oyentes un fuerte apoyo y consolidando así su discurso en busca del voto que lo llevaría a ocupar el rango más alto del país.

### 4.3 Nivel de unidades diferenciales

Dentro de los discursos se detectaron elementos diferenciales con una gran carga semántica. “También son conocidos como operadores semánticos y se les considera palabras clave dentro del mensaje” (Lemus, 2002:56).

Los términos talismán “constituyen la base del pensar y, consiguientemente, del sentir y el querer. Son considerados como fuente de autenticidad y, derivadamente, como módulo de actitudes y convicciones” (López Quintas, 1987:6).

En los tres discursos analizados, se identificaron estos términos talismán que el entonces candidato presidencial pronunciaba con cierta frecuencia, logrando posicionar de manera positiva las palabras en las mentes del público que lo escuchaba.

Para esto, se hizo un recuento de los términos que utilizó el presidente Jimmy Morales durante sus tres discursos. Es importante señalar que la frecuencia con las que decía ciertas palabras cambió en cada discurso, pues la intención de estas se adecuaba a las circunstancias del lugar y fecha en que se pronunciaron.

**Cuadro 7**  
**Elementos semánticos de los discursos**

<b>Nivel de unidades diferenciales</b>				
<b>Términos talismán</b>	<b>Discurso 1</b>	<b>Discurso 2</b>	<b>Discurso 3</b>	<b>Total</b>
Jimmy Morales	8	1	6	15
Corrupción	6			6
Educación	9	13	16	38
Guatemala	27	14	19	60
Dios	7	7	7	21
Dinero	12		8	20
Salud	8	5	8	21
Voto	9	12	4	25
Desnutrición	2		7	9

Fuente: Elaboración propia con base en análisis de discursos. Guatemala, 2017.

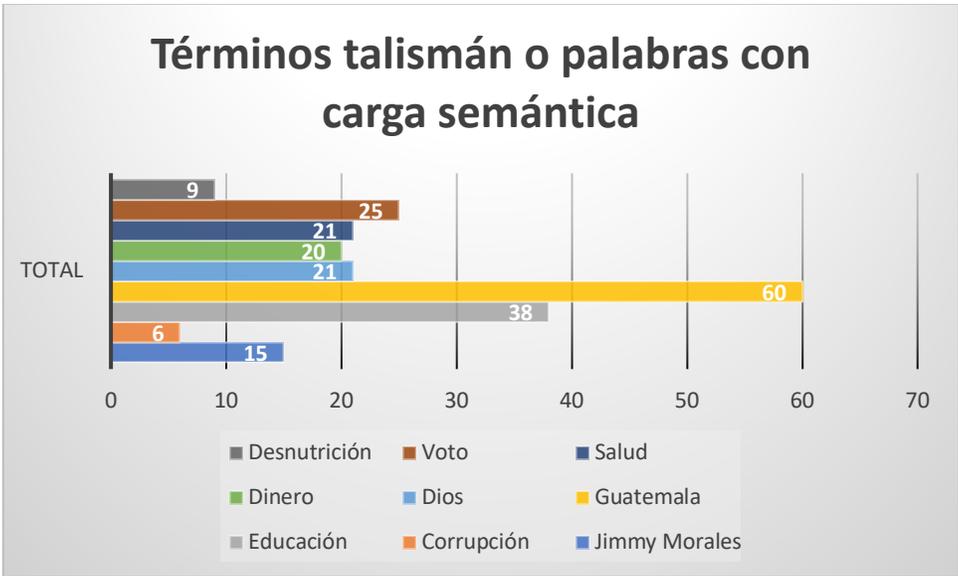
Términos como corrupción, dinero y desnutrición no figuran en todos los discursos, se incluyeron en este análisis por el impacto que tuvieron al momento de ser pronunciadas. El tema de la corrupción causó interés en el público, ya que Jimmy Morales la pronunciaba en un contexto de crisis política que atravesaba el país en ese momento.

Por su parte, los términos desnutrición y dinero fueron complemento de temas que daba a conocer Morales en sus interpretaciones y que también causaban cierta aceptación entre los simpatizantes.

Además del recuento de los términos talismán, se elaboró una gráfica (5) en la que, a continuación, brinda las veces totales en que las palabras clave fueron pronunciadas por el entonces candidato presidencial y, posteriormente, se realiza una interpretación de esta y su razón de ser.

Se puede observar que, en los tres discursos analizados, la palabra Guatemala se pronunció un total de 60 veces. El análisis permite indicar que el discurso del mandatario Jimmy Morales era nacionalista y populista, provocando un sentimiento de patriotismo en la audiencia y cuyo contexto provocaba que el público se sintiera identificado con su discurso.

**Gráfica 5**  
**Términos “talismán” pronunciados durante los tres discursos**



Fuente: Elaboración propia con base en análisis de discursos. Guatemala, 2017.

En segundo lugar se encuentra el término educación, la cual fue pronunciada 38 veces y a la que le dio mayor énfasis, relatando su experiencia personal y cómo la educación había sido un pilar fundamental para su vida.

Además, en sus tres discursos Morales resaltó que su plan de trabajo se enfocaría principalmente en mejorar el sector salud y educación. En tercer lugar se pudo

ubicar la palabra voto, que fue pronunciada un total de 25 veces y que era la acción final que buscaba de todos los oyentes: ganar el voto a su candidatura.

El análisis permitió identificar que la intensidad de veces en las que se pronunció la palabra voto se vio mayormente registrada el discurso 2, pronunciado en Paseo de La Sexta, enfocando su estrategia en el posicionamiento de su candidatura y estimulando el voto del público hacia él y su partido postulante.

En menor proporción se ubican los términos corrupción, Jimmy Morales, Dios, salud y desnutrición. Estas palabras clave cumplieron su objetivo dentro del discurso, que era brindar un contexto, tanto del plan de trabajo de Morales, como complementar la estructura de su mensaje.

Este recuento de términos talismán también demostró que el eslogan de su campaña: “Ni corrupto, ni ladrón”, únicamente se pronunció una vez en sus tres discursos, por lo que quedó comprobado que dicha frase logró posicionarse en la comunicación de su campaña electoral, mas no durante sus mitines y discursos pronunciados como parte de su agenda.

#### **4.4 Nivel de técnicas de persuasión**

Uno de los objetivos principales que se establecieron al inicio de esta investigación era determinar las técnicas persuasivas que utilizó Jimmy Morales durante sus discursos de primera vuelta electoral.

Para esto, la investigación se basó en la formación del mensaje persuasivo que propone Interiano (2002), que incluye cuatro factores esenciales: atención, interés, deseo y acción. Por lo tanto, en cada discurso se detectaron estas cuatro características que sugiere el mismo autor en su libro Elementos de la Persuasión.

##### **4.4.1 Discurso 1: Proclamación de candidatura**

En este discurso se logró determinar cada elemento, quedando de la siguiente manera y describiendo cada uno posteriormente.

###### **4.4.1.1 Atención**

Al comenzar su discurso, Morales comenzó relatando una historia bíblica que hace referencia al pago de impuestos. Una historia conocida por los presentes, quienes con entusiasmo prestaban atención y respondían al diálogo que entablaba con ellos.

➤ Historia de Jesús y los impuestos.

En el siguiente extracto, Jimmy Morales logra llamar la atención relatando una de las anécdotas bíblicas de los impuestos, con la cual logra la respuesta de los asistentes.

Cuenta uno de los evangelistas que, en una ocasión, unos opositores de Jesús que querían hacerlo quedar mal ante el pueblo le preguntaron: “¿Es bueno pagar impuestos?” En ese entonces los judíos estaban bajo la bota del imperio romano y ellos se sentían muy mal porque tenían la noción de que el pueblo judío era el pueblo escogido por Dios y ya había sido esclavo muchas veces. Y, otra vez, estaba bajo el dominio de un imperio; si él respondía que sí, que sí era bueno pagar impuestos, entonces el pueblo judío iba a decir: “Otro traidor, no nos va a salvar, sino que está con aquel opresor”; y si decía que no, era traidor al imperio e iría a la cárcel. El Maestro pidió una moneda y preguntó: “¿De quién es esa cara?” Del César, le respondieron. Y entonces él dijo: “Al César lo que es del César y a Dios lo que es de Dios” (Morales, 17/05/2015).

➤ Palabras con carga emocional.

Este es el extracto en el que logra la técnica de palabras emocionalmente cargadas (Interiano, 2002), que estimulan la reacción e indignación del público con el tema de la corrupción, y con la que se conecta con la audiencia.

La corrupción le cuesta al pueblo de Guatemala, miles de millones de quetzales al año. Esta acción le roba a niños, jóvenes, adultos y ancianos, oportunidades verdaderas de vida. Les roba la salud, la educación y el desarrollo. Ha destruido incluso la vida en familia, cuántos hermanos guatemaltecos se han tenido que ir a otros países en busca de un sueño. Muchos han ido a otro lugar para poder construir una casa de ladrillo y de terraza y muchos lo han logrado, pero a costa de dejar a sus esposas o a sus esposos, de sacrificar el estar al lado de sus hijos [llora].

De sacrificar el ver crecer a sus hijos, han construido casas, pero se han deshecho hogares. Qué razón, qué razón tenía José Martí cuando dijo, “cuando los pueblos se migran, sobran los gobernantes”. Y aquí eso ha pasado, los gobernantes se han dedicado a robar, se han dedicado a llenarse los bolsillos y nuestra gente se ha tenido que ir; y no es justo. No es justo. Se construyen casas, pero se destruyen hogares (Morales, 17/05/2015).

#### **4.4.1.2 Interés**

- Uso de referencias bíblicas para mantener el interés del público.

Continuando con el extracto del discurso en el que menciona una anécdota conocida de la Biblia, el interés que genera con este mensaje en la audiencia es inminente al pronunciar enérgicamente la frase:

Y hoy yo digo: Al pueblo, lo que es del pueblo; y los impuestos ¡son del pueblo y deben regresar al pueblo! (Morales, 17/05/2015).

Cuando concluye esta frase, provoca interés en los asistentes de continuar escuchando atentos a su mensaje, su propuesta de trabajo y conocerlo a él como una figura política, más allá de una figura pública de la televisión.

Uno de los temas que mayor relevancia tuvo dentro de su discurso fue el de la educación. Con este, Morales comienza exponiendo una experiencia que vivió de primera mano cuando visitó una escuela en San Juan Sacatepéquez.

Los asistentes responden enérgicamente cuando Morales expone las condiciones en que recibían clases y cómo, con la ejecución de su plan de gobierno, lograría cambiar esa realidad.

- Relato de experiencia vivida en escuela de San Juan Sacatepéquez.

Esa escuelita tiene construida, por las manos de los profesores, directora y los padres de familia, tres aulas, sus paredes de lámina y su techo de lámina. Imagínense ustedes una escuelita de lámina donde están metidos 60 niños por aula, 30 y 30, con un mismo maestro que tiene dos pizarrones shucos. Ahorita les da clase a los de este lado, pónganse a hacer deberes, aquí los de este lado, pongámonos a hacer deberes. Es un horno en verano, una refrigeradora en invierno. Queremos construir edificios dignos, para que los niños se enamoren del estudio y quieran ir a estudiar [aplausos del público] (Morales, 17/05/2015).

Con el cierre de este extracto, Morales no solo logra relatarles su experiencia vivida, sino que también genera el interés del público en apoyar su propuesta y en apoyar el cambio de la realidad guatemalteca dentro del ámbito de la educación.

#### **4.4.1.3 Deseo**

- Promesa de invertir recursos del Estado en necesidades básicas de la población.

Dentro del discurso se detecta como deseo la necesidad de distribuir los recursos del Estado de manera prudente y para cubrir las necesidades básicas. Hace referencia a la corrupción y cómo ese dinero debiera regresar a cubrir las necesidades del pueblo, a través del manejo adecuado de los recursos desde el Estado.

Mi madre me enseñó, a punta de chicote, que robar era malo. Y me decía que el que roba un centavo roba un millón y en Guatemala, miles de millones de quetzales que año con año pierde el Estado con la corrupción, es porque se los están robando.

Y sí, y solo sí, ese dinero debe regresar al pueblo de Guatemala en servicios y beneficios para la población (Morales, 17/05/2015).

Morales utiliza el deseo de los guatemaltecos, que los recursos del Estado sean destinados a cubrir las necesidades básicas de la población, como una forma de ganar la aceptación de su audiencia y de generar confiabilidad para su gestión.

#### **4.4.1.4 Acción**

En cuanto a la acción que deseaba impulsar, el entonces candidato presidencial se basó en la técnica persuasiva de la sugestión, provocando una acción y cambio de actitud del público, logrando empatía con ellos.

El elemento principal detectado dentro de la técnica de la sugestión fue:

- El voto, por medio de símbolo con los dedos en forma de “V”.

Esto va a semejar muchas cosas. Alguien pensará que es paz y amor, perfecto. Alguien va a decir, dos son mejor que uno. Un principio bíblico que dice dos son mejor que uno, porque si uno se cae hay alguien que lo levante. Si alguien viene contra uno de los dos, hay dos para defenderse. Si uno de los dos siente frío, hay otro que le ayudará a calentarse. Dos son mejor que uno. Cordón de muchos dobleces no se rompe fácilmente (Morales, 17/05/2015).

El voto y ganar la confianza de los asistentes fueron las acciones a las que inducía el mensaje de Jimmy Morales, por la estructura que tenía su discurso y por la manera en que, a pesar de que se extendía en otros temas, siempre lograba encajar la acción del voto dentro de su mensaje.

Sin embargo, el llamado a la acción más evidente dentro de su mensaje fue el de “una persona, un voto”, en el siguiente extracto, el voto es la acción y la acción la

puede ejecutar cualquier persona. No importa su estrato social, nivel académico o poder adquisitivo. Todos poseen el poder y cualquiera lo puede ejecutar.

➤ Una persona, un voto.

El Tribunal Supremo Electoral nos ha dado las armas democráticas y las armas democráticas son: Una persona, un voto. No importa si tiene castillos, no importa si tiene casa; no importa si no tiene doctorados, no importa si no fue a la escuela. Una persona, un voto. Esta es el arma con la que podemos cambiar el destino de Guatemala, llévenlo en su mente; llévenlo en su corazón. Y que todos saluden sabiendo que vamos acompañados a hacer de nuestro voto, el arma para cambiar la historia (Morales, 17/05/2015).

Con este mensaje, el entonces candidato presidencial, no solo logra definir claramente el llamado a la acción que busca impulsar, sino que también empodera a los asistentes, a quienes les expone el poder que tienen ejecutando su derecho a votar y cómo pueden utilizar esta “arma” para cambiar la realidad del país.

#### **4.4.2 Discurso 2: Paseo de La Sexta**

Jimmy Morales comenzó este mensaje introduciéndose como el personaje conocido por la mayoría de los guatemaltecos: Neto, de su programa Moralejas. Al presentarse, logró captar la atención de los asistentes y la mantuvo relatando una metáfora sobre Guatemala y sus gobernantes.

##### **4.4.2.1 Atención**

Las metáforas bíblicas e historias personales fueron recursos persuasivos de Morales para mantener atentos a sus oyentes, para interactuar con ellos y transmitirles confianza.

Durante este discurso, captó la atención del público cuando compartió una historia personal. Es importante recordar que este discurso lo pronunció en el Paseo de La Sexta, lugar que hasta hace algunos años era popular por su economía informal en las aceras de la avenida.

➤ Anécdota de época en la que trabajaba en la economía informal.

Este recurso es el que utilizó el político para compartir una anécdota personal en la que recuerda sus años en los que vendió ropa en dicho lugar.

Y les voy a decir por qué soy legítimo representante del pueblo guatemalteco: Porque yo no tuve que echarme un guacalazo de agua enfrente de las cámaras, porque yo me bañaba todos los días con guacalazos de agua. Yo no

tengo que irme a meter a los mercados para tomarme una foto porque vendí en el mercado de Santa Luisa, vendí en el mercado de La Parroquia, vendí en el mercado San Martín, vendí en La Terminal de la zona 4, sé lo que es vender ropa usada aquí en la sexta avenida. Y si por aquí está Miguel, si por aquí está Salvador, si por aquí está el Tío, si por aquí están todos los vendedores que hoy están en El Amate, saben que no estoy mintiendo [ovación del público] (Morales, 22/06/2015).

El extracto también demuestra que Morales utilizó la técnica persuasiva de temor (cfr. 2.3.6): De este elemento se valen quienes suelen inducir temor sobre las acciones que su adversario puede hacer si gana la contienda electoral, refiriéndose a acciones que cuestionaba de otros candidatos presidenciales, quienes las utilizaban en sus campañas proselitistas para ganar el voto de las personas.

#### **4.4.2.2 Interés**

Continuando con su discurso, Morales explica que, al momento de llegar a la presidencia, invertiría su apoyo en mejorar las condiciones de vida de los guatemaltecos.

- Mejoramiento en sectores de salud y educación.

[...] Ya les dije dos cosas en las que nos vamos entonces a concentrar, salud y tenemos a un experto [señala a Jafeth Cabrera], la educación, tienen mi compromiso porque sé que la educación cambia el rumbo de las naciones (Morales, 22/06/2015).

Además de generar una respuesta inmediata a este compromiso que desean asumir, Morales crea un sentimiento de esperanza en los oyentes sobre cambios sociales que para los guatemaltecos es de vital importancia.

Al tratarse de un discurso pronunciado ante un grupo de personas que se dedican al comercio informal, Morales adecuó su discurso expresando que uno de los principales ejes de su plan de gobierno giraría entorno al apoyo de la micro, pequeña y mediana empresa. Este fue un tema que despertó el interés de los asistentes y logró que estos reaccionaran positivamente ante su propuesta.

- Apoyo a comerciantes de la micro, pequeña y mediana empresa.

Por eso es que la tercera cosa que nosotros vamos a apoyar tremendamente es el desarrollo humano. Y vamos a acceder (sic) al crédito a la micro y a la

pequeña empresa, porque es la que genera el empleo y el desarrollo en Guatemala (Morales, 22/06/2015).

El apoyo expresado a este sector comercial fue importante en el desarrollo de su discurso, pues con él logró ganar la confianza de los oyentes quienes escuchaban atentos.

#### **4.4.2.3 Deseo**

En este discurso, Morales vuelve a utilizar como recurso persuasivo la historia bíblica de Jesús y el pago de impuestos, con ella hace énfasis en que los impuestos se deben pagar a quien correspondan. Sin embargo, reconoce que en Guatemala los impuestos recaudados no siempre son destinados a cubrir las necesidades de la población.

- Promesa de recuperar el uso de los impuestos en cubrir necesidades de la población.

Los impuestos son del pueblo y lo único que nosotros tenemos que hacer es que los impuestos del pueblo regresen al pueblo (ovaciones del público). ¿Cómo? En escuelas, en hospitales, en carreteras y en todo aquel servicio que el pueblo de Guatemala necesite (Morales, 22/06/2015).

Morales utiliza esta promesa como estrategia de persuasión, al resaltar que durante su gestión estos recursos regresarán a la población para cubrir las principales necesidades como la educación y la salud, temas a los que hace mayor énfasis durante su mensaje.

#### **4.4.2.4 Acción**

La acción que buscaba Jimmy Morales incentivar, era el voto hacia su candidatura, así como la respuesta del público con lo que estaba diciendo. Esto lo logró en dicha alocución en la que la gente respondía con ovaciones, al momento en que él hacía su llamado al voto. Este fue el elemento identificado:

- Llamado a ganar las elecciones [el público responde con porra de "Jimmy, Jimmy, Jimmy..."].

Ahora yo les digo, ¿cómo vamos a dar el primer paso? Porque para realizar eso necesitamos ir por pasos y el primer paso es ¡ganar las elecciones este septiembre! [Ovaciones del público Jimmy, Jimmy, Jimmy] (Morales, 22/06/2015).

Aquí nuevamente se identifica la técnica persuasiva de la sugestión (cfr. 2.3.6), pues ya con su mensaje y estimulación, lograba un cambio de actitud de sus receptores llevándolos a la aceptación y claro apoyo a su candidatura.

#### **4.4.3 Discurso 3: Mazatenango**

Durante este discurso, Morales se introduce nuevamente como el personaje que interpretó por más de 10 años: Neto. Por el contexto en el que desarrolló su mensaje, se identificó que el excandidato lograba reconocimiento del público al introducirse como el personaje que los guatemaltecos conocen.

##### **4.4.3.1 Atención**

Tras presentarse como Neto, Morales relató, nuevamente, la historia de “la novia y el novio mentiroso”, como lo mencionaba él. Este fue un recurso identificado en dos discursos y que le servía para captar y mantener la atención de sus oyentes.

- Metáfora de la novia y el novio mentiroso.

Nos da risa, nos da risa. Pero fíjese que esa ha sido la historia de Guatemala, en donde el pueblo es la novia y el político el novio mentiroso, en donde llega y les dice: “Les voy a hacer un puente”, pero si no hay río, “les voy a hacer también el río”.

Y la novia, o el pueblo, allá en su interior sabe que le está mintiendo, pero quiere creer que van a construir las carreteras de seis carriles, que van a construir los puentes, que van a hacer las escuelas, que les van a construir los hospitales. Y en realidad, analicemos cómo está Guatemala. Cómo está la educación, cómo está la salud, cómo están las carretas, cómo está el problema de la seguridad, cómo está la justicia, cómo está la deuda pública, internacional y nacional, cómo está todo. A donde volteemos a ver, la cosa está difícil (Morales, 02/08/2015).

Asimismo, en este discurso se identificó la predominancia de su eslogan: “ni corruptos, ni ladrones”. Al momento en que lo pronunció, causó un efecto de ovaciones y algarabía entre sus receptores y por eso se valió de este elemento para captar su atención.

##### **4.4.3.2 Interés**

De nuevo, en este mensaje, Morales vuelve a hacer énfasis al tema de la educación en el país, específicamente en esta región. Provoca interés del público

e interacciones cuando les realiza una serie de preguntas, a las que los oyentes respondían espontáneamente.

- Preguntas al público sobre diferencias entre oficio y profesión.

Y voy a empezar a hablar de la educación, ustedes me van a ayudar a responder las preguntas para ver cuál es la decisión que tenemos que seguir, pero ayúdenme respondiendo todos a las preguntas que les voy a hacer:

Jimmy: ¿Quién gana más? ¿El ayudante del albañil o el albañil?

Público: El albañil.

Jimmy: ¿Quién gana más? ¿El albañil o el maestro de obras?

Público: El maestro de obras.

Jimmy: ¿Quién gana más? ¿El maestro de obras o el ingeniero?

Público: El ingeniero.

Jimmy: ¿Quieren ustedes que sus hijos ganen más?

Público: ¡Sí!

Jimmy: ¿Qué les tenemos que dar?

Público: Educación (Morales, 02/08/2015).

Con este mensaje, Morales logró no solo despertar el interés de los asistentes en velar por un mejor futuro para sus hijos, sino que también logró plantear la idea de que, al apoyar su candidatura, automáticamente estarían actuando por mejorar las condiciones de sus familias.

Por otra parte, en Mazatenango fue el único lugar, de la muestra analizada, donde Jimmy Morales presentó a su equipo de trabajo. En sus discursos anteriores únicamente presenta a su entonces compañero de fórmula, Jafeth Cabrera.

Sin embargo, en la cabecera departamental presenta al equipo de trabajo, representantes del partido FCN-Nación, con lo que logra despertar el interés del público, quienes responden con aplausos hacia los postulantes.

- Presentación del equipo de trabajo de Mazatenango.

Por acá en el poder local, nuestro candidato a la alcaldía y si está su planilla por allí los invitamos a que suban, para que ustedes los conozcan y los vean y a través de eso, ustedes van a poder decidir si son las personas o no son las personas.

Si ustedes preguntan si hay representación femenina, hay representación femenina. Si hay representación juvenil, hay representación juvenil, de etnias

no sé. Este partido ha abierto la puerta para que todo aquel que quiera participar, lo haga” (Morales, 02/08/2015).

Este extracto forma parte del cierre de dicho discurso y con él, nuevamente logra concluir su ponencia con la atención y el interés de sus receptores.

#### **4.4.3.3 Deseo**

En este mensaje, Morales sigue un hilo conductor con sus temas y, dentro del análisis, se pudo detectar que posterior a levantar el interés de los asistentes, comienza a provocarles el deseo de mejores condiciones para la cabecera departamental.

- Crea una ilusión de mejores condiciones para Mazatenango.

Si nosotros queremos que nuestros hijos ganen bien. Si nosotros queremos que Mazate (sic), todas sus aldeas, caseríos, que toda Guatemala pueda realmente tener acceso a una mejor educación y mejor calidad de vida, lo que tenemos que dar es educación y educación digna... (Morales, 02/08/2015).

Tras concluir con la serie de preguntas que realiza a los oyentes, él les da la solución a sus problemas, les plantea un escenario mejor que los mismos asistentes pueden construir si apoyan su candidatura.

Nuevamente, Morales recurre a la técnica persuasiva de la sugestión y la estrategia de la preentrega con la que recompensa al receptor (ctr 2.3.2.6), antes de pedir su aceptación. En este caso, la recompensa es: Mejora de las condiciones actuales en dicha región.

Otra forma en que el excandidato despertó el deseo del público, no solo en apoyar su candidatura, sino en plantear el escenario de él al mando del gobierno, fue asegurar que todas sus acciones serían transparentes y puestas a luz pública.

- Promesa de gestión transparente.

¿Cómo lo podemos hacer? Precisamente haciendo todas las compras a la luz de la vista pública para que los medios puedan estar ahí y que se sepa qué se compró, cuándo se compró, cuánto costó, quién lo vendió, quién fue el representante y el responsable de la compra y qué calidad de medicina se ofreció.

Para que cuando apliquen las auditorías y se sepa que hubo algo que no está lícito dentro de la contratación, le caiga todo el peso de la ley al responsable y

no solamente sea despedido, sino que sea metido a la cárcel si lo robó porque es allí donde deben estar los corruptos y ladrones [aplausos] (Morales, 02/08/2015).

En este extracto se identificó nuevamente la técnica persuasiva del temor, con la que se refiere a los “corruptos y ladrones” como personas ajenas a su gobierno, tomando como antecedente el historial de corrupción del gobierno en turno, en ese entonces liderado por Otto Pérez Molina.

#### **4.4.3.4 Acción**

Durante el pronunciamiento de este discurso, el entonces candidato, hizo un llamado a la acción mientras exponía una historia personal acerca de su experiencia como vendedor ambulante. Al concluir el relato, Morales expresa su compromiso como futuro presidente.

- Asume compromiso e invita a sus oyentes a sumarse.

Yo me comprometo con la educación, me comprometo a reconstruir todas las escuelas que están en total abandono. Me comprometo con que podamos luchar contra esa ignorancia que nos tiene sumidos en la pobreza, pero también necesito el compromiso del pueblo...

[...] ¿Quieren un presidente comprometido? Yo quiero un pueblo comprometido, porque si no, no vamos a salir del agujero donde estamos (Morales, 02/08/2015).

En este extracto, se puede determinar que Morales hace partícipe al público de tomar acción para cambiar las condiciones actuales del país y, al mismo tiempo, asume el rol como presidente y los compromisos que promete cumplir al llegar al poder.

Finalmente, el llamado a la acción más importante, y que logró posicionarlo en las mentes de los asistentes, es el voto. Logra este llamado a la acción con el símbolo que forma con sus dedos para hacer figurar la “V” de voto, de victoria.

- Llamado al voto con símbolo de “V” formado con sus dedos medio e índice.

El dinero no es lo que pretendo ni lo que busco, pretendo una Guatemala feliz como la que nos habla nuestro himno nacional de Guatemala. Guatemala feliz. Yo necesito que, con estos dos dedos, ustedes simbolizen la “V” de voto y la “V” de victoria, pero esa victoria la da el pueblo, esa victoria la da el voto de ustedes y esta es el arma del pueblo (Morales, 02/08/2015).

## Conclusiones

- En los tres discursos analizados de Jimmy Morales se lograron identificar técnicas y estrategias persuasivas que utilizó para generar confianza y empatía de los asistentes.
- La sugestión fue la técnica persuasiva más utilizada por Morales dentro de sus tres discursos. Con la sugestión, lograba crear un mensaje esperanzador para quienes lo escuchaban. La segunda técnica persuasiva identificada fue el temor, el cual utilizaba para hacer mención de cómo las malas prácticas de los otros candidatos presidenciales perjudicarían al país, en vez de cambiarlo.
- Los elementos estudiados de los tres discursos fueron las palabras y temas que mayor tiempo ocuparon. Para eso se elaboraron gráficas y se contabilizaron las palabras más recurrentes dentro de sus discursos.
- Los temas que mayor tiempo ocuparon en sus tres discursos fueron: voto, corrupción, educación y programas sociales.
- El discurso de Jimmy Morales se analizó con la fórmula AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción), con esta se logró determinar la manera en que el excandidato llamaba la atención de su público.
  - La atención la captaba relatando historias personales de su carrera artística y haciendo mención de metáforas sobre Guatemala.
  - El interés del público lo despertaba cuando daba a conocer su intención de manejar los recursos del gobierno en función del pueblo.
  - El deseo que formulaba Morales era una ilusión de cambio en el país, planteando que cuando él asumiera la presidencia iba a velar porque esa ilusión se viera concretada.
  - La acción en todos los discursos fue el llamado al voto.
- Los tres discursos analizados contaron con una misma estructura que se identificó de la siguiente manera:
  - **Introducción:** Se presentaba como su personaje Neto. Cuando hacía referencia a su personaje, generaba confianza y calidez con su discurso, se mostraba como el amigo del público.

- **Desarrollo del discurso:** Se dividió en temas de su plan de gobierno y llamado al voto. La salud y la educación fueron los principales temas a los que hizo énfasis y el llamado al voto a su candidatura.
- **Cierre:** En esta parte recordaba al público que su propuesta de trabajo era diferente. Hacía énfasis a la vieja política y la nueva política que ofrecía con su candidatura. Además, recalca su llamado al voto, que era la acción que buscaba que permaneciera en las mentes de los asistentes y que fuera eso lo que se llevaran a casa.

## Bibliografía

- Andréu Abela, Jaime. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada*. Universidad de Granada. España. Fundación Centro de Estudios Andaluces. 34 p.
- Azpurú, Norah; Blanco, Ligia; Córdova Macías, Ricardo; Loya Marín, Nayelly; G. Ramos, Carlos; y Zapata, Adrián. (2007). *Construyendo la democracia en sociedades posconflicto: Un enfoque comparado entre Guatemala y El Salvador*. Guatemala. F & G Editores. 613 p.
- Barreiro Rivas, Xosé Luis. (1981). El “Tractatus lógico-Philosophicus” de L. Wittgenstein: una alternativa técnico-ética. Universidad de Santiago de Compostela. España. Ágora: Papeles de Filosofía. 111 p.
- Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala. (2015). *Financiamiento de la Política en Guatemala*. 74 p.
- Real Academia Española. (2005). *Diccionario Panhispánico de Dudas*, España. Consultado el 15 de octubre de 2016. 20:15 horas.
- Real Academia Española (2014). *Diccionario de la Real Academia Española*. (23ª. Edición). Madrid, España. Consultado el 20 de octubre de 2016. 19:30 horas.
- Enzensberger, Hans Magnus. (1984). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. España. Editorial Anagrama. 80 p.
- Fernández, Alberto Vicente. (2001). *Arte de la persuasión oral*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma. 304 p.
- Fonseca Letona, Alejandro. (2004). *Comparación del manejo de la agenda que se hace en la televisión nacional con el que muestra la prensa escrita la labor de diputados y senadores*. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Puebla, México. Universidad de las Américas de Puebla. 83 p.
- Gobierno de Guatemala. (2016). *Política General de Gobierno 2016-2020*. 44 p.

- Hernández Sampieri, Roberto; Collado Fernández, Carlos y Lucio Baptista, Pilar. 6ª. Edición. (2003). *Metodología de la Investigación*. México, D. F., McGraw-Hill Interamericana. 634 p.
- Interiano, Carlos. (2002). *Elementos de la Persuasión*. Guatemala. Editorial Fenix. 167 p.
- Interiano, Carlos. (2004). *Manual del discurso político*. Guatemala. Editorial Fénix. 100 p.
- Kotler, Phillip y Armstrong, Gary. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México. Pearson Educación. 656 p.
- Laswell, Harold. (1935). *World Politics and Personal Insecurity y Propaganda and Promotional Activities*. Nueva York. Free Press. 234 p.
- Lemus Barrientos, Monica Carina. (2005). *Análisis del discurso político de Alfonso Portillo Campaña Electoral 1999*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 96 p.
- Lerbinger, Otto. (1972). *Diseños para una Comunicación Persuasiva*. Estados Unidos. Prentice Hall. 283 p.
- Liska, Jo y Cronkhite, Gary. (1994). *Human Communication Theory*. Estados Unidos. Wadsworth Publishing, Inc. 384 p.
- López Noguero, Fernando. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. España. Revista de Educación. 167-179 p.
- López Quintás, Alfonso. (1987). *Lenguaje y manipulación del hombre*. España. La Editorial Católica, S.A. 15 p.
- Maletzke, Gerhard. (1970). *La psicología de la Comunicación de Masas*. Alemania. Ciespal. 298 p.
- McEntee, Eileen. (1999). *Comunicación oral*. México. McGraw-Hill Internacional. España. 784 p.
- Moreno Chilín, Julio Estuardo. (1997). *Análisis ideológico del discurso del presidente Álvaro Arzú Irigoyen en el año 1996*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 88 p.

- Palencia Monzón, Alena Puneschtka. (2017). *Análisis crítico del discurso de toma de posesión de Jimmy Morales como Presidencia Constitucional de la República de Guatemala*. (Tesis) Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Pérez Rodríguez, Walter Estuardo. (2014). *Análisis de contenido de las publicaciones del Gobierno en la gestión de Otto Pérez, desde el enfoque de Teun A. van Dijk, Roland Barthes y Umberto Eco*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 128 p.
- Prensa Libre. (2016). *Cifras de Guatemala*. 84 p.
- Renkema, Jan. (1999). *Introducción a los Estudios sobre el Discurso*. Barcelona, España. Editorial Gedisa. 279 p.
- Van Dijk, Teun A. (1996). *Estructuras y funciones del discurso*. México. Siglo XXI Editores. 205 p.
- Villatoro Castillo, Diana Isabel. (1997). *La propaganda política: génesis, historia y desarrollo*. Guatemala. Magna Terra Editores. 156 p.

## E-Grafías

- Arroyo, Evelio. (2010). *El discurso político y sus recursos retóricos*. Recuperado de: <http://elnuevodiario.com.do/app/article.aspx?id=206761>, el 13 de abril 2017. 20:50 horas.
- Chico Rico, Francisco. (2009). *La elocutio retórica en la construcción del discurso público de Emilio Castelar y Ripoll*. Recuperado de: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/la-elocutio-retorica-en-la-construccion-del-discurso-publico-de-emilio-castelar>. Consultado el 5 de febrero de 2018. 19:35 horas.
- Contreras Sierra, Emigdio Rafael. (2013). *Pensamiento y gestión*. Colombia. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>. Consultado el 9 de septiembre de 2018. 17:50 horas.
- Coronado, E. (2015). *Conozca a Jimmy Morales, el candidato sorpresa*. Guatemala. Revista Contrapoder. Recuperado de: <http://contrapoder.com.gt/2015/09/07/conozca-a-jimmy-morales-el-candidato-sorpresa/>. Consultado el 15 de febrero de 2017. 18:30.
- García García, Francisco. (2005). *La antigua retórica grecorromana y la educación: En la perspectiva de la teoría de la argumentación y la posmodernidad*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010d/768/DEL%20DISCURSO%20ESTRUCTURA%20Y%20ARGUMENTO.htm>. Consultado el 13 de abril 2017. 20:30 horas.
- Guatemala.com. (2017). Paseo de la Sexta Avenida en la Ciudad de Guatemala. Recuperado de: <https://aprende.guatemala.com/cultura-guatemalteca/patrimonios/paseo-sexta-avenida-guatemala/>. Consultado el 29 de septiembre de 2018. 22:30 horas.
- Hemeroteca Prensa Libre. (2015). *FCN-Nación: La propuesta nacionalista de Morales*. Recuperado de: <http://www.prensalibre.com/hemeroteca/fcn-alianza-de-exmilitares-industriales-y-libertarios>. Consultado el 28 de abril 2017. 20:30 horas.
- Instituto Peruano de Análisis Político y Estratégico con fines académicos. (2006). *Teorías de la Persuasión*. Recuperado de:

<file:///C:/Users/Candy%20Gomez/Downloads/teorassobrelapersuasin-ipape-121026073914-phpapp02.pdf>. Consultado el 28 de mayo de 2016. 18:15 horas.

- Iñigo, José Alain. (2010). *Estrategia y táctica política*. El Nuevo Diario. Recuperado de: <https://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/77343-estrategia-tactica-politica/>. Consultado el 9 de septiembre de 2018. 18:00 horas.
- Márquez Castro, Diego. (2015). *Lincoln y la democracia*. Correo del Caroní. Recuperado de: <http://www.correodelcaroni.com/index.php/opinion/item/38909-lincoln-y-la-democracia>. Consultado el 9 de septiembre de 2018. 21:00 horas.
- Navarro, Javier. (2018) Ethos. <https://www.definicionabc.com/?s=Ethos>. Consultado el 29 de septiembre de 2018. 19:30 horas.
- Pérez Porto, Jullían; Gardey, Ana. (2012). *Definición de Funcionalismo*. <http://definicion.de/funcionalismo/>. Consultado el 28 de abril 2017. 18:30 horas.
- Romera, Ángel. (2016). *Los géneros del discurso. 15 de mayo*. Recuperado de: <http://retorica.librodenotas.com/Los-generos-del-discurso/los-generos-del-discurso>. Consultado el 3 de octubre de 2016. 19:30 horas.
- Ruiz, Ramón. (2007). *El método científico y sus etapas*. Recuperado de: <http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf>. Consultado el 9 de septiembre de 2018. 15:30 horas.
- Sánchez Pérez, Ana María; Vásquez Fernández, María Dolores; y Hernández Torres, Josvani. (2006). *La comunicación oral, sus características generales*. Ciencias Holguín. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1815/181515838002.pdf>. Consultado el 14 de mayo de 2017. 18:50 horas.
- Simón, Pilar. (2014). *La democracia según Schumpeter*. Recuperado de: [www.jotdown.es](http://www.jotdown.es). Consultado del 15 de mayo de 2017. 19:15 horas.

- Simón, Pablo. (2015). La democracia según Alexis de Tocqueville. Recuperado de <https://www.jotdown.es/2015/11/la-democracia-segun-alexis-tocqueville/>. Consultado del 9 de septiembre de 2018. 20:30 horas.
- Sullivan, John. (1995). *El discurso de la fuerza y la persuasión como instrumento de sujeción y legitimación colonial*. Universidad Autónoma de Zacatecas. Recuperado de: [http://www.iifilologicas.unam.mx/pnovohispano/uploads/95sabernovo/art19\\_95.pdf](http://www.iifilologicas.unam.mx/pnovohispano/uploads/95sabernovo/art19_95.pdf). Consultado el 5 de agosto de 2017. 12:30 horas.
- Trémols, Fina. (2014). *El discurso político se genera para y por los medios de comunicación, no para el pueblo*. Universidad de Navarra. Recuperado de: [https://www.unav.edu/web/facultad-de-filosofia-y-letras/detalle-noticia/2014/05/21/el-discurso-politico-se-genera-para-y-por-los-medios-de-comunicacion-no-para-y-por-el-pueblo/-/asset\\_publisher/4G6p/content/2014\\_05\\_21\\_fyl\\_el-discurso-politico-se-genera-para-y-por-los-medios-de-comunicacion-no-para-y-por-el-pueblo/10174](https://www.unav.edu/web/facultad-de-filosofia-y-letras/detalle-noticia/2014/05/21/el-discurso-politico-se-genera-para-y-por-los-medios-de-comunicacion-no-para-y-por-el-pueblo/-/asset_publisher/4G6p/content/2014_05_21_fyl_el-discurso-politico-se-genera-para-y-por-los-medios-de-comunicacion-no-para-y-por-el-pueblo/10174). Consultado el 9 de septiembre de 2018. 15:30 horas.
- Ucha, Florencia. (2012). *Estructuralismo*. Definición ABC. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/ciencia/estructuralismo.php> Consultado el 24 de febrero de 2018. 16:31 horas.
- Vincenty, Rose. (2011). *Investigación por Encuesta*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/selene1524/muestreo-por-conveniencia>. Consultado el 25 de abril de 2018. 18:30 horas.

## **Anexos**

## **Anexo 1**

### **Discurso 1: Proclamación de candidatura, 17e mayo de 2015**

Así es que hoy voy a leerles un discurso que también salió del corazón, pero antes de leer ese discurso, quiero remontarlos a dos milenios atrás. Había un juicio y un hombre llamado Pilatos (sic) salió al balcón y dijo: “¿A quién escogéis? A Jesús de Nazareth llamado el Cristo o a Barrabás”; y el público gritó: “Barrabás”.

Dos mil años han pasado y el pueblo sigue escogiendo a los malos. Nosotros tenemos una responsabilidad grandísima con el Frente de Convergencia Nacional. ¿Cuál es esa responsabilidad? Convencer a todos, a todos, hombres y mujeres, de que Guatemala tiene la capacidad, lo que necesita es una oportunidad. Y Jimmy Morales no es perfecto. Y Jimmy Morales no puede solito. Y Jimmy Morales ni siquiera pretende ofrecer que Jimmy va a cambiar las cosas. No. Lo que sí puedo prometer es cambiar la mentalidad de todo aquel que se ponga a hablar conmigo y decirle que sí puede cambiar Guatemala, si nuestros actos realmente son dignos de una gran nación.

Y a mi madrecita, mi esposa, mi familia, pues les agradezco siempre, a mi hermano, pero también quiero agradecerle a Florecita que fue la que dio el primer paso conmigo. Yo di un paso y ella como tres porque sus piernas son un poco más cortas. Gracias por creer.

Me han preguntado sobre un plan de gobierno, bueno, les voy a decir cuáles son las acciones a seguir.

Acción primera, con carácter urgente, lucha frontal contra la corrupción. La experiencia me dice que, con las acciones más simples, se puede resolver los problemas hasta más extremos en cualquiera de los ámbitos en los que nos desarrollamos. El gobierno de Guatemala no es la excepción y tengo una propuesta de solución simple al problema que secuestra en gran parte la oportunidad de lograr un bienestar común, que es el que nos plantea la Constitución Política de la República en el artículo número uno. Esa simple acción tiene nombre y es una frontal lucha contra la corrupción.

¿Y qué es la corrupción? Me preguntarán ustedes, la corrupción es el vil robo agravado al dinero del pueblo. La corrupción le cuesta al pueblo de Guatemala, miles de millones de quetzales al año. Esta acción le roba a niños, jóvenes, adultos y ancianos, oportunidades verdaderas de vida. Les roba la salud, la educación y el desarrollo. Ha destruido incluso la vida en familia, cuántos hermanos guatemaltecos se han tenido que ir a otros países en busca de un

sueño. Muchos han ido a otro lugar para poder construir una casa de ladrillo y de terraza y muchos lo han logrado, pero a costa de dejar a sus esposas o a sus esposos, de sacrificar el estar al lado de sus hijos [llora].

De sacrificar el ver crecer a sus hijos; han construido casas, pero se han deshecho hogares. Qué razón, qué razón tenía José Martí cuando dijo: “Cuando los pueblos se migran, sobran los gobernantes”. Y aquí eso ha pasado, los gobernantes se han dedicado a robar, se han dedicado a llenarse los bolsillos y nuestra gente se ha tenido que ir; y no es justo. No es justo. Se construyen casas, pero se destruyen hogares. Niños que no tuvieron el ejemplo de sus padres porque están lejos. Niños que no tuvieron el amor de sus madres porque están lejos. Y hoy son los que están manteniendo la economía nacional. 5 mil 500 millones de dólares vienen al año por concepto de remesas y los hemos cuantificado simplemente por su remesa familiar, cuando el sufrimiento más grande ha sido abandonar la tierra que los vio nacer.

Todos tenemos uno, nadie más se tiene que ir de Guatemala. Tenemos que luchar para que ellos regresen, tenemos que luchar para que nuestros hijos digan: “Yo soy guatemalteco, me siento orgulloso de ser guatemalteco, me pongo la camiseta de Guatemala, antes que la del Barsa o del Real Madrid”.

Cuenta uno de los evangelistas que, en una ocasión, unos opositores de Jesús que querían hacerlo quedar mal ante el pueblo le preguntaron: “¿Es bueno pagar impuestos?” En ese entonces los judíos estaban bajo la bota del imperio romano y ellos se sentían muy mal porque tenían la noción de que el pueblo judío era el pueblo escogido por Dios y ya había sido esclavo muchas veces. Y otra vez estaba bajo el dominio de un imperio; si él respondía que sí, que sí era bueno pagar impuestos, entonces el pueblo judío iba a decir: “Otro traidor, no nos va a salvar, sino que está con aquel opresor” y si decía que no, era traidor al imperio e iría a la cárcel. El Maestro pidió una moneda y preguntó: “¿De quién es esa cara?” Del César, le respondieron. Y entonces él dijo: “Al César lo que es del César y a Dios lo que es de Dios”. Y hoy yo digo: Al pueblo lo que es del pueblo; y los impuestos ¡son del pueblo y deben regresar al pueblo!

Mi madre me enseñó, a punta de chicote, que robar era malo. Y me decía que el que roba un centavo roba un millón y en Guatemala, miles de millones de quetzales que año con año pierde el Estado con la corrupción, es porque se los están robando. Y sí, y solo sí, ese dinero debe regresar al pueblo de Guatemala en servicios y beneficios para la población. Guatemala lo que necesita es una oportunidad porque la capacidad la tiene demostrada. Lo que se necesita es que el dinero llegue a donde debe llegar.

El dinero de los impuestos es sagrado y debe ser considerado como tal porque el pueblo lo da con sufrimiento, por eso el que le roba el dinero de los impuestos le roba al pueblo. Por lo tanto, si el dinero del pueblo es sagrado tenemos que defenderlo con alma, corazón y cuerpo. Por eso, si Dios me permite el privilegio de servir desde la presidencia de Guatemala, desde este mismo instante me comprometo a que cuando asuma la presidencia, voy a pelear y a defender con todo mi ser el dinero de los impuestos.

Y hago una aclaración, debe ser pagado. Es responsabilidad del pueblo responder por sus necesidades, pero es necesidad y prioridad de los gobernantes hacer buen uso de ese dinero. Sé y estoy convencido que un solo hombre no puede resolver este problema, por eso les pido que compartan conmigo esta responsabilidad y juntos hagamos realidad esas magníficas enseñanzas de nuestro himno nacional y juntos digamos: “Ay de aquel que con ciega locura, los colores de Guatemala pretenda manchar”, robándose un centavo del pueblo.

Queremos sentar las bases de una Guatemala feliz. Guatemala feliz, inicia el himno nacional de Guatemala, escrito por un cubano, José Joaquín Palma. ¿Qué miraba ese cubano en los guatemaltecos para decir: “¡Guatemala feliz!” ¿Qué miraba? Seguramente miraba ese pueblo que, a pesar de las tribulaciones, sonreía y luchaba. Pero yo como guatemalteco miro los hospitales desabastecidos, hospitales sin medicina, médicos en huelga porque no se les ha pagado el sueldo. Robos millonarios de productores de medicina, pero también veo robos miserables de gente sin conciencia que, viendo los estantes vacíos, todavía los agarra para meterlos a la bolsa.

Si nos robamos un lápiz, si nos robamos una hoja del gobierno, que nos dé vergüenza porque le estamos robando oportunidad a alguien que necesita, porque el dinero del pueblo es sagrado. Qué cara esa frase Guatemala feliz. Juan Diéguez Olaverri, allá en la cumbre de los Cuchumatanes inspirado por la belleza, escribió un poema que dice: ¡Caros horizontes! Y es que es cara la frase “Guatemala feliz”; para que haya felicidad en Guatemala debe haber salud y hay que invertir en esa salud. Para que sea Guatemala feliz debe haber gente educada, capacitada, preparada y es cara la educación. Es cara esa frase, pero les pregunto: ¿Puede Guatemala? Sí puede. ¿Puede Guatemala? Sí puede [público responde]. Pues yo me apunto a ser el que dirija esto, pero necesitamos que todos nos apuntemos y digamos sí se puede.

Esto va a semejar muchas cosas. Alguien pensará que es paz y amor, perfecto. Alguien va a decir: Dos son mejor que uno. Un principio bíblico que dice: “Dos son mejor que uno”, porque si uno se cae hay alguien que lo levante. Si alguien viene

contra uno de los dos, hay dos para defenderse. Si uno de los dos siente frío, hay otro que le ayudará a calentarse. Dos son mejor que uno. “Cordón de muchos dobleces no se rompe fácilmente”. Esto puede significar para nosotros la compañía de que vamos juntos en la construcción de una patria, pero también le queremos sacar un simbolismo sencillo: una onda de horqueta. ¿Se recuerdan ustedes cuando un joven pequeño venció a un gigante? Y no lo hizo con fuerza de ejército ni con espada. La riqueza de los ejércitos que tenemos al otro lado de estas paredes es mucho dinero, pero ¿cuántos creen que tenemos el arma que se llama voto para poderle ganar a esos grandotes? Levanten la mano así y digan: ¡Este es mi voto! ¡Este es mi voto! Y convenzamos a toda Guatemala de que con esta arma que nos da la democracia podemos ganarles a todos los grandes. Este es mi voto. Este es mi voto. Este es mi voto.

El Tribunal Supremo Electoral nos ha dado las armas democráticas y las armas democráticas son: Una persona, un voto. No importa si tiene castillos, no importa si no tiene casa; no importa si no tiene doctorados, no importa si no fue a la escuela. Una persona, un voto. Esta es el arma con la que podemos cambiar el destino de Guatemala, llévenlo en su mente, llévenlo en su corazón. Y que todos saluden sabiendo que vamos acompañados a hacer de nuestro voto, el arma para cambiar la historia de Guatemala.

¿Para qué queremos el dinero de los impuestos? Queremos construir escuelas dignas y no cuchitriles sobrefacturados que atentan contra la vida misma de nuestros niños que son la médula del pueblo. Queremos que nuestros niños se conviertan en insignes literatos, científicos, artistas y deportistas, pero para ello hay que pagar un alto precio. Hay que construir edificios dignos, ya nos contaban [acerca de] las escuelas tipo federación, eran fabulosas. Mi hermano no me dejará mentir, fuimos a Huehuetenango a hacer una obra de teatro. Queríamos un lugar que albergara a 2 mil personas, no habían teatros, no habían ni siquiera salones. Hasta que a alguien se le ocurrió, miren la escuela tipo federación tiene un teatro fabuloso. Una escuela construida en 1950, tenía un teatro fabuloso, con una acústica lindísima, con un escenario que daba gusto actuar ahí. Aunque lastimosamente no había tenido el mantenimiento necesario, pero si en 1950 se estaban construyendo esas escuelas ¡qué nos pasa!

Acabo de ir a San Juan Sacatepéquez y si ustedes vieran un video, da tristeza, da lástima, llora el corazón. ¡Llora! Aulas, 150 metros cuadrados de construcción facturados a 1 millón 49 mil quetzales, eso es un robo, ese es un vil robo. Y no eran tres aulas, era un gran cajón que iba a ser dividido por cancelas de madera para que en cada una de esas aulas estuvieran dos grados de 30 alumnos cada uno. Y ya llevaba dos años la construcción y no se terminaba. Esa escolita tiene

construida por las manos de los profesores, directora y los padres de familia, tres aulas, sus paredes de lámina y su techo de lámina. Imagínense ustedes una escuelita de lámina donde están metidos 60 niños por aula, 30 y 30, con un mismo maestro que tiene dos pizarrones todos shucos. Ahorita les da clase a los de este lado, pónganse a hacer deberes, aquí los de este lado, pongámonos a hacer deberes. Es un horno en verano, una refrigeradora en invierno. Queremos construir edificios dignos, para que los niños se enamoren del estudio y quieran ir a estudiar [aplausos del público].

Yo tuve la oportunidad de estudiar en colegio público, perdón en colegio privado, porque mi madre tenía el sueño de que nosotros fuéramos profesionales. Ella enviudó cuando tenía yo tres años, mi hermano mayor, cinco, mi hermana menor tenía cuatro meses de embarazo. Así es que mi mamá sin haber podido estudiar se quedó con un niño “feito” de cinco años y un niño hermoso de tres años (risas del público). Esperando un tercero y dijo: “Mi hijo va a ser doctor”, vio a mi hermano, de mí no dijo nada, como que no le inspiré mucho, ¿verdad? [risas del público]. Pero ella tenía un sueño, de que sus hijos salieran adelante. Gracias madre y gracias al estudio, hemos salido adelante; sin el amor del padre y de la madre o de la familia, tampoco se puede. Es un componente, pero es un componente vital. Debemos construir escuelas dignas. Pero es triste ver una escuela, donde hay un salón de clases en pésimas condiciones y hay 160 alumnos, seis maestros y una directora que tienen un baño en donde no hay agua y el baño también es de lámina. Y esa es la realidad de miles de escuelas y hay una frase interesante que está de moda, de un hombre insigne, del expresidente de Uruguay, José Mujica, que dijo: “Primero vamos a invertir en educación, segundo en educación, tercero en educación”. Yo creo en la educación, pero la realidad de Uruguay es diferente a la realidad de Guatemala. Uruguay no tiene más del 65 por ciento de desnutrición crónica y no tiene el 10 por ciento de desnutrición aguda de niños que se están muriendo, literalmente, de hambre. De qué sirve llevar niños a la escuela, si sus abuelos estaban desnutridos, si sus papás estaban desnutridos, si cuando estaba la mamá en gestación, no recibió buena alimentación y al salir del vientre de su madre recibió, mala alimentación.

Jafeth, como médico, ¿qué resultado tenemos? Alguien que no se desarrolló bien y no es asunto racial ¡no! Es asunto genético. El ser humano que no recibe alimento no desarrolla ni su cuerpo, ni su cerebro. Por lo tanto, vamos a llevarlo a la escuela y no va a rendir. Necesitamos, antes de pensar en la educación, en una estrategia verdadera de salud, que sea encabezada por una estrategia y una política de seguridad alimentaria y nutricional, que inicie con los niños.

Hoy por hoy, muchos funcionarios públicos le roban al pueblo de Guatemala cerca de 45 mil millones de quetzales al año; oigan bien, 45 mil millones de quetzales. Eso equivale a 3 mil millones de comidas al año, a precio de 15 quetzales el plato de comida. Suficiente para alimentar, dándole desayuno, almuerzo y cena, a 2 millones 700 mil niños durante todo un año. ¿Qué prefieren ustedes? ¿Dinero en la bolsa de políticos corruptos o prefieren niños bien alimentados? [público murmura: niños bien alimentados]. Otro motivo para que vayan a la escuela. Allá sí me dan comida. Y no para politizarlo, sino para solventar la necesidad que tenemos. Yo quisiera que nadie tuviera que pedir comida. Mi madre me enseñó que, siendo viuda, no pidan nada porque ¡ay, si piden! [risas del público]. ¡Vamos a visitar a la casa de los abuelos paternos y a veces, la pasábamos trayendo a la zapatería donde ella trabajaba y en la esquina de la casa de la abuela había una tienda y ahí estábamos parados, un agua para mi hermano y yo, una galletita o algo, comía ella con Karina y nos decía: “Ya almorzaron, ¡ay de ustedes si piden comida! Y si les ofrecen, ya almorzaron”. Y ¡ay de nosotros! Si pedíamos comida. Ya quisiera yo, que nadie tuviera necesidad, les doy mi palabra que, yo no estoy a favor de programas sociales, solo así porque sí. Todo tiene un fin y el fin que nosotros queremos es darle oportunidad de educación, pero educación en buenas condiciones. Buenos colegios y bien educados, bien alimentados nuestros niños.

Segunda acción de carácter urgente: Eliminación de los privilegios. No es posible que un dignatario tenga un auto blindado, servicio de seguridad y una autopatrulla atrás para cuidarlo; comidas gratis, ellos sí comen gratis. ¡Y todas las cosas que conlleva el lujo! Cuando se les fue concedido el privilegio de servir a la nación. Y repito: Privilegio de servir a la nación. Yo estudié en una institución que su lema es salvos para servir; y eso es lo que me tiene aquí. Privilegios que tenemos que quitar.

Los estudiosos dicen, los estudiosos de esto dicen que si lográramos erradicar los privilegios nos ahorraríamos cerca de 25 mil millones de quetzales al año, con eso se podría abastecer hospitales, abastecer los centros de salud, pagar salarios médicos y construir centros de salud. Y saben qué es lo bueno, que tenemos a la mejor persona que pueda administrar esas dos carteras. Exrector de la Universidad de San Carlos, médico de profesión y un hombre de experiencia en administración médica [aplausos del público].

Vamos a exigir el vuelto; hay un empresario, conferencista japonés que dice que para probar un empleado hay que darle un billete grande y mandarlo a hacer un mandado. Si devuelve el vuelto sin que se lo pidan, es honrado y hay que contratarlo. Si se hace el loco, es mañoso. Yo creo que hoy, el pueblo de

Guatemala le está pidiendo vuelto a este gobierno. Y me siento alegre de ver las manifestaciones que se han dado.

Jafeth tuvo el privilegio de marchar como universitario durante su época de estudiante, durante su época de docente, durante su época de decano, durante su época de rector. Y tuvo el privilegio de marchar ayer en una marcha digna. Yo no marché nunca, pero siempre lo admiré. Y ahora que quise marchar, mi grupito me dijo: Jimmy, no es bueno que vayas. ¿Por qué? Porque es un movimiento social, no hay que aprovechar, ni mezclar lo político. Me lo han agradecido tremendamente, eso sí, en lo calladito y en lo secreto, mi tía Rosa y mi mamá me acompañaron a darles unas agüitas y a darles un suerito y unas pastillitas para la voz, a los que estaban encadenados a la puerta del palacio y ni siquiera ustedes se enteraron, porque no necesito andar haciendo publicidad de lo que no he hecho. Saludar con sombrero ajeno es malo. Tenemos que pedirle el vuelto. A todos. Jafeth, te van a pedir vuelto. Diputados, les van a pedir vuelto. Ahora díganme: “Jimmy, te vamos a pedir vuelto” [el público responde: Jimmy te vamos a pedir vuelto].

No va a haber necesidad, yo se los voy a devolver antes, créanlo [el público aplaude]. Con la humildad que llegué a pedirle a Jafeth que fuera mi compañero de fórmula y con la humildad que él me recibió, yo quisiera invitarte que pasaras aquí, por favor, Jafeth y presentarnos humildemente ante ustedes, delegados del Frente de Convergencia Nacional, delegados del Tribunal Supremo Electoral, amigos que nos acompañan, amigos de los medios de comunicación. De esta manera, sencilla y humilde, nos presentamos a ustedes con el deseo único de poder servirles, si nos dan el privilegio, le pido a Dios, y le pido a Jafeth que nos esforcemos y que Dios bendiga nuestro camino, nuestra entrada, nuestra salida y que podamos salir con la frente en alto; que Dios les bendiga y muchas gracias [aplausos del público].

## **Anexo 2**

### **Discurso 2: Paseo de La Sexta, 22 de junio de 2015**

¿Cómo está Guatemala? Qué lindo; me siento muy contento de estar acá, abrigado por el cariño de todos ustedes. Yo sé que algunos tienen dudas de si soy Nito o soy Neto, soy Neto. No soy bonito, pero soy coqueto, ¿sí? Pero lo más importante no es saber si soy Nito o si soy Neto, sino que a ustedes les consta que no soy corrupto ni ladrón. Me dijeron: ¿por qué sacó una campaña acusando a los demás? ¡Mentira! Yo, no soy corrupto ni ladrón. El que tenga el guante que se lo plante [ovaciones].

Hemos vivido una situación difícil y les voy a contar por qué, porque estamos viviendo en democracia y la democracia es difícil de entenderla. Les voy a contar una historia, de una novia que tenía un novio mentiroso. Le decía: “Te amo. ¿De veras? ¿Cuánto me amas? Yo por ti me cruzaría el océano nadando. ¿De veras? Sí. ¿Qué más? Yo por ti me atravesaría el desierto sin tomar un sorbo de agua. ¿De veras tanto me amas? Sí. Yo por ti me enfrentaría al ejército con un cortaúñas como arma. ¿De veras tanto me amas? Sí. ¿Me vas a venir a ver hoy en la noche? Si no llueve llego”. [Risas del público] Y nos reímos, nos reímos, pero esa ha sido la realidad de Guatemala donde la novia es el pueblo y el mentiroso es el político.

Pero ojo, ojo, hemos sido la novia que ha abrigado la esperanza de que por fin nos va a cumplir el novio mentiroso. Y le pedimos y lo obligamos a que nos diga lo que queremos escuchar y hoy yo les vengo a decir que nuestra realidad es tan difícil que yo quisiera decirles que les prometería el sol y la tierra, pero me veo en un estrecho porque nuestra realidad es difícil. Hay un hombre famoso, muy bueno, lo respeto y sería un excelente ejemplo a seguir: José Mujica. Dijo José Mujica: “vamos a invertir primero en educación, segundo en educación, tercero en educación”. Y qué lindo proyecto, pero Guatemala no es Uruguay. En Guatemala tenemos más del 75 por ciento de gente desnutrida, mucha gente que no tiene ni siquiera un bocado que echarse a la boca. Niños, madres que se están muriendo de hambre. Los abuelos estaban desnutridos, los padres desnutridos y la madre, cuando estaba gestando al niño en el vientre, no le dio alimento suficiente y cuando nace el niño no recibe buen alimento. Y sí y solo sí, eso lo condena a no tener un desarrollo pleno para poder ir a esa escuela a estudiar.

Aquí tenemos a un hombre de ciencia, un hombre que se comprometió conmigo y se está comprometiendo con Guatemala para que lo primero que se invierta en esta tierra sea en salud para tener una población sana, bien alimentada [ovación del público]. Voy a dar una explicación más porque yo creo en la educación: Aquí está Rosario, no me dejará mentir, no sabía que iba a venir. Gracias Chayito por venir. Con ella crecimos en el Sausalito, no había asfalto, no habían drenajes, había que ir a traer agua para el terremoto al Marista y cuando no había agua, a la 3ª. Calle del Sausalito. Y cuando no había, había que bajar a la Joya de Senaú por una cubeta de agua.

Vendí plátanos en el mercado de Santa Luisa y tengo a mi madre, una viuda que creía en la educación. Y dijo: “Mi hijo va a ser doctor”, viendo a Sammy. De mí no dijo nada, como que no le inspiré mucho, ¿verdad? [risas del público]. Pero ella se comprometió con sus hijos a darnos educación y yo creo en la educación, soy el ejemplo vivo de que en Guatemala hay capacidad, lo que no hemos tenido es

oportunidad. Y si aun creyendo en la educación, que sé que es la herramienta que el hombre guatemalteco necesita, que la mujer guatemalteca necesita para triunfar en la vida. Tengo que anteponer a la educación, la salud, basada en una política de seguridad alimentaria y nutricional para poder asegurar que los niños cuando lleguen a las escuelas lleguen nutridos y alimentados para aprender ciencia, para aprender civismo, para aprender moral y para poder luchar por esta gran nación que se llama Guatemala.

Ya les dije dos cosas en las que nos vamos entonces a concentrar, salud y tenemos a un experto [señala a Jafeth Cabrera], la educación, tienen mi compromiso porque sé que la educación cambia el rumbo de las naciones. Y hay una tercera cosa, hay una tercera cosa en la que vamos a invertir: Vendí plátanos en el mercado de Santa Luisa y soy nieto de zacapanecos. Nací en la capital, nací en la capital pero soy zacapaneco, porque zacapaneco nace donde se le pega la regalada gana, dicen por allá. Pero más que ser zacapaneco y haber crecido en Chinautla y haberme desarrollado en Mixco y haber estudiado toda mi vida en la capital, me siento más orgulloso de decir: Soy 100 por ciento guatemalteco, legítimo representante del pueblo guatemalteco [ovación del público].

Y les voy a decir por qué soy legítimo representante del pueblo guatemalteco: Porque yo no tuve que echarme un guacalazo de agua enfrente de las cámaras, porque yo me bañaba todos los días con guacalazos de agua. Yo no tengo que irme a meter a los mercados para tomarme una foto, porque vendí en el mercado de Santa Luisa, vendí en el mercado de La Parroquia, vendí en el mercado San Martín, vendí en La Terminal de la zona 4, sé lo que es vender ropa usada aquí en la sexta avenida. Y si por aquí está Miguel, si por aquí está Salvador, si por aquí está el Tío, si por aquí están todos los vendedores que hoy están en El Amate, saben que no estoy mintiendo [ovación del público].

Soy representante legítimo, representante legítimo del pueblo porque lo que me he ganado, me lo he ganado con la bendición de Dios y con el sudor de mi frente. Aquí están gritando: Petén está presente, Jimmy presidente. Por eso es que la tercera cosa que nosotros vamos a apoyar tremendamente es el desarrollo humano. Y vamos a acceder al crédito, a la micro y a la pequeña empresa, porque es la que genera el empleo y el desarrollo en Guatemala. Pero para generar empleo, es la micro, la pequeña y la mediana empresa la que vamos a acceder al crédito, pero crédito que se pueda pagar, ahorita hay empresas en los mercados y si ustedes venden en algún mercado les prestan al 10 por ciento diario. Imagínense ustedes, cuando la gran empresa consigue préstamos al 3 y al 4 por ciento anual. ¿Cómo competir? ¿Cómo crecer con tasas del 56 del 48 por ciento anual? Tenemos que accederle el crédito a la pequeña y a la micro empresa para

que puedan invertir y generar más empleo. Ya les dije las tres cosas: salud, educación y desarrollo económico a través de la generación de empleo, fomentando la micro y la pequeña empresa.

Ahora yo les digo, ¿cómo vamos a dar el primer paso? Porque para realizar eso necesitamos ir por pasos y el primer paso es ¡ganar las elecciones este septiembre! [ovaciones: Jimmy, Jimmy, Jimmy...]. Aquí ustedes podrán ver dos dedos, alguien podrá decir que es una v de victoria, alguien podrá decir que es paz y amor, yo les digo que es tu arma, es el voto, una persona, un voto. No importa si es doctor o si no fue a la escuela. Una persona, un voto. No importa si tiene todas las propiedades del mundo o no tiene ni siquiera un techo o una almohada para reclinar su sien, una persona, un voto. No importa si vive en Huehuetenango o si vive en Izabal, si vive en Petén o si vive en Escuintla, una persona, un voto. Esta es tu honda, esta es tu honda y asemeja una honda de horqueta con la que David venció a Goliat y con la que el FCN va a vencer a todos los gigantes. Este es nuestro saludo y de ahora en adelante yo quiero que convenzamos a toda Guatemala y la empoderemos y le digamos que el que manda es el pueblo y manda con el voto. Este es mi voto, tu arma es tu voto, tu honda es tu voto, este, esta es mi arma, esa arma es mi voto. Llévate eso en tu corazón, llévate eso en tu corazón. Esta es tu arma, un arma con la que puedes derrocar a la corrupción, un arma con la que puedes sacar a aquellos saqueadores del gobierno. Dos son mejor que uno porque si uno tiene frío hay otro que le ayuda a calentarse; si uno se cae hay otro que le ayuda a levantarse; si alguien viene contra uno de los dos, hay dos para defenderse. Cordón de muchos dobleces no se rompe fácilmente y Guatemala tiene esperanza porque estás tú y estoy yo. Dos mejor que uno.

Voy a terminar con una historia que yo sé que ustedes la van a comprender porque a través de historias es fácil comprender los mensajes. Jesús caminaba y alguien llegó queriéndolo hacer quedar mal ante el pueblo con una pregunta difícil de responder, le preguntó: “¿Es bueno pagar impuestos?” En ese tiempo el pueblo de Israel estaba sometido por el imperio romano y el impuesto que pagaban ellos ni siquiera era para gastarlo en las necesidades de los judíos, sino que iba a Roma, pero había un problema en esa pregunta. Si él decía que sí había que pagar impuestos, los judíos, gente muy nacionalista, iba a decir este hombre no es de nosotros, nos traiciona. Y si decía que sí había que pagar impuestos... Perdón, si decía que no había que pagar impuestos, entonces el imperio romano lo encarcelaba y lo metía preso. ¿Qué responder? Jesús, preguntó: “¿Alguien tiene una moneda?” Le dieron una moneda y él volvió a preguntar: “¿De quién es esa

cara, de quién es ese rostro?” Del César, dijeron. Y de ahí surgió aquella famosa máxima: “Al César lo que es del César y a Dios, lo que es de Dios”.

¿Eso qué significa? Significa que a cada quién hay que darle lo que le corresponde. Y si al César lo que es del César, y a Dios lo que es de Dios, pregunto: ¿al pueblo? [público contesta] ¡Lo que es del pueblo! ¿Al pueblo? [Jimmy pregunta] ¡Lo que es del pueblo! (público contesta). ¿Y qué es del pueblo? Los impuestos son del pueblo y lo único que nosotros tenemos que hacer es que los impuestos del pueblo regresen al pueblo [ovaciones]. ¿Cómo? En escuelas, en hospitales, en carreteras y en todo aquel servicio que el pueblo de Guatemala necesite. Y ahora sí, me preguntaron si creo en los programas sociales. Y yo les dije: Yo tuve un beneficio de un programa social que no se ha publicitado ni se ha politizado, ni ha sido utilizado para denigrar la dignidad del guatemalteco y les voy a decir cómo se llama ese programa social: Universidad de San Carlos de Guatemala. Les voy a decir: A mis 22 años terminé mi primera licenciatura, Administración de Empresas, de la gloriosa y tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala y les voy a decir cuánto pagué yo: Yo pagué cinco quetzales al mes, por esa universidad. Hermano Guillén, allí hay un catedrático de la San Carlos, un aplauso para mi amigo. Regreso, yo pagué cinco quetzales al mes, pero ojo, la Universidad de San Carlos no cuesta cinco quetzales al mes, cuesta varios cientos, sino es que miles mensuales, pero el estudiante solo paga cinco quetzales, ¿quién paga el resto? ¡El pueblo de Guatemala! Yo tuve la oportunidad de estudiar a través de un beneficio social, el problema entonces no es el machete. ¿Es bueno el machete? Depende, depende. En manos de un trabajador el machete es una herramienta fabulosa para el trabajo. Pero en manos de un criminal, es un arma asesina. Esos son los programas sociales: No son buenos ni son malos. Pueden ser utilizados para bien, para educar, para alimentar al hambriento porque hay que alimentarlo, para curar al enfermo porque hay que curarlo. Lo que no se vale, lo que no se vale es condicionarlo y decirle que si no hace lo que tiene que hacer porque yo se lo ordeno, no se lo doy. A esos condenémoslos con no darles nuestro voto.

Hay un joven que anda por acá, se llama Édgar Lorenzo Chín, salió en unas fotos conmigo y dijeron: ¡Ya vieron! Puros ishtos (sic) están metiendo, se vendieron; tiene 22 años, está sacando su segunda licenciatura, ha sido dirigente universitario y ya tiene propuestas definidas para llevarlas al Congreso para luchar por los derechos del estudiantado público y privado. Y si anda por allí, es un chinito simpático y trabajadorazo (sic), alto, si ustedes han visto rótulos y señales puestas en las banquetas y en los arriates, él ha puesto más de 500. Se ha ganado con respeto, con trabajo, con educación, la posición que lleva.

Y así, muchos de ustedes van a saber y a conocer gente del pueblo que van a ir a los lugares, que van a servirle al pueblo, para devolverle al pueblo lo que es del pueblo. ¡Este es nuestro voto! ¡Qué Dios los bendiga! ¡Y gracias por acompañarnos en este día tan especial! ¡Qué Dios los bendiga!

### **Anexo 3**

#### **Discurso 3: Mazatenango, 2 de agosto de 2015**

Les presento al doctor Jafeth Cabrera, quiero pedir un fuerte aplauso para él, un hombre de ciencia, un hombre de historia académica, un hombre que cuando le pedí que me acompañara en esta travesía me dijo: “Jimmy, yo no tengo dinero”. Si yo tampoco, le dije [risas del público]. Entrémosle con fe, con amor y con lo que nos enseñaron en la San Carlos: conciencia social para poder servir a la población.

De veras me siento muy honrado de ser acompañado por una persona con todo el currículo y la trayectoria que él tiene, así que yo quisiera que le diéramos otro fuerte aplauso al doctor Jafeth Cabrera [aplausos].

Voy a iniciar resolviendo algunas dudas que todo el mundo tiene y siempre me hacen las preguntas. Ustedes tienen la duda de si soy Nito o soy Neto ¿verdad? Soy Neto. Soy Neto. No soy bonito, pero soy coqueto. También quiero contarles que no importa si es Jimmy o Neto o Nito, sino lo que importa realmente es por qué estamos acá y estamos acá para hablar, no de mentiras sino de realidades. Y les voy a empezar a contar una historia y después de esa historia, vamos a empezar con el plan de gobierno, que es lo que quieren saber acá. Pero necesito que ustedes comprendan conmigo lo que no debemos hacer en política y felicito a todos los que trajeron a sus hijos a este mitín, porque es político.

Dejemos de pensar que la política es mala, la política no es mala. Los malos son aquellas personas que han hecho de la política una forma para enriquecerse ellos, porque la política como ciencia persigue una cosa y lo que persigue es la felicidad y el bienestar de las personas.

Si nosotros vamos entendiendo eso y les enseñamos a nuestros hijos que son la gente trabajadora que está siendo formada por ustedes, vamos a tener un tiempo en el que la historia en que los poli... ladrones y corruptos estaban en la política se acabó, porque sus hijos bien educados son los que van a dirigir los destinos de esta gran nación.

Había una novia que tenía un novio mentiroso y, este novio mentiroso le decía: Te amo. ¿Así? ¿Y qué harías por mí? Yo por ti me cruzaría el océano nadando, ¿de veras? Y ¿qué más harías por mí? Yo por ti me cruzaría el desierto sin tomar un traguito de agua. ¿Todo eso harías por mí? ¿Y qué más? Por ti yo me pelearía con el ejército de Estados Unidos, aunque solo tuviera un cortaúñas. ¿Tanto me amas? Sí. Y ¿todo eso harías por mí? Sí y más. ¿Me vas a venir a ver hoy en la noche? Si no llueve, llevo [risas del público].

Nos da risa, nos da risa. Pero fíjese que esa ha sido la historia de Guatemala, en donde el pueblo es la novia y el político el novio mentiroso, en donde llega y les dice: “Les voy a hacer un puente, pero si no hay río, les voy a hacer también el río”. Y la novia, o el pueblo, allá en su interior sabe que le está mintiendo, pero quiere creer que van a construir las carreteras de seis carriles, que van a construir los puentes, que van a hacer las escuelas, que les van a construir los hospitales. Y en realidad, analicemos cómo está Guatemala. Cómo está la educación, cómo está la salud, cómo están las carreteras, cómo está el problema de la seguridad, cómo está la justicia, cómo está la deuda pública, internacional y nacional, cómo está todo. A donde volteemos a ver, la cosa está difícil. Y yo sé que ustedes gritan: “Jimmy, Jimmy, Jimmy”, y se los agradezco, pero lo que tenemos que gritar es: “Guatemala, Guatemala, Guatemala”. Un hombre solito, no puede cambiar los problemas serios que hoy tenemos en el país.

Y voy a empezar a hablar de la educación, ustedes me van a ayudar a responder las preguntas para ver cuál es la decisión que tenemos que seguir, pero ayúdenme respondiendo todos a las preguntas que les voy a hacer:

Jimmy: ¿Quién gana más? ¿El ayudante del albañil o el albañil?

Público: El albañil.

Jimmy: ¿Quién gana más? ¿El albañil o el maestro de obras?

Público: El maestro de obras.

Jimmy: ¿Quién gana más? ¿El maestro de obras o el ingeniero?

Público: El ingeniero.

Jimmy: ¿Quieren ustedes que sus hijos ganen más?

Público: ¡Sí!

Jimmy: ¿Qué les tenemos que dar?

Público: Educación.

¿Pero cuánto le va a tomar a este niño, tres años, cuatro años para que se convierta en ingeniero? ¿Un año? ¿Dos? ¿Cinco? ¿Diez? ¿Veinte? Veinte o veinticinco años. Si nosotros queremos que nuestros hijos ganen bien. Si nosotros

queremos que Mazate (sic), todas sus aldeas, caseríos, que toda Guatemala pueda realmente tener acceso a una mejor educación y mejor calidad de vida, lo que tenemos que dar es educación y educación digna, pero hoy por hoy, le estamos exigiendo que den educación de calidad, cuando un maestro tiene que dar dos, tres grados en un aula, cuando tiene que dar clases en aulas donde no hay escritorios y que tiene que dar clases donde no hay clases construidas muchas veces.

Nos va a llevar 20 años y ni siquiera yo voy a poder construir ese proyecto, pero lo podemos empezar si ustedes y yo nos concientizamos de eso. Yo sé que muchos me dirán: “Ala chucha, ¿20 años?”, pero si yo lo que quiero son soluciones ya. Voy a los medios de comunicación y lo primero que me dicen es: ¿cuál es su primera acción para resolver el problema de la inseguridad? Y es que no tenemos varitas mágicas, los políticos que dicen que pueden resolver las situaciones solos y de un momento a otro, les están mintiendo.

Ustedes me dirán, “Ala, pero 20 años. Jimmy, pero si mis problemas son de ahorita. Yo estoy padeciendo hambre ahorita. Yo estoy con problemas, ahorita quiero soluciones de ya”. No les puedo mentir, porque nadie me ha podido decir que soy corrupto, ni me ha podido decir que soy mentiroso, que soy ladrón, pero tampoco ha podido decir que soy mentiroso. Lo han dicho algunos en páginas electrónicas, pero ningún medio serio ha podido afirmar lo que han dicho esas personas.

Ustedes dirán, es fácil hablar así cuando a uno le va bien, usted porque tiene un programa de televisión que se ve en Guatemala, Centroamérica, Estados Unidos y tiene películas que han dado vuelta al mundo. Sí. Gracias a Dios me ha ido bien, pero no siempre fue así.

Les voy a contar la historia de mi madre rápidamente para que ustedes vean por qué creo en la educación y por qué creo, aun cuando sea larga la ruta, es una de las formas en las que podemos vencer no solamente el problema de educación, sino los problemas de la pobreza y de la desnutrición que hoy nos está matando. Cuando yo tenía tres años, mi papá falleció; mi hermano mayor, el feito (sic) que sale conmigo en la tele, tenía cinco años. Mi hermana menor no había nacido, mi mamá tenía cuatro meses de embarazo. Mi mamá no había estudiado, no tenía trabajo, la pequeña casa que tenían que era un terreno que mi papá había enganchado y que solo había construido dos cuartos, la mitad de adobe, la otra mitad de madera y lámina y el baño, era la casa, pero aun así se debía. Mi mamá dijo: “Me va a llevar la fregada, y se la llevó”. Mi mamá quedó sin trabajo, sin

dinero, con deudas, con un niño feito de cinco años y con un niño hermoso de tres años. Esperando un tercero y mi mamá se puso un objetivo y lo alcanzó basado en tres elementos de fe, creyó en Dios. Alguien le dijo que ni las viudas, ni los huérfanos iban a ser desamparados y yo les puedo dar testimonio que escaseó la comida, que hubo pantalones rotos de las rodillas, que hubo zapatos con agujero en la suela, que hubo muchas limitaciones, pero en la casa nunca faltó ni techo, ni comida, ni estudios. Creyó en Dios.

La segunda cosa en la que creyó fue en sus hijos. Vio a mi hermano mayor, a Sammy y dijo: “Mi hijo va a ser doctor”. De mí nunca dijo nada, como que no la inspiré mucho. Ella dijo, mis hijos van a ser profesionales, aunque sea lo único que haga. Y se esforzó porque nosotros pudiéramos tener la mejor educación que ella podía pagar, desde la casa hasta el colegio donde nos inscribió. Un colegio privado, donde ella consiguió que nos dieran una beca y ella con todo su esfuerzo, pagaba siempre la mensualidad. En muchas ocasiones, no nos daban exámenes porque mi mamá no podía pagar y estaba atrasada. Y ella miraba que hacía, para poder poner al día la colegiatura, pero nunca faltó y nunca perdió la fe de que sus hijos pudieran llegar a ser profesionales.

Nunca perdió la fe, a pesar de que a veces, nosotros no éramos los grandes estudiantes que ella esperaba. Y las tarjetas iban con azul, rojo, rojo, azul. Y nos decía: estudien hijos por favor estudien. Estudien, no tengo casa, terrenos, dinero para dejarles herencia. La herencia más grande que les podré dejar es su educación. Estudien. A veces se volvía difícil sostener las cosas y nos decía: “hijos por favor, estudien. Yo dejo de comer bien para que estudien. Dejo de vestirme bien para que estudien. Dejo de salir para que estudien. Estudien por favor, estudien”. Y nunca dejó de creer en sus hijos. Veinticinco años después, mi hermano no siguió medicina por decisión de él, pero mi mamá le dijo: “Yo te mantengo la carrera, mijo. Madre muy cara. Yo te la mantengo”. Y decidió estudiar comunicaciones y, hoy puedo garantizar que mi hermano Sammy, es uno, sino el mejor comunicador de Centroamérica que ha hecho de todo tipo de producciones y mi madre se siente orgullosa de ese hombre.

Y la tercera cosa, en la que ella siempre creyó fue en ella misma. Luchó con todas sus fuerzas para poder alcanzar su gran objetivo, que sus hijos fuesen profesionales universitarios. Qué razón tenía, ¡qué razón tenía! Porque 25 años después yo a la edad de 7 años, vendía plátanos en el mercado y 25 años después juntamente con mi hermano, como empresarios, con estudios y con muchas herramientas que nos dio precisamente la educación logramos pasar a tener la posibilidad de mercadear a nivel internacional productos audiovisuales,

pero todo por la educación. Si ustedes quieren que las cosas cambien en Guatemala, le tenemos que apostar a la educación, pero no es de uno, ni de dos, ni de tres años. Yo me comprometo con la educación, comprometo a reconstruir todas las escuelas que están en total abandono. Me comprometo con construir escuelas verdaderamente dignas para nuestros hijos. Me comprometo con que el magisterio sea dignificado. Me comprometo con que podamos luchar contra esa ignorancia que nos tiene sumidos en la pobreza, pero también necesito el compromiso del pueblo. De que pase lo que pase, aunque haya pobreza, aunque haya escasez, aunque haya limitaciones, yo necesito que ustedes se comprometan en que sus hijos y sus hijas no van a abandonar el estudio, pase lo que pase.

¿Quieren un presidente comprometido? Yo quiero un pueblo comprometido, porque si no, no vamos a salir del agujero donde estamos. También vamos a vender la manzana buena, usted no se preocupe.

Persona en el público: “Vendé tu manzano bueno muchá” (sic).  
Jimmy Morales: “También vamos a vender manzana buena”.

Ahorita vamos a dejar el tiempo al doctor Jafeth para que él te cuente precisamente de todo el grupo de 21 mesas de profesionales que ya más de 1,500 de distintos sectores se han ido uniendo al proyecto. Pero sigo con las preguntas.

¿Puede un adulto enfermo, trabajar? No. ¿Puede un niño enfermo estudiar? No. ¿Saben ustedes que al año pasado se nos murieron 152 niños de lo que se llama desnutrición aguda? Sí. Desnutrición aguda es morir por no comer. En buen chapín es: se murieron de hambre, 152 niños se murieron de hambre el año pasado [2014] y miles, miles quedaron con alguna lesión física de por vida, desde su cerebro, sus riñones, su hígado, su páncreas porque al no comer, el cuerpo empieza a gastarse todas aquellas proteínas que sirven para el buen sostenimiento de los miembros del cuerpo. Y en Guatemala hay hambre, mucha hambre. A mí gracias a Dios no me hace falta, pero decir que ese 13 por ciento de pobreza no existe, eso es querer tapar el sol con un dedo.

Hay niños que no almorzaron; se fueron a dormir sin cenar; no desayunan y llegan a la escuela y los hay. Los invito a que vayan a las escuelas públicas y sin que se vayan muy lejos de aquí y van a ver lo que les estoy diciendo. ¿Cómo podemos mandar a educar a un niño que su cerebritito no se ha desarrollado? Cuando 49.3 de nuestros niños padece de lo que se llama desnutrición crónica; eso es uno de cada dos en Guatemala. Y no me crean a mí, revisen todos los datos estadísticos

del país y dense cuenta en dónde estamos sumidos. Nosotros tenemos que luchar contra esa desnutrición. Y aquí, me voy a meter a hablar de un tema escamoso, pero ya les dije que tengo que hablar con la verdad. Les voy a hablar de los programas sociales.

Muchos me han preguntado, ¿qué pienso de la bolsa de alimentos? Y he tenido que confesar, que yo creo que hay gente muriendo de hambre en Guatemala y hay que seguir trabajando esa bolsa de alimentos, pero oído, no estoy de acuerdo con esa bolsa de alimentos que se queda en la casa de tres pisos, no puedo estar de acuerdo con esa bolsa de alimentos que se queda en la casa de terraza. No puedo estar de acuerdo con esa bolsa de alimentos que se queda en la casa de la gente que no tiene necesidad. Mírame bien a los ojos y escúchame bien lo que te estoy diciendo con el corazón: si tienes necesidad de esa bolsa de alimento, agárrala. Si realmente tienes necesidad de esa bolsa de alimentos, agárrala, pero agárrala con la dignidad de un guatemalteco que puede ver de frente y dice: “en este momento la necesito, pero voy a luchar porque el otro mes o el próximo trimestre no la tenga que agarrar”. Y si algún político te dice, si no votas por mí, no te doy la bolsa. Pues dile: “No voto por ti porque este dinero no es tuyo político ladrón”.

Público: Jimmy, Jimmy, Jimmy, Jimmy.

Jimmy Morales: Guate, Guate, Guate, Guate...

Si no necesitas esa bolsa mi hermano, mi hermana guatemalteca no la agarres. Deja que esa bolsa llegue a la casa de la viuda. Y ya te confesé que soy hijo de una viuda y sé lo que es tener necesidad, pero si eres como la madre que me educó, no la agarres porque mi hermana me enseñó a no pedir. Me llevaba todos los fines de semana a la casa de la abuela paterna, aun cuando mi papá había muerto y en la esquina de la casa, se paraba en una tienda y nos compraba una gaseosa para que mi hermano y yo nos tomáramos la mitad cada uno, y un pan y ella hacía lo mismo con mi hermana y nos decía: “ya comieron, ya comieron y si piden, ¡ay de ustedes!”. Y si pedíamos, ¡ay de nosotros! Así la señora, pero no la vean enojada. Si tú eres viuda y no necesitas de esa bolsa, no la agarres. Deja que esa bolsa llegue a la casa del viejito, de la viejita que no tiene quién por él y que se nos puede morir de hambre. Porque bien dice el refrán: “Un padre mantiene 10 hijos, pero 10 hijos no mantienen un padre”. Si no necesitas esa bolsa, no la agarres porque esa bolsa tiene que cumplir su función y es liberar de la desnutrición crónica o la desnutrición aguda a la gente que tiene que estudiar o que tiene que trabajar para volverse gente productiva en este país. Y así, todos los programas sociales tienen una función, pero no van a escuchar hablar de mí,

ni les voy a decir: “Mire si aquel le da 5 bolsas de fertilizantes, yo les doy 10”. No. ¿Qué es más importante? ¿El fertilizante o el agua? ¡El agua! Mil bolsas les puedo dar, (pero) si no solucionamos el problema de la distribución del agua en Guatemala para los cultivos, la ganadería, la industria no vamos a salir de los problemas sociales que tenemos en Guatemala.

No es solo con los programas sociales, son útiles, pero tenemos que ponerlos a la par de los programas de desarrollo para que el agricultor no se tenga que sostener únicamente con su cosecha de invierno porque como en verano no llueve, ya no hay para cosechar. Miren ustedes esta canícula, se atrasa 40 días y se convierte en emergencia nacional. Y fue emergencia nacional el año pasado, y fue emergencia nacional el año antepasado. Y hace cuatro años lo contrario, inundaciones ¿por qué? Porque está el fenómeno del niño y el fenómeno de la niña y lo sabemos, harta razón tenemos entonces para guardar el agua cuando no hay y cuidarla. Eso se llama administración de los recursos naturales.

Voy terminando. Hay muchos programas más que los pueden revisar. Ahí estoy hablando de salud y termino con el tema de salud. No podemos construir más hospitales porque no hay recursos. 70 mil 999 millones de quetzales es el presupuesto de este año y va ya con una deuda de 16 mil millones y con la recaudación de La Línea que ya fue descubierta se desestimuló el pago de la tributación y se calcula entre 4 mil y 6 mil millones más se va a dejar de defraudar, por lo tanto, el presupuesto de este año va a tener una desfinanciación de 22 mil millones de quetzales.

Miren ustedes qué paquete el que viene. No podemos construir más hospitales. Mil 492 centros de salud hay, desde los más pequeños hasta los más grandes que son los hospitales nacionales. Vamos a tratar de equiparlos, para que por lo menos pueda cubrir las necesidades de la población. Y aquí precisamente tenemos a la mejor persona. El doctor Jafeth Cabrera que tiene más de 40 años de especialidades en medicina, fue decano de la facultad de medicina formando médicos. Fue rector de la Universidad de San Carlos formando profesionales y precisamente él está a cargo de las carteras de salud y educación. Y con él, llegamos a la conclusión que la promesa que sí podemos hacer porque la podemos cumplir durante el primer año de gobierno es transparentar las compras y las contrataciones del Estado, para que haya medicina en los hospitales y pueda atenderse a la gente que llegue con alguna necesidad de urgencias médicas y de atención permanente.

¿Cómo lo podemos hacer? Precisamente haciendo todas las compras a la luz de la vista pública para que los medios puedan estar ahí y que se sepa qué se compró, cuánto se compró, cuánto costó, quién lo vendió, quién fue el representante y el responsable de la compra y qué calidad de medicina se ofreció. Para que cuando se apliquen las auditorías y se sepa que hubo algo que no está lícito dentro de la contratación, le caiga todo el peso de la ley al responsable y no solamente sea despedido, sino que sea metido a la cárcel si lo robó porque es allí donde deben de estar los corruptos y ladrones [aplausos].

Terminando con mi alocución que solo les voy a hablar de tres cosas, educación, salud y empleo. ¿Qué quiere Guatemala? Guatemala no quiere poner la mano, si el guatemalteco es trabajador. La necesidad y algunas malas prácticas políticas nos han conducido a eso, pero qué ha pasado con guatemaltecos que necesitan empleo, se nos han ido a Estados Unidos. Hay 2 millones de guatemaltecos dicen algunos, los más conservadores, se basan en el censo del 2010 de Estados Unidos nos hablan de un millón cien mil guatemaltecos. De los cuales, 300 mil están de forma legal y el resto, casi 800 mil, un millón, de forma irregular, o sea, indocumentada. Ellos están sosteniendo la economía nacional y se fueron, no a pedir una bolsa de alimentos, se fueron no a pedir una lámina, se fueron a luchar y han tenido que luchar muy fuertemente para poder hacer distintos tipos de cosas y nunca han defraudado a la gente que se quedó aquí esperando.

Nosotros creemos que la forma en la que se puede generar empleo es apoyando a la empresa, pero no a la gran empresa, esa empresa ya está grande que se salve ella por donde pueda, por supuesto, que pague sus impuestos y nosotros felices. Que respete los recursos naturales y nosotros felices. Y voy finalizando con qué tipo de empresas. La micro, la pequeña y la mediana empresa que no tiene acceso al crédito, que no tiene acceso a la seguridad social, que no tiene acceso a todo un sistema financiero y de seguros, que no tiene acceso a muchas cosas que le permitirían salir adelante. Les conté que vendí plátanos a los siete años en un mercado, pero también vendí ropa usada en la 18 calle, también vendí plásticos en La Terminal, también vendí zapatos de mercado en mercado y de zapatería en zapatería allá por el oriente. Sé lo que es la pequeña y la mediana empresa y también tuve la oportunidad de trabajar mucho en la asesoría para las pequeñas y medianas empresas, allá por los años 90. Generando la conexión entre la banca y la empresa para que le dieran préstamos de una forma más accesible.

Hoy por hoy, ya tenemos contactos con algunos sectores financieros, cooperativos, bancarios, para que nos puedan ayudar con este tipo de proyectos.

Y así, si ustedes tienen más dudas sobre nuestras ponencias que no son mentirosas, ni demagógicas, ni populistas, pueden buscarlo en nuestra página de Facebook para aquellos que quieran encontrar algún tipo de respuestas. Si tienen más preguntas también nosotros trataremos de responderlas por la misma red.

Nos hemos estado saludando así, este es nuestro saludo. ¿Y por qué? Porque dos son mejor que uno, estás tú y estoy yo.

Un hombre sabio escribió lo siguiente, decía: “Dos son mejor que uno porque si uno de los dos tiene frío, hay otro que le ayuda a calentarse. Si alguien de los dos se cae, el otro le ayuda a levantarse. Si alguien viene contra uno de los dos, hay dos para defenderse”. Y termina el pensamiento este sabio diciendo: “Cordón de muchos dobleces, no se rompen fácilmente”.

Guatemala hoy te necesita a ti. Y todo el mundo me dice “Jimmy no nos vaya a fallar”, les prometo, con todo mi corazón que me he venido preparando desde el 2004, preparando mi corazón para alcanzar realmente los ideales de servicio y yo no les voy a fallar. El dinero no es lo que pretendo ni lo que busco, pretendo una Guatemala feliz como la que nos habla nuestro himno nacional de Guatemala. Guatemala feliz. Yo necesito que, con estos dos dedos, ustedes simbolizen la “V” de voto y la “V” de la victoria, pero esa victoria la da el pueblo, esa victoria la da el voto de ustedes y esta es el arma del pueblo. Cada cuatro años, el soberano, que es el pueblo, llega a las urnas a depositar su sufragio, a depositar su voto para delegar sobre personas el poder y van a ir ustedes a escoger diputados. Aquí se presentó Billy, allá está Édgar Ovalle, son personas honestas, ninguno de los dos ha estado en el gobierno. Y algunos han dicho: “son inexpertos”. Alguien dijo: “¡ay es que está medio crudo!”, prefiero crudo a refrito como los otros. Además, además, pregúntenles a ellos porque si empiezo a responder todas las preguntas acá...

Investíguenlos, investiguenlos, ahora con el internet ustedes pueden investigar a su gente y ustedes pueden saber si son o si no son las personas. Y ustedes son los que tienen en sus manos esa decisión. Por acá en el poder local, nuestro candidato a la alcaldía y si está su planilla por allí los invitamos a que suban, para que ustedes los conozcan y los vean y a través de eso, ustedes van a poder decidir si son las personas o no son las personas. Por allí andan también jovencitos, adultos, de todos los municipios que nos han estado apoyando, andan de Santo Tomás La Unión, andan de Chicaljá, andan de San Antonio, andan de distintos lugares. Muchas gracias por el apoyo que nos están dando. Que Dios los

bendiga, aquí están el candidato a alcalde y su planilla y los que les quieran aplaudir pueden aplaudirles.

Si ustedes preguntan si hay representación femenina, hay representación femenina. Si hay representación juvenil, hay representación juvenil, de etnias no sé. Este partido ha abierto la puerta para que todo aquel que quiera participar, lo haga. Y aquí en público, ¿alguno de ustedes me dio algún centavo a mí para ser candidato? No. ¿Le tuvo que dar dinero al partido para ser candidato? No. El compromiso era que ustedes hacían su campaña y hacían una campaña decorosa, una campaña donde no se iba a ofender el pueblo gastando grandes millonadas de dinero, cuando hay gente que no tiene ni qué comer en este país.

Les dije que se basara en liderazgo y honorabilidad y, aquí ante el pueblo de Mazate, los responsabilizo y aclaro algo. El FCN no es de Jimmy Morales, es de todas las personas que quieran participar y, si ustedes los quieren investigar, públicamente le he pedido a la CICIG que nos investigue, mientras otros piden que ni siquiera se les empiece a investigar de donde viene su dinero.

Termino con una frase que a algunos les gustará y algunos otros, quizás no. Pero esta frase es sincera y es un compromiso adquirido. Durante más de 20 años los he hecho reír y, si Dios me permite llegar a ser presidente, les prometo que no los voy a hacer llorar.

Que Dios me los bendiga y muchas gracias por estar con nosotros.

**Anexo 4**  
**Matriz de análisis de contenido**

<b>Fórmula AIDA del mensaje persuasivo</b>				
<b>Elementos del mensaje</b>				
	<b>Atención</b>	<b>Interés</b>	<b>Deseo</b>	<b>Acción</b>
<b>Discurso proclamación de candidatura</b>	Historia de Jesús y el César. Palabras emocionalmente cargadas.	Uso de referencias bíblicas para mantener el interés del público. Relato de experiencia vivida en escuela de San Juan Sacatepéquez.	Promesa de invertir recursos del Estado en necesidades básicas de la población.	El voto, por medio de símbolo con los dedos en forma de V. Frase: Una persona, un voto.
<b>Discurso Paseo de La Sexta</b>	Anécdota de época en la que trabajaba en la economía informal.	Mejoramiento en sectores de salud y educación. Apoyo a comerciantes de la micro, pequeña y mediana empresa.	Promesa de recuperar el uso de los impuestos para cubrir las necesidades de la población.	Llamado a ganar las elecciones.
<b>Discurso en Mazatenango</b>	Metáfora de la novia y el novio mentiroso.	Preguntas al público sobre preparación académica de los guatemaltecos. Presentación del equipo de trabajo de Mazatenango.	Crea ilusión de mejores condiciones para Mazatenango. Promesa de gestión transparente.	Asume compromiso e invita a oyentes a sumarse. Llamado al voto por medio de símbolo "V" con las manos.

Fuente: Elaboración propia, con base en análisis de discursos. Guatemala, 2017.

**Anexo 5**  
**Esquema de Berelson aplicado al discurso de Jimmy Morales**

<b>Unidades de contenido</b>				
<b><u>Palabra</u></b> Voto	<b><u>Tema</u></b> Guatemala Salud Educación Voto	<b><u>Ítem</u></b> Discurso político	<b><u>Personaje</u></b> Jimmy Morales	<b><u>Medidas espacio-tiempo</u></b> Duración de los discursos

<b>Unidades de análisis</b>				
<b><u>Unidades de registro</u></b> Voto	<b><u>Unidad de contexto</u></b> Estimulación con las manos haciendo referencia a una V	<b><u>Distinción de niveles de análisis</u></b> Estructura del discurso	<b><u>Unidad de enumeración</u></b> La palabra voto la pronunció 25 veces	<b><u>Unidad de clasificación</u></b> Discurso político

<b>Categorías de análisis</b>				
<b><u>Asunto</u></b> Llamado al voto	<b><u>Tendencia</u></b> Que los asistentes se sientan identificados con su discurso	<b><u>La pauta</u></b> Técnica persuasiva utilizada en el discurso	<b><u>Los valores</u></b> Ganar la presidencia de Guatemala	<b><u>Los métodos</u></b> Discurso persuasivo
	<b><u>Rasgos físicos y psicológicos</u></b> Jimmy Morales fue comediante y actor con mínima experiencia en el ámbito político	<b><u>El actor</u></b> Jimmy Morales	<b><u>La autoridad</u></b> Jimmy Morales	<b><u>El grupo</u></b> Asistentes de mítines políticos

Fuente: Elaboración propia con base en análisis de discursos. Guatemala 2019.