

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

**Análisis de la interacción en twitter de dos organizaciones  
políticas en la campaña electoral 2019.**

**Esther Jocabed Juárez Godínez**

**Guatemala, noviembre 2020**

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

**Análisis de la interacción en twitter de dos organizaciones  
políticas en la campaña electoral 2019.**

Trabajo de tesis presentado por

**Esther Jocabed Juárez Godínez**

Previo a optar al título de

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

Lic. Erick Edberto Suruy Peña

Asesor

Guatemala, noviembre 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Licenciando César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante Egresados

MSc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Tribunal Examinador

Lic. Erick Edberto Suruy Peña, asesor

M.A. Miguel González Moraga, lector-examinador

M.A. Fernando Arturo Arévalo Yankos, lector-examinador

Licenciada  
ESTHER JOCABED JUÁREZ GODÍNEZ  
Carné: 2589 88924 1225  
Registro académico: 200820871  
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 DE LA INTERACCIÓN EN TWITTER DE DOS ORGANIZACIONES POLÍTICAS EN LA CAMPAÑA ELECTORAL 2019", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un (1) ejemplar impreso y un CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado para la Biblioteca Central.
- b) Dos (2) ejemplares impresos para la Biblioteca Flavio Herrera y dos (2) CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado.

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,



Lic. César Augusto Paiz Fernández  
Director ECC

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis

## Por todo lo que significa para mi

**Dios** es y ha sido mi sustento espiritual para cuando las fuerzas se acaban y la frustración ha llegado, mi convicción de su existencia hace que repose mi ser en su maravillosa gracia y favor para mi. Es mi anhelo que mi carrera cumpla el propósito diseñado por Él para mi vida.

**Mis padres**, ellos son el motor que mueven los engranajes de mi ser, él la disciplina y exigencia, ella la nobleza y constancia. El esfuerzo de ambos comprometió mi responsabilidad de terminar mi educación superior y aprovechar el privilegio que pocas mujeres tenemos.

**Mis hermanas**, cuatro mujeres que, cada una con sus cualidades me ha hecho sentir que fui premiada con su existencia. El cierre de este ciclo sé que alegra sus corazones y les anima a seguir sembrando para sus hijos y motivando el desempeño de las mujeres.

No pretendo que el cierre de mi carrera represente la única motivación para que **mis sobrinos** avancen en el cumplimiento de sus metas, pero sí que sea una de las razones por las que cada día piensen en los beneficios de aprovechar la juventud, la oportunidad y sus ganas de comerse al mundo crezcan.

Valoro y respeto el apoyo de la **doctora Aracely Mérida**, pues su conocimiento y motivación fueron indispensables para finalizar este proceso. El **licenciado Erick Suruy** también estuvo atento a la responsabilidad social adquirida conmigo, pero sobre todo con su profesión. Ambos asesores guiaron la realización del trabajo de tesis que usted lee hoy.

Amigos entrañables y profesionales, cada uno me expresó su deseo de verme concluir esta primera etapa de la educación superior, ¡Qué mejor manera de ser amigo que congratulándose con el éxito ajeno!

Esther Juárez

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

## Tabla de contenidos

	Página
Resumen .....	v
INTRODUCCIÓN .....	viii
Capítulo 1 .....	10
MARCO CONCEPTUAL.....	10
1.1 Título del tema:.....	10
1.2 Antecedentes .....	10
1.2 Justificación.....	13
1.3 Planteamiento del problema.....	15
1.4 Descripción y delimitación del tema .....	16
1.4.1 Límites .....	16
1.4.2 Limitación temporal.....	16
1.4.3 Limitación poblacional .....	16
1.5.4 Delimitación institucional.....	16
1.5.5 Delimitación del estudio.....	16
Capítulo 2.....	17
MARCO TEÓRICO.....	17
2.1 Comunicación.....	17
2.2 Comunicación y tecnología .....	18
2.3 El Internet.....	18
2.3.1 Sociedad virtual .....	19
2.3.2 Redes Sociales.....	21
2.3.3 Red social Twitter .....	23

2.3.4	Equipo para utilizar Twitter .....	24
2.4	Participación política desde las redes sociales .....	24
2.4.1	Implicaciones políticas de las redes sociales virtuales; las redes ciudadanas .....	26
2.5	Política .....	27
2.5.1	Partidos políticos .....	28
2.5.2	Campaña electoral 2019.....	28
2.6	Teorías de la comunicación.....	29
2.6.1	Teoría funcionalista y comunicación alternativa .....	29
Capítulo 3.....		33
MARCO METODOLÓGICO .....		33
3.1	Tipo de investigación .....	33
3.2	Método analítico.....	33
3.3	Investigación cualitativa .....	33
3.4	Investigación descriptiva .....	34
3.5	Objetivos .....	34
3.5.1	Objetivo General.....	34
3.5.2	Objetivos específicos.....	34
3.6	Técnica.....	34
3.7	Instrumentos.....	34
3.8	Población Universo .....	35
3.9	Muestra .....	35
3.10	Procedimiento .....	35
Capítulo 4.....		36



4.1 Análisis de resultados.....	36
4.1.1 Partido Unidad Nacional de la Esperanza.....	36
4.1.1.1 Ficha de análisis 1: .....	37
4.1.1.2 Ficha de análisis 2: .....	37
4.1.1.3 Ficha de análisis 3. ....	38
4.1.1.4 Ficha de análisis 4. ....	38
4.1.1.5 Ficha de análisis 5 .....	39
4.1.1.6 Ficha de análisis 6: .....	39
4.1.1.7 Ficha de análisis 7: .....	40
4.1.1.8 ficha de análisis 8: .....	40
4.1.1.9 Ficha de análisis 9: .....	41
4.1.1.10 Ficha de análisis 10 .....	42
4.1.1.11 Ficha de análisis 11: .....	42
4.1.1.12 Ficha de análisis 12: .....	43
4.1.1.13 Ficha de análisis 13: .....	43
4.1.1.14 Ficha de análisis 14: .....	44
4.1.1.15 Ficha de análisis 15: .....	45
4.1.1.16 Ficha de análisis 16: .....	45
4.1.1.17 Ficha de análisis 17: .....	46
4.1.1.18 Ficha de análisis 18: .....	46
4.1.1.19 Ficha de análisis 19: .....	47
4.1.1.20 Ficha de análisis 20: .....	47
4.1.1.21 Ficha de análisis 21: .....	48
4.1.1.22 Ficha de análisis 22: .....	48

4.1.1.23 Ficha de análisis 23: .....	49
4.1.1.24 Ficha de análisis 24: .....	49
4.1.1.25 Ficha de análisis 25: .....	50
4.1.2 Partido Movimiento para la Liberación de los Pueblos .....	52
4.1.2.1 Ficha de análisis de 1: .....	54
4.1.2.2 Ficha de análisis 2: .....	54
4.1.2.3 Ficha de análisis 3: .....	55
4.1.2.4 Ficha de análisis 4: .....	56
4.1.2.5 Ficha de análisis 5 .....	57
4.1.2.6 Ficha de análisis 6: .....	57
4.1.2.7 Ficha de análisis 7: .....	58
4.1.2.8 Ficha de análisis 8: .....	58
4.1.2.8 Ficha de análisis 9: .....	59
4.1.2.9 Ficha de análisis 10: .....	60
4.1.2.11 Ficha de análisis 11: .....	60
4.1.2.12 Ficha de análisis 12: .....	61
4.1.2.13 Ficha de análisis 13 .....	61
4.1.2.14 Ficha de análisis 14: .....	62
4.1.2.15 Ficha de análisis 15: .....	63
4.1.2.16 Ficha de análisis 16: .....	63
4.1.2.17 Ficha de análisis 17: .....	64
4.1.2.18 Ficha de análisis 18 .....	64
4.1.2.19 Ficha de análisis 19: .....	65
4.1.2.20 Ficha de análisis 20: .....	66

4.1.2.21 Ficha de análisis 21: .....	66
4.1.2.22 Ficha de análisis 22: .....	66
4.1.2.23 Ficha de análisis 23: .....	67
4.1.2.24 Ficha de análisis 24: .....	68
4.1.2.25 Ficha de análisis 25: .....	68
4.1.3 Entrevista para expertos en redes sociales.....	71
Conclusiones.....	79
Recomendaciones.....	80
Bibliografía .....	81
E-Grafías.....	83
Anexos .....	85

## Resumen

- Universidad:** San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Autora:** Esther Jocabed Juárez Godínez
- Título de la tesis:** Análisis de la interacción en Twitter de dos organizaciones políticas en la campaña electoral 2019.
- Planteamiento del problema:** ¿Es la red social Twitter un medio de comunicación que motiva la interacción de la ciudadanía en procesos políticos?
- Técnica:** Mediante el análisis de contenido de Harold Laswell, se recopilaron los comentarios escritos en las publicaciones realizadas por las organizaciones políticas, ordenando los mismos en fichas de análisis de los mensajes emitidos por los internautas.
- Instrumentos:** Entrevistas estructuradas para tres expertos en redes sociales.  
Observación del comportamiento de los usuarios de la red social.  
Documentos, fichas bibliográficas.
- Procedimiento:** 1. Capturas de pantalla de los comentarios analizados de la interacción en Twitter.

2. Análisis de los comentarios vertidos en la red social, mediante el método de Harold Laswell.

**Resultados obtenidos:**

Los resultados del estudio reflejaron que Twitter fue utilizado como medio complementario para difundir la propaganda de los partidos políticos, en la campaña electoral 2019.

La motivación a participar y a discutir en torno al proceso electoral 2019 fue reducida, dado la poca retroalimentación que se recibe en la red. La red social aún no ha sido explotada completamente y sus alcances como el impacto, en cuanto al proceso analizado, son mínimos.

**Palabras clave:**

**TIC:** procesos de comunicación con nuevas herramientas relacionadas a la digitalización de los mismos.

**Plataforma virtual:** espacios donde convergen la tecnología, la motivación y organización social para entablar un proceso de intercambio.

**Red social:** en el uso primitivo de la expresión, se refiere a la cohesión de grupos con la necesidad de poner ideas en común, crear y progresar.

**Caja de resonancia:** alegoría de la emisión de sonidos, en plataformas digitales es usado para referirse a la reproducción de los mensajes emitidos en las redes sociales.

**Twitter:** red social o plataforma de *microblogging*, desde donde se comparte contenido con inmediatez.

**Emojis:** símbolos animados o no, usados para expresar ideas, pensamientos y sentimientos.

**Gif:** serie de fotogramas que componen las imágenes en movimiento, forma de comunicación moderna usada en la mayoría de redes sociales

**Sociedad virtual:** grupos y conexiones sociales que se procesan desde el internet y las redes sociales. Pueden ser afines o no.

**Aldea global:** término acuñado por Marshall McLuhan y que anticipó el establecimiento de las redes sociales.

**Participación ciudadana:** se entiende como la intervención de la ciudadanía en espacios de toma de decisión.

**Comunicación alternativa:** modelo de comunicación que nace desde la realidad afectada, donde participan activamente los miembros de una comunidad.

**Netcenter:** grupos anónimos que crean múltiples perfiles falsos en las redes sociales.

## INTRODUCCIÓN

Las redes sociales virtuales constituyen en la actualidad un elemento casi necesario para el ser humano, pero la misma importancia tienen las redes sociales desde su concepción antropológica, mismas que se originaron en grupos reducidos y en las primeras comunidades. Hoy, la cotidianidad ha sido invadida por la era digital, de ella depende en gran parte el día a día de las sociedades.

El trabajo, las noticias, el entretenimiento y desde hace algún tiempo, la política fueron los temas llevados a estos espacios de discusión y puestos en común, y en los antecedentes de este trabajo se apreciarán las referencias de los estudios que han analizado, comentado y cuestionado el impacto de las plataformas virtuales en la vida de los individuos.

Así pues, en el primer capítulo, el lector y lectora tendrán un esbozo de las investigaciones en torno a la red social Twitter, su impacto, las perspectivas desde las que ha sido analizada y las repercusiones de su uso. Además de las razones que motivaron un trabajo de esta naturaleza, pues la comunicación digital contempla procesos de amplia trascendencia y que cambian al ritmo de los avances tecnológicos.

En el marco teórico se consideran los argumentos que siguen vigentes respecto del tratado de la comunicación, así como la consideración de nuevas teorías que incluyen la comunicación digital, su estudio e impacto en la sociedad actual. El marco teórico es el cimiento de todo proceso de investigación, es con esa base con la que se construyen nuevos conocimientos.

Los aspectos abordados en el capítulo tres y Marco Metodológico establecen la línea científica y se plantea el método a utilizar para analizar el comportamiento, las cualidades y las interacciones de la ciudadanía en torno al proceso electoral 2019.

Finalmente, en el último capítulo, la investigación presenta los resultados obtenidos en el análisis realizado con la base de las teorías y modelos de análisis de contenido.

En este apartado se establece que a pesar de la prevalencia que tiene el uso de la red social Twitter y de ser el segundo período en que las organizaciones políticas se agitan en el ciberespacio como plataforma para la propaganda política, aún no rompe el paradigma de la comunicación tradicional.

Sí hay interacción comunicacional, sin embargo, no se evidencia la retroalimentación para motivar la participación y discusión en procesos políticos.

Ya sea por la forma de hacer política en la región, o por la apatía del ciudadano, esta red muestra cambios en su comportamiento, pero no son perceptibles en las decisiones electorales.



## Capítulo 1

### MARCO CONCEPTUAL

#### 1.1 Título del tema:

Análisis de la interacción en Twitter de dos organizaciones políticas en la campaña electoral 2019.

#### 1.2 Antecedentes

Los medios de comunicación cumplen una función social, informativa, de aprendizaje y entretenimiento, y en la era digital, las redes sociales se han convertido en el espacio para disentir, criticar, informar y en el año 2019, para Guatemala fue el sitio al que la mayoría de los partidos políticos, trasladó su estrategia de comunicación para la campaña electoral.

Esta migración fue el resultado de los cambios realizados en la Ley Electoral y de Partidos Políticos. Situación que marcó la diferencia entre este proceso y los acontecidos en los años anteriores.

Para este caso, Santos (2017) en su análisis de las estrategias de comunicación en Facebook y Twitter, utilizando la herramienta del *engagement rate*, en las elecciones presidenciales del 2015, resumió que las redes sociales motivan al votante y despiertan emociones.

Magariño (2015), en su trabajo de tesis, mencionó a Morataya (2011), en “*Caso Rosenberg, Medios y Redes Sociales*” aporta que fue después de este acontecimiento cuando se hizo un llamado en las redes sociales para manifestarse en contra de este hecho.

“A partir de este acontecimiento los medios en Guatemala evolucionan y fortalecen sus emisiones por internet. La influencia de las redes sociales en Guatemala cobró mayor importancia, debido a que después de conocer el audio y video de las fuertes

acusaciones, se inició una lucha de opinión e involuntariamente un debate entre los guatemaltecos” (p. 2).

En tanto, Rojas (2015) en un análisis del movimiento social generado por el ciberactivismo en la red social Facebook en un periodo de cinco meses, explicó la impresión de un grupo de ciudadanos que opinaron e interactuaron en consecuencia de la dimisión de un presidente y como denuncia ante diversos hechos de corrupción.

Esta investigación es un referente de un evento de la vida política que reunió a más de la población adulta en un espacio de discusión y debate, en una plataforma que se percibe como un concepto diferente y del que a la vez se aprovecha la rapidez y el alcance.

Elementos que, aparte de evidenciar los adelantos tecnológicos y las nuevas formas de comunicación, también motivó al ciudadano para asumir su rol de fiscalizador, auditor social y el fomento de la participación ciudadana, propuesta que se respalda con la explicación hallada en una publicación de Publinews (2015) versión digital; “De acuerdo con expertos, la evolución de la tecnología ayuda a que las redes sociales se conviertan en el nuevo fiscalizador que puede también hundir la reputación de los candidatos”.

El pronunciamiento en las redes sociales ante eventos de la vida política nacional más reciente lo marcó el año 2015, no obstante, fuera de las fronteras guatemaltecas, la experiencia que vivió España con el movimiento 15-M o “movimientos de los indignados” que surgió en Madrid, tiene como referente la convocatoria en redes sociales.

En ese contexto, la tesis de investigación realizada por Morales Castillo (2017) reflejó que la muestra de jóvenes estudiantes de la facultad de Humanidades en la Universidad Rafael Landívar, comprendidos entre los 18 y 25 años, considera que la red social Twitter cumple la función de un medio de comunicación, no obstante,

indica que tan solo el 11 % del total de la muestra se interesa por la búsqueda de temas relacionados con la política desde esta red.

### **1.3 Justificación**

La comunicación como elemento imprescindible para la evolución humana, lo es también en la sociedad política, pues propicia un acercamiento con la población y, en Guatemala, el proceso electoral 2019 dejó varios matices en el ámbito de la comunicación.

Matices necesarios de analizar e investigar para el mejoramiento del tratado de la comunicación en el área digital. Con el análisis de este proceso fue posible clasificar los mensajes que permitieron la interacción de los usuarios de Twitter en las publicaciones realizadas durante los meses de mayo y junio en dos agrupaciones políticas.

Se podría inferir que dos organizaciones es un número reducido para hablar de comportamientos, cualidades y obtener conclusiones de un proceso electoral diferente. No obstante, han contado la estructura, permanencia y resultados de la contienda electoral. De ahí que una suspensión en la cuenta verificada del partido ganador de las elecciones generales limitó incluir a esta organización en la investigación.

Qué razones motivaron una investigación más del comportamiento en la red social, sin duda, el informe de las TIC, mismo que refiere que la cobertura de las redes sociales es prácticamente ilimitada y que 7 de cada 10 habitantes guatemaltecos tiene acceso a redes sociales y a uno o más aparatos móviles, sin embargo, esa cantidad de internautas se concentra en la red social Facebook y en las aplicaciones de mensajería instantánea, lo que no representa precisamente a la población que busca participar activamente como actor político, pero que tiene presencia en Twitter. (Prensa, Libre, 2019)

Debido a los cambios realizados en la Ley Electoral y de Partidos Políticos en el año 2018, así como la expansión de las redes sociales y su alcance, la migración total de la campaña electoral 2019 justificó una investigación que permitió la observancia

de las cualidades de una sociedad que comentó, interactuó y cuestionó a los postulados y por efímero que sea el contenido publicado en las redes sociales, fueron estos los espacios donde la ciudadanía pudo exponer sus anhelos para un país diferente, su disensión y hasta el hartazgo por las acciones de los partidos políticos.

En consecuencia, es preciso recordar que los estudios más recientes y aún los hechos con anterioridad, nos anticiparon una sociedad virtual, por lo tanto, propensa a la investigación y evolución en la era digital, aspectos que fueron observados en la tesis inédita de Mendez Moreno (2020), quien desde su estudio contribuye con datos de la campaña electoral 2019 y facilitan el proceso investigativo desde la comunicación política.

#### **1.4 Planteamiento del problema**

Las reformas a la Ley Electoral y de Partidos Políticos en el año 2018, (LEPP) en su afán de fiscalizar de mejor manera el proceso electoral 2019, limitaron el uso excesivo de propaganda y los medios tradicionales a utilizar en la campaña electoral. (Asamblea Nacional Constituyente, 2019)

Estas acciones motivaron el uso de las redes sociales sin pauta publicitaria para todos los partidos políticos. Y aunque la LEPP también prohibió el pago por publicidad en redes sociales, algunos partidos omitieron esta normativa.

Dado que las democracias se construyen de los diálogos y participación ciudadana, las redes sociales constituyen un medio para la construcción de estos sistemas, y son a la vez espacios de discusión y puestas en común para el beneficio de la ciudadanía. De esta manera, la interacción en las redes sociales permite la segmentación y evaluación de las cualidades de quienes se motivan a intervenir y la razón por la que establecen comunicación en las plataformas de los partidos políticos.

La penetración del Internet en América Latina y particularmente en Guatemala, sugiere que 7 de cada 10 guatemaltecos tienen acceso a este servicio, pero aún más para mensajería instantánea, y surge entonces la interrogante: **¿Es la red social Twitter un medio de comunicación que motiva la interacción de la ciudadanía en procesos políticos?**

## **1.5 Descripción y delimitación del tema**

### **1.5.1 Límites**

Para el análisis del tema de esta investigación, se utilizaron los comentarios publicados por dos partidos políticos que estuvieron entre los primeros 4 lugares en el proceso electoral 2019.

### **1.5.2 Limitación temporal**

La investigación se basó en las interacciones de las publicaciones en Twitter realizadas del 15 de mayo al 15 de junio del 2019.

### **1.5.3 Limitación poblacional**

La población objeto de investigación que se incluyó en el presente análisis, es población guatemalteca indistinta de mujeres y hombres, quienes tuvieron acceso a Twitter.

### **1.5.4 Delimitación institucional**

La propuesta de análisis de la reacción de la población acerca de las publicaciones en consecuencia de la campaña electoral 2019, en los meses mayo y junio, fueron extraídos de la red social Twitter, específicamente de los perfiles de los partidos políticos posicionados en los primeros lugares en las elecciones 2019.

### **1.5.5 Delimitación del estudio**

Para el análisis de la reacción de los usuarios en Twitter en las publicaciones de las instituciones políticas, se emplearon los comentarios que derivaron de las publicaciones en los perfiles oficiales.

## Capítulo 2

### MARCO TEÓRICO

Para la comprensión del análisis propuesto, se considera necesario conocer elementos históricos y teóricos en torno al estudio de la interacción comunicacional en redes sociales.

#### 2.1 Comunicación

De las múltiples acepciones que se tienen del término comunicación, este concepto hace referencia a la puesta en común de un tema, la comunicación puede ser interpersonal, intrapersonal y social, y se establece según el papel que el sujeto de comunicación ocupa en esta acción, la comunicación también puede manifestarse desde la gesticulación y la expresión de signos que permitan comprender un mensaje y llegar a acuerdos.

No obstante, para los efectos puntuales de este trabajo, la investigadora considera la comunicación según Hernández y Garay (2013), como “Un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión” (p. 3).

En la comunicación es importante el papel del sujeto tanto como del mensaje, y para el análisis de la presente investigación también se toman como referencia los temas abordados por Castells (2009) acerca de la comunicación de masas tradicional y la comunicación de masas con el uso de las nuevas tecnologías.

En *Comunicación y poder*, Castells establece la diferencia entre la comunicación de masas y la autocomunicación de masas, un proceso que enmarca el sistema multimedia, es por lo tanto una acción que deriva del uso de las nuevas formas de comunicación puestas a disposición del usuario de nuevas tecnologías. El autor recoge de Ithiel de Sosa Pool lo expuesto en su obra de 1983 que, desde el punto de vista tecnológico, las redes de comunicación, las redes de ordenadores y las redes de radio y televisión convergieron gracias a las redes digitales, las nuevas



tecnologías de transmisión y almacenamiento de datos, en particular la fibra óptica, las comunicaciones por satélite y el software avanzado.

## **2.2 Comunicación y tecnología**

Esta relación se establece según la teoría de Claude E. Shannon y Warren Weaver, desde la búsqueda por establecer comunicaciones eficaces y libres de ruidos, una propuesta con base en la ciencia de la matemática y que ambos experimentaron con la difusión de mensajes en el contexto de la II Guerra Mundial. (Baecker, 2017)

Según el sitio Wikipedia, esta situación relacional entre ambas ciencias, fue un proceso iniciado por el departamento de defensa de Estados Unidos, con el objetivo principal de investigar y desarrollar protocolos de comunicación, que en resumen resultó lo que hoy conocemos como Internet.

## **2.3 El Internet**

La primera descripción del trabajo en red se remonta al año 1962, y están contenidos en una serie de memorándums escritos por J.C.R. Licklider, del Massachusetts Institute of Technology, donde el escritor discute el concepto Red Galáctica -Galactic Network-.

No obstante, en Guatemala la primera conexión a Internet se realizó en 1990 y el blog de Ronald Andrés Gómez (2011) recoge una historia breve de la incursión de esta herramienta de comunicación en el país, señalando a Luis Roberto Furlán, M.E en física por la Temple University, Philadelphia, PA, 1975, Ing. Electricista por la Bucknell University, Lewisburg, PA, 1970 e incorporado como Ing. Electricista en la Universidad de San Carlos de Guatemala, como el precursor de su uso.

Además, la tesis de grado de Carlos Rodríguez, explica que para el año 2012 la Organización de Naciones Unidas para las tecnologías de la información y la comunicación ITU, por sus siglas en inglés, en septiembre de 2010 sólo el 16 % de los guatemaltecos utilizaba el Internet, dato que contrasta con lo informado por el Banco Mundial en el mismo año, quien ubicó a Guatemala con una cantidad de

usuarios del 32 %, muy por debajo del 83 % que registraba Alemania y el 66 % en España. (Velásquez, 2013)

Desde la óptica del Banco Mundial, el uso de las nuevas tecnologías se ha expandido, no así los dividendos que se generan por el uso de estas, que a escala mundial ya alcanzaba los 3200 millones de usuarios a finales de 2015. Para ese año, JimYong Kim, presidente del Grupo Banco Mundial expresó “Debemos continuar conectando a todas las personas para que nadie quede a la zaga, porque la pérdida de oportunidades tiene un costo altísimo, la revolución digital está transformando el mundo, facilitando los flujos de información y propiciando el surgimiento de las naciones en desarrollo que pueden sacar provecho de estas nuevas oportunidades”. Oportunidades que pese al aumento de usuarios de Internet que revelan fuentes como el Banco Mundial no ha sido suficiente para romper la brecha digital. (Banco Mundial, 2016)

### **2.3.1 Sociedad virtual**

Marshall McLuhan no llegó a conocer los cambios tecnológicos de la nueva era, sin embargo, habló de ellos como eventos inminentes en la sociedad, desde su teoría de la Aldea Global, el canadiense se refiere al hombre electrónico carente de identidad que ahora navega por el ciberespacio, pero como integrante de un mundo visto como comunidad donde la distancia y el aislamiento han sido reducidos por los medios y la tecnología.

La definición de aldea en Las redes sociales y la aldea global de acuerdo con la Real Academia Española hace referencia a grupo pequeño, en la revista *Educación y Tecnología*, se menciona la paradoja que refirió McLuhan, definiendo a la Aldea Global como un espacio donde no precisamente hay armonía, pero sí preocupación por los asuntos de los demás, por lo tanto “La aldea global es tan grande como un planeta y tan pequeña como oficina de correo de un pueblo”.

La revista también resume la bien conocida división que McLuhan hace de los medios de comunicación, catalogándolos en fríos y calientes, los medios calientes

exponen la mayor cantidad de contenido, de manera que la interacción es menor que en los medios fríos, pues estos solo aportan contenidos cortos o condensados. (Ayala Pérez, 2012)

En el contexto de esta investigación se infiere que las redes sociales como medio de comunicación están en la categoría de medios calientes, pero que no obstante la completa información que pone a disposición del usuario, también permite la participación del sujeto. (Ayala, 2012)

Pero ese rol que permiten las redes sociales también abre una puerta para traspasar las esferas de cada individuo pese a que la interacción puede ser restringida, no así en las páginas de los medios de comunicación que migraron hacia el ciberespacio o las cuentas oficiales de los partidos políticos. Un espacio que, de acuerdo con Brenda Danet “El anonimato y la cualidad dinámica y juguetona del medio ejercen un poderoso efecto desinhibidor sobre el comportamiento. La gente se permite comportarse de maneras muy distintas a las de la vida cotidiana ordinaria para expresar aspectos de sus personalidades previamente inexplorados”. (Danet, 2003)

En contraposición, Hine (2004) recoge la percepción de varios autores que, están convencidos del potencial de las nuevas comunicaciones para acercar virtualmente a las personas y promover la participación democrática, de hecho, el término “comunidad virtual” fue utilizado por Rheingold, destacando el compromiso y conexión de los usuarios.

Sin embargo, la opinión de McLuhan es aún más puntual cuando asevera que no puede haber un cambio tecnológico o físico en los medios sin que ese cambio no se extienda a lo social.

En tanto, Castells explica que una estructura social cuya base esté en redes digitales es tendiente a ser global, pero ello no significa que todas las personas tengan participación, aunque se vean afectadas por lo que en ellas se vive.

Además, el autor identifica dos formas de comunicación, la interpersonal y la comunicación social, la primera donde uno es el sujeto de comunicación y la segunda que da paso a la comunicación de masas tradicional. Es decir, forma de comunicación que se extiende a la sociedad según Castells (2009) usando como medios los periódicos, televisión, radio, películas y por lo tanto es unidireccional, no obstante, el Internet abre una nueva fase de la comunicación de masas y la interactividad. Donde el papel del sujeto de comunicación es aún más amplio; difunde el mensaje, define el público y le da la libertad de interactuar en tiempo real.

La era de la Sociedad de la Información y de una mayor comunicación humana e incipiente de generar, intercambiar, compartir y comunicar información y conocimiento entre todas las redes del mundo, es el presagio de que, pronto todos los individuos podrán juntos construir una nueva Sociedad de la Información basada en el intercambio de conocimientos y asentada en la solidaridad mundial y un mejor entendimiento mutuo entre los pueblos y las naciones. Los teóricos confían en que estas medidas abran la vía hacia el futuro desarrollo de una verdadera sociedad del conocimiento.

### **2.3.2 Redes Sociales**

Dana Boyd y Nicole Ellison, citados por Velásquez (2013) en el análisis de las redes sociales, explica que estas son “Servicios basados en la web que permiten a los individuos: 1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, 2) articular una lista de usuarios con los que comparten una conexión, 3) ver y recorrer su lista de conexiones y aquellas hechas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones puede variar de un sitio a otro”.

A mediados de la primera década del siglo XXI aparecen nuevos tipos de redes sociales, entre ellas, salas de chat, hipernews, MySpace, Facebook, YouTube, Flickr y Twitter, y aunque este fenómeno es emergente, Jesús Galindo Cáceres

considera que Facebook es la reina “el gran fenómeno de las redes sociales en el ciberespacio”. (Gandlgruber & Ricaurte, 2013)

Empero, el espacio que se abre como nueva forma de comunicación, también pone en evidencia a un individuo en tanto animal político y social, en tanto persona que expone su vida y emociones en una red, a esto se refiere la columna de opinión de Véliz (2017) en la sección de opinión del medio escrito El Periódico “*Las redes sociales, los nuevos tribunales*” “Un docente universitario dijo una vez que las redes sociales son el reflejo de lo que somos en sociedad y que cada comentario responde a la catarsis ante las injusticias sociales”.

De nuevo, Carlos Velásquez cita a Bernal y Angulo, autores que asocian la necesidad de comunicación de los jóvenes a las siguientes aristas:

- Estar disponible
- Inclusión social
- Búsqueda de amistades
- Reforzamiento de amistades
- Autoafirmación
- Reconocimiento social

A la vez, Monge y Olabarri, citados por Velásquez (2013), explican cómo el acceso a Facebook ha mermado el interés por la televisión, la primera como red de moda que invita al uso y consumo y la segunda que se ha convertido en medio efímero.

No obstante, la revista argentina *Razón y Palabra* expone acerca de la concepción de social media en el imaginario social, reducida únicamente a “redes sociales”, según el sitio esta ponderación limita un análisis profundo del papel de esta nueva forma de comunicación y que constituye todo el ecosistema de medios que posibilitan la red, interacción social y la generación de comunidad. (Islas & Ricaurte, 2013)

### 2.3.3 Red social Twitter

Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone y Evan Williams, según el sitio en Internet [mott.pe](http://mott.pe), son los creadores de la red social Twitter, una plataforma que ha ido creciendo desde el año 2006 cuando vio la luz por primera vez, su expansión fue relativamente rápida y algunos famosos, cantantes, deportistas y políticos se abrieron espacio desde esta red. Twitter presumió ser la red que conectaría a todo el mundo y en 2015 ya tenía mercado en toda Latinoamérica y otros lugares del mundo. (Salinas, 2017)

El informe *Digital 2020 Guatemala*, revela que 11.54 millones de guatemaltecos son usuarios de internet, 7.90 millones son usuarios de redes sociales, el informe dice que, de ese total, 34.4 % de mujeres usan Twitter y el porcentaje en los hombres eleva su uso al 65.6 %. El informe fue publicado en febrero del 2020 y registra datos hasta enero del mismo año.

GlobalStats informó que, hasta diciembre de 2019, el 62.2 % continúa usando Facebook y tan solo el 8.99 % de la población utiliza Twitter. (Institute for Democracy and Electoral assistance, 2019)

En tanto, Salinas (2017) escritora del artículo que relata la historia de Twitter en [mott.pe](http://mott.pe) recoge algunas características de esta red social:

**Inmediata:** el tránsito de información en Twitter es más rápido que en la mayoría de redes sociales.

**Interactiva:** al ser una red con menos filtros de seguridad y adhesiones que la red social Facebook, se convierte en el lugar donde la información logra el cometido de llegar a más usuarios.

**Asimétrica:** a diferencia de Facebook, en esta red no es obligatorio establecer una relación virtual y puede seguirse a una persona sin que ella permita la comunicación.

**Limitada:** en su momento, Twitter tenía la limitante por el uso de 140 caracteres únicamente, no fue sino hasta 2017 que la red social aumentó el uso de caracteres a utilizar en las publicaciones.

**Global:** el hecho de tener traducciones a 40 idiomas, le da el carácter global.

**Viral:** aunque el contenido creado y compartido desde las redes sociales es efímero, el alcance de Twitter viraliza los contenidos.

**Multiplataforma:** al igual que las demás redes sociales, la conectividad desde cualquier dispositivo facilita y amplía su uso.

**Social:** “crear comunidades” la afinidad en los espacios y las preferencias de los usuarios, así como el acercamiento a sus intereses, es el factor que impone lo social desde esta red social.

#### **2.3.4 Equipo para utilizar Twitter**

Esta red social apareció en el año 2006, por lo tanto, un momento en el que tecnológicamente aún no se contaban con aparatos móviles que permitieran estas conexiones, y la revisión del contenido ahí publicado sólo era posible en una computadora de escritorio. Sin embargo, para el año 2017 más del 70 % de la población guatemalteca contaba con un teléfono móvil con sistema operativo Androide, IOS o tecnología que permitía un enlace con igual o mayor rapidez, así pues, la instalación de la aplicación Facebook es visible desde un teléfono con las características mencionadas, desde una tableta o igualmente desde un computador de escritorio o portátil. (Salinas, 2017)

#### **2.4 Participación política desde las redes sociales**

En Guatemala, la invitación a la participación ciudadana y espacios políticos es un espacio poco explorado, dado la penetración y acceso a las redes sociales que ya fueron explicados en otro apartado.

No obstante, el referente de tal interacción sucede en el año 2015, cuando la causa “#JusticiaYa” inició un llamado a la movilización en busca de la dimisión del presidente de turno, fue una propuesta política para dejar fuera la indiferencia y apatía de la población por este tema.

Y por lo tanto, pocos textos refieren el impulso de la actividad política desde las redes sociales, y la discusión desde estas plataformas ha sido relegada a los columnistas de prensa y actores políticos que migraron hacia la red, se constata que los mensajes que refuerzan la participación política desde las redes sociales va desde las organizaciones no gubernamentales en procura de la fiscalización, auditoría social y participación ciudadana como herramientas para cambiar el actual sistema político, hasta las noticias que se han generado desde los diferentes colectivos que se agruparon a partir de abril del 2015, como mensajes tácitos de la importancia del rol de cada individuo en el quehacer político.

En cambio, en el ámbito internacional, la estrecha relación entre política, participación, Estados y gobiernos es una constante, de modo que el Instituto de Internet de la Universidad de Oxford elaboró un informe que analizó la influencia que las plataformas digitales tuvieron sobre los procesos democráticos en todo el mundo.

El informe analizó millones de publicaciones en un periodo de dos años en Brasil, Canadá, China, Alemania, Polonia, Taiwán, Rusia, Ucrania y los Estados Unidos, la conclusión del informe es que las cuentas automatizadas tienen la capacidad de influenciar a millones de usuarios en todo el mundo.

En el año 2017, El País, periódico español, en la sección de tecnología advirtió acerca del uso interesado de Facebook y Twitter como armas de manipulación política e hizo énfasis en las políticas de la red social Facebook "Sabemos que las dinámicas de Facebook favorecen el refuerzo de opiniones, que todo se exagera porque buscamos la aprobación del grupo, porque podemos silenciar a la gente que no nos gusta, porque la herramienta nos da más de lo que nos gusta. Y eso genera



mayor polaridad", en contraposición, Twitter permite el involucramiento de terceras personas sin haber tenido acercamiento virtual previo, no obstante, está la herramienta de bloqueo al no estar de acuerdo con los postulados.

Marielos Monzón periodista y columnista de prensa, señaló en su columna del 31 de octubre del 2017 que los hallazgos preocupan, pues más de la mitad en todo el mundo no tiene acceso a Internet, y en quienes se concentra el uso supera el 90 % de interacción en Facebook, en esa misma columna sugirió el debate en torno a la concentración del servicio, pues supone un peligro para las democracias y la función de servicio público de los medios, por ende, generadores de opinión pública.

Los autores Miguel Tuñez y José Sixto (2011) consideran que las organizaciones que no utilicen los nuevos soportes y técnicas de la comunicación cibernética, están destinados al fracaso. El uso adecuado de la red resulta un paladín del marketing político, creando de esta forma la conexión e interacción con los usuarios.

Ambos autores argumentan que una de las ventajas del uso de las redes sociales es que el contenido llega al usuario sin que este deba buscarlo, además, es permanente la invitación a entrar y sumarse a contenidos, discusiones e ideas en las que se confluye.

Pero el alcance al que hacen referencia los autores contrasta con la realidad guatemalteca expuesta por Navas (2020) la experta en redes sociales señala que en Guatemala el uso del Twitter es menor al que refleja El Salvador, además, que las "cajas de resonancia" creadas en esta red, únicamente alcanzan entre 20 y 50 usuarios, pero no determinan la interacción.

#### **2.4.1 Implicaciones políticas de las redes sociales virtuales; las redes ciudadanas**

La puesta en común de la vida cotidiana por medio de la red no es el único beneficio para quienes hacen uso del espacio virtual con ese objetivo, en él también nace la necesidad de expresión y participación de los sujetos sociales.

Dado que para la sociedad guatemalteca fue limitada y silenciada cualquier forma de expresión durante la guerra y aún en la era democrática, la participación ciudadana desde la plataforma digital es actualmente una forma de alzar la voz y manifestar inquietudes que otrora se hizo en espacios no minados por el ejército y su red de inteligencia.

El camino para el cambio en el sistema político del país fue establecido en el 2015 y continúa marcando el paso para la transformación de la sociedad y el involucramiento de jóvenes y adultos como agentes de cambio.

La red social concebida desde la explicación de Castells, también la vemos potencialmente en la *Política de Lucha y Resistencia* de Carlos Vélez, quien explica la forma de cohesionarse para lograr objetivos comunes, si bien, desde el acercamiento grupal y comunitario, es desde esas perspectivas que se gestionan las redes ciudadana y actualmente, las redes virtuales.

## **2.5 Política**

Según Arendt (2005) en la *Promesa de la política*, esta “trata del estar juntos y los unos con los otros de los diversos. Los hombres se organizan políticamente según determinadas comunidades esenciales en un caos absoluto, o a partir de un caos absoluto de las diferencias” (p. 131).

La autora de este libro refiere las contradicciones que existen entre lo que la sociedad entiende por política y lo que realmente es, así como la concepción de los medios que esta tiene a su servicio, la violencia, burocracia, el dominio de uno sobre otro y no la búsqueda de la organización comunitaria pese a las diferencias.

Esta concepción también cabe en la exposición de Humberto Eco (2016) quien refiere que en realidad los procesos electorarios también están fuertemente sometidos al escrutinio de la prensa, grupos de presión con diferentes intereses, por lo tanto, a la opinión pública.

Los procesos políticos y sociales han marcado grandes momentos para el país, y el proceso electoral 2019 tiene como punto de partida el traslado casi total del manejo de la campaña y propaganda hacia las redes sociales, pero que más que la inmediatez, refiere grandes cambios en la percepción del individuo acerca de cada propuesta.

En *Construyendo la democracia electoral en Guatemala*, cinco autores hablan de aspectos cuantitativos y cualitativos de la participación ciudadana, uno de ellos puntualmente se refiere al enfoque sociológico de los participantes, inferencia que no podemos dejar a un lado al analizar el involucramiento de la persona en la campaña electoral y las razones que le llevan a interactuar con los demás navegantes de la red. (Torres, González, Boneo, Lehoucq, & Wail, 2001)

### **2.5.1 Partidos políticos**

En la Ley Electoral y de Partidos Políticos (LEPP) el concepto de Partido Político es “Los partidos políticos legalmente constituidos e inscritos en el Registro de Ciudadanos, son instituciones de derecho público, con personalidad jurídica y de duración indefinida, salvo los casos establecidos en la presente ley, y configuran el carácter democrático del régimen político del Estado”. (Constituyente, 2019)

En tanto Alfaro Salas (2011) recoge de Sartori la siguiente definición “Un partido es cualquier grupo político identificado por una etiqueta oficial que presenta a las elecciones, y puede sacar en elecciones (libres o no) candidatos a cargos públicos” (p. 102).

### **2.5.2 Campaña electoral 2019**

Para la contienda electoral 2019, 26 fueron las agrupaciones políticas que lograron inscribirse y participar en el proceso, el Tribunal Supremo Electoral (TSE) informó el 1 de enero que estas se limitaron a los que presentaron candidatos a presidente y vicepresidente:

1. Partido de Avanzada Nacional (PAN)

2. Valor
3. Todos
4. Movimiento Reformador. Este partido cambiará su nombre a Podemos.
5. URNG-Maíz
6. Unidad Nacional de la Esperanza (UNE)
7. Partido Unionista
8. Bienestar Nacional (Bien)
9. Unión del Cambio Nacional (UCN)
10. Encuentro por Guatemala (EG)
11. Visión con Valores (Viva)
12. Frente de Convergencia Nacional (FCN-Nación)
13. Convergencia
14. Compromiso, Renovación y Orden (Creo)
15. Victoria
16. Movimiento Político Winaq
17. Fuerza
18. Unidos
19. Partido Productividad y Trabajo (PPT)
20. Partido Liberal de Guatemala (PLG)
21. Vamos por una Guatemala Diferente (Vamos)
22. Avanza
23. Partido Humanistas de Guatemala (Humanistas)
24. Movimiento para la Liberación de los Pueblos (MLP)
25. Prosperidad Ciudadana
26. Movimiento Semilla

## **2.6 Teorías de la comunicación**

### **2.6.1 Teoría funcionalista y comunicación alternativa**

La corriente funcionalista es una de las bases para el análisis de la comunicación, así como el sustento para el desarrollo de la propuesta abordada por Harold Laswell,

teoría que no solo estudia los elementos del mensaje, también analiza el rol de cada elemento en la comunicación.

La teoría funcionalista también modificó la visión de los medios de comunicación y sus audiencias, y esta deja de percibirse con poder para la manipulación. (Alsina & Estrada Alsina, 2017)

Hacia el siglo de las tecnologías de la información y comunicación, el estudio y aprovechamiento de esta teoría permitió la cohesión entre la escuela estructuralista y crítica para dar paso a la comunicación alternativa a la que hace alusión Migdalia Pineda (2001), proponiendo con ella la interacción del receptor del mensaje, sin perder la esencia del funcionalismo. El estudio de Pineda presenta un avance para el análisis de la comunicación en América Latina.

De ahí que el abordaje de la comunicación alternativa sugiere la participación activa de los actores, sin dejar de lado el estímulo al que son sometidos una vez al formar parte de la comunicación.

La comunicación alternativa resulta de un proceso social alternativo, lejos del poder, lejos de los modelos impuestos por este, en palabras de Corrales García y Hernández Flores “de y para la comunidad” el elemento sustancial de esta forma de comunicación es que nace de la realidad asumida por los individuos que la propician. De acuerdo con las investigadoras, los medios de comunicación alternativos cobran auge en los años sesentas.

Este modelo de comunicación abre el espacio de participación a líderes de las comunidades, premiando los derechos individuales y colectivos de los miembros de la comunidad.

Estas son las características que diferencian a la comunicación alternativa de los medios de comunicación de masas.

- Concebidos desde el grupo social afectado, motivan la organización y manifestación física o virtualmente.
- Su objetivo es contraponerse al modelo actual de comunicación, impulsado por el neoliberalismo y capitalismo.
- El abordaje de la temática premia la participación de los afectados directamente por la comunicación.
- Todos los individuos interesados pueden participar.
- Los medios alternativos no dependen del financiamiento de los sectores con los que no están de acuerdo.
- La organización horizontal permite que la audiencia participe activamente en el proceso de comunicación.

No obstante, la forma de comunicar en lo alterno, actualmente, la comunicación alternativa encuentra un nicho de oportunidad en la web, espacio donde la información lucha contra el modelo hegemónico de comunicación.

La comunicación alternativa ha acompañado a la sociedad desde tiempo atrás, en Guatemala, en los últimos años y con la limitación de la libertad de prensa por parte de los gobiernos de turno, algunos sitios de noticias que fueron pensados desde las comunidades y la visión de grupos alejados de la comunicación tradicional, han tomado un papel preponderante.

Ambas autoras sugieren que la “lectura alternativa” sienta las bases para el cambio, impacto que se alcanza cuando la información es compartida. Y esa es la razón por la que el apareamiento de los blog, revistas, podcasts y foros, cumplen un rol importante en la difusión de la comunicación alternativa.

En este contexto, en la revista *Razón y Palabra*, Pineda (2018) se pregunta, ¿cómo se garantizan las políticas culturales democráticas y pluralistas? El rol de la web es por demás importante para la respuesta de la interrogante, pues en el entramado

de la comunicación alternativa debe haber construcción y fortalecimiento del tejido social, así como el fomento de la heterogeneidad en la sociedad de la información.

Proceso en el que nuevamente intervienen las redes sociales y la internet como flujos de comunicación y difusión, rompiendo la brecha de desigualdad para el uso de las nuevas tecnologías de información como alternativa de uso en las diferentes esferas de la sociedad.

## Capítulo 3

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Tipo de investigación

Para el presente estudio la investigadora se auxilió de la investigación cualitativa y descriptiva.

#### 3.2 Método analítico

Se consideró el abordaje de la investigación utilizando el método analítico, pues este permite la descomposición de un todo para analizar de forma separada cada uno de los factores que influyen en el fenómeno. Taylor y Bogdan (2000) acerca del método analítico textualmente dicen que “Observando a las personas en su vida cotidiana, escuchándolas hablar sobre lo que tienen en mente y viendo los documentos que producen, el investigador cualitativo obtiene un conocimiento directo de la vida social, no filtrado por conceptos, definiciones operacionales y escalas clasificatorias” (p. 50).

#### 3.3 Investigación cualitativa

Este tipo de investigación suele utilizarse cuando se pretende profundizar en las raíces culturales, religiosas, étnicas que rodean el tema a investigar, también es recomendable utilizarse cuando el tema analizado ha sido poco explorado.

Para LeCompte, la investigación cualitativa está muy interesada en el estudio del entorno de los acontecimientos.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) la investigación cualitativa contextualiza el fenómeno, por lo tanto, al emplear este tipo de investigación, también se pueden aplicar las siguientes técnicas.

1. La observación.
2. La entrevista individual y grupal.
3. El cuestionario y los grupos de discusión.



Los tres autores refieren que al utilizar la investigación cualitativa la recolección de datos no tiene una base numérica, de modo que las preguntas de investigación pueden formularse antes, durante o después del proceso de recolección de datos y afinarlos en la interpretación de resultados.

Aunque la presente investigación es cualitativa, en el análisis de cada publicación se mencionan cantidades que refieren la interacción con el público.

### **3.4 Investigación descriptiva**

Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes en el análisis del proceso de comunicación política originado en la red social Twitter, en la campaña electoral 2019.

### **3.5 Objetivos**

#### **3.5.1 Objetivo General**

Analizar los mensajes que permitieron la interacción en las publicaciones de dos organizaciones políticas en la red social Twitter, en la campaña electoral 2019.

#### **3.5.2 Objetivos específicos**

Registrar los comentarios y reacciones de los internautas en las publicaciones de dos partidos políticos en torno a la campaña electoral 2019.

Establecer la interacción entre emisor y receptor a partir de la decodificación del mensaje publicado por el partido político.

### **3.6 Técnica**

Mediante el análisis de contenido, propuesto por Harold Laswell, se recolectaron los comentarios realizados en las publicaciones de los partidos políticos, elaborando fichas de análisis de los mensajes emitidos por los internautas.

### **3.7 Instrumentos**

Los instrumentos que se usaron para la elaboración del trabajo de campo del presente proyecto fueron:

1. Documentos y fichas bibliográficas (Anexo1).
2. Entrevistas estructuradas para tres expertos en redes sociales (Anexo 2).

### **3.8 Población Universo**

Según Sampieri, la naturaleza de la investigación cualitativa abre la posibilidad de evaluar la muestra para la investigación de campo, de acuerdo a los siguientes factores: capacidad de recolección de datos del objeto de investigación, entendimiento del fenómeno y viabilidad del mismo.

“No hay parámetros definidos para el tamaño de la muestra (hacerlo va ciertamente contra la propia naturaleza de la indagación cualitativa)”. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

Por esa razón, la investigadora analizó el proceso electoral 2019, utilizando una muestra no probabilística, cuya finalidad fue la observancia y análisis del comportamiento del individuo hacia un partido político.

### **3.9 Muestra**

Para la elaboración del trabajo de campo, se tomarán las publicaciones con mayor cantidad de comentarios, realizadas durante 30 días establecido en la delimitación temporal del tema, de dos partidos políticos que estuvieron entre los primeros cuatro lugares del proceso electoral 2019.

### **3.10 Procedimiento**

- Recolección de datos a través de fotografías -capturas de pantalla- de los comentarios en Twitter.
- Análisis de los comentarios vertidos en la red social, mediante el método de Harold Laswell.
- Recolección de las entrevistas realizadas a expertos en redes sociales.

## Capítulo 4

### 4.1 Análisis de resultados

En este apartado se detallan los resultados del análisis de la campaña electoral 2019. Este se hizo con la base propuesta por Harold Laswell aplicado a los comentarios que derivaron de las publicaciones en el perfil oficial de dos partidos políticos participantes del proceso electoral 2019, el período del análisis fue del 15 de mayo al 15 de junio.

#### 4.1.1 Partido Unidad Nacional de la Esperanza

Respecto al origen de la organización política Unidad Nacional de la Esperanza, el partido nació en el año 2002, a 18 años de su formación se constituye en el partido de mayor trayectoria, estando presente en la disputa de la segunda vuelta en las últimas 4 elecciones generales.

La organización política se define como socialdemócrata, como lo define el Diputado al Congreso de la República Jairo Flores “creemos en el desarrollo económico, generación de empresa y también un alto contenido social, impulsando la salud, educación y combate a la pobreza”.

Plataforma programática: en resumen, su agenda se centra en el sector económico (generación de empleo, certeza jurídica, etc.) agenda social (combate a la pobreza, desnutrición y educación) legislación (basada en una agenda legislativa en lo económico, político, social, etc.).

Para efectos de la presente investigación, el período analizado fue del 15 de mayo al 15 de junio, y las publicaciones con mayor cantidad de comentarios fueron en las fechas, 15, 24, 25, 28 de mayo y 15 de junio, de estas publicaciones fueron extraídos 5 comentarios por cada una y la tabulación de los datos es como sigue:

**Publicación del 15 de mayo:** “En #UNE rechazamos con firmeza el uso de cualquier recurso del Estado con fines de promoción o propaganda; haremos la investigación correspondiente, sancionaremos y se denunciara como corresponde

a los culpables. Agradecemos a la ciudadanía que nos lo haya hecho ver.” (Partido UNE, 2019)

#### 4.1.1.1 Ficha de análisis 1:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/mannylandc">https://twitter.com/mannylandc</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	"Denuncia por politización de la justicia"	
<b>Fecha de publicación</b>	15 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Mannyland)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	"Entonces ustedes están confirmando que no tienen control sobre sus correligionario? Sus hechos hablan más fuerte que sus comunicados."
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Expresión de rechazo por las acciones del partido, cuestiona sus principios y el manejo de la crisis.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.2 Ficha de análisis 2:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/ManuelGarciaR3">https://twitter.com/ManuelGarciaR3</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	"Denuncia por politización de la justicia"	
<b>Fecha de publicación</b>	15 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Manuel García R.)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	"Dejense de pajas. Si no los hubieran descubierto, seguirían. La gran pregunta es: cuantos días y cuantos eventos ha estado utilizando vehículos oficiales??? Eso de que "no sabemos nada, vamos a averiguar, vamos a actuarr:... NADIE SE LOS CREEE. SUCIOS!!!!"
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter

	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El ciudadano reclama las acciones del partido en general, y pone en duda el argumento que emiten en la publicación.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.3 Ficha de análisis 3.

<b>Canal de comunicación</b>		Twitter
<b>Dirección URL</b>		<a href="https://twitter.com/jormad2002">https://twitter.com/jormad2002</a>
<b>Publicación del partido político</b>		"Denuncia por politización de la justicia"
<b>Fecha de publicación</b>		15 de mayo del 2019
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (@jormad2002 - JSR5)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	Emojis: Náusea y vómito
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario reacciona usando emojis, se infiere que en primera instancia la publicación le resulta patética hasta el desagrado de la misma.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.4 Ficha de análisis 4.

<b>Canal de comunicación</b>		Twitter
<b>Dirección URL</b>		<a href="https://twitter.com/Cesar_Rosales01">https://twitter.com/Cesar_Rosales01</a>
<b>Publicación del partido político</b>		"Denuncia por politización de la justicia"
<b>Fecha de publicación</b>		15 de mayo del 2019
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Cesar Rosales)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	"Si pero siempre muchas gracias, #NotetocaJandra"
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter

	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario utiliza una expresión que algunas personas suelen usar para agradecer algo que nunca pasó, o que en todo caso no pasará y promueve el hashtag #NotetocaJandra. La interacción del usuario rechaza la participación de la candidata a presidente, y lo evidencia con la etiqueta.

**Fuente:** elaboración propia.

#### 4.1.1.5 Ficha de análisis 5

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/vnavichoque">https://twitter.com/vnavichoque</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	"Denuncia por politización de la justicia"	
<b>Fecha de publicación</b>	15 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (VictorNavichoque)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	"Esperando el resultado de su investigación y denuncia" (acompañado de gif)
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El mensaje central de esta reacción se encuentra en la carga de emociones que radican en los Gif, animaciones sin sonidos utilizadas en redes sociales y que fortalece el mensaje que refiere el emisor, del cual se puede inferir que caerá en la desesperanza mientras espera una investigación que de cualquier forma será una mentira.

**Fuente:** elaboración propia.

**Publicación del 24 de mayo:** "Lamentamos la falsa campaña de la FECI Y CICIG contra la UNE. ¡No a la politización de la justicia!" (Partido UNE, 2019)

#### 4.1.1.6 Ficha de análisis 6:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/diazLE99">https://twitter.com/diazLE99</a>

<b>Publicación del partido político</b>	Falsa campaña de FECCI Y CICIG contra la UNE.	
<b>Fecha de publicación</b>	24 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Luis Enrique Díaz)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	"Cinismo. Piensan que el pueblo es tonto. Ya sabemos como son."
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario cuestiona al partido político y la denuncia a la que hace referencia. El emisor del mensaje no tiene simpatía con la agrupación política.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.7 Ficha de análisis 7:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/DJ_Urizar_7">https://twitter.com/DJ_Urizar_7</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	"Denuncia por politización de la justicia"	
<b>Fecha de publicación</b>	24 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Donald Urizar)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	"Nosotros lamentamos la #AlianzaCriminal que ustedes sostienen dentro del @CongresoGuate. Porque, pudiendo ser oposición a la #FaunaJurásicaChapina y su agenda regresiva y antidemocrática en el congreso, decidieron pactar a cambio de impunidad para @SandraTorresGUA"
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario tenía la intención de motivar el diálogo y el intercambio de ideas, así como reiterar el compromiso de los diputados con el pueblo guatemalteco. La victimización de la agrupación política motivó comentarios viscerales sin propuesta, ataques y menciones.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.8 ficha de análisis 8:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/danielahe2137">https://twitter.com/danielahe2137</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	"Denuncia por politización de la justicia"	
<b>Fecha de publicación</b>	24 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Daniela Rivera)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	"Quien la manda a andar haciendo transas de 40 millones #SandraNoTeToca (emoji de carita con risa) acompañado de gif"
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	La usuaria comentó la publicación reconviniendo al partido por su actuar, y enfatizó la comunicación utilizando un gif en el que se lee "Cínica"

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.9 Ficha de análisis 9:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/arajatablas">https://twitter.com/arajatablas</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	"Denuncia por politización de la justicia"	
<b>Fecha de publicación</b>	24 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Periodista)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	"Los ciudadanos honestos LAMENTAMOS la existencia de un partido como ustedes, pletórico de obscuridad por razones de todos conocidas, y, más aún, que una mujer ambiciosa pretenda ser la primera dignataria de NUESTRO PAÍS"
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.



	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Se percibe el rechazo de las acciones de la organización política, así como la desconfianza que genera su líder como candidata a la presidencia del país.
--	-----------------------------------	---

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.10 Ficha de análisis 10

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/GaliciaRazon">https://twitter.com/GaliciaRazon</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	"Denuncia por politización de la justicia"	
<b>Fecha de publicación</b>	24 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Razon Galicia)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	"Falsa campaña? Sean serios. Asuman la consecuencia de sus actos. Ni comunicar pueden!! Ni manejar crisis pueden"
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario cuestiona la credibilidad del partido, así como la integridad de sus dirigentes.

Fuente: elaboración propia.

**Publicación del 25 de mayo:** "La alimentación de tu familia será nuestra prioridad, y el primer paso para alcanzar una Guatemala fuerte y sana. Por eso implementaremos la Política Nacional de Seguridad Alimentaria para que nadie pase hambre #VotaUNE #PorTuBienestar #GuateNosUne #PorTiyTuFamilia" (Partido UNE, 2019)

#### 4.1.1.11 Ficha de análisis 11:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/cuculcocr">https://twitter.com/cuculcocr</a>
<b>Publicación del partido político</b>	"Política nacional de seguridad alimentaria"

<b>Fecha de publicación</b>	25 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Cuculcoer)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Jajajajajaja mas pajas que contar” (Emoji con risa de burla)
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Los emojis usados por el emisor de este comentario refuerzan la carencia de credibilidad que otorga a la publicación realizada por el partido.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.12 Ficha de análisis 12:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/Zacapaneco5">https://twitter.com/Zacapaneco5</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	“Política nacional de seguridad alimentaria”	
<b>Fecha de publicación</b>	25 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Edwin Cordón)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Pregunta seria: ¿Por qué no le dio de comer al necesitado en los tres años atrás y con su dinero si tanto le preocupaba? El dinero es de los contribuyentes, yo me opongo a que crié parásitos. Deles fuentes de trabajo mejor.”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario increpa a la candidata por sus acciones del pasado mientras ocupaba el cargo de primera dama de la nación, cuestiona el uso del dinero de los contribuyentes para el asistencialismo.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.13 Ficha de análisis 13:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/perantwil">https://twitter.com/perantwil</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	“Política nacional de seguridad alimentaria”	
<b>Fecha de publicación</b>	25 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Bilantwil)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	#NoTeTocaCorrupta #NoTeTocaCorrupta #NoTeTocaCorrupta #NoTeTocaCorrupta #NoTeTocaCorrupta #NoTeTocaCorrupta #NoTeTocaCorrupta #NoTeTocaCorrupta #NoTeTocaCorrupta #NoTeTocaCorrupta
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario utiliza el hashtag #NoTeTocaCorrupta, además del rechazo que expresa, lo hace con una etiqueta para generar mayor alcance en la red social.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.14 Ficha de análisis 14:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/alex_albisu">https://twitter.com/alex_albisu</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	“Política nacional de seguridad alimentaria”	
<b>Fecha de publicación</b>	25 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Manny)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“No voten por esta basura de clics, no han ganado y todo lo que están haciendo, ellos solo mienten, jamás van a ser prioridad los que realmente lo necesitan. #NoVotenUne”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.

	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario pide reflexión para los internautas con la capacidad de votar, evitando que el partido llegue al poder. El comentario también tiene la etiqueta #NoVotenUne, con el que generaría mayor alcance e impacto en la red social.
--	-----------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.1.15 Ficha de análisis 15:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/espadouglas">https://twitter.com/espadouglas</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	“Política nacional de seguridad alimentaria”	
<b>Fecha de publicación</b>	25 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Douglas España)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“La unica forma de asegurar la alimentacion de todos es por medio de la creacion de trabajo. De donde sacara el dinero si no es de los impuestos que los que trabajamos damos a los gobiernos. MENTIRAS DE LA UNE y Sandra Torres.”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario envía un recordatorio acerca de la generación de ingresos y alimentación, también desmiente la política propuesta por la agrupación política.

Fuente: elaboración propia.

**Publicación del 28 de mayo:** “En estas elecciones, vota para que Guate tenga el futuro que todos queremos. #VotaUNE, para que trabajemos juntos y logremos lo mejor #PorTiyTuFamilia #PorTuBienestar #GuateNosUne”. (Partido UNE, 2019)

#### 4.1.1.16 Ficha de análisis 16:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/fcbjesus84">https://twitter.com/fcbjesus84</a>

<b>Publicación del partido político</b>	Invitación al voto en las elecciones	
<b>Fecha de publicación</b>	28 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Chapin)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“No les toca”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Comentario de rechazo

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.17 Ficha de análisis 17:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/ErickPi64500963">https://twitter.com/ErickPi64500963</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Invitación al voto en las elecciones	
<b>Fecha de publicación</b>	28 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Erick Pineda)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“No gracias”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Rechazo al partido político

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.18 Ficha de análisis 18:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/calinguatemala">https://twitter.com/calinguatemala</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Invitación al voto en las elecciones	

<b>Fecha de publicación</b>		28 de mayo del 2019
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Carlitos Gonzalez)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“No gracias, cuanto tiempo han estado ustedes allí y Guatemala no cambia..”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Usuario cuestiona la permanencia del partido en el poder y sin acciones concretas para el beneficio del país.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.19 Ficha de análisis 19:

<b>Canal de comunicación</b>		Twitter
<b>Dirección URL</b>		<a href="https://twitter.com/FurcalCarlos">https://twitter.com/FurcalCarlos</a>
<b>Publicación del partido político</b>		Invitación al voto en las elecciones
<b>Fecha de publicación</b>		28 de mayo del 2019
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Ayrton Senna)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Jajajamierd@s!!!!”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	La palabra soez en el comentario puede leerse como el hartazgo del usuario por la publicación del partido.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.20 Ficha de análisis 20:

<b>Canal de comunicación</b>		Twitter
<b>Dirección URL</b>		<a href="https://twitter.com/ErickMa72034495">https://twitter.com/ErickMa72034495</a>
<b>Publicación del partido político</b>		invitación al voto en las elecciones
<b>Fecha de publicación</b>		28 de mayo del 2019

<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Erick Maldonado)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Tristeza partido corrupto”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Comentario con acusación expresa por las acciones del partido político.

**Fuente:** elaboración propia.

**Publicación del 15 de junio:** “Hemos detectado una página FALSA de nuestra candidata a la Presidencia Sandra Torres. La página oficial es: <http://facebook.com/SandraTorresGua> informamos que personas mal intencionadas pretenden desinformar a la población, la página ya ha sido reportada.” (Partido UNE, 2019)

#### 4.1.1.21 Ficha de análisis 21:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/zalo57172626">https://twitter.com/zalo57172626</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Aclaración por cuenta oficial de la candidata	
<b>Fecha de publicación</b>	15 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (David Carrillo)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Con paginas reales o falsas igual NO LES TOCA”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Rechazo al partido político.

**Fuente:** elaboración propia.

#### 4.1.1.22 Ficha de análisis 22:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/juank_veliz100">https://twitter.com/juank_veliz100</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Aclaración por cuenta oficial de la candidata	
<b>Fecha de publicación</b>	15 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Juank)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Ajajaja usted los “oficiales” tambien son falsos. No hau diferencia”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario cuestiona la credibilidad del partido y acompaña con risas el comentario.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.23 Ficha de análisis 23:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/AliciaP3r">https://twitter.com/AliciaP3r</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Aclaración por cuenta oficial de la candidata	
<b>Fecha de publicación</b>	15 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Alicia)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	Nosotros apoyamos a Sandra
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Comentario expresa simpatía y apoyo al partido.

Fuente: elaboración propia.



#### 4.1.1.24 Ficha de análisis 24:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/Samueledy7">https://twitter.com/Samueledy7</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Aclaración por cuenta oficial de la candidata	
<b>Fecha de publicación</b>	15 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Samuel)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Venden al país por el amor a una lámina, Me dan asco todos ustedes..”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario expresa molestia general, y enfatiza una de las acciones del partido para ganar adeptos.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1.25 Ficha de análisis 25:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/analuciadeleong">https://twitter.com/analuciadeleong</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Aclaración por cuenta oficial de la candidata	
<b>Fecha de publicación</b>	15 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Ana Lucía de León)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	si y también ustedes crearon NET CENTERS FALSOS A SU CONVENIENCIA..
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Usuaría acusa por la creación de cuentas falsas para replicar contenido conveniente para la agrupación política.

Fuente: elaboración propia.

**Análisis de la interacción:** el comportamiento de los internautas en torno a la publicación del 15 de mayo fue: 46 “*Favoritos*” 26 “*Tweets citados*” 12 “*Retweets*” y 133 “*Comentarios*”

En la publicación del 24 de mayo, la interacción se dio de la siguiente manera: 114 “*Favoritos*” 100 “*Tweets citados*” 37 “*Retweets*” 418 “*Comentarios*”

En la publicación del 25 de mayo, se observaron las siguientes cantidades: 28 “*Favoritos*” 11 “*Retweets*” y 17 “*Comentarios*”.

En la publicación del 28 de mayo, se observa un descenso de la interacción, 29 “*Favoritos*” 7 “*Retweets*” y 8 “*Comentarios*”

En la publicación del 15 de junio, el mensaje tiene las siguientes reacciones; 17 “*Favoritos*” 1 “*Tweet citado*” 10 “*Retweets*” y 12 “*Comentarios*”.

En el lapso analizado y en las publicaciones seleccionadas para el efecto, abundan los comentarios que denigran a su líder e insultan a la dirigencia de la organización política, y aunque existe un elemento que no contempla la presente investigación, hay una serie de usuarios con un comportamiento repetitivo, además de las características que podría definirles como *netcenter*.

La definición que el informe de la Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala (2019) da al término netcenter es “grupos anónimos que crean múltiples cuentas falsas en redes sociales”. (pág. 5)

Las cualidades de estos perfiles contemplan fecha reciente de la creación de la cuenta, uso de avatar o foto de perfil con el fin de esconder la identidad, difusión de mensajes que benefician a los objetivos de su accionar.

Las características descritas permiten inferir que algunos comentarios que connotan simpatía con la organización política, fueron emitidos por perfiles más conocidos como *netcenter*.

De ahí que, al definir la interacción como el simple hecho de ver la publicación en redes sociales, el resultado es que la población sí interactuó en el mensaje publicado por el partido político y sí hay una respuesta de parte del receptor, no así de la organización política.

#### **4.1.2 Partido Movimiento para la Liberación de los Pueblos**

Este grupo político-partidario tiene su origen en el Comité de Desarrollo Campesino -CODECA- colectivo formado por campesinos, excombatientes del conflicto armado interno, y exiliados que volvieron al país en 1996 para la firma de la paz.

Algunos miembros del Movimiento para la liberación de los pueblos pasaron por las filas de la Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca -URNG- y en el año 2018 la idea de una agrupación política se maduró con el objetivo de defender los derechos de los trabajadores, posteriormente se pensaron como instrumento político para la formación, organización de asambleas y la defensa de los pueblos originarios.

La asesora de comunicación de la Bancada del MLP, Brenda Lara, refiere que: la agrupación tiene como referente ideológico el proyecto político bolivariano. Su partido también se sustenta en la teoría de Enrique Domingo Dussel Ambrossini y su pensamiento decolonizador.

**Plataforma programática:** recuperación de servicios y bienes del Estado (revisión de concesiones de servicios básicos, radioeléctricas, política y promoción de radios comunitarias).

Estructura administrativa del Estado (política salarial del Estado, revisión de pactos colectivos, reformas a la Ley de Servicio Civil, meritocracia y descentralización de servicios con pertinencia cultural).

Medidas en derechos humanos individuales y colectivos (respeto de tratados y convenios internacionales, consulta previa, reformas al Código Civil y construcción del Estado Plurinacional).

Medidas en el sistema político (reforma a la Ley de Antejucio, reformas a la Ley Electoral y de Partidos Políticos).

Medidas en el sistema económico (generación de energía y aprovechamiento de los recursos naturales, proyectos productivos, turismo comunitario y agricultura sostenible, gestión cultural, reducción de pobreza y desnutrición, remesas condicionadas a mujeres, programa de apoyo al pequeño agricultor, impulso de las MIPYMES, Ley Antimonopolios, fortalecimiento de la dirección de atención al consumidor y de la producción para la generación de empleo).

Medidas en el sistema de salud (salud preventiva, secundaria/remedial, fortalecimiento de medicina ancestral, infraestructura y procesos de adquisición de medicamentos).

Sistema judicial (ampliación de la atención con pertinencia cultural y transparencia para elección de cortes).

Sistema educativo (calidad y gratuidad educativa, ampliar atención, alimentación escolar, educación bilingüe y descentralización).

Sistema de seguridad (rescatar, restaurar y potenciar espacios públicos, Ley de la Carrera Policial, asignación de recursos y modelo comunitario de atención).

Medidas de políticas ambientales (explotación de la tierra, trabajo conjunto con Ministerio de Economía, Agricultura, Ganadería y Alimentación y Energía y Minas, Salud y Comunicaciones, áreas protegidas, auditoría ambiental y, revisión de la legislación en materia ambiental).

En cuanto a los puntos descritos anteriormente, el escritor y periodista Mario Roberto Morales explica en 25 puntos los temas que integran el plan de gobierno del MLP, este documento está disponible en el sitio web del académico. (Morales, 2019)

Este partido político participó por primera vez en la contienda electoral 2019 y su estrategia de comunicación fue muy significativa en la red social.

De las publicaciones que el partido realizó fueron tomadas cinco de ellas y 5 comentarios de cada una, análisis que se presenta a continuación. Página del MLP:

**Publicación del 18 de mayo:** “La consecuencia de la privatización, es que cada vez más, tenemos comunidades más pobres, los que se llenan los bolsillos, son los empresarios. Vamos a nacionalizar los bienes privatizados.

#ThelmaCabreraPresidenta

#NeftalyLópezVice

#YoVotoMLP”

#### 4.1.2.1 Ficha de análisis de 1:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/Rolando_08">https://twitter.com/Rolando_08</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Nacionalización de servicios	
<b>Fecha de publicación</b>	18 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Rolando André)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Y en consecuencia todos pasaremos a ser pobres! - no creo que esa sea la solución, debería ir más por generar inversión y regularizarlo, volver atractivo al país, no ahuyentar al empresario que se quiere regularizar.”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario habló de sus ideas y desde qué óptica ve la realidad nacional. A diferencia de los mensajes racistas e insultantes que abundaron en el perfil del partido político, se limitó a expresar con respeto y claridad lo que esperaba para el país.

**Fuente:** elaboración propia.

#### 4.1.2.2 Ficha de análisis 2:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/HenryLo29360787">https://twitter.com/HenryLo29360787</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Nacionalización de servicios	
<b>Fecha de publicación</b>	18 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Henry López)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Que triste que su candidata a la presidencia, no se da conocer mas. No da entrevistas, no se conoce su plan de gobierno, por lo menos aquí en Quetzaltenango no es muy conocida. Ahí le dejo mi comentario”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario del usuario refiere dos sentimientos: la necesidad de conocer una propuesta diferente y el lamento por la poca difusión de la candidata del partido. En ese proceso comunicacional ocurre un evento poco visibilizado en las redes sociales, recibe la respuesta del emisor del mensaje principal y se observa la interacción explícita.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.3 Ficha de análisis 3:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/Johan_Maz">https://twitter.com/Johan_Maz</a>
<b>Publicación del partido político</b>	Nacionalización de servicios
<b>Fecha de publicación</b>	18 de mayo del 2019

<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Johan Maz)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Genial, tendré que esperar 10 años para tener una línea de telefono de nuevo, cuando dejarán de actuar con resentimiento? Propongan abrir el mercado nacional, acabar con los monopolios, atraer inversión, no tonterías que solo nos harán menos competitivos”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario que hace el usuario cuestiona la ideología y los intereses del partido, así como la pregunta por nuevas propuestas y atención a necesidades que su inclinación política le refieren para el desarrollo del país.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.4 Ficha de análisis 4:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/jkimgt">https://twitter.com/jkimgt</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Nacionalización de servicios	
<b>Fecha de publicación</b>	18 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Jota Kim)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“imposible mamaita, y mucho menos si en eso esta basado su "proyecto" de pais, porque no en lugar de privatizarlos, se regularizan? la empresa privada no es mala, con reglas claras y leyes que se cumplan, el problema de la pobreza pasa por otro lado”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.

	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario infiere que el mensaje de la publicación es una limitante para dar a conocer a la candidata, pero en cambio propone un trato diferente a la problemática desde su ideología.
--	-----------------------------------	---

**Fuente:** elaboración propia.

**Publicación del 25 de mayo:** “Nuestra hermana #ThelmaCabreraPresidenta en San Pedro San Marcos, sin hacer teatro”

#### 4.1.2.5 Ficha de análisis 5

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/JoseCha23729324">https://twitter.com/JoseCha23729324</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Visita del partido al departamento de San Marcos	
<b>Fecha de publicación</b>	25 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (José Chávez)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“De que se sostiene”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	La pregunta del usuario parece indagar únicamente en la forma en que la candidata genera sus ingresos para vivir.

**Fuente:** elaboración propia.

#### 4.1.2.6 Ficha de análisis 6:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/LuiiGuan">https://twitter.com/LuiiGuan</a>
<b>Publicación del partido político</b>	Visita del partido al departamento de San Marcos
<b>Fecha de publicación</b>	25 de mayo del 2019



<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Jurgen Montes)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“¿Y cuando nos dará el honor de escuchar su voz y su propuesta?. Si no da la cara, es lo mismo que Sandra Torres!!!!”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario pregunta por la propuesta de la candidata y la compara con la contrincante del partido Unidad Nacional de la Esperanza. La poca visibilidad del partido le refiere silencio e intereses ocultos de la agrupación

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.7 Ficha de análisis 7:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/hghro">https://twitter.com/hghro</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Visita del partido al departamento de San Marcos	
<b>Fecha de publicación</b>	25 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Hugo)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Esta señora solo es un títere dw otros intereses.”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario del usuario manifiesta la duda de las razones que la candidata tiene para participar.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.8 Ficha de análisis 8:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/Mgl_SC">https://twitter.com/Mgl_SC</a>
<b>Publicación del partido político</b>	Visita del partido al departamento de San Marcos

<b>Fecha de publicación</b>	25 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Mgl_Sc)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Adelante MLP.”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario expresa apoyo y simpatía para el partido.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.8 Ficha de análisis 9:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/DonnerOrlando">https://twitter.com/DonnerOrlando</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Visita del partido al departamento de San Marcos	
<b>Fecha de publicación</b>	25 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Donner O)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Ladrones de energía eléctrica buscan la presidencia para meter el socialismo al país pero... Robar es robar aunque ustedes lo llamen recuperar tierras o derechos de energía ☐👤♂” (mensaje acompañado de imagen)
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario manifiesta su rechazo al orden socialista, refuerza el texto con una imagen que menciona los países de Suramérica que han sido gobernados por presidentes de izquierda. La carga psicológica con el uso del color rojo y negro y la fotografía del Ché Guevara enfatizan lo que se lee en la imagen.

Fuente: elaboración propia.

**Publicación del 30 de mayo:** “#ThelmaCabreraPresidenta inyecta dignidad, vendedor por cuenta propia decidió transmitir el mensaje en #Quetzaltenango”

#### 4.1.2.9 Ficha de análisis 10:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/LuisSalazarM3">https://twitter.com/LuisSalazarM3</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Visita del partido al departamento de Quetzaltenango	
<b>Fecha de publicación</b>	30 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Luis Salazar)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Sigam soñando y perdiendo su tiempo, gente así nunca llegara al poder, Guatemala es honesta, trabajadora y sobre todo con mucha mucha dignidad, valores que ese tipo de personas no conocen
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario del usuario tiene una carga de ataque al partido político, pues complementa refiriendo gente honesta y trabajadora en el país. Además de manifestar con seguridad que el partido no ganaría la presidencia.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.11 Ficha de análisis 11:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/LotydeGuatemala">https://twitter.com/LotydeGuatemala</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Visita del partido al departamento de Quetzaltenango	
<b>Fecha de publicación</b>	30 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Lotty)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Ya es hora que en Guatemala tengamos un gobierno indígena ellos también son Guatemala!
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter

	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El usuario aplaude la participación de la candidata perteneciente a una etnia indígena, al tiempo que hace alusión al espacio que le corresponde a todo ciudadano sin importar la etnia a la que pertenece.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.12 Ficha de análisis 12:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/hunter188455990">https://twitter.com/hunter188455990</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Visita del partido al departamento de Quetzaltenango	
<b>Fecha de publicación</b>	30 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Hunter 19)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Jajaja..fácil se infiltran los conejos .. y ni encuentra Rodando por el suelo de risa. (Emoji de risa burlona)
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario de este internauta es una comparación del pueblo indígena con los conejos, el emoji de risa burlona complementa la carga de su mensaje despectivo hacia la candidata.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.13 Ficha de análisis 13

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/hivicj">https://twitter.com/hivicj</a>
<b>Publicación del partido político</b>	Visita del partido al departamento de Quetzaltenango
<b>Fecha de publicación</b>	30 de mayo del 2019

<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Isaí Vela)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Lastima que no pude asistir” (acompañado de emoji de tristeza)
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	Las palabras que el usuario emplea denotan la simpatía que tiene con el partido y el emoji que acompaña el comentario acentúa los sentimientos que le generó la ausencia en el mitin de la candidata.

**Fuente:** elaboración propia.

#### 4.1.2.14 Ficha de análisis 14:

<b>Canal de comunicación</b>		Twitter
<b>Dirección URL</b>		<a href="https://twitter.com/RorixdSanabria">https://twitter.com/RorixdSanabria</a>
<b>Publicación del partido político</b>		Visita del partido al departamento de Quetzaltenango
<b>Fecha de publicación</b>		30 de mayo del 2019
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Rouse)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Tiene buen plan de trabajo”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario de la usuaria denota conocimiento de la difusión del proyecto político que proponía la agrupación.

**Fuente:** elaboración propia.

**Publicación del 2 de junio:** “No creo en las encuestas de los criollos, creo en mi pueblo en los territorios, #ThelmaCabreraPresidenta en Sololá.

#ElijoDignidad

#YoVotoMLP”

#### 4.1.2.15 Ficha de análisis 15:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/solucionesER">https://twitter.com/solucionesER</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Mensaje refiere los resultados de encuesta.	
<b>Fecha de publicación</b>	2 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Exterminador)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Criollos y de granja... Va pues después no vayan a alegar ni mierda si uds mismo se ponen nombres raros. Ya por lo que dijo una prófuga de la ley ya se siente presidente...(Emojis: risas burlonas)”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario es burlesco, además, el mensaje es de rechazo hacia la participación y avances de la candidata del partido.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.16 Ficha de análisis 16:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/lis_sare">https://twitter.com/lis_sare</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Mensaje refiere los resultados de encuesta.	
<b>Fecha de publicación</b>	2 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Lis R. SAre)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Promueve racismo, siempre han marcado la diferencia de esta forma, si no no tienen como atraer gente. El resentimiento, el odio es su arma y la amargura los consume. Todavía esta en la época colonia y eso q no nacio en esos años. Pero el adoctrinamiento q tiene se quedo en esos años”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter

	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario del usuario increpa al partido por el adjetivo que utiliza y ataca los principios y valores de la agrupación política, quienes abogan por la defensa de la tierra y sus recursos.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.17 Ficha de análisis 17:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/AGLShadow">https://twitter.com/AGLShadow</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Mensaje refiere los resultados de encuesta.	
<b>Fecha de publicación</b>	2 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Mister S.)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Racismo a la inversa jajajajajaja no hombre pobrecitos los "criollos" como sufren de discriminacion...”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El mensaje del usuario es burlesco y se percibe una alocución sarcástica.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.18 Ficha de análisis 18

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/MadridistasGT">https://twitter.com/MadridistasGT</a>
<b>Publicación del partido político</b>	Mensaje refiere los resultados de encuesta.
<b>Fecha de publicación</b>	2 de junio del 2019

<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Farid M.)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Criollos? Si estamos más jodidos de lo pensado socialmente.”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario del usuario reprueba la expresión usada por el partido en el mensaje que publicó. Su visión republicana parece reprochar la concepción del partido.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.19 Ficha de análisis 19:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/delarivaw">https://twitter.com/delarivaw</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Mensaje refiere los resultados de encuesta.	
<b>Fecha de publicación</b>	2 de mayo del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Ma. Elena de la Riva)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Su pueblo son los guatemaltecos todos. Todos somos iguales. Ud discrimina. Hay que unificar al pueblo.”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario de la usuaria es de reflexión para el partido, increpándole por el uso del adjetivo “Criollo”, pues, de acuerdo con sus principios, el partido debería llamar a la unidad del pueblo.

Fuente: elaboración propia.

**Publicación del 10 de junio:** “Es hora de recuperar nuestra DIGNIDAD.

#ElijoDignidad

#ThelmaCabreraPresidenta

#YoVotoMLP”



#### 4.1.2.20 Ficha de análisis 20:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/Tititavares">https://twitter.com/Tititavares</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Llamado a la dignidad	
<b>Fecha de publicación</b>	10 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Titi Tavares)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Entréguese a la justicia ladrones de energía”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario del usuario es una invitación, además de la acusación directa por algún ilícito cometido por el partido.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.21 Ficha de análisis 21:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/rimolvc">https://twitter.com/rimolvc</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Llamado a la dignidad	
<b>Fecha de publicación</b>	10 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Roberto Izaguirre)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“que no sea luz pirateada es todo”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario del usuario no tiene relación con la publicación, pero es una acusación directa de las muchas que se le imputan socialmente a los líderes de la agrupación.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.22 Ficha de análisis 22:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/evedumo">https://twitter.com/evedumo</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Llamado a la dignidad	
<b>Fecha de publicación</b>	10 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Ever Morales)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Y derrepente esa luz está conectada sin autorización cómo lo hacen ustedes los de codeca (Emoji saboreando comida) Digo como siempre andan robando luz.”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario burlesco hace alusión a la imagen que acompaña la publicación, un cielo estrellado donde se lee: “Somos la luz en la tormenta” y de nuevo un reproche por las acusaciones del comportamiento de los líderes del partido.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.23 Ficha de análisis 23:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/LuisSalazarM3">https://twitter.com/LuisSalazarM3</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Llamado a la dignidad	
<b>Fecha de publicación</b>	10 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Luis Salazar M.)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Y tienen pues???”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.

	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario es sarcástico y lastimero, las comunidades representadas en la agrupación política denuncian frecuentemente la carencia de servicios básicos, uno de ellos, la energía eléctrica.
--	-----------------------------------	---

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.24 Ficha de análisis 24:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter	
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/se_cardona3">https://twitter.com/se_cardona3</a>	
<b>Publicación del partido político</b>	Llamado a la dignidad	
<b>Fecha de publicación</b>	10 de junio del 2019	
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (Cardona)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“Claro tienen luz por que roban fluido eléctrico, sin vergüenzas !!”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El comentario responde a la imagen colocada en la publicación, la acusación por el robo de luz es la razón de la aseveración del usuario.

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.2.25 Ficha de análisis 25:

<b>Canal de comunicación</b>	Twitter
<b>Dirección URL</b>	<a href="https://twitter.com/Rmendez_cheves">https://twitter.com/Rmendez_cheves</a>
<b>Publicación del partido político</b>	Llamado a la dignidad
<b>Fecha de publicación</b>	10 de junio del 2019

<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	Usuario de Twitter (RobertoMendezCheves)
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	“En los 90 había racionamiento eléctrico por falta de inversión pública en generación. Después que los privados invitados por el estado invirtieron en el sector nos hemos vuelto exportadores. Ahora ustedes con su propuesta quieren expropiación para el estado nuevamente. (emoji de hombre llevándose las manos a la cabeza)”
	<b>En qué (Canal)</b>	Twitter
	<b>A quién (Audiencia)</b>	Twitter es una plataforma abierta, el público con acceso al comentario es diverso.
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	El participante conoce el contexto, explica y defiende su postura sin evidenciar molestia y sin elevar el tono de la comunicación.

**Fuente:** elaboración propia.

**Análisis de la interacción:** para el caso de la organización política Movimiento para la Liberación de los Pueblos, en la publicación del 18 de marzo de 2019, hay un registro de 105 “*Favoritos*” 39 “*Retweets*” 1 “*Tweet citado*” y 5 “*comentarios*”.

En la publicación del 25 de mayo; la interacción registra; 494 “*Favoritos*” 13 “*Tweet citados*” 115 “*Retweets*” y 26 “*Comentarios*”.

El 30 de mayo, en la publicación del partido se observan; 404 “*Favoritos*” 7 “*Tweet citados*” 97 “*Retweets*” y 8 “*Comentarios*”

El 2 de junio, en la publicación se observa la siguiente interacción; 139 “*Favoritos*” 11 “*Tweets citados*” 56 “*Retweets*” y 35 “*Comentarios*”.

El 10 de junio, la organización política registra 188 “*Favoritos*” 4 “*Tweets citados*” 54 “*Retweets*” y 17 “*Comentarios*”

En el periodo analizado, las reacciones de los internautas motivan la retroalimentación, abundan las preguntas frecuentes y por otro lado, evidencian racismo y discriminación hacia la líder de la agrupación.

Esta organización política usó recursos varios para la comunicación, videos, gifs, infografías y fotografías de actividades de proselitismo. Sin embargo, la interacción reflejada en cantidades, es relativamente menor a la observada en el perfil del partido político Unidad Nacional de la Esperanza, a pesar de la cantidad de publicaciones realizadas en el período analizado.

Asimismo, tampoco son perceptibles los comentarios de los perfiles definidos como **netcenter**, los mensajes en las publicaciones permiten inferir simpatía más no adulación, pocos hablan de la desconfianza que genera la organización donde nació el partido político, por las acusaciones de robo de energía en algunas áreas del país.

#### **4.1.3 Entrevista para expertos en redes sociales**

##### **Transcripción de entrevista estructurada a experto en comunicación digital**

**Objetivo:** conocer la perspectiva de analistas y expertos en redes sociales, acerca del proceso de comunicación en la Campaña Electoral 2019.

##### **Datos informativos de la entrevista No. 1.**

**Entrevistado:** José Kont.

**Profesión/Cargo:** Ingeniero Industrial/Socio Director iLifebelt.

**Perfil del entrevistado:** más de 10 años de experiencia dirigiendo proyectos de comunicación, marketing, reputación y blindaje digital. Responsable de los estudios de uso de Internet y Redes Sociales de iLifebelt.

**Fecha de la entrevista:** miércoles 4 de marzo del 2020

**Pregunta 1: ¿Considera que los resultados de la primera vuelta de las elecciones 2019 fueron influenciados por la forma de hacer campaña electoral desde la red social Twitter?**

**Respuesta JK:** sin duda Twitter fue una plataforma importante para los guatemaltecos usuarios de Internet y para los líderes de opinión que normalmente tienen un perfil en esta plataforma. Ahora bien, más allá de la forma de hacer campaña ya que hubo muy poco de esto a nivel digital, seguramente la información (falsa y verdadera) que circuló por Twitter generó algún nivel de efecto en las elecciones. Pero no fue tanto la campaña de algún candidato puesto que en general todos adolecían de una estrategia digital, fue más bien el sentir coyuntural de las personas expresados a través de Twitter lo que derivó en algunos de los resultados finales del proceso.

**Pregunta 2: ¿Cómo analiza el cambio en la dinámica de propaganda del proceso electoral 2019 y su manejo desde las redes sociales?**

**Respuesta JK:** fue un cambio que al final resultó negativo. Haber prohibido generar directamente campañas desde las Redes Sociales bien más bien la desinformación y la generación de campañas negras desde la clandestinidad.

**Pregunta 3: ¿Considera que las redes sociales son capaces de movilizar a todo un país? De ser así, ¿qué le falta a la sociedad guatemalteca para aceptar el reto de promover un cambio en el sistema?**

**Respuesta JK:** sin duda las redes sociales como cualquier herramienta, tienen una gran utilidad dependiendo del uso que les demos. En ese sentido seguramente en algunos países su poder de convocatoria es alto, en el caso de Guatemala esto es complicado dado que hasta la fecha (marzo 2020) se estima que al menos el 50 % de los guatemaltecos no tienen acceso a Internet. Por lo tanto no es tanto que las plataformas sean capaces o no de generar convocatorias, es más bien reflexionar en cuantas personas hoy tienen acceso a la red de Internet en el país.

**Pregunta 4: ¿Es la penetración de internet en la población guatemalteca una limitante para convertir a muchos ciudadanos en verdaderos actores políticos?**

**Respuesta JK:** sin duda es una de las limitantes más grandes. El acceso a Internet facilita el acceso a educación, noticias, información y datos que con un contexto de tiempo adecuado pueden ayudar a cualquier ciudadano a tomar mejores decisiones.

**Pregunta 5: a grandes rasgos, ¿se puede inferir que un alto porcentaje de guatemaltecos perseguían conocer las respuestas y propuestas de candidatos a cargos públicos, desde la interacción en la red social Twitter?**

**Respuesta JK:** no necesariamente, una parte de los guatemaltecos tuvieron acceso a información difundida en Twitter y sin duda esto les ayudó en su toma de decisión, sin embargo, el canal que al final muchos utilizaron para solventar y obtener respuesta de sus consultas fue Google.

## **Datos informativos de la entrevista No. 2.**

**Entrevistado:** Luis Assardo.

**Profesión/Cargo:** periodista, investigador y consultor en Comunicación.

**Perfil del entrevistado:** profesional con experiencia en diversas ramas de la Comunicación, Seguridad y Educación, con la firmeza que la Tecnología es un componente básico para cualquier organización y la inversión en el capital humano para lograr equipos multidisciplinarios. Creador de la plataforma confirmadogt, para la verificación de noticias falsas.

**Fecha de la entrevista:** lunes 24 de agosto a las 23:04.

**Pregunta 1: ¿Considera que el resultado de las elecciones generales en el 2019 fue influenciado por la forma de hacer campaña electoral desde la red social Twitter?**

**Respuesta LA:** considero que todo el contexto del votante genera determinado nivel de influencia. Aquí incluyo a Twitter, pero es de valorar ese nivel de influencia. Actualmente es indirecta y marginal.

Para que se genere una influencia directa y contundente se necesita algo más vinculado al votante, como un familiar, amigo cercano o incluso sus motivaciones internas.

Twitter pudo haber impulsado algún tipo de cambio en la perspectiva que se tenía de algún candidato, la exposición a desinformación o incluso la aversión al tema político por exceso de información.

**Pregunta 2: ¿Cómo analiza el cambio en la dinámica de propaganda del proceso electoral 2019 y su manejo desde las redes sociales?**



**Respuesta LA:** el gran cambio fue la imposibilidad legal de pautar, eso provocó que estrategias digitales usaran canales alternos para lanzar campañas a favor y en contra. Esto ya ocurre desde 2008, pero las tácticas y estrategias han evolucionado.

En general el fondo y propósitos siguen siendo los mismos, pero la disponibilidad de recursos digitales y capitales interesados potencia el impacto y exposición que recibe el votante y usuario digital.

Un cambio ligero se notó en una mayor cantidad de candidatos a los distintos puestos usar las redes sociales de forma más accesible y sin intermediarios. Esto es básicamente la gran ganancia para ellos y podría serlo para el votante si hay comunicación, y no solo un uso propagandístico.

**Pregunta 3: ¿Considera que las redes sociales son capaces de movilizar a todo un país? De ser así, ¿qué le falta a la sociedad guatemalteca para aceptar el reto de promover un cambio en el sistema?**

**Respuesta LA:** considero que las redes sociales facilitan que líderes puedan llegar a gente dispuesta a movilizarse. Las plataformas como tal no impulsan, pero facilitan. Si no hay liderazgos aprovechando el espacio mucha gente no se moverá.

Desde 2009 (primavera árabe) está comprobado que las redes sociales pueden ser una herramienta de coordinación y de incidencia. Aquí ocurrió en 2009 (Rosenberg) y 2015 (OPM) donde vimos cómo grupos de Facebook, WhatsApp y Telegram fueron clave en la coordinación de grupos estudiantiles y ciudadanos.

O sea, debe existir un evento que impulse a la ciudadanía y uno o más líderes que aprovechen la oportunidad y las herramientas (redes sociales) para coordinar, invitar y confluir.

**Pregunta 4: ¿Es la penetración de internet en la población guatemalteca una limitante para convertir a muchos ciudadanos en verdaderos actores políticos?**

**Respuesta LA:** es una limitante, pero no la mayor. La transformación proviene de líderes con acceso y criterio digital (media and digital literacy). Aumentar el acceso, pero los líderes no lo usan será difícil ver alguna transformación en ese sentido. Lo habrá en temas de desarrollo y servicios, por ejemplo, pero no político.

**Pregunta 5: a grandes rasgos, ¿se puede inferir que un alto porcentaje de guatemaltecos perseguían conocer las respuestas y propuestas de candidatos a cargos públicos, desde la interacción en la red social Twitter?**

**Respuesta LA:** los guatemaltecos, en general, buscaron información a través de los espacios disponibles. Las cuentas de los candidatos políticos en Twitter aumentaron de seguidores y de interacciones durante este periodo, pero no hay un estudio formal del tipo de interacción y las intenciones de la misma.

Lo que sí es bastante notorio es que se usa mucho para cuestionarles. Esto dejando de lado las cuentas que son pagadas para inflar métricas, defender o interactuar a favor.

En general los actores políticos han desaprovechado enormemente la oportunidad de llegar y conversar con ciudadanos. Algo que en otros países puede ser normal, acá es algo lejano.

### **Datos informativos de la entrevista No. 3.**

**Entrevistado:** Dra. Albertina Navas

**Profesión/Cargo:** consultora y Conferencista en comunicación digital

**Perfil del entrevistado:** cuenta con 20 años de experiencia en la comunicación corporativa, institucional y política, con énfasis en el ámbito digital. Ha impartido cátedra universitaria y capacitación ejecutiva a más de 3.000 participantes de instituciones públicas y privadas. Ha sido considerada en el ranking de los ecuatorianos más influyentes de Internet y ha representado a la academia en las discusiones del Plan de Gobierno Electrónico del Ecuador.

**Fecha de la entrevista:** Sábado 7 de marzo del año 2020 12:17 p.m.

**Pregunta 1:** ¿Considera que el resultado de las elecciones generales en el 2019 fue influenciado por la forma de hacer campaña electoral desde la red social Twitter?

**Respuesta AN:** no considero que los resultados de las elecciones de 2019 fueron influidos por Twitter, el estudio de Margarita Marroquín de la escuela Carolina Herrera, respecto del uso de Twitter, dice que en Guatemala es tan inferior comparado con El Salvador. Lo que pasaba en Twitter era un micromundo que afectaba a una esfera muy limitada de personas no a un grupo significativo de lectores, da la impresión que la gente que sigue está influida por lo que ve, pero eso no tuvo ningún impacto en los resultados electorales.

**Pregunta 2:** ¿Cómo analiza el cambio en la dinámica de propaganda del proceso electoral 2019 y su manejo desde las redes sociales?

**Respuesta AN:** en Guatemala se evidencia poco impacto del uso de twitter en las campañas políticas porque es muy bajo, en general en el mundo se considera que la relación entre Facebook y Twitter en cada país tiene un 10% de audiencia de Twitter versus la que tiene en Facebook. En el caso de Guatemala que son cerca de 7 millones de usuarios de Facebook, hay 700 mil usuarios de twitter, de estos, pocos son activos y de los activos tampoco les interesa la política.

Realmente el tema de política digital en Guatemala todavía es menor y el uso que hacen los políticos y candidatos es menor, de hecho, el uso que le dio el presidente Jimmy Morales en la gestión anterior fue tan marginal que tampoco generó ninguna dinámica nueva en el uso de la política.

**Pregunta 3:** ¿Considera que las redes sociales son capaces de movilizar a todo un país? De ser así, ¿qué le falta a la sociedad guatemalteca para aceptar el reto de promover un cambio en el sistema?

**Respuesta AN:** no son las redes sociales las que mueven a un país, lo que mueve a un país es la indignación, las ganas de hacer un cambio, el enojo, la frustración, la decepción y las redes sociales lo que hacen es amplificar ese sentimiento.

En el caso de Guatemala eso fue evidente en el caso de #RenunciaYa, porque las redes sociales cumplieron 3 roles importantes, convocatoria, Facebook y Whatsapp se convirtieron las plataformas principales de convocatoria a la plaza, se creó un evento en Facebook al que confirmaron 40 mil personas y llegaron más de 70 mil, Twitter permitió que el hashtag #RenunciaYa se visibilizara en todo el mundo, lo que atrajo la atención de la prensa extranjera viniera a Guatemala y lo que hizo que varios guatemaltecos en otras ciudades del mundo, cerca de 25, se unieran con el hashtag para apoyar las manifestaciones. El uso de YouTube que se usó como una red de seguridad, se filmaban cosas que luego se subían a las redes sociales, para cuidarse, porque en la época de #RenunciaYa se empezaron a usar algunos mecanismos propios de la época de intimidación del conflicto armado, como tomar fotos.

**Pregunta 4: ¿Es la penetración de internet en la población guatemalteca una limitante para convertir a muchos ciudadanos en verdaderos actores políticos?**

**Respuesta AN:** no, definitivamente la escasa cobertura de internet no es una limitante de la participación política, lo de la escasa cobertura es un mito, en Guatemala 7 millones de 17 millones tiene acceso a internet, ese no es un tema menor, y es una cobertura muchísimo mayor que la que tienen los medios tradicionales.

La tecnología, la baja de precio, la migración han sido factores que propician el uso de las redes sociales, lo que ocurre en Guatemala es que hay una apatía permanente con el tema de la política, a los jóvenes no les interesa participar en la política, hay una decepción generalizada respecto de sus gobernantes, esa apatía es la que está haciendo que se vayan perdiendo espacios de participación

ciudadana en plataformas digitales, eso no tiene que ver con la capacidad tecnológica de cobertura de una plataforma, sino con el interés ciudadano de participar en la política.

**Pregunta 5: a grandes rasgos, ¿se puede inferir que un alto porcentaje de guatemaltecos perseguían conocer las respuestas y propuestas de candidatos a cargos públicos, desde la interacción en la red social Twitter?**

**Respuesta AN:** Twitter no fue una red social crítica para el proceso electoral, lo que se crea son burbujas o cámaras de sonido, normalmente.

Hay entre 20 y 50 con los que uno interactúa de manera permanente cuando esos 20 o 50 responden favorablemente a una posición política o desfavorablemente a otra, pensamos que toda nuestra comunidad tiene la misma tendencia, sin embargo en muchos casos es entre el 1% o menos del 1% de la comunidad quienes en realidad son activos, lo que ocurre con esas cámaras de resonancia que se generan en las redes sociales, hacen tener la percepción o la impresión de que lo que dicen los 20 o 50 amigos más habituales es lo que ocurre en la población, pero eso no es así.

## Conclusiones

- La red social Twitter fue una de las opciones de difusión en el sistema de comunicación que los partidos políticos usaron para extender la promoción de su campaña propagandística en el proceso electoral 2019.
- Se concluye que en las publicaciones de las organizaciones políticas analizadas sí hubo interacción. Considerando que los internautas respondieron con un “Favorito” “Retweet” “Comentario” o citando la publicación.
- Las organizaciones políticas analizadas en el presente estudio no motivan la participación de la ciudadanía en procesos políticos, pues no hay retroalimentación.
- Se establece que pocas respuestas a las publicaciones son resultado de la decodificación del mensaje enviado por las organizaciones políticas. La percepción del internauta está influenciada por la apatía y la falta de credibilidad en los partidos políticos.
- Se concluye que el uso de emojis, gifs, imágenes, memes y etiquetas fueron elementos que reforzaron los mensajes propagandísticos colocados en la red social Twitter.

## Recomendaciones

- Se recomienda que los especialistas en comunicación política y asesores de marketing político sugieran la exploración de la red social Twitter para establecer el alcance e impacto de la red social.
- Es importante que el equipo de comunicación de las organizaciones políticas integre una unidad de monitoreo y evaluación de respuestas, con el fin de proponer contenidos que sean digeribles, de formación política y oportunos.
- Se recomienda el acercamiento virtual y el fortalecimiento de ambos extremos, desde la respuesta a los cuestionamientos de los usuarios cocreando espacios para la toma de decisiones. De ahí que el monitoreo y la evaluación de los procesos realizados durante el 2019 deben valorarse para considerar dinámicas de trabajo que capten la atención de la ciudadanía apática.
- Se recomienda establecer lineamientos para la creación de contenido responsable, evitando la sobreexposición de los líderes de la organización política. Así como el mecanismo para brindar respuestas a preguntas frecuentes, además del análisis del pico del tráfico digital para la publicación del contenido.
- Se recomienda frecuentar y/o aumentar el uso de recursos interactivos informativos, propiciando el acercamiento entre los actores políticos y la sociedad.

## Bibliografía

- Alfaro Salas, S. (2011). *Política y partidos políticos*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Arendt, H. (2005). *La Promesa de la Política*. España: Paidós.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2019). *Ley Electoral y de Partidos Políticos*. Guatemala: Tribunal Supremo Electoral.
- Ayala Pérez, T. (2012). *Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global*. Chile: Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación: Facultad de Historia, Geografía y Letras.
- Ayala, T. (2012). Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global . *Educación y Tecnología*.
- Baecker, D. (2017). Teorías sistémicas de la comunicación. *Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad* , 1-20.
- Banco Mundial. (2016). *Informe sobre el desarrollo mundial 2016: Dividendos digitales*. Washington DC: cuadernillo del “Panorama general”, Banco Mundial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. España: Alianza.
- Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala. (2019). *Bots, Netcenters y combate a la impunidad*. Guatemala: CICIG.ORG.
- Constituyente, A. N. (2019). *Ley Electoral y de Partidos Políticos*. Guatemala: Tribunal Supremo Electoral.
- Corrales García, F., & Hernández Flores, H. (s.f.). La comunicación alternativa en nuestros días: Un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y palabra*, 34.
- Danet, B. (2003). *“El texto como máscara: género, juego y performance en Internet”*. *Cibbersociedad 2.0*. Barcelona: Editorial UOC.
- Eco, H. (2016). *De la estupidez a la locura: Crónicas para el futuro que nos espera*. Barcelona: Penguin Random House.
- Gandlgruber , B., & Ricaurte, P. (2013). La naturaleza de las redes sociales virtuales y su impacto en el desarrollo económico y político.



- Hernández, A., & Garay, O. (2013). La comunicación en el contexto deportivo. En A. H. Mendo, *Psicología del Deporte* (pág. 32). País Vasco: Universidad de Málaga.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metología de la investigación*. Perú: Mc Graw Hill.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
- Institute for Democracy and Electoral assistance. (2019). *El estado global de la democracia*. Estocolmo: International IDEA.
- Islas, O., & Ricaurte, P. (2013). Investigar las redes sociales. *Razón y Palabra*.
- Magariño, A. (Noviembre de 2015). La opinión política de los jóvenes en Facebook en la ciudad de Guatemala en el movimiento #RenunciaYa. 2015. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Mendez Moreno, A. N. (2020). *Uso de Twitter en la campaña política de los candidatos a presidente de Guatemala*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Morales Castillo, S. (2017). *Análisis de la red social twitter como herramienta de información y comunicación en los jóvenes universitarios guatemaltecos*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Morataya, S. (2011). *Caso Rosenberg: Medios y redes sociales*. Guatemala: Mayagráfica.
- Navas, A. (6 de Marzo de 2020). El uso de Twitter en la campaña electoral 2019. (E. Juárez, Entrevistador)
- Pineda de Alcázar , M. (2018). *Sociedad de la información, Internet y Políticas Culturales en América Latina*. Venezuela: Universidad del Zulia.
- Pineda, M. (2001). *Las Teorías Clásicas de la Comunicación: Balance de sus aportes y limitaciones a la luz del siglo XXI*. Venezuela: Centro de Investigación de la Comunicación y la Información.
- Prensa, Libre. (2019). Inteligencia de máquina: No artificial, solo diferente. *TIC en cifras*, 59.
- Publinews. (07 de Mayo de 2015). Redes sociales: arma de doble filo para los políticos. *Publinews*.

Rojas, A. (Octubre de 2015). Análisis del movimiento social generado por el ciberactivismo. 2015. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala.

Santos, C. (2017). *Análisis de la comunicación en Facebook y Twitter, utilizando la herramienta del Engagement Rate, en las elecciones presidenciales del 2015*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.

Taylor, S., & Bogdan, R. (2000). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.

Torres, E., González, S., Boneo, H., Lehoucq, F., & Wail, D. (2001). *Construyendo la democracia electoral en Guatemala*. Guatemala: FLACSO.

Tuñez, M., & Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 36.

Velásquez, C. (2013). *Análisis de las redes sociales del alumnado de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala: Universidad de Almería.

Véliz, L. (09 de Julio de 2017). Las redes sociales, los nuevos tribunales. *El Periódico*.

## **E-Grafías**

Alsina, M. R., & Estrada Alsina, A. (Febrero de 2017). La perspectiva funcionalista de las teorías de la comunicación. En *Teorías de la comunicación*.

Barcelona: Oberta UOC Publishing, SL. Obtenido de La perspectiva funcionalista de las teorías de la comunicación:

[http://cv.uoc.edu/annotation/f655cf5885db9a092fe911a4f3d5f495/645490/PID\\_00245230/PID\\_00245230.html](http://cv.uoc.edu/annotation/f655cf5885db9a092fe911a4f3d5f495/645490/PID_00245230/PID_00245230.html)

Gómez, R. A. (1 de Diciembre de 2011). Una pequeña historia del Internet en Guatemala y su aplicación en la actualidad. Obtenido de ronaldandresdotcom:

<https://ronaldandresdotcom.wordpress.com/2011/12/01/una-pequena-historia-del-internet-en-guatemala-y-su-aplicacion-en-la-actualidad/>

- Ilifebelt. (26 de Octubre de 2017). Repositorio digital. Obtenido de CEPAL:  
<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40528>
- Morales, M. R. (2019). Programa general y plan de gobierno del MLP. Guatemala.  
Obtenido de El regreso de un pueblo al poder:  
<https://mariorobertomorales.info/>
- Partido UNE. (15 de Mayo de 2019). *Twitter*. Obtenido de Twitter:  
<https://twitter.com/partidoune/status/1128786467151634435>
- Partido UNE. (24 de Mayo de 2019). *Twitter*. Obtenido de Twitter:  
<https://twitter.com/partidoune/status/1132036010043465729>
- Partido UNE. (25 de Mayo de 2019). *Twitter*. Obtenido de Twitter:  
<https://twitter.com/partidoune/status/1132302057501855744>
- Partido UNE. (28 de Mayo de 2019). *Twitter*. Obtenido de Twitter:  
<https://twitter.com/partidoune/status/1133372474756874240>
- Partido UNE. (15 de Junio de 2019). *Twitter*. Obtenido de Twitter:  
<https://twitter.com/partidoune/status/1140063576062910464>
- Publinews. (07 de Mayo de 2015). Redes sociales: arma de doble filo para los políticos. Publinews.  
<https://www.publinews.gt/gt/guatemala/2015/05/07/redes-sociales-arma-doble-filo-politicos.html>
- Salinas, A. (10 de Octubre de 2017). *Origen, historia e información completa sobre la red social Twitter*. Obtenido de mott.pe: <https://mott.marketing/origen-historia-e-informacion-completa-sobre-la-red-social-twitter/>
- Véliz, L. (09 de Julio de 2017). Las redes sociales, los nuevos tribunales. El Periódico.  
<https://elperiodico.com.gt/domingo/2017/07/09/las-redes-sociales-los-nuevos-tribunales/>

## Anexos

### Anexo 1: Modelo de ficha de análisis de contenido

<b>Canal de comunicación</b>		
<b>Dirección URL</b>		
<b>Publicación del partido político</b>		
<b>Fecha de publicación</b>		
<b>Análisis de contenido</b>	<b>Quién (Emisor)</b>	
	<b>Qué dice (Mensaje)</b>	
	<b>En qué (Canal)</b>	
	<b>A quién (Audiencia)</b>	
	<b>Con qué efecto (Intención)</b>	

### Anexo 2: Cuestionario para expertos en redes sociales

1. ¿Considera que los resultados de las elecciones generales del 2019 fueron influenciados por la forma de hacer campaña electoral desde la red social Twitter?
2. ¿Cómo analiza el cambio en la dinámica de propaganda del proceso electoral 2019 y su manejo desde las redes sociales?
3. ¿Considera que las redes sociales son capaces de movilizar a todo un país? De ser así, ¿Qué le falta a la sociedad guatemalteca para aceptar el reto de promover un cambio en el sistema?
4. ¿Es la penetración de internet en la población guatemalteca una limitante para convertir a muchos ciudadanos en verdaderos actores políticos?
5. A grandes rasgos, ¿se puede inferir que un alto porcentaje de guatemaltecos perseguían conocer las respuestas y propuestas de candidatos a cargos públicos, desde la interacción en la red social Twitter?


## Anexo 3

**UNE** @partidoune  
En #UNE rechazamos con firmeza el uso de cualquier recurso del Estado con fines de promoción o propaganda; haremos la investigación correspondiente, sancionaremos y se denunciara como corresponde a los culpables. Agradecemos a la ciudadanía que nos lo haya hecho ver.  
4:17 p. m. · 15 may. 2019 · [Twitter for iPhone](#)

**Mannyland** @mannylandc · 15 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  
Entonces ustedes están confirmando que no tienen control sobre sus correligionario?  
Sus hechos hablan más fuerte que sus comunicados.

**Manuel García R** @ManuelGarciaR3 · 15 may. 2019  
En respuesta a @partidoune y @QuiqueGodoy  
Dejense de pajas. Si no los hubieran descubierto, seguirían. La gran pregunta es: cuantos días y cuantos eventos ha estado utilizando vehiculos oficiales???. Eso de que "no sabemos nada, vamos a averiguar, vamos a actuarr... NADIE SE LOS CREEE. SUCIOS!!!!

**JSR5** @jormad2002 · 15 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  


**Victor Navichoque** @vnavichoque · 15 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  
Esperando el resultado de su investigación y denuncia  


**Cesar Rosales** @Cesar\_Rosales01 · 16 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  
Si pero siempre muchas gracias, #NotetocaJandra

## Anexo 4

**UNE** @partidoune  
Lamentamos la falsa campaña de la FECI Y CICIG contra la UNE. ¡No a la politización de la justicia!  
3:29 p. m. · 24 may. 2019 · [Twitter for Android](#)

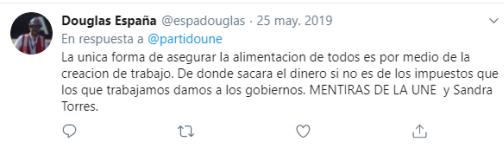
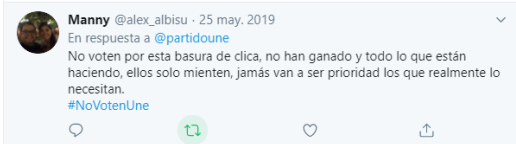
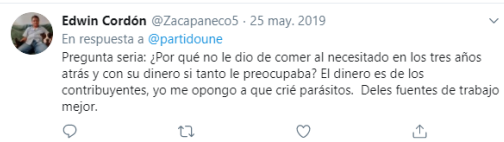
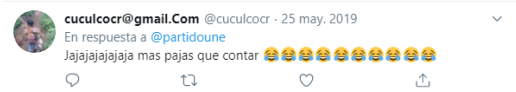
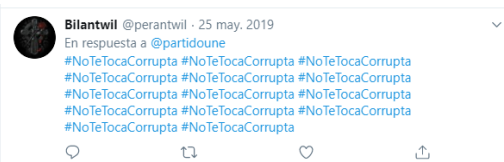
**Luis Enrique** @diazLuis99 · 24 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  
Cinismo.  
Piensan que el pueblo eb tonto. Ya sabemos como son.

**Donald J Urizar** @DJ\_Urizar\_7 · 24 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  
Nosotros lamentamos la #AlianzaCriminal que ustedes sostienen dentro del @CongresoGuate  
Porque, pudiendo ser oposición a la #FaunaJurásicaChapina y su agenda regresiva y antidemocrática en el congreso, decidieron pactar a cambio de impunidad para @SandraTorresGUA

**Periodista** @arajatables · 25 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  
Los ciudadanos honestos LAMENTAMOS la existencia de un partido como ustedes, pletórico de obscuridad por razones de todos conocidas, y, más aún, que una mujer ambiciosa pretenda ser la primera dignataria de NUESTRO PAÍS.



## Anexo 5



## Anexo 6

**Chapin** @fcbjesus84 · 28 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  
No les toca

**Erick Pineda** @ErickPi64500963 · 28 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  
No gracias,

**Carlitos Gonzalez** @calin... · 28 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  
No gracias, cuanto tiempo han estado ustedes allí y Guatemala no cambia..

**Erick Maldonado** @ErickMa72034495 · 31 may. 2019  
En respuesta a @partidoune  
Tristeza partido corrupto

**UNE** @partidoune · 28 may. 2019  
En estas elecciones, vota para que Guate tenga el futuro que todos queremos. #VotaUNE, para que trabajemos juntos y logremos lo mejor #PorTiyTuFamilia #PorTuBienestar #GuateNosUne

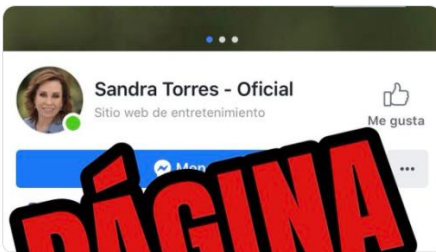


## Anexo 7

**UNE** @partidoune · 15 jun. 2019  
Hemos detectado una página FALSA de nuestra candidata a la Presidencia Sandra Torres .

La página oficial es: [facebook.com/SandraTorresGua](https://www.facebook.com/SandraTorresGua)

informamos que personas mal intencionadas pretenden desinformar a la población, la página ya ha sido reportada.



**Samuel** @Samueledy7 · 17 jun. 2019  
En respuesta a @partidoune y @EdgarRamYT  
Venden al país por el amor a una lámina, Me dan asco todos ustedes..

**David Carrillo** @zalo57172626 · 15 jun. 2019  
En respuesta a @partidoune  
Con paginas reales o falsas igual NO LES TOCA

**Juank** @juank\_veliz100 · 15 jun. 2019  
En respuesta a @partidoune  
Ajajaja usted los "oficiales" tambien son falsos. No hau diferencia

**Alicia** @AliciaP3r · 15 jun. 2019  
En respuesta a @partidoune  
Nosotros apoyamos a Sandra

## Anexo 8

**Rolando André** @Rolando\_08 · 19 may. 2019  
 En respuesta a @GtMlp  
 Y en consecuencia todos pasaremos a ser pobres! - no creo que esa sea la solución, debería ir más por generar inversión y regularizarlo, volver atractivo al país, no ahuyentar al empresario que se quiere regularizar.

**Johan Maz** @Johan\_Maz · 19 may. 2019  
 En respuesta a @GtMlp  
 Genial, tendré que esperar 10 años para tener una línea de telefono de nuevo, cuando dejarán de actuar con resentimiento? Propongan abrir el mercado nacional, acabar con los monopolios, atraer inversión, no tonterías que solo nos harán menos competitivos

**Henry Lopez** @HenryLo29360787 · 18 may. 2019  
 En respuesta a @GtMlp  
 Que triste que su candidata a la presidencia, no se da conocer mas. No da entrevistas, no se conoce su plan de gobierno, por lo menos aquí en Quetzaltenango no es muy conocida. Ahí le dejo mi comentario

**Jota Kim** @jkimgt · 18 may. 2019  
 En respuesta a @GtMlp  
 imposible mamaita, y mucho menos si en eso esta basado su "proyecto" de país, porque no en lugar de privatizarlos, se regularizan? la empresa privada no es mala, con reglas claras y leyes que se cumplan, el problema de la pobreza pasa por otro lado.

**MLP Guatemala (oficial)** @GtMlp  
 La consecuencia de la privatización, es que cada vez más, tenemos comunidades más pobres, los que se llenan los bolsillo, son los empresarios. Vamos a nacionalizar los bienes privatizados.  
 #ThelmaCabreraPresidenta  
 #NeftalyLópezVice  
 #YoVotoMLP



## Anexo 9

**MLP Guatemala (oficial)** @GtMlp  
 Nuestra hermana #ThelmaCabreraPresidenta en San Pedro San Marcos, sin hacer teatro.



8:30 a. m. · 25 may. 2019 · Twitter for Android

**Donner O.** @DonnerOriando · 25 may. 2019  
 En respuesta a @GtMlp  
 Ladrones de energía eléctrica buscan la presidencia para meter el socialismo al país perooooo...  
 Robar es robar aunque ustedes lo llamen recuperar tierras o derechos de energía





**Jose Chavez** @JoseCha23729324 · 25 may. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
De que se sostiene


**hugo** @hghro · 25 may. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Esta señora solo es un títere dw otros intereses.

**Jü Mo** @LuiiGuan · 25 may. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
¿Y cuando nos dará el honor de escuchar su voz y su propuesta?. Si no da la cara, es lo mismo que Sandra Torres!!!!

**Mgl\_SC** @Mgl\_SC · 25 may. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Adelante MLP.

## Anexo 10

**MLP Guatemala (oficial)** @GtMlp  
#ThelmaCabreraPresidenta inyecta dignidad, vendedor por cuenta propia decidió transmitir el mensaje en #Quetzaltenango



2:06 p. m. · 30 may. 2019 · Twitter for Android

**Luis Salazar M.** @LuisSalazarM3 · 31 may. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Sigam soñando y perdiendo su tiempo, gente así nunca llegara al poder, Guatemala es honesta, trabajadora y sobre todo con mucha mucha dignidad, valores que ese tipo de personas no conocen

**LOTTY** @LotydeGuatemala · 30 may. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Ya es hora que en Guatemala tengamos un gobierno indígena ellos también son Guatemalal!

**hunter19** @hunter188455990 · 30 may. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Jajaja .. fácil se infiltran los conejos .. y ni encuentra 🤔

**Isai Vela** @hivijc · 30 may. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Lastima que no pude asistir 😞

**Rouse** @RorixdSanabria · 31 may. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Tiene buen plan de trabajo

## Anexo 11

**MLP Guatemala (oficial)** @GtMlp  
No creo en las encuestas de los criollos, creo en mi pueblo en los territorios, #ThelmaCabreraPresidenta en Sololá.  
#ElijoDignidad  
#YoVotoMLP



**Ma. Elena de la Riva** @delarivaw · 4 jun. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Su pueblo son los guatemaltecos todos. Todos somos iguales. Ud discrimina. Hay que unificar al pueblo.

- Exterminador** @solucionesER · 3 jun. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Criollos y de granja... Va pues después no vayan a alegar ni mierda si uds mismo se ponen nombres raros. Ya por lo que dijo una prófuga de la ley ya se siente presidente... 🤔🤔🤔🤔
- Lis R. SAre** @lis\_sare · 3 jun. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Promueve racismo, siempre han marcado la diferencia de esta forma, si no no tienen como atraer gente. El resentimiento, el odio es su arma y la amargura los consume. Todavía esta en la época colonia y eso q no nació en esos años. Pero el adoctrinamiento q tiene se quedo en esos años
- Mister S.** @AGLShadow · 6 jun. 2019  
Racismo a la inversa jajajajajaja no hombre pobrecitos los "criollos" como sufren de discriminación...
- Farid M.** @MadridistasGT · 3 jun. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Criollos? Si estamos más jodidos de lo pensado socialmente.

## Anexo 12

- MLP Guatemala (oficial)** @GtMlp  
Es hora de recuperar nuestra DIGNIDAD. #ElijoDignidad  
#ThelmaCabreraPresidenta  
#YoVotoMLP
- 
- RobertoMendez Cheves** @Rmendez\_cheves · 11 jun. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
En los 90 había racionamiento eléctrico por falta de inversión pública en generación. Después que los privados invitados por el estado invirtieron en el sector nos hemos vuelto exportadores. Ahora ustedes con su propuesta quieren expropiación para el estado nuevamente. 🤔
- Titi Tavares** @Ttititavares · 11 jun. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Entréguese a la justicia ladrones de energía
- Roberto Izaguirre** @rimolv · 11 jun. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
que no sea luz pirateada es todo
- Ever Morales** @evedumo · 11 jun. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Y de repente esa luz está conectada sin autorización cómo lo hacen ustedes los de codeca 🤔🤔🤔🤔. Digo como siempre andan robando luz.
- Luis Salazar M.** @LuisSalazarM3 · 11 jun. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Y tienen pues???
- Cardona** @se\_cardona3 · 11 jun. 2019  
En respuesta a @GtMlp  
Claro tienen luz por que roban fluido eléctrico, sin vergüenzas !!

## Anexo 13

### Publicación de nota acerca de redes sociales en Publinews

publinews  
lunes, 9 marzo 2020

Inicio Noticias Deportes Espectáculos Tendencias Opinión Edición Impresa

Games publinews

6 DE CADA 10 AUTOMOVILISTAS NOS RECIBEN Y NOS PREFIEREN EN LA CAPITAL SEGÚN ESTUDIO DE KANTAR

### Redes sociales: arma de doble filo para los políticos

*El uso de las plataformas sociales ha facilitado conocer qué sucede en distintos lugares en menos tiempo, por lo que los políticos han aprovechado esas herramientas para acercarse a los ciudadanos e intentar ganarse su simpatía. De acuerdo con expertos, la evolución de la tecnología ayuda a que las redes sociales se conviertan en el nuevo fiscalizador que puede también hundir la reputación de los candidatos*

Por Publinews  
None

¡De infartol La escandalosa imagen de la hija del Pando Ramirez presumiendo su...  
[Lee el siguiente artículo >](#)

### Publicación de la columna de opinión en la Fan Page de Facebook

elPeriódico NACIÓN ELPELADERO INVERSIÓN OPINIÓN INVESTIGACIÓN GUATEMALA EXTRAORDINARIA MÁS BUSCAR

DOMINGO

### Las redes sociales, los nuevos tribunales

FECHA DE PUBLICACIÓN: 09-07-17

f t w

Sobrinos de Leonel Montejo ocupan cargos en el gobierno

PNC somete en Las Gaviotas a grupo de internos tras intento de motín



**El Periódico Guatemala** ✓

9 de julio de 2017 · 🌐

Las redes sociales son el reflejo de lo que somos en sociedad y que cada comentario responde a la catarsis ante las injusticias sociales. El problema es que esa catarsis muchas veces pasa la delgada línea de la opinión a la acusación. Las emociones o creencias nos ganan y las declaramos culpables, pese a que no han enfrentado un juicio. Lo más preocupante de ello es que el activismo irresponsable se ha aprovechado de esas herramientas de impunidad que brindan las redes sociales. Los net centers y perfiles falsos están a la orden del día con el mandato de desinformar, descalificar, generalizar y dividir al país. <http://bit.ly/2uDUx6D>



ELPERIODICO.COM.GT

### Las redes sociales, los nuevos tribunales

Por: Lesly Véliz - Sociedad de Plumas

👍👎👏 128

14 comentarios 40 veces compartida

#### Páginas relacionadas



**Emisoras Unidas** ✓

Empresa de radiodifusión y produc...



**Telediario** ✓

Canal de televisión



**Prensa Libre** ✓

Empresa de radiodifusión y produc...



**Guatevisión** ✓

Estudio de cine y televisión



**Publinews Guatemala** ✓

Medio de comunicación/noticias



**Radio Punto**

Emisora de radio



**La Hora**

Medio de comunicación/noticias



**Canal 7 De Guatemala**

Premio de música