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

Análisis estructural de la comunicación gubernamental de la gestión de Alejandro Giammattei en TikTok, según Riorda, Gamson y Lasch

Cristian Franquel Velix García

Guatemala, septiembre de 2024

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

Análisis estructural de la comunicación gubernamental de la gestión de Alejandro Giammattei en TikTok, según Riorda, Gamson y Lasch

Trabajo de grado presentado por
Cristian Franquel Velix García

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

Asesora
Mirna Lissette Zeledón Franco

Guatemala, septiembre de 2024

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Directora en funciones

M.A. Silvia Regina Miranda López

Consejo Directivo

Representante Estudiantil

Oscar Eduardo García Orantes

Representante Egresados

M Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Tribunal Examinador

Mirna Lissette Zeledón Franco, asesora-presidenta

Roberto Alexander Gómez Ortiz, lector-examinador

Allan Alberto López Paredes, lector-examinador

Comunicación
creando futuro

Guatemala, 11 de septiembre de 2024
Orden de Impresión
Ref. CG-Akmg- No. 014-2024

Licenciado
Cristian Franquel Velix García
Carné: 3005439640101
Registro académico: 201604323
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado Licenciado Velix García

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de trabajo de grado por asesor, con el título Análisis estructural de la comunicación gubernamental de la gestión de Alejandro Giammattei en TikTok, según Riorda, Gamson y Lasch. 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,

"Id y enseñad a todos"

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN · DIRECTORA EN FUNCIONES ·

Vo. Bo. M.A. Silvia Regina Miranda López
Directora en Funciones

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS COMISIÓN DE GRADO

PhD. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Grado

C.C. archivo
AKMG/ALLL

Para efectos legales, el autor es el único responsable del contenido de este trabajo.

Para el valiente pueblo de Guatemala.

Gracias por tanto.

Índice

Resumen..... i

Introducción..... iii

Capítulo 1..... 1

1. Marco conceptual..... 1

1.1 Título del tema..... 1

1.2 Antecedentes..... 1

1.3 Justificación..... 4

1.4 Planteamiento del problema..... 6

1.5 Alcances y límites..... 7

1.5.1 Objeto de estudio..... 7

1.5.2 Ámbito geográfico..... 7

1.5.3 Ámbito institucional..... 7

1.5.4 Ámbito temporal..... 8

1.5.5 Ámbito poblacional..... 8

1.5.6 Límites..... 8

Capítulo 2..... 10

2. Marco teórico..... 10

2.1 Teorías de la comunicación..... 10

2.1.1 Estructuralista..... 10

2.1.2 Redes..... 14

2.1.3 Framing..... 18

2.1.3.1 Paquetes culturales..... 24

2.2 Comunicación..... 29

2.2.1 Elementos de la comunicación..... 31

2.2.2 Comunicación política..... 32

2.2.2.1 Comunicación electoral..... 34
2.2.2.2 Comunicación de crisis..... 34
2.2.2.3 Comunicación de riesgo..... 35
2.2.2.4 Comunicación gubernamental..... 35
2.2.2.4.1 Legitimidad y consenso..... 37
2.2.2.4.2 Rutinas de la comunicación gubernamental..... 40
2.2.2.4.2.1 Acciones de comunicación del gobierno como entidad..... 41
2.2.2.4.2.2 Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno..... 42
2.2.2.4.2.3 Cuña de desvíos de la comunicación..... 44
2.2.2.4.2.4 Cuña de acceso a la información..... 46
2.3 Internet..... 46
2.3.1 Redes sociales..... 48
2.3.1.1 TikTok..... 49
2.4 Estado..... 51
2.4.1 Gobierno..... 53
2.4.1.1 Organismo Ejecutivo..... 54
2.4.1.1.1 Organización..... 56
2.4.1.2 Alejando Giammattei..... 60
2.4.1.2.1 COVID-19..... 62
Capítulo 3..... 65
3. Marco metodológico..... 65
3.1 Método..... 65
3.2 Tipo de investigación..... 65
3.3 Objetivos..... 66
3.4 Técnica..... 66
3.5 Instrumento..... 70

3.6 Universo....70
3.7 Muestra....70
3.8 Procedimiento....71
Capítulo 4....72
4. Marco analítico....72
4.1 Elementos simbólicos....75
4.1.1 Metáforas....75
4.1.2 Ejemplos....78
4.1.3 Consignas....79
4.1.4 Representaciones e imágenes....81
4.1.5 Raíces y consecuencias....82
4.1.6 Apelaciones a principios....84
4.2 Rutinas de comunicación gubernamental....84
4.2.1 Acciones de comunicación del gobierno como entidad....86
4.2.2 Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno....87
4.2.3 Cuña de desvíos de la comunicación....89
4.3 Actos gubernamentales....90
4.3.1 Políticas públicas, programas y proyectos....90
4.3.2 Áreas de incidencia....92
4.3.3 Entidades....94
4.3.4 Figuras....95
Conclusiones....97
Recomendaciones....100
Referencias bibliográficas....102
Anexos....116

Resumen

Título	Análisis estructural de la comunicación gubernamental de la gestión de Alejandro Giammattei en TikTok, según Riorda, Gamson y Lasch.
Autor	Cristian Franquel Velix García.
Universidad	Universidad de San Carlos de Guatemala.
Unidad académica	Escuela de Ciencias de la Comunicación.
Planteamiento del problema	¿Cuál es la estructura textual y audiovisual de la comunicación gubernamental de la gestión de Alejandro Giammattei en TikTok, según los conceptos de Riorda, Gamson y Lasch?
Instrumento	Tabla de registro.
Procedimiento	Mediante el instrumento de esta investigación, se registraron y analizaron los contenidos digitales del Gobierno de Guatemala emitidos en TikTok. Se descargaron cada uno de los vídeos desde la cuenta @guatemalagob y se estudiaron dichos audiovisuales para verificar su estructura textual y audiovisual.
Resultados y conclusiones	El Gobierno de Guatemala creó una serie de mensajes con dispositivos simbólicos y recurrió a rutinas de comunicación gubernamental para difundir vídeos por medio de TikTok. Cada uno de los audiovisuales se convirtió en un paquete cultural o interpretativo, en los que la gestión de Alejandro Giammattei presentó sus

actividades en torno a programas sociales, cultura, seguridad, economía, educación, recreación, entre otros.

Las piezas comunicativas estuvieron enfocadas en resaltar el trabajo y los resultados de la administración. Sin embargo, hubo una dispersión de temas o *frames,* que no brindaron una perspectiva coherente e integral sobre el proyecto general del gobierno.

Palabras clave

Comunicación gubernamental, rutinas de la comunicación gubernamental, paquetes culturales, paquetes interpretativos, dispositivos simbólicos.

Introducción

La comunicación gubernamental es una rama de la comunicación política que tiene por objeto crear consenso y darle legitimidad a un gobierno (nacional, regional o local). Tal propósito, como se desarrolló en este proyecto de investigación, requiere de una planificación largoplacista, definir formas para la emisión de los mensajes, utilizar elementos simbólicos y vincular las piezas comunicativas con los actos gubernamentales.

En un sistema democrático, como el guatemalteco, la comunicación gubernamental es una herramienta para abrir el diálogo, establecer redes con la población y crear apoyo para una gestión para, incluso, garantizar la sobrevivencia del gobierno. Dada su relevancia y ante los pocos trabajos de grado relacionados con la materia en el país, esta tesis hizo un análisis estructural sobre la comunicación gubernamental centrado en la administración de Alejandro Giammattei por medio de los mensajes que difundió en TikTok.

Para ello, inicialmente, se precisó en el *Marco conceptual* las tesis que tienen relación con esta investigación, el contexto en el que se encontraba el objeto de estudio y los ámbitos en los que tuvo lugar la elaboración de este trabajo de grado. Asimismo, en esta sección se indica la entidad encargada de manejar la cuenta de TikTok desde la que se emiten los mensajes y cuáles fueron las piezas comunicativas analizadas.

Posteriormente, en el *Marco teórico* se definen los paradigmas que sustentaron esta investigación: estructuralismo, redes y *framing*. Además, en este apartado se hizo referencia a las rutinas de comunicación gubernamental de Riorda (2013) y a los paquetes culturales o interpretativos de Gamson y Lasch (1983), mismos que sirvieron para ejecutar el estudio. De igual manera, describe, entre otras cosas, cómo las políticas públicas implican una práctica de los gobernantes y están conectadas a la inclusión ciudadana. Por último, se hizo una breve descripción de TikTok, de Alejandro Giammattei y su gestión estatal, y se detallaron las diferencias entre legitimidad y consenso, y gobierno y Estado.

En el *Marco metodológico* se expresó que el método de la investigación fue el sintético-analítico, que es de tipo cualitativo con un nivel de explicación descriptivo, que se utilizó la técnica del análisis estructural y ciertos conceptos del análisis de contenido. También se enumeraron los objetivos de la tesis, las unidades de registro, las variables y las categorías que se estudiaron en el trabajo de grado, además hace referencia al instrumento, la muestra y el procedimiento que se empleó para alcanzar los objetivos de la investigación.

En el *Marco analítico* se respondió a la pregunta de investigación, se analizaron los resultados y se evaluaron el cumplimiento del objetivo general y los objetivos específicos de la tesis. En esta parte hay gráficas y tablas que ejemplifican y sintetizan la información recolectada con la aplicación del instrumento de investigación, identificando de qué forma se utilizaron los dispositivos simbólicos que conforman los paquetes culturales o interpretativos, y el estilo predominante en la comunicación gubernamental de la gestión de Alejandro Giammattei.

Al final, se encuentran las conclusiones y recomendaciones de este trabajo de grado. Además, se adjuntan dos anexos: el instrumento de la investigación y el listado de publicaciones de TikTok que fueron analizadas para esta tesis.

Capítulo 1

1. Marco conceptual

1.1 Título del tema

Análisis estructural de la comunicación gubernamental de la gestión de Alejandro Giammattei en TikTok, según Riorda, Gamson y Lasch.

1.2 Antecedentes

Las tesis de grado en torno a la comunicación gubernamental, en los últimos cinco años, son casi inexistentes en las universidades del país. Por ello, se recurrió principalmente al plano internacional para identificar estudios que están asociados con esta materia, a fin de revisar la forma en la que se han abordado las investigaciones en torno a la disciplina y verificar las propuestas teóricas sobre las cuales se han desarrollado los trabajos. Las tesis encontradas son las siguientes:

Córdova (2023) presentó la investigación *La construcción de legitimidad presidencial en las redes sociales gubernamentales. Estudio de caso: la cuenta Twitter de Lenin Moreno 2017-2020.* Para desarrollarla, la autora se propuso identificar la dinámica que caracteriza a la emisión y recepción del mensaje difundido por las redes sociales, como también la relación entre corpus (cuerpo), locus (lugar) y tempo (tiempo) que surge en las narrativas que las redes sociales introducen en el discurso gubernamental. Para ello, analizó la cuenta de Twitter del presidente ecuatoriano Lenin Moreno en el período indicado. En esa línea, ella concluye que, durante la gestión del mandatario, la política de comunicación del gobierno convirtió a las redes sociales en una estrategia permanente que, de forma institucional, se articuló al manejo del discurso oficial difundido por medio de los medios de comunicación de masas públicos y privados.

Por su parte, Cortés (2022) se encargó de realizar el estudio *Comunicación digital y gobernanza en el municipio de Chilpancingo de los Bravo 2018-2021*. Entre sus objetivos, el profesional formula el de analizar la percepción de los usuarios sobre los medios a través de los cuales se realiza la comunicación social del Ayuntamiento de Chilpancingo de los Bravo en Guerrero, México. De esa manera, menciona que la comunicación digital gubernamental de esa dependencia careció de elementos para abonar a que hubiera participación ciudadana en los asuntos públicos. El autor argumenta que el contenido emitido no fue adecuado, provocando el desinterés de los habitantes del municipio.

También Pecker (2020) publicó la tesis *La comunicación gubernamental en el Municipio de Villaguay en el período 2015-2019*, en el que se planteó caracterizar la comunicación gubernamental de la gestión de Monjo María Claudia en Villaguay, Argentina durante su primer mandato como presidenta municipal. La profesional afirma que dicha administración estatal manejó un mensaje coherente y pertinente, en el que se muestra como una ciudad organizada, sustentable, compartida, pensada de forma moderna, activa e inclusiva. Sin embargo, explica que los ciudadanos no llegaron a sentirse reconocidos como el público al que estaba dirigido el mismo. Además, subraya que el gobierno local usó Facebook como red principal de comunicación, lo cual limitó su alcance, ya que otras plataformas como Twitter o Instagram fueron empleadas esporádicamente.

En tanto que Chanduví (2020) es autor de la investigación *La comunicación de gobierno y su vínculo con la participación ciudadana en el Terminal Portuario de Chimbote*. En la línea del título, su objetivo general fue determinar la relación que existe entre la comunicación de gobierno y la participación ciudadana en la citada dependencia peruana. En su trabajo, constata que un alto porcentaje de sus encuestados dijo que había una deficiente implementación de la comunicación de gobierno en el Terminal Portuario de Chimbote de Perú, lo cual se debía a la politización en la gestión, la inexistencia de un área de comunicación en su estructura orgánica, la falta de recursos humanos especializados en esa área y la carencia de una página web. Asimismo, expresa que, producto de que la institución no se comunica con el ciudadano, existía un escaso grado de participación de ellos en los asuntos de la entidad.

Mientras que Baldacci (2020) realizó el estudio *Comunicación gubernamental y democracia digital a partir de las políticas de Gobierno Abierto en la Municipalidad de Córdoba (2015-2019)*. El motivo de esta fue analizar las modalidades de comunicación gubernamental desde las estrategias de gobierno abierto en la citada institución. Su investigación refiere que las gestiones gubernamentales locales, como las de la ciudad de Córdoba en Argentina, invierten más en transparentar y flexibilizar procesos y actividades del sistema público. Pese a esto, la comunicación gubernamental no se visibiliza en el ejercicio político. Es más, la profesional expone que la transformación de la gestión pública, desde las iniciativas de Gobierno Abierto, es un proceso de democratización minimalista, más que un modelo de democratización amplio. Por último, expresa que el Gobierno Abierto permite el solapamiento de la comunicación gubernamental con el *marketing* político.

Por aparte, Reaño (2019) produjo la tesis *La simbiosis de la comunicación gubernamental y las políticas públicas*. En esta se propuso determinar el nivel de relación entre la comunicación gubernamental y las políticas públicas en el Gobierno Regional de Lambayeque. Concluyó que sí hubo una relación alta, específicamente en la Subdirección de Personas con Discapacidad. El investigador detalla que la gestión de políticas públicas necesita de la comunicación gubernamental, como un proceso de intercambio y diálogo entre quienes conforman la escena pública.

Por último, Bolaños (2019) hizo el trabajo de grado *Narrativas comunicativas en torno a la controversia entre el presidente Jimmy Morales y el comisionado de la CICIG, Iván Velásquez. Encuadres desde el Gobierno, la prensa y los internautas*. Su objetivo fue evidenciar los encuadres narrativos utilizando el enfoque de Robert Entman sobre el *framing*. Ella infiere que los encuadres (aspectos de la realidad destacados en los mensajes) difundidos en torno al hecho analizado, variaron en función de su emisor: mientras el presidente no profundizó en los efectos problemáticos que surgieron de su accionar, los medios de comunicación interpretaron que las decisiones de Jimmy Morales generaron una crisis. En tanto que en Twitter se propagó, por

medio de publicaciones que utilizaron la etiqueta #IvánSeQueda, la idea sobre un posible rompimiento del orden constitucional o de un golpe de Estado.

Las anteriores investigaciones se relacionaron con la presente porque existe en ellas un abordaje, si bien no holístico, combinado entre algunas categorías que fueron desarrolladas en este trabajo de grado, tales como la comunicación gubernamental, redes sociales, políticas públicas o la teoría del *framing*. Para el caso de Córdova (2023), por ejemplo, menciona que las redes sociales fueron una estrategia permanente de la política de comunicación del gobierno del presidente Lenin Moreno. Mientras que Reaño (2019), por citar otro trabajo, alude que debe haber una relación entre las políticas públicas y la comunicación gubernamental, que no es un simple proceso de información de acciones, sino un mecanismo de relación y diálogo entre diversos actores. Sin embargo, la formulación teórica y metodológica de todos los antecedentes varía respecto a lo que se hizo en esta investigación.

1.3 Justificación

La comunicación gubernamental es un ámbito de estudio en desarrollo. Bruno et al. (2022), al hacer una revisión sobre la producción académica de esta disciplina en el cono sur de América, declaran que este campo de estudio ha crecido durante la última década, pero todavía se encuentra en proceso de delimitación de su especificidad. En esa línea, agregan que cada trabajo, ya sea desde la casuística, el análisis o la revisión sistemática aporta al fortalecimiento de la materia y permite identificar sus alcances y limitaciones, como también delimitar sus áreas de vacancia.

Para el caso de Guatemala, la cantidad de investigaciones académicas relacionadas con la comunicación gubernamental es escasa, según una revisión hecha a los trabajos de grado de 2019 a 2023 de los tesarios públicos y virtuales de la universidades San Carlos, Panamericana, Galileo, Mariano Gálvez, Rafael Landívar, Istmo, Del Valle y Francisco Marroquín . Esto es así, pese a la importancia social que reviste esta materia comunicativa, toda vez que su público es amplio y es la ciudadanía. Por eso, al ser un campo de estudio en desarrollo y ante el reducido acervo de

investigaciones al respecto en la nación, fue necesario y pertinente realizar este trabajo de grado desde conceptos no abordados anteriormente en el país y adaptados al contexto nacional.

Por aparte, se requiere de estudios vinculados con esta disciplina, porque producto del desarrollo tecnológico, las gestiones estatales están sujetas a una mayor exposición y fiscalización, por lo que la comunicación gubernamental se ha convertido en una herramienta para generar legitimidad y consenso respecto de las acciones que una administración ejecuta. Por lo anterior, esta investigación analizó la estructura de los mensajes o contenidos digitales emitidos por la gestión de Alejandro Giammattei. Las publicaciones objeto de estudio fueron las divulgadas por el Gobierno de Guatemala por medio de TikTok en el mes posterior a la finalización de la emergencia del COVID-19, es decir, en junio de 2023.

De esa forma, el análisis se ejecutó en una plataforma electrónica de reciente creación, que posee un amplio auge social y, aun así, es un sitio digital con pocos estudios en el país. Además, el análisis se efectuó cuando ya no existía una condición sanitaria que pudiera limitar el desarrollo de acciones, políticas públicas, programas o proyectos estatales. Por ende, el trabajo de grado se enmarcó en el ámbito de la comunicación gubernamental y el análisis se efectuó por medio de un instrumento propio, basado en conceptos de la teoría del *framing* (encuadre) y la comunicación política.

Así, mediante el desenvolvimiento teórico y los resultados, esta investigación brinda conocimientos y beneficiará a quienes estudian, trabajan o buscan involucrarse en el desarrollo y aplicación adecuada de la comunicación gubernamental, brindando saberes para interpretar o diagnosticar la implementación de esta materia en entes públicos. Por lo tanto, según la literal j) del artículo 2 del capítulo 1 del vigente Normativo de Elaboración del Trabajo de Grado, la línea de investigación de esta tesis fue: comunicación e Internet, debido a que su objeto de estudio son mensajes o contenidos digitales divulgados en el ciberespacio.

1.4 Planteamiento del problema

La comunicación gubernamental, como dice Riorda (2006), es la que realizan de forma institucional los gobiernos ejecutivos (la administración central o las municipalidades, por ejemplo) o la que hacen los funcionarios que en trabajan en estas dependencias. Eso sí, implica la divulgación de información sobre las acciones que una gestión pública impulsa para atender los problemas y las demandas de una población en un espacio determinado. Tales actos de divulgación tienen por meta que la ciudadanía conozca sus actividades y, principalmente, conseguir el respaldo de los habitantes para garantizar la legitimidad de sus acciones, políticas públicas, programas gubernamentales o proyectos estatales impulsados y planificados por un gobierno.

En eso radica la relevancia de este tipo de comunicación, porque sirve para crear condiciones y sostener el ejercicio del poder de una gestión estatal. Incluso, puede impulsar la agenda gubernamental-oficial o darle prevalencia frente a las de otros actores sociales que participan en la esfera política. Por aparte, en el siglo XXI, las acciones comunicativas de los gobiernos están alineadas a la utilización de las redes sociales, las cuales han generado nuevas estructuras para los mensajes, por lo que estos llegan a integrar de forma digital elementos textuales y audiovisuales.

De tal cuenta, el desconocimiento de la aplicación de la comunicación gubernamental puede provocar que su implementación sea deficiente y afectar la forma en la que una población percibe y asimila los problemas de su país, más ahora que la información se puede transmitir con facilidad y un público extenso puede verificarla por el apogeo tecnológico. Ante este panorama, los estudios sobre dicha rama comunicativa adquieren importancia.

Por lo anterior, se recurrió, para la elaboración de esta investigación y estudiar este campo de la comunicación, fundamentalmente al concepto de paquetes culturales de Gamson y Lasch (1983), cuya idea forma parte de la teoría del *framing* (encuadre); y también a las rutinas de la comunicación gubernamental, que se encuentran inmersas en la comunicación política y son

postuladas por Riorda (2013). Los paquetes culturales hacen referencia a la existencia de una idea principal que organiza el mensaje y se articula con dispositivos simbólicos, que son elementos que contribuyen a construir, definir y justificar al discurso. Mientras que las rutinas son la forma o el estilo en la que se presenta ese mensaje.

Estos conceptos sirvieron para analizar las publicaciones de TikTok, que para este trabajo de grado fueron las que la administración de Alejandro Giammattei emitió posterior al fin de la emergencia provocada por la pandemia del COVID-19. En síntesis, esta investigación respondió a la pregunta: ¿cuál es la estructura textual y audiovisual de la comunicación gubernamental de la gestión de Alejandro Giammattei en TikTok, según los conceptos de Riorda, Gamson y Lasch?

1.5 Alcances y límites

1.5.1 Objeto de estudio

La estructura textual y audiovisual de los mensajes o contenidos digitales emitidos por el gobierno de Alejandro Giammattei en TikTok del 1 al 30 de junio de 2023.

1.5.2 Ámbito geográfico

Ciudad de Guatemala.

1.5.3 Ámbito institucional

- 6a. avenida y 6a. calle, zona 1, Palacio Nacional de la Cultura, Patio de la Paz, 1er. nivel, Sala 2, Ciudad de Guatemala.
- 7a. avenida 1-17, zona 4, Edificio Inguat, nivel 13, Ciudad de Guatemala.

En ambas direcciones hay dependencias de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, la cual es la encargada de gestionar las cuentas en redes sociales del Gobierno de Guatemala, incluida la de TikTok.

1.5.4 Ámbito temporal

La investigación se realizó entre octubre de 2023 y marzo de 2024. No obstante, es necesario recalcar que las publicaciones que fueron analizadas son las que corresponden del 1 al 30 de junio de 2023.

1.5.5 Ámbito poblacional

Todos los mensajes o contenidos digitales del Gobierno de Guatemala que fueron difundidos del 1 al 30 de junio de 2023 por medio de TikTok.

1.5.6 Límites

La emergencia provocada por el COVID-19 concluyó el 5 mayo de 2023. Por ello, se definió que las publicaciones objeto de análisis fueran las que se emitieron en un período posterior a su finalización (como el indicado en el inciso anterior), cuando ya no existía una situación sanitaria que pudiera restringir el llevar a cabo acciones, políticas públicas, programas o proyectos estatales, cuyas actividades son objeto de divulgación por medio de la comunicación gubernamental. Es más, la muestra seleccionada fue la adecuada para la realización de la investigación, ya que al estar dentro del período de comicios que se realizaron en Guatemala en 2023, las autoridades gubernamentales no podían utilizar las actividades u obras realizadas para hacer propaganda electoral como lo estableció el Tribunal Supremo Electoral (2023).

Si bien el Gobierno de Guatemala tiene perfiles en Facebook, Twitter e Instagram, esta investigación se enfocó únicamente en TikTok, debido a que es una plataforma novedosa, admite

diversos elementos para estructurar los mensajes o contenidos digitales, tiene un amplio alcance, porque en abril de 2023 participaban en ella 1.09 millardos de usuarios en el mundo (Kemp, 2023) y, sin embargo en la Universidad de San Carlos, los estudios que la involucran son mínimos en comparación con Facebook, Twitter o Instagram. En Guatemala no hay un reporte preciso de su audiencia, pero Bin (2022) afirma que dicha plataforma ya tiene alrededor de 2.5 millones de usuarios en el país.

Capítulo 2
2. Marco teórico

2.1 Teorías de la comunicación

2.1.1 Estructuralista

El estructuralismo, según Aguado (2004), tuvo influencia en los estudios sobre comunicación en la década de los sesenta del siglo XX y afirma que entre sus teóricos están Claude Lévi-Strauss, Roland Barthes, Jacques Lacan, Michel Foucault, Gilles Deleuze, entre otros. Del mismo modo, Aguado (2004) declara que esta corriente se plantea la idea de que la realidad palpable y observable de la vida social corresponde a otra de tipo significante, la cual rige su existencia y desarrollo. “Para los estructuralistas, la verdadera naturaleza de los procesos sociales se explicita en la producción de sentido, en la producción simbólica” (p. 191).

Esta propuesta teórica tiene una amplitud aplicativa. Por ejemplo, Borrayo (2017) la empleó para decodificar los distintos signos que Salvador Dalí plasmó en su obra El Cristo de San Juan de La Cruz. En tanto que Sabán (2014) recurrió a este paradigma para fundamentar su análisis semiológico sobre la novela El amor en los tiempos de cólera de Gabriel García Márquez, al señalar que en desde el estructuralismo se puede analizar una obra literaria, una canción, entre otros materiales, dividiéndolo en partes y menciona que este enfoque permite revisar “las propiedades o componentes de un sistema, [que] no pueden entenderse o explicarse de manera aislada” (p. 13).

En esa línea, Pérez (2008) describe que, en la teoría estructural, el significado es producido y reproducido en una cultura por medio de varias prácticas, fenómenos y actividades que sirven como sistemas de significación, que pueden ser de carácter lingüísticos, sociales, económicos, entre otros. Incluso, refiere que el análisis estructural busca encontrar elementos relacionados con

el proceso o el acto comunicativo en sí, ofreciendo componentes fundamentales para comprender la comunicación.

Asimismo, Aguado (2004) dice que "una estructura es un conjunto de partes relacionadas, en el que las partes adquieren relevancia no por su naturaleza sino por su relación con los otros elementos" (p. 12). Esa interrelación se puede manifestar en los paquetes culturales, cuyo concepto se desarrolla posteriormente, porque estos se componen de diversos elementos que permiten organizar y elaborar el mensaje sobre un tema político. En el caso de un organismo gubernamental, estas unidades adquieren en su conjunto una forma o estilo, que se denominan rutinas de comunicación. Por supuesto, este proceso de confección del acto comunicativo y del sentido no es simple.

Por eso, Giraldo (2008) ratifica que el estructuralismo argumenta que la vida social es un complejo sistema de comunicación, en el que todos los fenómenos sociales y culturales son signos y en donde se requiere de una perspectiva completa para entenderlos. "La 'estructura' de los mensajes, el 'cómo' están confeccionados y la forma como con ellos interactúan las audiencias son las preocupaciones analizadas desde aquí" (p. 18). Acerca de este paradigma también proclama que:

> Su objetivo es hacer explícito el conocimiento implícito usado en el reconocimiento e interpretación de los signos. Se busca una desmitificación: hacernos ver que los significados que consideramos naturales son los productos de un sistema cultural (Giraldo, 2008, p. 18).

Desde la perspectiva de la semiótica, un signo es algo que representa algo para alguien, de acuerdo con Arango (2009). Él señala que el "algo" se entiende como cualquier cosa existente física o conceptualmente e indica que se debe entender la representación en el sentido de hacer volver a hacer presente "algo" a alguien. Por último, afirma que un "alguien" es una conciencia que puede inferir la presencia de un objeto material o inmaterial. Es decir, que es capaz de interpretarlos.

No obstante, Arango (2009) explica que un factor trascendental para que el signo logre su propósito de decirle algo a alguien es la utilización de un código, mediante el cual el mensaje que desea ser revelado es cifrado y que al ser compartido por los usuarios facilita la comunicación entre el enunciador y el enunciatario. El autor reitera que el código permite traducir en unidades significantes o sígnicas un objeto o referente y, algunos signos, pueden ser interpretados desde muchos códigos:

> Si nos fijamos por ejemplo en la experiencia de atravesar una calle en el centro de la ciudad, constatamos que los signos que allí aparecen (colores del semáforo, señales horizontales y de piso, sonidos variados, letras, colores…) se pueden interpretar gracias a la interacción de códigos proxémicos (el espacio), cromáticos (los colores y su uso), el cultural (que contextualiza la calle en términos de su historia particular, con un nombre y un imaginario determinado), el quinésico (manejo del cuerpo), etcétera (p. 54).

Siguiendo el ejemplo anterior sobre la transitabilidad, se puede indicar que este hecho está sujeto a varios signos que comunican cuándo se puede pasar una calle o bien sobre qué áreas hay que hacerlo. Por ello, es un mensaje que se comunica a alguien y que se estructura o compone de diversos códigos y signos, en donde cada uno se complementa. Esto también es aplicable a aquello que se divulga en Internet.

Los códigos en el ámbito digital son el equivalente a lo que Villegas y Castañeda (2020) identifican como tipologías, que son utilizadas para comunicar un mensaje que denominan contenido digital y pueden ser de carácter textual, sonoro, visual y audiovisual. Los autores subrayan que la complejidad de los contenidos digitales está dada por su estructura multimodal, los cuales entienden como "imágenes conformadas por componentes, iconográficos, lingüísticos o sonoros, bien sea que se integren en una unidad o no" (p.261).

Villegas y Castañeda (2020) expresan que este tipo de mensaje es necesario comprenderlo en el marco de su naturaleza visual, porque en esta modalidad adquieren la cualidad de objetos dotados

de sentido. Asimismo, comentan que, si el contenido es mensaje, entonces debe estar dirigido, ser claro y aportar un tema de interés o suplir una necesidad en un grupo de personas. “Se determina entonces que el contenido es información, porque pone a disposición de los usuarios conceptos e ideas del mundo de diversas maneras: en una imagen visual, auditiva, audiovisual o solo textual” (pp. 267-268). También mencionan:

> Un contenido digital también es la manera de estructurar la información en una narrativa que se exprese a través de la imagen visual, la imagen auditiva, la imagen audiovisual y la imagen textual, con el mensaje claro y dirigido a una audiencia, y que es susceptible de compartirse en los diversos medios que componen el *social media* (p. 271).

Para Arango (2009), narrar no solo se refiere a géneros de ficción, como la novela o el cuento, sino a cualquier historia que se relate. “En la anterior noción caben igual las noticias televisadas que las películas de cualquier género del cine, los correos electrónicos masivos enviados a través de cadenas (*forward*), o las crónicas urbanas de los raperos en el bus” (p. 56).

A propósito, para este último autor existe una primera articulación donde los códigos lingüísticos, paralingüísticos y extralingüísticos hacen posible la comprensión de los signos que aparecen en cada imagen. En esa línea agrega que hay una segunda articulación, donde operaran los códigos narrativos, cuyo objetivo es organizar a los primeros. “Lo narrativo puede entenderse como un código, en tanto es un principio organizador, inmanente a los signos del texto [definido este último, como una acumulación de signos y una unidad significativa de sentido]” (p. 56).

En virtud de lo anterior y para fines de esta investigación, se entenderá como mensaje un contenido digital que se comunica a una audiencia por medio de una plataforma virtual, en el que se utiliza una estructura narrativa con características informativas, la cual se compone de diversos elementos (textuales o visuales, por ejemplo) que se complementan entre sí y juntos crean una unidad de sentido, capaz de difundirse y comprenderse.

2.1.2 Redes

La teoría de redes no es eminentemente de la comunicación. Lozares (1996) expone que este paradigma es deudor de diferentes corrientes de pensamiento provenientes de la antropología, psicología, sociología y matemática. No obstante, Plottier (2014) detalla que la teoría de redes tiene aplicaciones en diversos dominios, entre las que se encuentra la ecología, la neurología, la economía y la comunicación social.

Por ejemplo, Bolaños (2012) desarrolló los fundamentos de esta teoría para elaborar su tesis *Aplicación del modelo de Lasswell sobre los usos de Facebook por parte de los Estudiantes del Plan de Autoformación a Distancia (PAD) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación*, en la que sostiene, apoyándose en Wellman (1988), que las redes sociales son estructuras compuestas de grupos de personas, que están conectadas por uno o varios tipos de relaciones.

Paralelamente, Lozares (1996) define a las redes sociales como un conjunto delimitado de actores que poseen un vínculo. No obstante, Wasserman y Faust (1994), como cita Lozares (1996), dicen que los actores no solo pueden ser individuos, sino también empresas, departamentos de una compañía, agencias de servicio público de la ciudad, Estados, entre otros. En tanto que los lazos relacionales, son los vínculos entre pares de actores y representan una unidad de análisis en las redes sociales: pueden ser de tipo personal, de transferencia de recursos y asociaciones, por apuntar algunas. Wasserman y Faust (1994), citados en Lozares (1996), también declaran que las redes sociales tienen la capacidad de modelizar relaciones entre sistemas de actores, que él denomina grupos. Mientras que Lozares (1996) agrega que:

> La idea central del análisis de redes reside en el supuesto de que lo que la gente siente, piensa y hace tiene su origen y se manifiesta en las pautas de las relaciones situacionales que se dan entre actores, oponiéndose así a la idea de que los atributos o las características de los actores individuales están a la base o son causa de las pautas de comportamientos y, por tanto, de la estructura social. La raza, la edad, el sexo, la categoría social importan

> mucho menos en la teoría de redes que las formas de las relaciones, mantenibles o mantenidas (p. 110).

Por aparte, Gallego (2011) describe que las redes sociales son una plataforma básica donde se sostienen todas las interacciones individuales y colectivas de la sociedad. Además, subraya que las redes son un campo de conexiones y relaciones. Es decir, es un conjunto de nodos (puntos clave) y un conjunto de lazos (enlaces) que conectan algunos o todos esos nodos. La autora, basándose en Macionis y Plummer (2011), apunta que los nodos pueden ser personas, grupos e incluso países. Para clarificar los conceptos de nodos y lazos, es necesario recurrir a la teoría de grafos.

Lozares (1996) indica que la teoría de grafos proporciona una representación adecuada para estudiar las propiedades de las redes sociales. De esa manera, manifiesta que el grafo es una serie de líneas (lazos) que conectan puntos (nodos). Los puntos son las unidades y las líneas son las relaciones. Plottier (2014) también argumenta que toda red se puede representar mediante un grafo: los nodos se grafican como pequeños círculos y las aristas (lazos) como líneas tendidas entre ellas, por lo que una arista entre dos nodos dice que hay una relación entre estos.

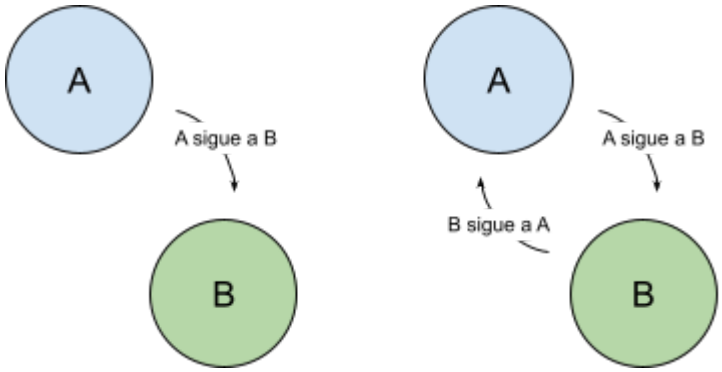
Tal figura es necesaria para comprender que el concepto de redes sociales incluso se ha adaptado a las circunstancias tecnológicas del siglo XXI. Y es que Plottier (2014) agrega que Facebook y la Web se representan con grafos y en ambos se advierten nodos y aristas, tanto para los usuarios de la primera con sus relaciones de amistad como para los de la segunda mediante sus hipervínculos. Es aquí donde ya hay una aproximación entre la teoría de redes con la comunicación.

Para establecer esa proximidad, Plottier (2014) aclara que todo sistema complejo está compuesto por un gran número de entidades individuales que interactúan de alguna manera, formando una red. También sostiene que son ejemplos de sistemas complejos, además de la Web, la economía de un país, su sistema financiero, los ecosistemas, Facebook o Twitter. “En términos generales, las redes digitales que nos servimos para comunicarnos son redes complejas” (p. 58).

En función de lo anterior, TikTok también se puede considerar como una red social de carácter digital y complejo, que provoca la interacción y la comunicación entre quienes hacen uso de ella. El tipo de relación que se produce en TikTok, por la mediación de la comunicación, es similar a la de Twitter e Instagram, y está condicionada a la opción de "seguir". Por eso, como apunta Barajas (2021), la relación es unívoca (que tiene un único sentido), pero también puede ser biunívoca si ambos usuarios se siguen mutuamente. Barajas (2021) representa el grafo de la siguiente manera:

Gráfica 1

Relación "seguir a" en Twitter



Fuente: Barajas (2021).

Una vez definido que el estudio de la teoría de redes sociales también abarca a las redes digitales o virtuales alojadas en Internet, también vale resaltar que estas últimas han generado una "nueva forma de comunicación interactiva, que se caracteriza por tener la capacidad de enviar 'mensajes de muchos a muchos'" (De la Torre, 2012, p. 7). Para Tamboleo (2021) las herramientas informáticas que, como Facebook o Twitter, permiten compartir mensajes (contenidos digitales) se denominan medios sociales y dice que estas facilitan la comunicación humana "a través de dos o más medios electrónicos y una infraestructura de transmisión de información" (p. 5).

El estudio de medios sociales, señala Tamboleo (2021), permite incluir no solamente a plataformas Web 2.0 (en la que, según De La Torre (2012), los usuarios producen contenidos, participan del valor de intercambio y colaboran en el desarrollo de la tecnología), sino también agregar las aplicaciones móviles de teléfonos inteligentes. Eso engloba a TikTok.

> Los medios sociales se caracterizan fundamentalmente en la actualidad porque permiten a todas las personas que tienen acceso a medios informáticos básicos, y a redes de transmisión de información que pueden ser gratuitas como los servicios de redes inalámbricas públicos (Wi-Fi), participar en fenómenos de comunicación, a veces entre grupos reducidos (incluso tan solo 2 personas) y otras veces de masas (Tamboleo, 2021, p. 360).

De esa forma, se puede indicar que las plataformas digitales, que permiten crear y establecer relaciones, están inmersas dentro de los medios de comunicación masivos. Domínguez (2012) precisa que estos poseen una gran audiencia y admiten enviar un solo mensaje a toda la sociedad. Entre estos se encuentran la televisión, la radio, el periódico e Internet, que tienen como finalidades informar, formar y entretener. Esto es importante en relación a lo que comenta González (2014), quien aclara que, gracias al auge de los medios masivos de comunicación, es posible asumir que los gobiernos se encuentran frente a una sociedad mejor informada, más crítica e interesada en participar de la gestión de los asuntos públicos:

> Lo anterior supone un desafío sin precedentes para los regímenes políticos contemporáneos, ya que se ve comprometida la forma tradicional-jerárquica de toma de decisiones. Sin embargo, la posibilidad de permitir a nuevos actores formar parte de los procesos de toma de decisiones y del ciclo de las políticas públicas, supone también una oportunidad de tener acceso a los recursos de un mayor número de actores para la gestión de los asuntos públicos (p. 92).

Es por eso que esta teoría de redes, aplicable al campo de la comunicación, adquiere una dimensión incluso gubernamental. En esa línea, González (2014) manifiesta que sería preciso que

las entidades públicas encargadas de formular y ejecutar las políticas, programas y proyectos estrecharan lazos con redes sociales interpersonales, comunitarias y de actores privados (ya sea que tengan ánimo o no de lucro), con el fin de difundir entre los nodos de esas redes la información adecuada y suficiente para fomentar una participación crítica y constructiva sobre un tema. El académico indica que el aumento del flujo de comunicación, entre quienes integran la red, sería comprendido como la primera fase en el trayecto hacia el fortalecimiento de la confianza entre los nodos, colaborando con ello a que en un futuro se mejore su capacidad de afrontar problemas de acción colectiva. Por último, afirma que el concepto de redes sociales también se puede relacionar con el estudio y diseños de políticas públicas porque:

> Es de utilidad para cualificar e incluir nuevos actores, para articular redes de acciones colectivas (...) y para estructurar relaciones horizontales entre múltiples actores, en procura de atender situaciones determinadas y encaminar acciones de forma mancomunada hacia los objetivos específicos de bienestar anhelados por una comunidad específica (p. 96).

En resumen, una red social es un conjunto de actores que tienen un nexo entre ellos. Es una teoría adaptable a los medios sociales o plataformas digitales que, en el siglo XXI, promueven la comunicación y la interacción entre personas y organizaciones (públicas o privadas) en Internet, que es considerado uno de los varios medios de comunicación masiva disponibles para la población, los cuales provocan que la sociedad (compuesta de múltiples actores) esté más informada y, por ende, se encuentre en mejor posición de participar en el proceso de toma de decisiones de una gestión estatal. Es de esa manera que las redes sociales, la administración pública y la comunicación (incluida su faceta gubernamental) están conectadas.

2.1.3 *Framing*

La teoría del *framing*, teoría del encuadre o teoría de marcos tuvo su nacimiento en la psicología, explica Riffo (2022), quien añade que el concepto *frame* (marco) apareció en 1955 con Gregory Bateson para referirse al proceso mental de las personas en la recepción de los mensajes, ya que

consideraba que el *frame* es un instrumento de la psique humana que facilita que los seres humanos pongan su atención en algunos elementos de la realidad. Bateson, según lo dicho por Ardèvol (2015), describe el concepto de *frame* como el marco de un cuadro o los diagramas de Venn:

> Para Bateson, el *frame*, como el diagrama que engloba los elementos de un conjunto matemático, cumple una doble función: incluir ciertos elementos en su interior y excluir a los que están fuera. Como el marco de un cuadro, el *frame* trata de organizar la percepción del sujeto, incitando a que se atienda a lo que está dentro y a que se ignore lo que está fuera (p. 428).

Paralelamente, Riffo (2022) expone que, posteriormente, el *frame* fue abordado sociológicamente por Erving Goffman. A su vez, Goffman (2006) expresa que los "actos de la vida cotidiana son comprensibles sobre la base de un marco (o marcos) de referencia primarios" (p. 28). Goffman (2006) comenta que un marco de referencia primario es aquel que se considera que convierte en algo que tiene sentido lo que de otra manera sería un aspecto sin él de un acontecimiento. Asimismo, menciona que el marco de referencia primario permite a su usuario situar, percibir, identificar y etiquetar un número aparentemente infinito de sucesos concretos definidos en sus términos.

Goffman (2006) divide los marcos de referencia primarios en naturales y sociales. Los primeros se componen de los sucesos que no son dirigidos, orientados, animados ni guiados: son los puramente físicos. "Un ejemplo corriente de ellos sería el estado del tiempo, tal como se ofrece en un parte meteorológico" (p. 24). Mientras que los segundos brindan una base de entendimiento de los acontecimientos que integran la voluntad, el objetivo y el esfuerzo de control de una inteligencia. "Intervienen el motivo y la intención y su imputación ayuda a seleccionar el marco de referencia (de entre varios existentes) que se aplicará para la comprensión del acto" (p. 24). Un ejemplo de ello, sería el pronóstico (y el tratamiento orientativo e interpretativo) del tiempo en un noticiario. "En suma, tendemos, pues, a percibir los acontecimientos en términos de marcos

de referencias primarios, y el tipo de marco de referencia que empleamos proporciona una manera de describir el acontecimiento a que se aplica" (p. 27).

Por su parte, Tankard (2001), como se citó en Koziner (2013), establece que el marco es una idea organizadora central de un contenido informativo, que ofrece un contexto y sugiere cuál es el tema por medio del uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración. En tanto que, Chihu (2010) lo define como un "esquema interpretativo que simplifica y condensa 'el mundo que está ahí afuera' puntuando y codificando selectivamente objetos, situaciones, acontecimientos y secuencias de acciones del pasado y presente de cada individuo" (p. 178). Chihu y López (2004) mencionan que "los 'marcos' definen una situación y ofrecen sugerencias acerca de lo que se trata el asunto en disputa" (p.457).

Por aparte, Chihu (2010) expone que el análisis de los marcos (*frame analysis*) es un método de investigación que es aplicado en distintas disciplinas sociales, con el objetivo de indagar cómo la gente define las situaciones y actividades en la acción social. Para el caso guatemalteco, Bolaños (2019) acudió al análisis de encuadres para evidenciar las narrativas comunicativas (encuadres narrativos) respecto a la pugna entre el presidente Jimmy Morales y el comisionado de la Comisión Internacional contra la Impunidad Guatemala, Iván Velásquez. Fue así que hizo una aproximación sobre el empleo de este procedimiento, tomando en cuenta como materia de estudio los "discursos del mandatario, la cobertura mediática obtenida y el debate público articulado a partir de *hashtags* en Twitter, evidenciando similitudes y diferencias".

Ahora bien, Chihu (2010) agrega que el marco (*frame*) y enmarcado (*framing*) son herramientas metodológicas empleadas en el estudio de los movimientos sociales, en la política y en la comunicación. También comenta que el análisis de los marcos descansa sobre tres pilares: marco (*frame*), el nombre; enmarcar (*to frame*), el verbo; y enmarcado (*framing*), el proceso. De esa manera, detalla que el nombre marco o *frame* define un mensaje que contiene distintos niveles de abstracción y está inserto en el contexto de un proceso comunicativo y metacomunicativo. Esto último se da porque un *frame* tiene tres cualidades: actúa por exclusión (se incluyen algunos mensajes, otros quedan excluidos); actúa por inclusión (al excluir algunos mensajes, otros quedan

incluidos); y constituye premisas, ya que el marco define la naturaleza de lo que integra y los mensajes integrados en el *frame* se caracterizan por compartir el mismo sistema de premisas.

Chihu (2010) agrega, en relación con lo que afirma Entman (1993), que el verbo enmarcar o *to frame* significa seleccionar algunos aspectos de la realidad y destacarlos en un texto comunicativo, para que impulse una definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y una recomendación para solucionar el problema. Por último, Chihu (2010) dice que el proceso de enmarcado o *framing* sucede cuando una fuente de comunicación (un líder, por ejemplo) define y construye un tema político. De tal manera, el enmarcado es el mecanismo que sirve para organizar el contenido del discurso y declara que:

> El concepto de *framing* ha sido empleado en los estudios de comunicación política, para designar el proceso a través del cual una fuente (una historia en medios como los periódicos o la televisión, o quizás un individuo en lo particular) define el problema de fondo que subyace en un problema político particular y subraya un conjunto de consideraciones relacionada con ese tema (Chihu, 2010, p. 181).

Tabla 1

Pilares del análisis de marcos

Marco o *frame*	Define un mensaje que contiene distintos niveles de abstracción y está inserto en el contexto de un proceso comunicativo y metacomunicativo.
Enmarcar o *to frame*	Significa seleccionar algunos aspectos de la realidad y destacarlos en un texto comunicativo, para que impulse una definición del problema, una interpretación

	causal, una evaluación moral y una recomendación para solucionar el problema.
Enmarcado o *framing*	Sucede cuando una fuente de comunicación (un líder, por ejemplo) define y construye un tema político.

Fuente: Elaboración propia con base en Chihu (2010).

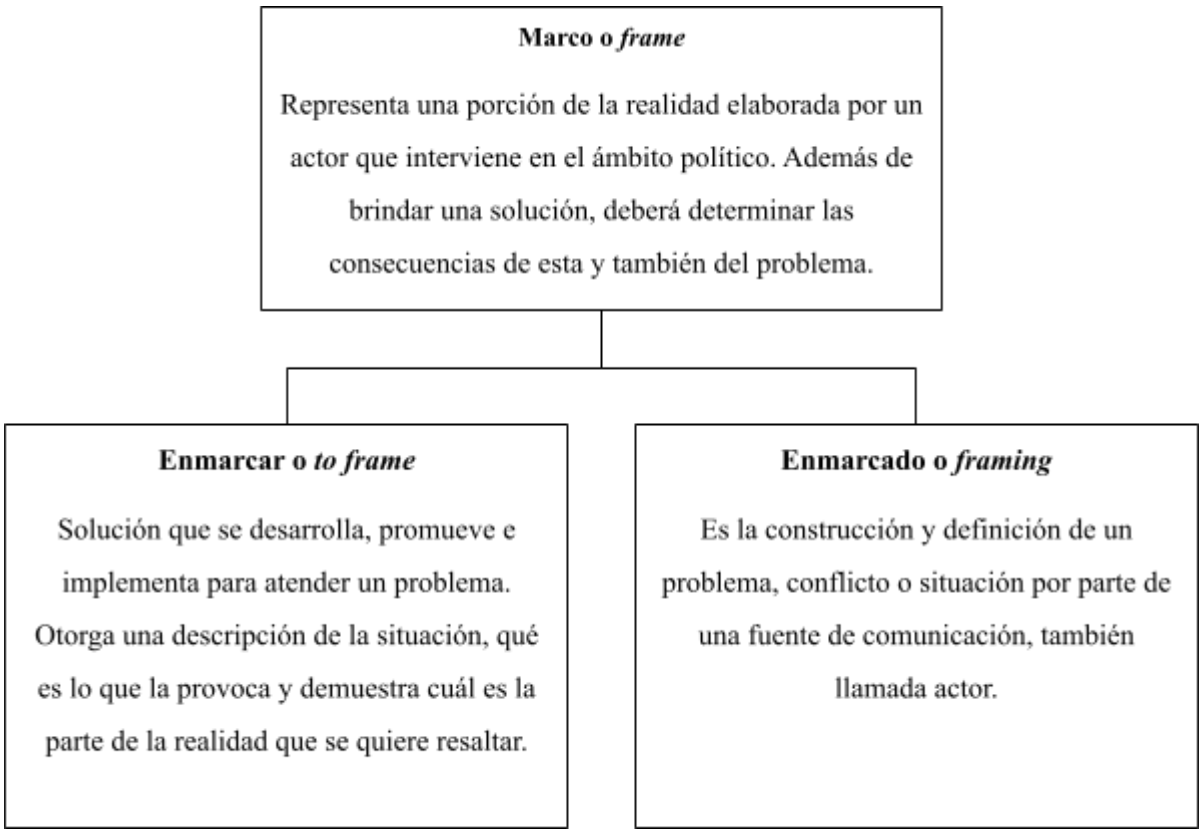
De esa cuenta, se puede decir que la teoría de los marcos está relacionada con la comunicación y con la política. Eso queda en evidencia con lo que afirma Rhee (1997), citado en Muñiz (2022), al apuntar que hay un encuadre del asunto político o *political issue*, que es empleado para aportar propuestas a las problemáticas planteadas, información sobre quién está proporcionando las alternativas y las consecuencias de los problemas y las propuestas planteadas. Eso equivaldría a establecer un conflicto, impulsar una política pública, proyecto, programa o solución para atender esa demanda social, establecer los efectos de dichas acciones y precisar al actor que la promueve en el ámbito político. Aparte, Riffo (2022) manifiesta que los *frames* utilizados por un emisor podrían revelar sus objetivos e intenciones y, fundamentándose en Mazzoleni (2010), ratifica que los marcos reflejan necesariamente la ideología, la posición política, los intereses y los hábitos organizativos de dicho actor.

Dado lo descrito, si un gobierno (como fuente de comunicación) construye un tema político (*framing*), por ejemplo, la existencia de una demanda social y utiliza para enmarcar la problemática (*to frame*) un programa que desarrolla, promueve e implementa para atenderla, eso otorgará un descripción de la situación, qué es lo que la provoca y demostrará cuál es la parte de la realidad que a una gestión le interesa cubrir al incluir ese conflicto dentro de su plan de atención y excluir otros. Esos dos elementos (*framing y to frame*) dan como resultado el marco (*frame*) utilizado por una administración estatal para representar una porción de la existencia y, para que sea de carácter político, deberá además de brindar una solución, determinar las consecuencias de esta y también del problema (ver gráfica 2).

Para lograr la comprensión y la divulgación de ese asunto político (*political issue*), una administración debe utilizar la comunicación gubernamental, ya que ese marco (*frame*) que consigue construir se tiene que difundir en forma de mensaje, a fin de que se conozca e interprete qué hace el gobierno. Ahora bien, Chihu (2010) asegura que la teoría del *framing* también parte de la premisa de que la forma en la que la información es presentada tiene influencia en las respuestas que darán las personas sobre el tópico en cuestión. "Una vez adoptados por la audiencia, los marcos influyen en los puntos de vista que los individuos tienen sobre los problemas y las soluciones planteadas para resolver esos problemas" (p. 182).

Gráfica 2

Pilares del análisis de marcos aplicado al encuadre del asunto político (*political issue*)



Fuente: Elaboración propia con base en los postulados de Chihu (2010) y Rhee (1997), que fue citado en Muñiz (2022).

En cuanto a ello, Muñiz (2022) argumenta que en la teoría del *framing* no solo aborda la visibilización de los marcos dentro de los mensajes, sino también el proceso que lleva la elaboración de los encuadres y los efectos que su presencia en los diferentes mensajes tiene para quienes los consumen. Además, Boomgaarden (2017), Matthes (2009) y Schuck (2017), citados en Muñiz (2022), precisan que:

> Esta bondad de la teoría, que permite analizar desde la construcción del discurso político hasta la influencia de los mensajes de corte político en la configuración de las actitudes y comportamientos de la ciudadanía, ha llevado a que la teoría del *framing* se haya posicionado como uno de los acercamientos teóricos predominantes en los estudios realizados en el campo de la comunicación (p.16).

Queda establecido que la teoría *framing* está vinculada con la comunicación política. Esta rama de la comunicación, dentro de la teoría del encuadre, puede ser analizada por medio de los conceptos de la cultura política y, específicamente, de los paquetes culturales. Es precisamente en el concepto de paquetes culturales o interpretativos en donde queda en evidencia cómo los principios de esta teoría sirven para analizar el discurso político.

2.1.3.1 Paquetes culturales

Chihu y López (2004) indican que William Gamson define la cultura política como un conjunto de sistemas culturales que están disponibles para hablar, pensar, escribir y actuar en la política. Entre dichos sistemas están los mitos, las metáforas, el lenguaje, las ideologías, los valores, los símbolos y los marcos. Ellos indican que para Gamson, en su perspectiva de análisis de la cultura política, es importante el concepto de paquete cultural. Para explicar este último término es necesario hacer algunas consideraciones previas.

Chihu y López (2004) afirman que los funcionarios y sus oponentes políticos despliegan la cultura del asunto político en sus discursos, mientras que los periodistas lo hacen en sus comentarios sobre esos eventos. Los autores expresan que los debates que surgen respecto a un

asunto de política pública representan una oportunidad en la que los actores extienden la cultura utilizada para discutir el tema. Ellos agregan que:

> Las expresiones de ese debate (planes y programas de gobierno, discursos de representantes legislativos, comunicados y documentos de los partidos políticos, reportajes periodísticos, artículos de opinión de analistas políticos, caricaturas, entrevistas) forman la materia prima a partir de la cual se pueden analizar los elementos culturales involucrados en la discusión sobre un asunto político (p. 436).

Chihu y López (2004) subrayan que la cultura de un asunto político (*political issue*) posee una estructura que Gamson denomina paquete (*package*). Por ello, Gamson y Lasch (1983), al explicar el concepto, expresan que los elementos de las ideas en una cultura no existen de manera aislada, sino que se agrupan en conjuntos más o menos armoniosos llamados paquetes interpretativos (paquete cultural).

Gamson y Lasch (1983) comentan que los paquetes interpretativos constan de un núcleo o marco (*frame*) que sugiere una idea organizadora para comprender los eventos relacionados con el tema político en cuestión. También mencionan que se componen de ocho dispositivos simbólicos, los cuales se agrupan en dos partes que estructuran el paquete: la primera se encarga del enmarcado (*framing*) y está compuesta de metáforas, ejemplos, consignas, representaciones e imágenes; la segunda se encarga del razonamiento y la justificación, para lo cual recurre a raíces, consecuencias y apelaciones a principios.

Chihu y López (2004) al hacer un análisis hermenéutico de lo anterior, exponen que un paquete cultural (*package* o paquete interpretativo) se articula o se expresa como un discurso por medio de los dispositivos simbólicos. En función de lo descrito en el párrafo precedente, estos autores detallan que la parte del enmarcado (*framing*) se refiere al modo en que un asunto político (*political issue*) es interpretado por el actor que hace uso del paquete. Declaran que todo asunto político (*political issue*) se refiere a la existencia de una situación dentro de la realidad social que se identifica como un problema, para lo cual una política pública debe de aportar una solución (lo

equivaldría a enmarcar –*to frame*–). En ese contexto, Chihu y López (2004) exponen que la parte del enmarcado (*framing*) estructurado con un paquete cultural consiste en la interpretación particular que hace un actor (por ejemplo, el gobierno) de la realidad o sobre el problema al que se refiere el asunto político (*political issue*).

> En este sentido, la parte de "enmarcado" de un "paquete cultural" consiste en aquellos dispositivos mediante los cuales se organizan los datos provenientes de la realidad para producir una imagen coherente y clara del problema al que se refiere el asunto político (p. 437).

Chihu y López (2004) interpretan que el área de razonamiento y justificación del paquete estriba en la elaboración de argumentos, ya sea de causalidad, de plausibilidad y de validez moral, que apoyen la credibilidad del enmarcado (*framing*) del *package*. En síntesis, dicen que los cinco dispositivos de enmarcado (*framing*) sirven para definir el asunto en discusión y los tres dispositivos de razonamiento para justificar una línea general de política. Su descripción se hace a continuación y para hacerlo se recurrirá a Gamson y Lasch (1983), que es la fuente original; y a Chihu y López (2004), como fuente complementaria, ya que estos últimos académicos han estudiado e interpretado los conceptos de los primeros autores:

Dispositivos de enmarcado (definición del asunto en discusión):

- *Metáfora:* es una figura retórica que pretende mejorar la comprensión de un evento, mediante el uso de una analogía. Por eso tiene dos partes: el tema principal que la metáfora quiere aclarar y el tema asociado que la metáfora evoca para mejorar la comprensión. Su uso permite simplificar el asunto de debate público.

- *Ejemplos:* son eventos reales del pasado o del presente que se usan, con frecuencia, con el mismo propósito que las metáforas: enmarcar (*to frame*) el tema principal.

- *Consignas*: son eslóganes, títulos o frases que brindan una versión resumida sobre el tema principal, núcleo o marco del paquete.

- *Representaciones:* son caracterizaciones que se hacen sobre los actores que intervienen en el tema principal o marco. En otras palabras, son modos de atribución de ciertos rasgos que identifican a los sujetos de una manera particular.

- *Imágenes*: íconos u otras representaciones gráficas que sugieran el núcleo del paquete.

Dispositivos de razonamiento (justificación de una línea general de política):

- *Raíces*: es el análisis característico de las causas que subyacen respecto de un conjunto de eventos. Es decir, son los argumentos que especifican el tipo de relación que existe entre un conjunto de actos. Los paquetes se diferencian uno de otro por la relación causal que establece entre los eventos.

- *Consecuencias*: es el análisis o los argumentos que detallan las consecuencias que derivarán de las diferentes decisiones políticas. Puede haber diferencias en estas si el enfoque es a corto o largo plazo.

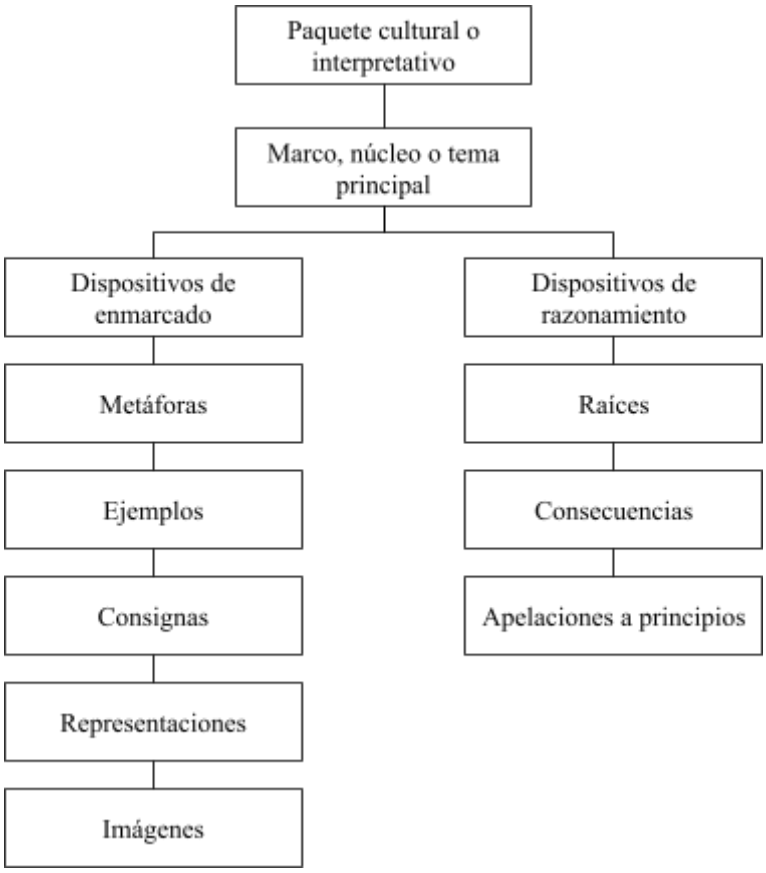
- *Apelaciones a principios*: son llamamientos morales. La defensa de ciertas normas o preceptos generales en el discurso también entran dentro de esta categoría. Este recurso sirve para argumentar a favor de la legitimidad moral del paquete utilizado.

Es importante recalcar que estos dispositivos simbólicos, en su conjunto, ayudan a conformar un paquete que, según Chihu y López (2004), es una agrupación de elementos culturales que forman una unidad, que es utilizada para realizar interpretaciones sobre los problemas políticos. En concordancia con ello, los paquetes culturales o interpretativos, con sus elementos, se convierten en herramientas que contribuyen a estructurar, analizar y comprender un discurso político, cuál sea la forma en la que se manifieste y divulgue.

Por consiguiente, Chihu y López (2004) manifiestan que, en el ámbito político, los diferentes actores que intervienen en el mismo tratan de imponer que el debate sobre una cuestión política esté orientado por las categorías, valores y conceptos de un paquete, con el objetivo de que las decisiones derivadas de ese paquete tengan legitimidad general.

Gráfica 3

Estructura del asunto político (*political issue*) en los paquetes (*package*)



Fuente: Elaboración propia basada en Gamson y Lasch (1983) y Chihu y López (2004).

Por último, siguiendo la línea del estudio de Gamson y Lasch (1983), Chihu y López (2004) argumentan que los paquetes tienen tres tipos de orientaciones en función del tipo de actores principales involucrados en el debate público: los paquetes oficiales, que representan la posición de los funcionarios y de aquellos partidos que apoyan una política oficial; los paquetes

opositores, que abarcan las posiciones de aquellos partidos que se oponen a la política oficial y proponen una alternativa; y los paquetes disidentes, que representan las posiciones de los movimientos sociales, que pueden asemejarse a los opositores o bien ser radicalmente contrarios a estos y a los oficiales. En esta investigación se analizarán los primeros: los paquetes oficiales, que para el contexto de esta investigación son cada uno de los mensajes del Organismo Ejecutivo, que es uno de los agentes que desarrolla comunicación gubernamental.

2.2 Comunicación

El Diccionario de la Lengua Española precisa que la comunicación es la acción y efecto de comunicar o comunicarse. Asimismo, alude que comunicar es hacer a una persona partícipe de lo que se tiene; descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo; conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito; o transmitir señales mediante un código común al emisor y el receptor.

Para Pascual (2007), la comunicación es una circunstancia de la especie humana y es una cualidad que ha favorecido su supervivencia y perpetuación en la mayor parte de los ecosistemas del planeta. De paso, indica que la comunicación y sociedad son dos conceptos indisolubles. “Los investigadores de la sociedad sostienen que el éxito biológico de nuestra especie se debe a nuestra capacidad de relación y a que la comunicación desempeña un papel trascendental en dicha facultad” (p. 10). Pascual (2007) afirma que es muy fácil comprobar diariamente que la cooperación, entendida esta como las acciones simultáneas para conseguir unos objetivos, es un fenómeno social generalizado y que su ejecución requiere comunicarse. Este autor, además, califica a la comunicación humana como un campo de estudio de las ciencias sociales.

Por su parte, Santos (2012) define que la comunicación es un proceso dinámico, “en el que necesariamente participan una fuente o emisor que envía un mensaje a través de un canal o medio a un potencial receptor que, a su vez, puede convertirse también en emisor” (p. 11). La autora explica que la posibilidad de respuesta por parte de quien recibe el mensaje y que esta se convierta en otro mensaje por parte de quien comenzó el intercambio, hace que el proceso de la comunicación se extienda casi ilimitadamente.

Además, Santos (2012) expresa que la comunicación involucra elementos múltiples y factores que hacen imposible predecir una respuesta. Y es que, de acuerdo con ella, cuando una persona recibe un mensaje que ha sido estructurado en un contexto en el que intervienen diversas fuerzas políticas, económicas y sociales puede interpretarlo de acuerdo con sus creencias, su experiencia, los códigos y sistemas que el sujeto ha aprendido.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2014) considera que la comunicación es un intercambio de ideas, mensajes e información. Adicionalmente, comenta que esta puede revestir formas diversas y recurrir tanto a medios de comunicación tradicionales como la radio o televisión, pero también a medios más modernos como Internet. La comunicación, en palabras de esta institución, presupone la participación y el diálogo, además de salvaguardar el pluralismo al posibilitar que las personas manifiesten sus ideas y las pongan al alcance de los demás. También comenta que:

> La comunicación contribuye a forjar las identidades individuales y colectivas, ya que sustenta el proceso de creación de identidad en el seno de diferentes grupos y culturas y permite, al mismo tiempo, establecer una interacción con personas pertenecientes a otros grupos y culturas (p. 118).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2014) subraya que la cultura y la comunicación están vinculadas y son interdependientes. “Para florecer, crear, renacer y ser compartido con otros, la cultura necesita ineludiblemente el concurso de la comunicación y de sus diversas modalidades” (p. 118).

Por su parte, Marín et al. (2016) consideran que la comunicación es la actividad consciente de transferir información entre dos o más participantes, con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas. Esta definición, junto a la descripción que hizo Santos (2012) de la comunicación como proceso dinámico, son las que mejor explican el concepto. En conclusión, Marín et al. (2016) agregan que una parte fundamental de la

comunicación es el lenguaje, que es un sistema de símbolos y reglas gramaticales en los cuales los símbolos son manipulados.

2.2.1 Elementos de la comunicación

Dentro de la comunicación intervienen algunos elementos básicos. Entre ellos se identifican, según Santos (2012) y Marín et al. (2016), los siguientes:

- *Emisor*: es la persona que se encarga de transmitir el mensaje. Elige y selecciona los signos, y realiza un proceso de codificación del mensaje con ellos. El sistema de signos debe ser compartido por quien lo recibe.

- *Receptor*: es la persona que recibe el mensaje. Descifra, interpreta y decodifica el mensaje del emisor. Su papel no es pasivo, sino creativo, porque cuando decodifica no reproduce la idea inicial del emisor, en cambio reelabora el mensaje y añade a este parte de su experiencia, sus opiniones, su cultura y su situación.

- *Código*: es un conjunto de elementos que se combinan siguiendo determinadas reglas y que permiten su interpretación.

- *Mensaje*: es el objeto de la comunicación. Es la información que el emisor traslada al emisor por medio de un canal de comunicación. Es la expresión de una idea y para que sea comprensible y decodificable se recurre a los signos.

- *Canal*: medio físico por el cual se transmite el mensaje. En el caso de la comunicación masiva, los canales pueden llegar a un gran número de personas. Los libros, la prensa, el cine, la radio, la televisión e internet son ejemplos de ellos.

- *Contexto*: es la situación en la que se desarrolla el acto comunicativo.

- *Retroalimentación*: es la respuesta del receptor que se convierte en emisor, por lo que el proceso de comunicación se vuelve cíclico y con posibilidades ilimitadas.

2.2.2 Comunicación política

La comunicación política, en consonancia con Wolton (1998), designó al estudio de la comunicación del gobierno con el electorado. Posteriormente, se refirió al intercambio de discursos políticos entre los actores que estaban en el poder y los de la oposición, principalmente durante las campañas electorales. Después, se extendió al estudio de los medios de comunicación masiva en la formación de la opinión pública y a la influencia de los sondeos en la vida política. "Hoy la comunicación política abarca el estudio del papel de la vida política, en el sentido lato, e integra tanto los medios como los sondeos, la investigación política de mercados y la publicidad, con especial interés en los períodos electorales" (p. 29).

Wolton (1998) manifiesta que la comunicación política es el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios entre los actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política. Estos son tres: los políticos, los periodistas y la opinión pública. Este último sujeto, en función de lo que sostiene Acosta (2021), se puede reemplazar con el concepto de ciudadanía.

Para Mendé y Smith (1999), la definición de Wolton (1998) hace hincapié en la idea de interacción de discursos contradictorios que sostienen los actores, los cuales no tienen ni la misma legitimidad, pero por sus posiciones respectivas en el espacio público político, constituyen una condición para el funcionamiento de la democracia masiva. Mendé y Smith (1999) añaden que:

> El papel fundamental de la comunicación política es evitar la reclusión del debate político en sí mismo, integrando los temas de toda índole que adquieren interés político y facilitando el proceso permanente de selección, jerarquización y eliminación, brindando elasticidad suficiente al sistema político. Sirve para dirigir la principal contradicción del

> sistema político democrático: hacer alternar un sistema de apertura a los problemas nuevos con un sistema de cierre destinado a evitar que todo esté en debate permanente (p. 202).

Por su parte, Reyes et al. (2011) expresan que la comunicación política es un concepto relativamente joven, porque el vocablo se empezó a utilizar en la década de los cincuenta del siglo XX. También, afirman que, a través del tiempo, el ser humano ha desarrollado la política valiéndose de la comunicación con la finalidad de convencer e influir en los ciudadanos, para que acepten un modelo económico, político y social, en el cual se siguen determinadas normas, valores y principios del sistema político imperante. La actividad política, subrayan Reyes et al. (2011), se fundamenta en la comunicación. "Las acciones y las obras de los gobernantes tienen que ser transmitidas a la sociedad y retroalimentarse con las respuestas que den los partidos políticos, sindicatos, estudiantes, intelectuales, entre otros" (pp. 87 y 88).

Asimismo, Reyes et al. (2011) comentan que el mensaje político contiene datos, opiniones, argumentos, sentimientos, valoraciones, llamamientos críticos, entre otros elementos, y se expresa de forma verbal o no verbal. "El canal más simple e inmediato de transmisión de un mensaje político es el contacto cara a cara, pero en el ejercicio de masas los medios de comunicación son quienes canalizan la información" (p. 96). Sin embargo, la definición que mejor clarifica el concepto de comunicación política es la proporcionada por Canel (2006), quien menciona que:

> La comunicación política es la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos), en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas así como la aplicación de estas en la comunidad (p. 27).

Canel (2006) agrega tal descripción posee una visión amplia del término mensaje, al no restringirlo al ámbito de estudio de la actividad política, sino que incluye el campo social y

cultural, concibiendo el mensaje político tanto expreso como latente, del que se puede ser emisor no solo el que ostenta el poder sino cualquier miembro de la sociedad.

De todo lo anterior se deslinda que la comunicación política abarca diversos campos. De hecho, Aira et al. (2019) expone que este ámbito comunicativo es un concepto dinámico e interdisciplinario. En tanto que Riorda (2011) detalla que la comunicación política se puede presentar como: comunicación electoral, de crisis, de riesgo y gubernamental (la cual es objeto de estudio en la presente investigación).

2.2.2.1 Comunicación electoral

Panke y Esquivel (2013) dicen que se le puede conceptualizar como el proceso de información y persuasión que ocurre durante las elecciones en las sociedades democráticas. En ese lapso, dicen los autores, entran en acción diversos actores sociales, como los medios de comunicación, los electores, los políticos, los candidatos, los grupos de presión y los formadores de opinión. Por cierto, Riorda (2011) describe que esta rama comunicativa es solo para una parte: el segmento del electorado que votaría por una opción y manifiesta que esta rama comunicativa es sesgada, parcial y no apunta a todos.

2.2.2.2 Comunicación de crisis

Riorda (2011) señala que tiene un doble objetivo, el cual es producir el cierre operativo (logístico, soluciones y normas) de la crisis y el cierre político de la misma (mediante un acuerdo para que no entre en agenda nuevamente). “Lograr un cierre operativo o político no necesariamente requiere de consensos ciudadanos ni genera sensaciones de victoria *a priori*. Buena o mala, solo aparece la certidumbre como principal objetivo que puede hacer factible cerrar una crisis” (p. 101).

En esa línea, Crespo et al. (2017) aseguran que esta comunicación debe enfrentarse a catástrofes, desórdenes, desviaciones y perturbaciones que generan incertidumbre y su principal objetivo es impedir o limitar la escalada del fenómeno. Además, declaran que es una comunicación de carácter temporal, con límites definidos, de corto plazo en su alcance, autónoma, orientada a la gestión de la emergencia y poco relacionada con los otros tipos de comunicación política (la electoral o la gubernamental).

2.2.2.3 Comunicación de riesgo

La comunicación de riesgo es un proceso interactivo de intercambio de información y opinión, entre individuos, grupos e instituciones. En ocasiones, implica el uso de múltiples mensajes sobre la naturaleza de los riesgos o la expresión de inquietudes, opiniones y reacciones sobre estos y las situaciones legales e institucionales para su gestión (National Research Council, 1989). Riorda (2011) añade que esta rama comunicativa no apunta a generar valoraciones positivas, sino a prevenir, concientizar, modificar hábitos o comportamientos.

2.2.2.4 Comunicación gubernamental

Riorda (2006) indica que la comunicación gubernamental hace referencia a la que efectúan los gobiernos ejecutivos, sin distinción de niveles: puede ser nacional, regional, provincial, local o bien la que realizan los actores que pertenecen a esos organismos. El objetivo de esta rama comunicativa, según Riorda (2011), es generar consenso:

> El consenso es entonces la búsqueda de acuerdos políticamente operantes centrados en la idea de que, si bien puede haber (y de hecho probablemente siempre existan) grupos en los márgenes del consenso, o bien fuera de este, las políticas de un gobierno deben ser aceptadas socialmente por la mayor cantidad de personas (p. 98).

Por su parte, Meyenberg (2015) señala que la comunicación que el gobierno entabla con la sociedad tiene un horizonte: producir un cambio de una dirección determinada. Si bien considera que tal extremo es una aspiración dentro de este ámbito, también indica que este busca que los ciudadanos conozcan las medidas del gobierno para lograr que se adhieran a ellas (el consenso) y generar la idea de que las cosas se están haciendo bien. "El gobernante tiene un proyecto político hacia el que orienta sus actuaciones y un plan de comunicación que le permite darlo a conocer de manera eficiente" (p. 98).

Para Conde et al. (2021) la comunicación gubernamental, en una sociedad democrática, tiene como fin más importante el mostrar que el líder electo y su gabinete cumplen con los planes de gobernanza propuestos en candidatura, como también en la defensa de los intereses gubernamentales y estatales por encima de los particulares.

En resumen, Echavarría y Maurizi (2013) enmarcan que la comunicación gubernamental es un esfuerzo de los gobiernos por comunicar y construir consensos en torno de lo que está haciendo: "dar a conocer y conseguir la aceptación de sus proyectos, sus políticas, sus logros y también sus desaciertos" (p.1). Las autoras manifiestan que la comunicación gubernamental es una acción permanente del gobierno, que es llevada a cabo por el Poder Ejecutivo, ya sea por el presidente, los gobernadores, sus ministros o secretarios para que sea posible alcanzar los objetivos y proyectos que se han planteado en todas áreas de administración. Este tipo de comunicación, dicen Echavarría y Marurizi (2013), es gestión, es conducción, es planificación y debe ser planteada en términos estratégicos:

> Esto es, debe estructurarse [con] base [en] objetivos claros y metas a cumplir, teniendo en cuenta una realidad compleja e impredecible (en constante movimiento y cambio) y que los actores que intervienen en el escenario político son distintos, con discursos contradictorios, inclusive que el gobierno mismo tiene sus diferencias y contradicciones (p. 5).

Es más, Amadeo (2016) indica que el Poder Ejecutivo es la institución que mejor debe comunicarse con los ciudadanos, por ser el organismo estatal más importante de cualquier país. Asimismo, precisa que la comunicación gubernamental es más relevante para el sistema político que el mero cuidado de la imagen del gobernante. “La comunicación gubernamental es una herramienta de gestión que va más allá y ayuda a legitimar el gobierno de turno” (p. 158). En concordancia, Winocur (2000) afirma que la comunicación política (cuyos conceptos pueden aplicarse a la rama gubernamental) debe tener tres características:

- Contribuir a identificar los problemas nuevos a través de los políticos y los medios de comunicación.

- Abrir canales de participación ciudadana para que la jerarquía y legitimidad de los temas de la agenda política resulten de un juego de negociación.

- Marginar las cuestiones que han dejado de ser objeto de conflictos, respecto de los cuales existe un consenso temporal.

También Riorda afirma, en Sevilla (2023), que este tipo de comunicación está condicionada al largo plazo, porque es la que sostiene a un gobierno en sus valores y, a su vez, determina su rumbo. Es más, dice que “esto implica mantener una coherencia para que el eje de la comunicación vaya de la mano con políticas públicas. En ese sentido, la comunicación no puede ser publicitaria, sino orientada a dar un servicio ciudadano”.

2.2.2.4.1 Legitimidad y consenso

Dentro de la comunicación gubernamental, la legitimidad y consenso son dos conceptos relevantes. Respecto al primero, Wolton (1998) alude que para los políticos la legitimidad resulta de la elección. Sin embargo, Orta (2012) amplía esa perspectiva y refiere que, una vez ocupado el cargo, el gobernante encuentra en la comunicación gubernamental el instrumento adecuado para lograr su legitimidad.

El Diccionario de la Lengua Española indica que legítimo es algo conforme a las leyes, lícito, justo, cierto, genuino y verdadero en cualquier línea. Las acepciones carecen de profundidad, pero Duverger (1975) sostiene que la legitimidad es un término asociado al poder y responde que en un grupo social, la mayor parte de sus integrantes, cree que el poder debe tener cierta naturaleza, descansar en ciertos principios, poseer cierta forma, basarse en algún origen y, entonces, es legítimo el poder que corresponde a esta creencia. Esta creencia debe ser tal, indica, que los gobernados deben estar convencidos que es necesario obedecer a los gobernantes establecidos. Es decir, la legitimidad implica que la población acepte la forma en que sus gobernantes ejercen el poder que les delegaron.

De igual manera, Valdés (2022) afirma que los gobernados deben estar convencidos de la autoridad de quienes gobiernan para acoger sus ordenamientos, por lo que es necesario que haya comunicación entre unos y otros. También explica que, en las democracias modernas, los políticos recurren a la comunicación con el objetivo de que haya una reacción a su favor en la campaña electoral y sean vistos como la mejor opción. Posteriormente, cuando ejercen el cargo, emplean la comunicación para que se acepten sus decisiones de gobierno:

> Un gobierno que ha alcanzado el poder mediante un proceso democrático de elecciones libres tiene la probabilidad relativamente alta de que la mayoría de los ciudadanos apoye las decisiones que toma, pero lo cierto es que depende de muchos factores que en realidad sea así, pues los gobernados pueden otorgar o retirar de día en día la legitimidad de los gobernantes (p. 10).

Además, Riorda (2006) expresa que la legitimidad es un elemento clave para dotar de estabilidad a un gobierno y desarrolla un elemento que está intrínsecamente relacionado con dicho concepto: el consenso. Este, según el autor, debe contribuir con las funciones de sostén del orden público. “Debe entenderse el consenso como contrafuerza frente a las potencialidades de división de intereses y creencias divergentes y adaptado a cada circunstancia, tiempo y lugar” (p.12). Asimismo, Shils (1977), como se citó en Riorda (2006), anota que el consenso o la disensión se

integra de creencias que varían en cuanto a la intensidad de la adhesión que suscitan, lo cual provoca que se pueda insistir más fuertemente en unas y menos en otras.

Dados esos antecedentes, existen diferencias entre legitimidad y consenso. La primera depende de la segunda: si la mayoría de gobernados están de acuerdo con las acciones de sus autoridades, entonces hay consenso. Y si hay consenso, entonces los gobernados aceptan la forma en la que sus gobernantes ejercen ese poder para impulsar las acciones estatales. La primera es cuestión de acuerdos y aceptación, la segunda de ejercicio de poder. De hecho, Duverger (1975) hace distinción entre ambos términos, aunque expone que la noción de legitimidad es cercana a la de consenso.

De esa manera, Duverger (1975) detalla que el consenso es el acuerdo, más o menos completo, que hay una sociedad sobre sus estructuras, jerarquías u orientación. Ese acuerdo sobre el gobierno, sobre el poder que este representa, es uno de los elementos principales del consenso. Sin embargo, agrega que al hablar de consenso se hace énfasis en que el poder descansa en las creencias, su aceptación y acuerdo; pero el poder (el concepto que aplica a la legitimidad) es afirmar que ese consenso no es espontáneo ni tiene carácter de automático, porque se necesita para ello de coacción o fuerza:

> Hablar de consenso es subrayar que la autoridad debe ser aceptada, que asegura la integración de todos los elementos en el interior de un grupo, que crea un "orden"; hablar de poder es insistir principalmente en el aspecto activo de la autoridad, en su precisión, en su violencia (p. 524).

Esas características coactivas, para no ser percibidas como tal, se desarrollan como creencias (Duverger, 1975). "El poder siempre busca ser aceptado; es más, desea hacerse amar y reverenciar por intermedio de los sistemas de creencias (...) todo poder descansa ampliamente en las creencias" (p. 523). Dado lo anterior, es evidente que, si bien la legitimidad es una representación de poder, también lo es que el consenso debe existir para que esta se ejerza y exista. Ambas están basadas en las creencias y para resaltar unas antes que otras, buscando el

consenso principalmente, según Sani (1998), citado en Riorda (2006), hay factores, modos de interpretación y esquemas mentales por medio de los cuales estas experiencias son vividas y se les da significado. Es a través de la comunicación gubernamental como se puede lograr esa situación.

Y es que Valdés (2022) logra sintetizar esa vinculación conceptual entre legitimidad, consenso y comunicación gubernamental, al decir que en el régimen democrático es vital que sean conocidas y aceptadas por la mayoría de los ciudadanos, las decisiones gubernamentales que les afectan directa o indirectamente, por ejemplo, la fijación de impuestos y el valor de los servicios. “En este tipo de régimen el gobierno está obligado a rendir cuentas a la población sobre sus resultados en el ejercicio del poder [legitimidad], así también debe informarla y convencerla [consenso] utilizando la comunicación política” (p. 11). Para conseguirlo, acuden a la creación de distintos tipos de mensajes que Riorda (2013) identifica como rutinas de la comunicación gubernamental.

2.2.2.4.2 Rutinas de la comunicación gubernamental

Riorda (2013) define las rutinas de la comunicación gubernamental como las “prácticas que, de modo cotidiano y no necesariamente sistematizadas, dan cuenta del estilo de comunicación de los gobiernos y que van configurando un modo de entender los mismos a través de cómo estos confrontan sus acciones ante la sociedad” (p. 73). A su vez, manifiesta que estas rutinas se convierten en la imagen que las personas van percibiendo del gobierno en un tiempo y lugar determinado por medio de hechos comunicacionales sedimentados, como los *spots* de publicidad gubernamental, los estilos discursivos asociados a la oralidad de los responsables del gobierno en conferencias y reportajes, o cualquier otro acto comunicacional que preferentemente emplee recursos audiovisuales o electrónicos.

Riorda (2006) menciona que la racionalización y justificación que permitan legitimar las acciones de gobierno son un instrumento insustituible, sin el cual el ejercicio del poder podría verse entorpecido. Conforme a Riorda (2013), las rutinas de la comunicación gubernamental contribuyen a ese fin y a la construcción del consenso de un gobierno, y añade que esas prácticas

están conformadas por cuatro tipos de acciones comunicacionales que las gestiones utilizan habitualmente:

- Acciones de comunicación del gobierno como entidad.
- Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno.
- Cuñas de desvíos de comunicación.
- Cuñas de acceso a la información.

2.2.2.4.2.1 Acciones de comunicación del gobierno como entidad

Riorda (2013) dice que hay cuatro tipos de acciones dentro de este apartado. Las mismas están centradas en destacar las labores gubernamentales en su conjunto o las acciones particulares ejecutadas por las instituciones. Las descripciones de las mismas pertenecen a este autor y se complementan con otras fuentes, a las que se hace alude a continuación:

- *Comunicación del gobierno como un todo o mito:* se refiere a la creación de mensajes referentes a las políticas públicas con las que se gobierna. Pero estos deben lograr que se comprenda al gobierno como la suma de políticas públicas y debe apuntar que los ciudadanos juzguen al gobierno en general y no por una política en particular. Ese proyecto general se expresa en el mito. Este, argumentan Majone (1997) y Dader (2004), como se citó en Riorda (2013), es la metapolítica o el núcleo, que permanece rígido y con menor variabilidad, que simboliza la dirección, voluntad y justificación de las políticas. Echavarría y Maurizi (2013) aclaran que el mito constituye la representación que un gobierno quiere dar de sí mismo y refieren que no es una sola pieza de comunicación, sino toda una planificación que tiene como trasfondo una unidad de gobierno en todas sus dimensiones. El mito, subrayan Echavarría y Maurizi (2013), se visibiliza por medio de un eslogan, lemas, imágenes, logotipos u otras representaciones que hacen de la imagen del gobierno una marca.

- *Comunicación por segmentos o áreas:* es aquella que se centra en potenciar una de las partes del gobierno en desmedro del todo. La recomendación de Riorda (2013) es que se evite el egocentrismo que genera una comunicación anclada en las partes que forman un gobierno y que puedan hacer perder de vista su imagen general.

- *Comunicación de programas o proyectos:* es la centrada en los programas o proyectos de un gobierno. Esta acción puede generar una dispersión comunicacional y podría caer en lo comentado en el inciso anterior, al no configurar la idea de un gobierno como conjunto de políticas públicas articuladas. Ese problema Riorda (2013, p.79) lo representa así: "las *obras* nos definen como gestión, en lugar del *trabajo realizado en obras públicas*". No obstante, Riorda (2013) explica que los proyectos o programas pueden convertirse en símbolos de una gestión, como el caso de Hambre Cero de la administración de Luis Inacio "Lula" da Silva, que pueden comunicarse insistentemente, pero deben estar orientados hacia al proyecto general de gobierno.

- *Dimensión informativa y pedagógica de la comunicación:* Riorda (2013) menciona que hace alusión a la comunicación necesaria para el goce de los servicios o beneficios que un gobierno realiza y que estos puedan llegar a concretarse. Ejemplos de esta práctica es el informar sobre el vencimiento de los impuestos, requisitos para un subsidio, especificaciones sobre recolección de residuos, asesoramiento para la vacunación infantil, entre otros.

2.2.2.4.2.2 Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno

Riorda (2013) explica que estas acciones se pueden dividir en seis tipologías. Están orientadas a crear identidad, cercanía o empatía en los receptores de los mensajes y realzar los alcances de un acto gubernamental. Los detalles de estas acciones le corresponden a este académico:

- *Comunicación por valores:* está enfocada en los valores, los cuales son generadores de consenso y actúan preferentemente sobre aspectos emocionales y colaboran en la creación

o fundamentación de la visión de gobierno. Vale resaltar que los valores tienen una lógica inclusiva: la atracción o repulsión hacia ellos en una sociedad es mayoritariamente al ser compartidos por la cultura. Los valores además son emotivos y apelan a la generación de identidad.

- *Comunicación de apelaciones conmemorativas:* es la que busca que las personas se identifiquen o apela a los regionalismos, localismos y particularismos. Son motores que brindan dinamismo a la idea de comunidad y colaboran a cimentar un proyecto común. Las conmemoraciones pueden generar lazos y espacios simbólicos de integración. Rose (2000), como se cita en Riorda (2013), asegura que estas campañas están basadas en fuertes símbolos de patriotismo o sentimientos nacionalistas, mismas que generan menos rechazo, porque los ciudadanos las consideran como no políticas.

- *Comunicación basada en el humor:* si el gobierno registra altos niveles de consenso, el humor puede aumentar o sostener el nivel de apoyo obtenido. Si el gobierno tiene un bajo nivel de aprobación, el humor puede verse como una provocación. Los mensajes que se enfocan en el humor tienen una eficacia limitada e influye mucho en ello la credibilidad de la fuente emisora.

- *Comunicación negativa basada en el temor:* no se recomienda en la comunicación editada, por ejemplo, la que se hace vía *spots.* Toda la negatividad que se quiera transmitir desde un gobierno debe ser realizada por los funcionarios por medio de sus discursos. Este tipo de comunicación depende de la credibilidad de la gestión, ya que, en lugar de producir un efecto activo, puede registrar un efecto inhibidor. Sin embargo, es efectiva cuando el miedo ya se ha experimentado.

- *Comunicación agradable, amigable o de estilos de vida:* Rose (2000), como se cita en Riorda (2013), anota que este tipo de comunicación está íntimamente relacionada con la calidad de vida y valores asociados a ella. Riorda (2013) señala que estas comunicaciones se ofrecen vía la divulgación de testimonios, que apelan a las historias o relatos de vida

cotidiana: “La biografía se convierte, aun en relatos mínimos o de desconocidos, en acontecimientos políticos que refuerzan la idea de la acción individual como crucial para entender que los efectos de la política siempre recaen en la gente” (p. 86).

- *Comunicación inventarial contable o centrada en hechos:* corresponde a la evidencia empíricamente verificable. Dicha evidencia, según Rose (2000) –citada en Riorda (2013)–, puede tomar la forma de hechos tales como números, tablas, gráficos o apelando a la autoridad de otros. En concordancia, Riorda (2013) reitera que en muchas ocasiones se crea un puente entre la evidencia y la afirmación proclamada, por lo que los datos no alcanzan a sostener a la evidencia y aclara que este tipo de comunicación se denomina como realismo fáctico concreto o comunicación de tipo inventarial contable. La primera hace alusión a que el emisor (gobierno) trata de describir y comunicar las cosas tal cual son, poniendo énfasis en la relevancia sin estimular mucho la imaginación ni la emoción. La segunda hace alusión, precisa Noguera (2022), como cita Riorda (2013), a la idea de asentar o contabilizar los logros del gobierno en la mente de los ciudadanos, por lo que existe una idea de rendición de cuentas como motivador de apoyos.

2.2.2.4.2.3 Cuña de desvíos de la comunicación

Riorda (2013) refiere que la cuña de desvíos de la comunicación son prácticas no recomendables ni deseables. Tienen algunos vicios como vida útil corta o mensajes centrados en funcionarios. El autor las desarrolla de la siguiente manera:

- *Egocéntricos, no inclusivos:* son mensajes cargados de abuso de centralidad gubernamental, no incisivos para la ciudadanía, útiles solo para los funcionarios y contiene un exacerbado egocentrismo que los motiva. Un ejemplo de ello es el eslogan Jesús Lorenzo Guerra: *El intendente que quiere la gente*, utilizado en la Municipalidad de La Mendieta, Argentina.

- *Nominales*: son mensajes que confunden, superponen y se apropian del mensaje de gestión, haciéndolo coincidir con su propio mensaje personal o nominal. Los mensajes llevan implícitas una enorme carga de personalismo, asociada a una necesidad de transmitir sensaciones de decisionismo marcado o amplificado. Un ejemplo de este tipo de piezas es la muletilla que utilizan los gobernantes al ponerle su nombre a las gestiones: *Gestión Gildo Insfrán*, usado en Formosa, Argentina.

- *No polisémicos, confusos, superpuestos:* se cimentan en textos directos que no representan uso de la polisemia, al delimitar rápidamente la vida simbólica de la comunicación gubernamental en mensajes que se agotan rápidamente en un tipo de acciones solamente. Por ejemplo, el hacer hincapié en la honestidad durante los discursos. También puede haber superposiciones de mensajes cuando no se tiene un proyecto general de gobierno claro y surgen acoples de diversos mensajes, esperando a que uno sea aceptado. Si bien no se recomienda su uso excesivo, no son tan dañinos en sus efectos para con la ciudadanía, pero sí vuelve los mensajes poco efectivos para el gobernante.

- *Confusión de mensaje de gobierno como un todo con áreas:* cuando no hay un proyecto general de gobierno claro, hace que muchos de los mensajes que han dado resultado en alguna de las áreas de la gestión que han funcionado bien sean difundidos como mensajes para representar a todo el gobierno. Una muestra son las piezas de comunicación de las áreas de turismo que, en ocasiones, invaden la imagen del gobierno como un todo.

- *Retrospectivos*: estos mensajes tienen una función de presente o con vida útil acotada. Su uso no es recomendable porque el mito de gobierno está ausente en su componente de futuro. Un ejemplo: *Córdoba cada vez mejor* pasó a *Córdoba está mejor*, por lo que al usar este último se anunciaba una diferenciación con el pasado que no explicaba el porvenir de la gestión.

2.2.2.4.2.4 Cuña de acceso a la información

Riorda (2013) indica que las acciones relacionadas con esta cuña son recomendables y deseables siempre. Son actos vinculados a la libre transmisión de información del gobierno a la ciudadanía. Afirma que es actos de la comunicación política, en la actualidad, son impensables concebirse sin la existencia paralela de políticas de acceso a la información y explica que todo lo que se propaga como comunicación gubernamental tiene un correlato paralelo de información, como garantía irrenunciable de veracidad de datos fidedignos de manera paralela a la comunicación del gobierno. "Esta cuña es un supuesto o condición de efectiva democraticidad" (p. 91). Incluso, Manin (1998), como se cita en Riorda (2013), se expresa sobre la doble premisa que contiene esta cuña: por un lado, un ciudadano nunca conocerá todo lo que los gobernantes hacen, pero ello no implica que la información deba depender de lo que aquellos quieran que se conozca.

2.3 Internet

La Universidad Nacional del Sur (2013, p. 4) comenta que "Internet es una red internacional que reúne una enorme cantidad de información, personas computadoras y software funcionando e interactuando en forma cooperativa y global". La institución menciona que esta herramienta fue creada en los sesenta y fue conocida como Arpanet, con la que se estableció la primera conexión entre computadoras de tres universidades de California y una en Utah, ambas localidades de Estados Unidos.

Por su parte, Sevilla (2020) expone que Internet es un "conjunto de ordenadores interconectados globalmente, a través de los que todo el mundo puede acceder rápidamente a datos y programas desde cualquier sitio" (p. 2). Esta entidad agrega que dicha red es un mecanismo para diseminar información y un medio para la colaboración e interacción entre las personas, por medio de sus dispositivos electrónicos sin importar su ubicación.

De esa cuenta, se puede expresar que Internet es un componente indisociable de la comunicación. Por cierto, a raíz del desarrollo de esta red, Moya y Herrera (2015) detallan que las formas de comunicación en esta plataforma fueron adaptándose y evolucionando. Ellos dividen ese progreso en:

- *Período web 1.0*: hay aplicaciones primitivas de Internet que permiten una comunicación horizontal, bidireccional y asíncrona, en donde los contenidos que se comparte son creados por los propios usuarios, siendo el blog su principal representación.

- *Periodo web 2.0:* aparecen aplicaciones interactivas (persona a persona) que posibilitan una comunicación multidireccional, en red y en tiempo real. La dinámica de comunicación ya no es de uno a muchos, sino de muchos a muchos.

La presente investigación se centrará en el segundo período. Moya y Herrera (2015) dicen que la era de la web 2.0 empezó en 2004. La web 2.0, recalcan, genera otros comportamientos sociales que aproximan a la comunicación en persona. "La libertad de publicación, de compartir información y la formación de comunidades son facetas de la actividad social que genera una cultura de la participación (en Internet)" (p. 127).

Asimismo, Moya y Herrera (2015) postulan que en este ecosistema tecnológico-comunicaciones se desarrolla la modalidad de comunicación política más avanzada, cuyas características son que no es jerarquizada, es democrática, está al margen de cualquier control previo y permite un flujo de influencias recíprocas entre ciudadanos, periodistas y políticos. Igualmente, declaran que con Internet los ciudadanos activos políticamente logran movilizar en redes sociales sectores de la sociedad y alcanzan la categoría de cuerpo de opinión influyente. "Aquellos que se sentían postergados por los medios y partidos políticos, pueden ahora tomar parte activa en el debate político" (p. 127).

Esta condición resulta determinante para la existencia de la democracia, porque la irrupción de Internet en este sistema de gobierno brinda nuevas formas de relación entre gobernantes y

gobernados y, quizá, hasta nuevas formas de representación (Del Rey, 2011). En esa línea, Del Rey (2011) describe que, si bien la democracia moderna se define como un sistema representativo, la representación está en crisis, pero es la comunicación a la que se le atribuye la función de mantener el lazo social y la exigencia de una representación responsable, y de la comunicación también depende que prosperen algunas formas de participación de la ciudadanía a costa de su apatía y su desafección.

2.3.1 Redes sociales

Previamente, se hizo alusión a la teoría de redes y que esta se acopla a las funcionalidades de las redes digitales o virtuales de la actualidad. También se comentó que un contenido digital es aquello que se comunica a una audiencia por medio de una plataforma virtual. No obstante, vale mencionar algunos conceptos y antecedentes acerca de esos sitios electrónicos.

Celaya (2008), como se cita en Hütt (2012), apunta que las redes sociales son espacios en Internet en los que las personas publican y comparten información personal y profesional con terceras personas. Hütt (2012) amplia que estas plataformas han sido creadas para facilitar la interacción entre personas, que puede estar condicionada por el anonimato total o parcial y un contacto sincrónico o anacrónico. El origen de las redes sociales de comunicación vía Internet data de la década de los ochenta, según Moya y Herrera (2015), quienes manifiesta que en 1985 Steward Brand y Larry Brilliant crearon The Well (The Whole Earth Lectronic Link) que se convirtió en un lugar de reunión virtual en Internet. En este espacio, señalan Moya y Herrera (2015), sus miembros podían entablar conversaciones asíncronas sobre diversos temas y fue a raíz de la Well que se acuñó el término de comunidad virtual, que surgen cuando las tecnologías de la comunicación favorecen la cooperación y se desarrolla el talento.

Sin embargo, el término de redes sociales apareció hasta el siglo XXI. Moya y Herrera (2015) aseguran que fue en 2003 cuando se empezó a popularizar esa expresión con MySpace, un hecho en el que también incidió el lanzamiento de Orkut por Google en 2004 y Facebook que nació ese mismo año. “Internet ya había alcanzado cotas de desarrollo que permitían la interacción entre

usuarios en tiempo real. La web se puso a disposición de las redes sociales como lugares de encuentro y conversación" (p. 128).

Más allá de la evolución de dichos espacios digitales y las posibilidades de interacción entre sujetos, para Moya y Herrera (2015) estos nuevos recursos comunicacionales de la web 2.0 figuran como una posibilidad para que haya una mayor participación ciudadana en el proceso político. Esa participación ciudadana, en palabras de Olmedo (2021), no se reduce a emitir el voto en una fecha determinada, sino en una constante intervención en la opinión pública, ya sea a favor o en contra de una postura ideológica o política con la que se comulga o discrepa. Esta forma de participación política tiene un carácter subjetivo y de interacción al compartir, denunciar, comentar, reaccionar o participar en el contenido que fluye permanentemente en este tipo de plataformas (Olmedo, 2021).

Asimismo, Olmedo (2021) argumenta que estos lugares digitales se configuran como el nuevo escenario donde las relaciones entre comunicación, participación y poder se modifican sustancialmente, debido a la pluralidad de fuentes de información y la creciente intervención de los ciudadanos en cuestiones de índole política, entre otras. El mismo autor expone que las redes sociales, además, influyeron para darle un giro a la forma de hacer política no solo para las campañas electorales, sino en la forma de construir y mantener una imagen adecuada en la esfera pública que pueda mantener en el poder al ganador.

2.3.1.1 TikTok

Esta red social fue lanzada por la empresa ByteDance al mercado de China en 2016. Espinoza et al. (2021) precisan que la aplicación apareció bajo el nombre de Douyin (denominación que mantiene en la mencionada nación asiática). Esta red social audiovisual, agregan, tiene varias opciones de filtros y efectos, herramienta de edición, se puede agregar música, compartir vídeos en el perfil y por mensaje directo, admite *hashtags* (etiquetas), poseen la opción de dar me gusta, comentar las publicaciones entre usuarios y hacer transmisiones en vivo. También aluden a que el contenido que hay en esta plataforma es sobre diferentes tópicos y esa diversidad de temas es uno

de los motivos por los que en 2020 y 2021 la popularidad de TikTok acrecentó, en especial en personas que tienen entre 15 y 29 años.

Al respecto, Ankuash et al. (2021) indican que la relevancia de TikTok en los últimos años se debe a su interfaz simple y automática que permite a los usuarios la creación de contenido audiovisual sugerente. “Esto ha provocado que las personas dediquen su tiempo libre a ver y crear contenido, para poder llegar a una comunidad más amplia y convertirse en una forma de trabajo. Aunque la mayoría lo utiliza solo por entretenimiento” (p. 35). A su vez, Kale (2020), como se citó en Ankuash et al. (2021), afirma que los contenidos que se divulgan por TikTok han sido calificados como *fast content* (de rápido consumo), que sirvieron para sobrellevar el confinamiento (del COVID-19) visualizando bailes, desafíos o parodias.

El crecimiento de TikTok, de acuerdo con Gomezcoello et al. (2021), despertó el interés de todos los sectores sociales, entre ellos los políticos, que encontraron en la plataforma una oportunidad para hacer la campaña de sus partidos, de una manera diferente y direccionada hacia los jóvenes como potenciales votantes, ya que, en Ecuador, por ejemplo, varios políticos decidieron enfocarse en redes sociales, como Xavier Hervas y Guillermo Lasso, candidatos a la Presidencia. Para Gomezcoello et al. (2021), TikTok pasó de ser una simple plataforma de representaciones e imitaciones ejecutadas por adolescentes a convertirse en un “importante escenario para el desarrollo de varios temas y relevantes, como la política” (p. 78).

> Muchos partidos políticos, se han dado cuenta de la influencia que puede llegar a tener esta red social. Por esta razón, la han usado con la finalidad de convencer a sus futuros votantes, elaborando contenidos especializados y dirigidos a un público selecto. Expertos en ciencias de la comunicación comentan que se está provocando una metamorfosis de la aplicación, pasando de vídeos con filtros y coreografías a distintos nichos que abordan diferentes tópicos (Gomezcoello et al., 2021, p. 78).

En suma, Gomezcoello et al. (2021) reiteran que varios actores sociales han empleado TikTok para implantar sus ideologías en los adolescentes y futuros partidarios, difundiendo sus ideas por

medio de vídeos, *hashtags* o campañas de distinto tono y complejidad. Lamentablemente, en Guatemala los detalles sobre su uso son escasos para hacer una descripción amplia sobre la situación de esta red social en el país.

Sí existe un estudio de Kantar Ibope Media, que expresa que los principales consumidores de esta red social en Guatemala son las personas de entre 24 y 40 años, aunque también es bastante utilizada por las personas de entre 12 y 24 años, por lo que el público principal de TikTok en la nación son jóvenes y adolescentes (Vi, 2022). El Gobierno de Guatemala posee una cuenta en dicha red social y cerró diciembre de 2023 con 315,000 seguidores. El contenido de lo publicado en ese perfil de la administración de Alejandro Giammattei será objeto de análisis en apartados posteriores de esta investigación.

2.4 Estado

El Estado alude a la existencia de una sociedad política, independiente y organizada que, de acuerdo con García (2006), posee la titularidad soberana, abstracta y permanente del ejercicio del poder, cuyo fin consiste en el cumplimiento y racionalización de la vida comunitaria, para lo cual determina un orden jurídico coactivo. Este autor amplía el concepto:

> El Estado es una sociedad política, autónoma y organizada para estructurar la convivencia de la vida moderna, dado que comprende a un conjunto de personas que se relacionan por la necesidad común de imperativos afines de supervivencia y desarrollo de coexistencia, para lo cual requiere de la institucionalización de un sistema jerárquico de normas convencionales (p. 159).

En concordancia, Ramírez (2000) indica que el Estado es una persona jurídica formada por una comunidad política, asentada en un territorio determinado y organizada soberanamente en un gobierno propio con decisión y acción. También afirma que hay algunos conceptos con los cuales se hace referencia a los fines de esa entidad, entre ellos crear un orden necesario; asegurar la

convivencia social; establecimientos de medios para el desarrollo cultural, económico, político, moral y social; el bienestar de la nación; y la solidaridad social.

Por último, Ramírez (2000) explica que el Estado es una obra humana que ha sido construido para atender fines sociales, porque este se originó como una estructura o entidad política que, por medio de un ordenamiento jurídico impuesto o creado por la sociedad, suple las imperfecciones de la vida humana. De esa cuenta, Ramírez (2000) subraya que el Estado está formado por algunos elementos, siendo estos los siguientes:

- *Población:* es el conjunto de habitantes localizados en un área geográfica determinada.

- *Territorio:* es la porción de tierra, agua y espacio delimitado geográficamente o administrativamente.

- *Soberanía*: cualidad que le permite autodeterminarse y autogobernarse sin la intervención de otro poder.

- *Gobierno*: es el conjunto de organismos políticos y personas que dirigen un Estado.

Por su parte, Bracamonte (2002) define al Estado como la institución a través de la cual las acciones políticas se organizan en función del bien común, constituyéndose en una red de relaciones sistemáticas regidas por la ley. En el caso de Guatemala, la Constitución Política de la República (1985) expresa que es un Estado libre, independiente y soberano, organizado para garantizar a sus habitantes el goce de sus derechos y sus libertades. La máxima ley guatemalteca menciona, además, que el sistema de gobierno del Estado es republicano, democrático y representativo.

2.4.1 Gobierno

Ramírez (2000) comenta que el gobierno es confundido, en muchas ocasiones, con el Estado. "Esta confusión resulta fácilmente aclarada cuando se determina que una parte del entero no es igual a totalidad, es decir, el gobierno es una parte, como elemento constitutivo, de la totalidad que es el Estado" (p. 49). La subsistencia del gobierno radica en el poder político que, para García (2006), describe la existencia de una potestad de mando dentro de un determinado territorio y se le encarga su ejercicio, de forma transitoria, a determinados miembros del cuerpo político denominados gobernantes. "La justificación y la anuencia social ante la potestad y disposición de mando de los gobernantes radica en la necesidad de alcanzar determinados fines (...) de la manera más eficaz y eficiente posible" (p. 159).

Aparte, García (2006) expone que la organización, funciones y relaciones que se establecen entre gobernantes y gobernados se plasma en un ordenamiento jurídico obligatorio y respaldado por la coacción, para asegurar la verificación práctica del objeto de la constitución de una comunidad política. Por eso, detalla que toda organización político-jurídica independiente (como lo es un Estado), necesita de un gobierno, que es un conjunto de órganos e instituciones bajo la conducción de los elegidos o designados para desenvolver el poder público en sus distintas manifestaciones: legislar, administrar o resolver conflictos de carácter jurídico.

De igual manera, García (2006) dice que el gobierno suele ser identificado como aquel poder político organizado que ejerce dominio sobre el territorio y control sobre la población de un Estado. Mientras que Fernández (2015) sostiene que el gobierno es el depositario de las funciones del poder del Estado, en otras palabras, de las funciones públicas en cuyo ejercicio se distribuyen las diferentes instancias del aparato gubernamental del Estado. "El gobierno viene a ser el cerebro del Estado, dado que conduce, rige y dirige su actuación" (Fernández, 2015, p. 51).

De acuerdo con Bracamonte (2013), el gobierno es el encargado de la administración del Estado con un grupo de personas que, periódicamente, se renueva. De hecho, este autor agrega que el poder se constituye con el consentimiento que da el ciudadano a través de su voto garantizado por

una ley electoral y el otro elemento que lo complementa es la utilización de la fuerza. “Con estos instrumentos, el poder político tiene por finalidad promover el bien común” (p. 77).

Esa capacidad de elegir a los gobernantes por medio del sufragio es un atributo que representa la democracia, que es un régimen político que, para Fix (2016), es el único que actualmente se considera legítimo. En ese contexto, Fix (2016) apunta que la democracia se identifica con el republicanismo, que hace referencia a la república y es un modelo que se caracteriza, según García (2006), por los atributos de representación, elección alternativa y responsabilidad del poder. Es más, este último autor manifiesta que la representación implica el ejercicio del poder en nombre del pueblo y que la alternancia implica la renovación periódica de las personas encargadas del ejercicio del poder delegado por el pueblo. Por último, García (2006) asegura que la elección lleva a que la designación del gobernante funde la legitimidad de su poder en el consenso mayoritario del pueblo.

2.4.1.1 Organismo Ejecutivo

En Guatemala existen los organismos Legislativo, Judicial y Ejecutivo. Fernández (2015) describe que el gobierno, en sentido amplio, es el conjunto de órganos depositarios del poder público, cuyos titulares ejercen las funciones públicas respectivas. Eso abarcaría a las tres instancias anteriormente aludidas. Sin embargo, el autor aclara que, en sentido restringido, el gobierno es el órgano o conjunto de órganos depositarios del Ejecutivo. García (2013), de acuerdo con la descripción anterior, menciona que los responsables de la conducción de los órganos de gobierno (Legislativo, Judicial y Ejecutivo) reciben el título de gobernantes. No obstante, García (2013) precisa que, en términos fácticos, la sociedad objetiviza al gobierno en una de sus ramas: el Ejecutivo.

La Ley del Organismo Ejecutivo (1997) menciona que a esta instancia le corresponde el ejercicio de la función administrativa y la formulación y ejecución de las políticas de gobierno, siendo los ministros los rectores de las políticas públicas correspondientes a las funciones sustantivas de

cada una de las instituciones que tienen a su cargo. Es necesario indicar que los conceptos de políticas de gobierno y políticas públicas son similares.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2012) define las políticas de gobierno como una decisión tomada por el gobierno para abordar los problemas socioeconómicos en un país y, generalmente, también decisiones sobre cómo se abordarán estos desafíos. Estas, normalmente, se expresan en leyes o regulaciones en, por ejemplo, política exterior (reglas para regir las relaciones del gobierno con otros países); las políticas fiscales (normas para ordenar las acciones sobre ingresos y gastos); política monetaria (disposiciones sobre condiciones crediticias y la influencia del gobierno sobre ellas); entre otras.

Mientras que las políticas públicas son definidas por un diálogo entre el gobierno y sectores de la ciudadanía y se convierten en un conjunto de acciones intencionales, porque se orientan a alcanzar objetivos que son considerados de valor para la sociedad o a resolver problemas, cuya solución se considera de interés o beneficio público. También son acciones causales porque se les considera idóneas y eficaces para los fines antes descritos (Aguilar, 2010).

Por eso, los conceptos no son indisociables. Incluso, Arias y Herrera (2012) afirman que las políticas públicas son parte de las políticas de gobierno porque representan decisiones donde participa el gobierno, pero que comparte con actores no gubernamentales. “La política gubernamental es lo que hace el gobierno en tanto da respuesta como actor participante único a una problemática social (...) Las políticas públicas son políticas gubernamentales con basta intervención social” (p. 46). Las políticas de gobierno, entonces, son decisiones individuales de parte del gobierno, en tanto que en las políticas públicas las decisiones son tomadas por el gobierno junto con otros actores de la sociedad. En ambas existe un interés y afectación social.

Esta investigación se centra en las políticas públicas, porque implican un problema (elemento propio de la teoría del *framing*) y porque es sobre las que trabajan, principalmente, las rutinas de comunicación gubernamental (aunque no excluye los programas o proyectos). Y es que, como explica la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (2022), la política pública

es un instrumento de gestión de largo plazo que involucra acciones, decisiones, lineamientos u orientaciones para atender e intervenir un problema público. La institución expresa que un problema público es un "conjunto de hechos que afectan los intereses sociales y materiales de la sociedad, que vulneran el bienestar general y sobre los cuales se espera la acción del Estado" (p. 9).

De las políticas públicas derivan otros dos elementos que las complementan: los programas y proyectos. Fernández y Schejtman (2012) comentan que las políticas públicas se cristalizan en programas y proyectos, a los que se les asignan recursos para su puesta en práctica. Añaden que la política pública refiere a procesos políticos y sociales que se desarrollan en el tiempo, en tanto que el programa remite a una construcción técnica (siempre con el componente político), con mayor o menor capacidad de expresar la complejidad del problema. Cohen y Franco (2005), como se cita en Fernández y Schejtman (2012), dicen que los programas se conforman de un conjunto de proyectos que persiguen los mismos objetivos. En más, Fernández y Schejtman (2012) anotan que los proyectos se definen como la unidad mínima de asignación de recursos para el logro de uno o más objetivos específicos.

No obstante, la Municipalidad de Puente Alto (2020) en Colombia clarifica los términos y señala que una política representa las orientaciones o directrices de intervención en el desarrollo comunal; un programa es un conjunto de proyectos que persiguen los mismos objetivos y establece prioridades de intervención; y un proyecto es un conjunto de actividades que se relacionan y coordinan entre sí para alcanzar objetivos específicos dentro de los límites de un presupuesto y un período determinado.

2.4.1.1.1 Organización

El Ejecutivo en Guatemala se organiza en 14 ministerios, los cuales están a cargo de la planificación, ejecución y evaluación de las políticas públicas de su sector, según la Ley del Organismo Ejecutivo (1997). Ese cuerpo legal, además, indica que los titulares de los ministerios deben participar, entre otros actos, en la creación de programas y proyectos de desarrollo de

largo, mediano y corto plazo. Vale resaltar que todos los ministros están bajo la autoridad del Presidente de la República. De hecho, la Ley del Organismo Ejecutivo (1997) indica que es el gobernante el encargado de dirigir el Consejo de Ministros (que se conforma por todos los ministros de Estado y en cuyas reuniones participan el gobernante y el vicepresidente). La normativa citada explica que es el Consejo de Ministros el que tiene la atribución de discutir y proponer al Presidente de la República su parecer sobre políticas, planes y programas de gobierno. Es más, el mencionado cuerpo legal establece que es el gobernante el encargado de nombrar y remover a los ministros. Los ministerios con que cuenta esta instancia, al momento de esta investigación, son los siguientes y es Ley del Organismo Ejecutivo (1997) la que proporciona las funciones de estos:

- *Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación:* le corresponde observar los asuntos relativos a la producción agrícola, pecuaria e hidrobiológica (esta última en lo que atañe), así como aquellas que tiene por objeto mejorar las condiciones alimenticias de la población, la sanidad agropecuaria y el desarrollo productivo nacional.

- *Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales:* tiene asignado lo concerniente a la conservación, protección sostenibilidad y mejoramiento del ambiente y los recursos naturales en el país, y el derecho humano a un ambiente saludable y ecológicamente equilibrado, debiendo prevenir la contaminación del ambiente, disminuir el deterioro ambiental y la pérdida del patrimonio natural.

- *Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda:* es el encargado de atender lo aplicable al establecimiento, mantenimiento y desarrollo de los sistemas de comunicaciones y transporte del país; al uso y aprovechamiento de las frecuencias radioeléctricas y del espacio aéreo; a la obra pública; a los servicios de información de meteorología, vulcanología, sismología e hidrología; y a la política de vivencia y asentamientos humanos.

- *Ministerio de Cultura y Deportes:* le corresponde lo relativo a la conservación y desarrollo de la cultura guatemalteca, y el cuidado de la autenticidad de sus diversas manifestaciones; la protección de los monumentos nacionales y de los edificios, instituciones y áreas de interés histórico o cultural; y el impulso de la recreación y del deporte no federado ni escolar.

- *Ministerio de Economía:* trabaja en el desarrollo de las actividades productivas no agropecuarias, el comercio interno y externo, de la protección al consumidor, del fomento a la competencia, de la represión legal de la competencia desleal, de la limitación al funcionamiento de empresas monopólicas, de la inversión nacional y extranjera, de promoción a la competitividad, y del desarrollo industrial y comercial.

- *Ministerio de Educación:* le corresponde lo concerniente a los servicios escolares y extraescolares para la educación de los guatemaltecos.

- *Ministerio de Energía y Minas:* es el encargado de atender lo vinculado a la producción, distribución y comercialización de la energía y de los hidrocarburos, y a la explotación de los recursos mineros.

- *Ministerio de Finanzas Públicas:* trabaja en torno al régimen jurídico hacendario del Estado, incluyendo la recaudación y administración de los ingresos fiscales, la gestión de financiamiento interno y externo, la ejecución presupuestaria y el registro y control de los bienes que constituyen el patrimonio del Estado.

- *Ministerio de Gobernación:* está a cargo del mantenimiento de la paz y el orden público, la seguridad de las persona y de sus bienes, la garantía de sus derechos, la ejecución de las órdenes y resoluciones judiciales, el régimen migratorio y refrendar los nombramientos de los ministros de Estado incluyendo el de quien lo suceda en el cargo.

- *Ministerio de la Defensa Nacional:* le compete la defensa de la soberanía y de la integridad del territorio nacional. Es el conducto de comunicación entre el Presidente de la República y el Ejército.

- *Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social:* le atañe laborar respecto a la salud preventiva y curativa, y a las acciones de protección, promoción, recuperación y rehabilitación de la salud física y mental de los habitantes del país y a la preservación higiénica del medio ambiente; a la orientación y coordinación de la cooperación técnica y financiera en salud, y a velar por el cumplimiento de los tratados y convenios internacionales relacionados con la salud en casos de emergencias por epidemias y desastres naturales; y a dirigir en forma descentralizada el sistema de capacitación y formación de los recursos humanos del sector salud.

- *Ministerio de Trabajo y Previsión Social:* está a cargo de lo relativo al trabajo, la formación técnico y profesional, y la previsión social.

- *Ministerio de Relaciones Exteriores:* le corresponde laborar en las relaciones del Estado de Guatemala con otros Estados y personas o instituciones jurídicas de derecho internacional; la representación diplomática del Estado; la nacionalidad guatemalteca; la demarcación del territorio nacional; los tratados y convenios internacionales; y los asuntos diplomáticos y consulares.

- *Ministerio de Desarrollo Social:* sus atribuciones son diseñar, regular y ejecutar las políticas públicas orientadas a mejorar el nivel de bienestar de los individuos o grupos sociales en situación de pobreza y pobreza extrema, de manera que se les dote de capacidades y oportunidades para mejorar sus condiciones de vida, asegurando el respeto de sus derechos humanos y constitucionales. También debe cumplir y hacer que se cumpla el régimen jurídico referente al diseño, ejecución, organización, coordinación, control y prestación de los servicios relacionados con los programas sociales orientados a la población en condiciones de pobreza y extrema pobreza, promoviendo acciones para

> evitar la exclusión y vulnerabilidad en el ámbito no cubierto por políticas públicas sectoriales y garantizar el derecho humano de la población vulnerable para mejorar sus condiciones de vida, asegurando la participación de ellos en el desarrollo integral de la sociedad guatemalteca.

La Ley del Organismo Ejecutivo (1997) también detalla que cada ministerio debe contar con unidades de administración general, secretaría, administración financiera, recursos humanos, contrataciones y adquisiciones, servicios generales y comunicación social. Pero la misma normativa refiere que es la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia la que tiene la función de formular, coordinar y ejecutar la política de comunicación del Gobierno de la República (que abarca a los ministerios del Ejecutivo). Esta dependencia, subraya que su objetivo es informar sobre las acciones del Gobierno de Guatemala en beneficio de los guatemaltecos y en cumplimiento del mandato legal y principios institucionales; para ello, entre otros canales, controla las redes sociales del Gobierno de Guatemala, Dr. Alejandro Giammattei, Canal de Gobierno, Agencia Guatemalteca de Noticias y GT News en Facebook, Twitter, Instagram, TikTok y YouTube (Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, 2023).

2.4.1.2 Alejando Giammattei

Alejandro Eduardo Giammattei Falla fue electo como presidente para el período del 14 de enero de 2020 al 14 de enero de 2024. Llegó al cargo después de ganar el balotaje en los comicios de 2019. En esa ocasión, el Tribunal Supremo Electoral (2020) acreditó que el binomio conformado por él (presidenciable) y César Guillermo Castillo Reyes (vicepresidenciable) obtuvo 1.9 millones de votos con el partido Vamos por una Guatemala Diferente, venciendo de esa manera a Sandra Julieta Torres Casanova y Carlos Raúl Morales Moscoso que se postularon por el partido Unidad Nacional de la Esperanza, quienes consiguieron 1.3 millones de sufragios.

Alejandro Eduardo Giammattei Falla, antes de estas elecciones, ya había intentado llegar a la Presidencia en tres ocasiones. Barreto (2019) menciona que la primera de ellas ocurrió en 2007, cuando quedó en tercer lugar con el partido Gran Alianza Nacional; en 2011 volvió a intentar

ganar la Presidencia, pero quedó en noveno posición con el Centro de Acción Social; mientras que en 2015 fue el presidenciable del partido Fuerza, con el que quedó en el cuarto escalafón.

Previo a ser gobernante, ocupó varios puestos públicos. Giammattei (2022) expresa que es médico y cirujano, y entre 1983 y 1985 trabajó para Dirección General de Servicios de Salud en donde fungió como médico supervisor de servicios de salud, director del programa de atención de desastres y responsable de los campamentos de refugiados en las áreas afectadas por el Conflicto Armado Interno; en el Tribunal Supremo Electoral fue coordinador general del proceso electoral de 1985; fue director del Transporte Público Urbano en la Municipalidad de Guatemala entre 1986 y 1988; volvió al Tribunal Supremo Electoral entre 1988 y 1991 para ser coordinador general del proceso electoral.

Giammattei (2022) explica que de entre 1991 a 1992 fue gerente general de Empagua; también fue secretario privado en la Vicepresidencia de la República entre 1992 y 1995. Por último, comenta que fue director del Sistema Penitenciario entre 2022 y 2007. Barreto (2019) expone que su paso por esta última institución implicó un parteaguas en la carrera política de Giammattei Falla, por su participación en la operación para recuperar el control de la Granja Penal Pavón y por su posterior acusación por supuestamente asociarse ilícitamente para ejecutar extrajudicialmente a siete reos, un proceso penal del que fue absuelto de los cargos.

Asimismo, la gestión de Giammattei Falla no ha estado libre de cuestionamientos. Sáenz (2022) manifiesta que, tras su toma de posesión, fueron cayendo uno a uno "los últimos bastiones de la independencia judicial, la lucha contra la impunidad y la defensa del Estado de derecho" (p. 88):

> Este proceso incluyó la integración de una Corte de Constitucionalidad favorable a los intereses de la coalición gobernante, la desarticulación de la Fiscalía Especial contra la Impunidad (FECI) del Ministerio Público, la confirmación de Consuelo Porras –señalada por el Departamento de Estado estadounidense por obstruir y socavar repetidamente las investigaciones anticorrupción en Guatemala para proteger a sus aliados políticos y obtener favores políticos indebidos– al frente de la Fiscalía General, el desmantelamiento

> de las entidades públicas creadas para dar seguimiento a los acuerdos de paz de 1996 y, recientemente, la imposición fraudulenta de un rector en la única entidad de educación pública superior del país, la Universidad de San Carlos (p. 89).

Sáenz (2022) recuerda que, a pesar de que el partido de Giammattei Falla tuvo un bloque parlamentario minoritario, este logró construir una coalición legislativa que le permitió mantener la Presidencia del Congreso y aprobar leyes de su interés durante su gestión presidencial. "Con esa mayoría logró también integrar una Corte de Constitucionalidad favorable a los intereses de la coalición gubernamental y, apoyado por el Ministerio Público y las altas cortes, intensificó la persecución contra opositores" (p. 94). Por último, explica que:

> Tras meses de hostigamiento, la fiscal general Consuelo Porras destituyó en julio de 2021 al jefe de la FECI, Juan Francisco Sandoval, quien tuvo que abandonar el país. Este fue el banderazo de salida para iniciar una cacería de jueces y fiscales independientes y exfuncionarios de la CICIG, que fueron acusados de manera espuria (...) Periodistas, defensores del territorio, líderes indígenas, estudiantes y activistas han sido objeto de criminalización y judicialización. (p. 94).

2.4.1.2.1 COVID-19

La Organización Mundial de la Salud (2020) declaró la enfermedad por COVID-19 como una pandemia el 11 de marzo de 2020, cuando ya había más de 118,000 casos en 114 países y 4,291 personas habían perdido la vida a causa de este padecimiento. "Esto no es solo una crisis de salud pública, es una crisis que afectará a todos los sectores, y por esa razón todos los sectores y todas las personas deben tomar parte de la lucha" (Organización Mundial de la Salud, 2020).

En Guatemala, el presidente Alejandro Eduardo Giammattei Falla confirmó el primer caso de COVID-19 el 13 de marzo de 2020 (Organización Panamericana de la Salud, 2020). Desde esa fecha hasta el 31 de diciembre de 2023, se habían identificado 1.28 millones de personas con el virus en Guatemala, según el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (2023a), el cual

informa que durante ese lapso 20,272 pacientes murieron a causa de la enfermedad. Esta situación fue relevante en la gestión de Giammattei, ya que llegó al país justo en su gobierno y la emergencia provocada por la pandemia se extendió durante gran parte de su administración.

Incluso, las medidas que su gestión asumió para contener y mitigar esta amenaza a partir del 13 de marzo, según el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala (2020), impactaron la economía, la salud pública, el acontecer político e institucional, las relaciones sociales y laborales, la educación, así como la vida cultural, artística, espiritual, religiosa, recreativa y deportiva.

> En términos generales, la pandemia del COVID-19 ha significado para Guatemala el agravamiento de todos los síntomas de unas condiciones ya previamente críticas en lo económico, social y sanitario. Pero, sobre todo, ha implicado la agudización de la crisis política e institucional, tanto porque afloraron las grandes falencias del Estado y el gobierno para atender con eficiencia y oportunidad la emergencia de salud pública junto a los daños colaterales de las medidas de contención (Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, 2020, p. 18).

De igual manera, el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala (2020) expone que, en una primera fase de la epidemia, Giammattei Falla dio muestras abundantes de que percibió este fenómeno como una oportunidad para legitimar su rol presidencial, aprovechando su condición de médico y cirujano. No obstante, añade, las medidas que estableció provocaron una oleada de críticas por lo que se evidenció como una cadena de improvisaciones y carencia de un sólido plan de contingencia.

En la siguiente fase del manejo gubernamental de la epidemia, dice el Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala (2020), Giammattei Falla dio un paso al costado para dedicarse a gobernar, pero esta acción fue tardía y provocó que acumulara múltiples señalamientos de la caída de la credibilidad gubernamental, por la expansión del contagio, el colapso del sistema sanitario y la baja capacidad de ejecución de los programas de

asistencia a cargo del Organismo Ejecutivo y aprobados por el Congreso de la República. También comenta que:

> La factura por la ineptitud gubernamental, el clientelismo y las falencias estructurales de la institucionalidad del Estado, ha sido grande para la Presidencia de la República que, como dijimos, estaba urgida de recuperarse de la erosión heredada del gobierno de [Jimmy] Morales (p. 23).

Después de tres años de la declaratoria, la emergencia de salud pública del COVID-19 se dio por concluida el 5 de mayo de 2023 por la Organización Mundial de la Salud, lo cual implicó que los países pasaran del modo de emergencia al manejo de la pandemia con otras enfermedades infecciosas (Organización Panamericana de la Salud, 2023). Sin embargo, el epidemiólogo Salvador Peiro expresó que dicho anuncio no significaba que la enfermedad estuviera definitivamente superada, sino que ya se está en otra situación en la que los mecanismos para abordarla son otros, similares a los que se efectúan para atender otras enfermedades respiratorias transmisibles como la gripe (Ballarino, 2023).

Al término de la emergencia sanitaria fijado por Organización Mundial de la Salud, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (2023b) mencionó que había indicadores bajos de contagio y gravedad por COVID-19, aunque recomendó continuar con las medidas para prevenir el contagio, entre ellas el lavado frecuente de manos, el uso de alcohol en gel y mascarilla. En tanto que, una encuesta de CID Gallup (2023), divulgada en octubre de 2023, indicó que el 18% de entrevistados aprobaba la administración de Alejandro Giammattei.

Capítulo 3
3. Marco metodológico

3.1 Método

Los métodos que se utilizaron para esta tesis fueron el analítico-sintético. Vásquez (2006) refiere que el método analítico descompone el todo en sus partes, para investigar cómo está formado y organizado el objeto de estudio. Asimismo, sostiene que el método sintético consiste en ir de las partes al todo. Dado que este trabajo de grado se sostiene en el estructuralismo y define que un mensaje se compone de varios elementos que se interrelacionan entre ellos para concebir un sentido, fue adecuado emplear dichos métodos. Así, el analítico se usó porque el estudio de los mensajes o contenidos digitales del gobierno de Alejandro Giammattei incluye identificar los elementos simbólicos inmersos en ellos. Es decir, estudiar cada uno de sus elementos de forma individual. En tanto que se acudió al sintético para que, a partir de los aspectos que conforman el contenido digital, se reconociera el estilo de la comunicación implementado en dicha gestión y distinguir los actos gubernamentales que promueve.

3.2 Tipo de investigación

Esta investigación fue cualitativa y por su nivel de explicación fue descriptiva. Hernández et al. (2014) dice que la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. Asimismo, Tamayo y Tamayo (2001) indica que una investigación descriptiva comprende la "descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos" (p. 46). Por su parte, la Universidad Veracruzana (2017) menciona que una investigación descriptiva utiliza el método del análisis y logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, además de señalar sus características y propiedades. Las condiciones anteriores se advirtieron para este trabajo de grado, debido a que, en función del desarrollo teórico y los objetivos propuestos en este, se analizó, describió y

caracterizó el fenómeno de la comunicación gubernamental en dos situaciones: la primera, en un contexto digital; y la segunda, en un contexto nacional.

3.3 Objetivos

General

- Analizar la estructura textual y audiovisual de la comunicación gubernamental de la gestión de Alejandro Giammattei, por medio de los mensajes o contenidos digitales emitidos en TikTok en junio de 2023.

Específicos

- Identificar los elementos simbólicos utilizados por el Gobierno de Guatemala para estructurar sus mensajes o contenidos digitales, según los presupuestos de Gamson y Lasch.

- Describir el estilo de la comunicación gubernamental de la administración de Alejandro Giammattei, según los postulados de Riorda.

- Precisar las acciones, políticas públicas, programas gubernamentales o proyectos estatales que son promovidos en los mensajes o contenidos digitales del Gobierno de Guatemala.

3.4 Técnica

Esta investigación se apoyó en la técnica del análisis estructural y, como complemento, de algunos conceptos del análisis de contenido. Respecto del primero, Cañarte (2018) menciona que este se enfoca en las partes de un fenómeno, problema o texto con la intención de comprenderlo. De hecho, agrega que cuando se analiza la información que se recibe, por ejemplo, por medio de

la vista u oído, el ser humano le pone etiquetas a lo que percibe. Es decir, encasilla las ideas en categorías. Las categorías son un concepto desarrollado dentro del análisis de contenido que, según Ruiz (2021), implica dos operaciones estructuralistas.

En primer lugar, Ruiz (2021) dice que una categoría es como un "casillero donde ubicamos unidades de registro para su clasificación y recuento" (p. 13). Este autor menciona que las unidades de registro son los elementos de un texto que se han de considerar o cómo se ha de descomponer el texto en elementos, lo cual debe ir de la "mano de los objetivos de investigación planteados" (p. 10). Para esta investigación, un texto es el equivalente a un vídeo de TikTok.

> La categorización implica en sí misma dos operaciones estructuralistas, por un lado, el inventario, aislar los elementos del texto o corpus, y por otro, la clasificación, distribuir los elementos en función de la búsqueda o imposición de una cierta organización (Ruiz, 2021, p. 13).

Para clarificar los conceptos de unidades de registro y categorías, se recurre a Ruiz (2012), quien afirma que la categorización consiste en aplicar a una unidad de registro un criterio de variabilidad, subdividiéndolo en una serie de categorías y clasificando cada unidad en una de esas categorías. En esa línea, describe el siguiente ejemplo: a una unidad de registro (la palabra casa), le aplico el criterio de variabilidad (el tamaño), desagregándolo en tres categorías (grande, mediano, pequeño); por último, clasifico la casa en una de esas categorías.

En función de lo anterior, del análisis estructural se establece que se analizarán dos partes de los vídeos de TikTok: los componentes textuales (descripción del vídeo y etiquetas) y los componentes audiovisuales (discurso e imágenes), lo cual conformará el mensaje o contenido digital. Por eso, las unidades de registro (en cursiva), las variables (en letras) y las categorías (en números romanos) que se estudiaron en esta investigación fueron las siguientes:

1. *Paquete cultural*
    a. Marco

i. Tema central

b. Dispositivos de enmarcado
    i. Metáforas
    ii. Ejemplos
    iii. Consignas
    iv. Representaciones
    v. Imágenes
c. Dispositivos de razonamiento
    i. Raíces
    ii. Consecuencias
    iii. Apelaciones a principios

2. *Rutinas de la comunicación gubernamental*
    a. Acciones de comunicación del gobierno como entidad
        i. Comunicación del gobierno como un todo o mito
        ii. Comunicación por segmentos o áreas
        iii. Comunicación de programas o proyectos
        iv. Dimensión informativa y pedagógica de la comunicación
    b. Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno
        i. Comunicación por valores
        ii. Comunicación de apelaciones conmemorativas
        iii. Comunicación basada en el humor
        iv. Comunicación negativa basada en el temor
        v. Comunicación agradable, amigable o de estilos de vida
        vi. Comunicación inventarial contable o centrada en hechos
    c. Cuñas de desvíos de comunicación
        i. Egocéntricos, no inclusivos
        ii. Nominales
        iii. No polisémicos, confusos, superpuestos
        iv. Confusión de mensaje de gobierno como un todo con áreas

v. Retrospectivos

d. Cuñas de acceso a la información

3. Registro gubernamental

a. Actor principal

i. Presidente

ii. Ministro

iii. Otro funcionario (viceministro, secretarios, directores, entre otros)

b. Entidad

i. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación

ii. Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales

iii. Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda

iv. Ministerio de Cultura y Deportes

v. Ministerio de Economía

vi. Ministerio de Educación

vii. Ministerio de Energía y Minas

viii. Ministerio de Finanzas Públicas

ix. Ministerio de Gobernación

x. Ministerio de la Defensa Nacional

xi. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

xii. Ministerio de Trabajo y Previsión Social

xiii. Ministerio de Relaciones Exteriores

xiv. Ministerio de Desarrollo Social

xv. Otra institución (secretaría, consejo, comisión, entre otros).

c. Actos gubernamentales

i. Política pública

ii. Programa

iii. Proyecto

iv. Acción gubernamental

4. *Datos generales*
    a. Emisor
    b. Cuenta
    c. Plataforma
    d. Fecha de publicación
    e. Duración

3.5 Instrumento

Para esta investigación se usó como instrumento una tabla de registro, que sirvió para recolectar la información de cada una de las unidades de registro, variables y categorías enumeradas en el inciso anterior. Esta tabla de registro fue de elaboración propia y se basó en los postulados de Riorda (2013) y Gamson y Lasch (1983), mismos que fueron desarrollados y descritos con anterioridad. Adicionalmente, los contenidos digitales que fueron objeto de análisis aparecen listados en un tabla (ver Anexos), en el que se detalla el enlace en el que se le puede encontrar en TikTok, la fecha de publicación y la cuenta desde la cual se difundieron cada uno de los mensajes.

3.6 Universo

Todos los mensajes o contenidos digitales divulgados por el Gobierno de Guatemala en su cuenta de TikTok.

3.7 Muestra

Todos los mensajes o contenidos digitales publicados por el Gobierno de Guatemala en su cuenta de TikTok (@guatemalagob) entre el 1 y 30 de junio de 2023. Es decir, que para esta investigación se recurrió a una muestra no probabilística de tipo homogénea, que Hernández et al. (2014) describen como aquella en las que las unidades a estudiar poseen un mismo perfil o

características, o bien comparten rasgos similares. En total, se identificaron 68 vídeos, de los cuales se descartaron cuatro, porque tres versaban sobre actos ajenos al Organismo Ejecutivo y otro porque carecía de audio.

3.8 Procedimiento

Se analizaron y se registraron, mediante el instrumento de esta investigación, los contenidos digitales del Gobierno de Guatemala divulgados por medio de su cuenta @guatemalagob en TikTok. Para ello, se descargaron cada uno de los vídeos que componen la muestra y se hicieron capturas de pantalla para verificar su estructura textual y audiovisual. Todos esos archivos se almacenaron en la nube para, posteriormente, estudiar cada una de las unidades de registro, variables y categorías propuestas anteriormente y que contribuyeron a cumplir los objetivos planteados.

Capítulo 4
4. Marco analítico

La investigación logró establecer que en los mensajes divulgados por la administración de Alejandro Giammattei en TikTok, con el usuario @guatemalagob, se utilizaron las rutinas de la comunicación gubernamental y paquetes culturales o interpretativos. Tales postulados se emplearon para resolver la pregunta: ¿cuál es la estructura textual y audiovisual de la comunicación gubernamental de la gestión de Alejandro Giammattei en TikTok, según los conceptos de Riorda, Gamson y Lasch?

En esa línea y respondiendo a la interrogante, se afirma que los mensajes difundidos por el Gobierno de Guatemala estuvieron constituidos por metáforas, ejemplos, consignas, representaciones, imágenes, raíces, consecuencias y apelaciones a principios, mismos que se pudieron identificar en los dos componentes de los vídeos: los textuales (descripción del vídeo y etiquetas) y los audiovisuales (discurso e imágenes). Por ello, cada pieza audiovisual analizada se convirtió en un paquete cultural o interpretativo con un núcleo (*frame*) definido y apoyado en los ochos dispositivos simbólicos enumerados anteriormente, para mostrar cómo el gobierno interpreta los asuntos políticos. No solo eso, el *package,* adaptado al formato de TikTok*,* también brindó los insumos para poder describir el estilo de la comunicación gubernamental de la administración de Alejandro Giammattei.

Para arribar a las anteriores aseveraciones, primero se identificaron 68 publicaciones durante el período que se determinó en el ámbito temporal de este trabajo de tesis. Sin embargo, de estas se descartaron cuatro, porque una de ellas no poseía audio, lo que impidió analizar la totalidad del contenido digital; otras tres no se tomaron en cuenta porque se enfocaron en actores o actividades que no le corresponden al Organismo Ejecutivo: la instalación en Guatemala de la Misión de Observación Electoral de la Organización de Estados Americanos, la emisión del primer voto en los comicios de 2023 y las elecciones infantiles.

En ese contexto, esta tesis estudió 64 vídeos publicados por el Gobierno de Guatemala en TikTok. En cada uno de ellos, se pudo identificar el núcleo del mensaje y en total se abordaron 31 marcos (*frames*). Bajo el principio de inclusión, se indica que estos fueron los temas que quiso resaltar la gestión de Alejandro Giammattei, en detrimento de otros actos gubernamentales. Esos fueron los asuntos de la realidad a los que se les dio más importancia y sobre los cuales se articuló el discurso político del gobierno en junio de 2023 con elementos simbólicos y rutinas de comunicación gubernamental, aunque la estrategia de comunicación tuvo como principal falencia la atomización de los temas y la falta de un hilo conductor que permitiera comprender estos actos como parte de un plan de gobierno coherente y unificado. Entre los temas que le resultaron relevantes están las elecciones generales, la integración de adultos mayores a un programa asistencialista, las nuevas instalaciones del parque Erick Barrondo y la conmemoración del Día del Ejército.

Tabla 2

***Frames* más recurrentes del Gobierno de Guatemala**

***Frame* (núcleo o tema principal)**	**Frecuencia**
Discurso sobre las elecciones generales	9
Integración de adultos mayores a programa asistencialista	6
Nuevas instalaciones del parque Erick Barrondo	5
Conmemoración del Día del Ejército	5
Resumen de las acciones del gobierno de Alejandro Giammattei	4
Emprendedores recibieron el Sello Blanco	4
Primera promoción de técnicos en Restauración	3
Construcción de la escuela de La Reforma en Retalhuleu	3
Resultados económicos del gobierno	2
Presentación del nuevo uniforme de la Policía Nacional Civil	2

Visita del ministro de Turismo de Arabia Saudita	1
Resultados del Ministerio de Trabajo en acciones de carácter social	1
Resultados de las fuerzas de seguridad	1
Rentabilidad del Crédito Hipotecario Nacional	1
Presidente emite su sufragio en las elecciones generales	1
Presentación de los resultados en materia económica del gobierno	1
Presentación de equipamiento de la Policía Nacional Civil	1
Lanzamiento de la plataforma de Incidencias de Comercio Exterior	1
Información sobre el Programa Mi Primer Empleo	1
Participación en un congreso del Consejo Apóstolico de Guatemala	1
Entrega de escrituras de terrenos	1
Entonación de la estrofa final del himno nacional	1
Discurso sobre el cambio de uniforme y equipamiento policial	1
Creación de espacios para que los artistas sean reconocidos en Guatemala.	1
Conversación entre Alejandro Giammattei y Kamala Harris	1
Construcción de un hospital en Coatepeque, Quetzaltenango	1
Comunicación entre los mandatarios de Guatemala y Ucrania	1
Celebración del Día del Maestro	1
Avances en la inversión del desarrollo cultural	1
Avances en apoyos sociales del Ministerio de Desarrollo Social	1
Alcances de las acciones asistencialistas a cargo del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación	1

Fuente: Elaboración propia.

4.1 Elementos simbólicos

El Gobierno de Guatemala recurrió en sus mensajes a metáforas, ejemplos, consignas, representaciones e imágenes. Esos dispositivos de enmarcado sirvieron para desarrollar los temas principales (*frames*) y se utilizaron de forma diversa. Sin embargo, las raíces, consecuencias y apelaciones a principios, que son dispositivos de justificación de los actos gubernamentales, fueron empleados en menor medida y, en ocasiones, ni aparecieron piezas comunicativas analizadas. Esto demuestra una falencia para elaborar y manifestar el discurso político en un solo audiovisual (que es un *package*), hecho que evidencia que hubo fallas para demostrar las causas (problemas) y efectos (soluciones) de las acciones estatales y que se les considere legítimas. Esto demuestra el cumplimiento del primer objetivo específico.

4.1.1 Metáforas

El uso de este dispositivo se identificó, principalmente, en las etiquetas (o *hashtags*) de los vídeos. Estas sirvieron para mejorar la comprensión de los eventos, expresar que los actos tenían un propósito, que implicaban un progreso o bien complementaron el tema principal. Este fue uno de los recursos más utilizados por el Gobierno de Guatemala en cuanto a dispositivos simbólicos, ya que se empleó en 53 de los 64 vídeos. Pese a ello, la cantidad de metáforas usadas como etiquetas fue limitada para desarrollar los marcos, debido a que se utilizaron apenas nueve *hashtags* para 42 audiovisuales. La principal fue #CumpliéndoleAGuate, una metáfora que fue incluida en 20 clips. Le siguió el #ElGobDeLosGuatemaltecos con 12 apariciones. En ocasiones varias etiquetas fueron empleadas en un mismo contenido digital.

En total, el Gobierno de Guatemala se apoyó en 18 metáforas para enmarcar sus mensajes, de las cuales, #CumpliéndoleAGuate, #ElGobDeLosGuatemaltecos, #GuatemalaNoSeDetiene, #AccionesQueTransforman se usaron para hacer referencia a que la gestión estaba ejecutando programas sociales, principalmente, para los adultos mayores, obras de infraestructura, acciones en favor de emprendedores y la economía del país.

Tabla 3

Metáforas usadas por el Gobierno de Guatemala y cifra de mensajes en las que se utilizó

Metáfora	Mensajes
#CumpliéndoleAGuate	20
#ElGobDeLosGuatemaltecos	12
#GuatemalaEnUnaSemana	4
#ProtegerYServir	3
#3MilAñosRiquezaCulturalGT	3
#GuatemalaNoSeDetiene	2
#AccionesQueTransforman	2
El voto expresa aspiraciones y anhelos que tenemos para nuestro país	2
#TranformaciónPolicial	1
#Espacios2023	1
Vivimos en una democracia sólida	1
País de oportunidades	1
Marco del orden y la legalidad	1
El destino de Guatemala está ahora en nuestras manos	1
Autoridades tendrán a cargo la dirección de un país	1
Reafirmar lazos de amistad y cooperación	1

Fortalecimiento de relación bilateral	1
Lazos de inversión y desarrollo	1

Fuente: Elaboración propia.

Por aparte, el uso de #GuatemalaEnUnaSemana fue para enumerar algunas de las actividades más importantes de la gestión durante siete días. Se publicaba, generalmente, los sábados y es una metáfora, en el sentido de que no enumera la totalidad de actos que efectúa la administración ni cubre a la totalidad de los sectores, además de que se le atribuye una cualidad temporal (una semana) a un país (Guatemala).

Las etiquetas #ProtegerYServir y #TransformaciónPolicial son expresiones que están vinculadas a la Policía Nacional Civil. La primera resume los pilares del trabajo de los agentes y la segunda responde a un cambio en la institución de seguridad, al asignarles un nuevo uniforme, chalecos antibalas y motocicletas.

En tanto que #3MilAñosRiquezaCulturalGT y #Espacios2023 se utilizaron para enmarcar actos del Ministerio de Cultura y Deporte, mismos que están relacionados con el trabajo que realizan los restauradores para conservar el arte, la cultura y los monumentos (en el caso del primero); y la realización de una actividad para manifestar que es necesario crear *espacios* para que los artistas se den a conocer.

Para el discurso electoral, el presidente Alejandro Giammattei recurrió a pronunciamientos como "democracia sólida", "país de oportunidades", "marco de orden y legalidad", "el destino (...) está en nuestras manos", "dirección de un país" y "el voto expresa aspiraciones y anhelos", todas expresiones de carácter retórico para asignarle relevancia a los comicios de 2023.

Las anteriores metáforas no se consignaron como etiquetas, al igual que las vinculadas con actividades diplomáticas, tales como "reafirmar lazos", "fortalecimiento de relación" y "lazos de

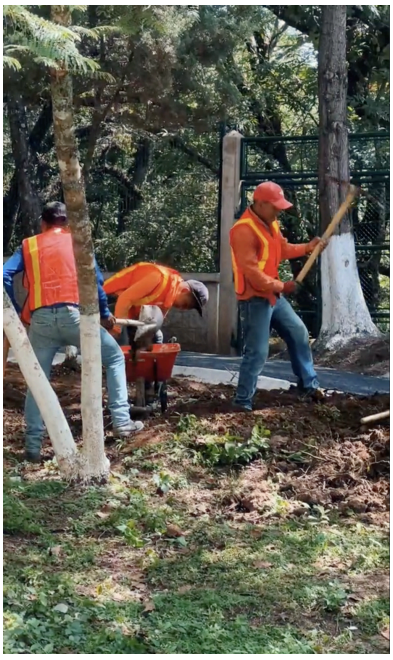
inversión y desarrollo", que buscaron representar el tipo de nexos que el país tiene con otras naciones.

4.1.2 Ejemplos

Los ejemplos se incluyeron en 50 de los 64 vídeos analizados. Todos ellos respondieron a eventos reales del pasado o del presente con los que se logró enmarcar el tema principal y visualizar en qué consistía el acto gubernamental. Su uso fue adecuado para el contexto en el que se emplearon. Por ejemplo, para conmemoración del Día del Ejército el *frame* se apoyó en ejemplos (tomas) del desfile militar; para explicar el tema de las nuevas instalaciones del parque Erick Barrondo se acudió clips de los trabajos realizados; y para mostrar la iniciativa del programa del Adulto Mayor se acudió a testimonios de los beneficiarios. Los siguientes fotogramas fueron extraídos de los contenidos digitales del Gobierno de Guatemala.



Desfile militar



Parque Erick Barrondo



Programa del Adulto Mayor

No obstante, los ejemplos fueron inexistentes cuando el presidente Alejandro Giammattei brindó su discurso sobre las elecciones generales de 2023 o cuando la gestión abordó las relaciones diplomáticas con Estados Unidos y Ucrania. Tampoco se usaron ejemplos en un TikTok destinado a la materia económica y en otro sobre el programa del Adulto Mayor.

4.1.3 Consignas

Las consignas se identificaron en dos componentes de los vídeos del Gobierno de Guatemala: en la descripción de los audiovisuales y en las expresiones utilizadas por los actores principales (presidente, ministro, funcionarios o personas externas a la gestión) durante el audiovisual. Las frases dieron énfasis a la importancia de los actos gubernamentales (o sus beneficios), justificaron su realización, amplificaron el núcleo del contenido del TikTok o magnificaron la figura del presidente Alejandro Giammattei. Una muestra de lo anterior se detalla a continuación:

Tabla 4

Consignas empleadas por el Gobierno de Guatemala

Acto gubernamental	Consigna	Función
Reunión con el ministro de Turismo de Arabia Saudita	Guatemala es el principal exportador de cardamomo hacia Arabia Saudita	Justificar
Discurso sobre el cambio de uniforme y equipamiento policial	(El cambio de uniforme) es el reflejo de los resultados de un proceso de transformación policial	Justificar
Integración de adultos mayores a programa asistencialista	Este es el mejor programa social que tiene el gobierno	Enfatizar

Integración de adultos mayores a programa asistencialista	Decidimos declarar este programa prioritario para el gobierno	Enfatizar
Lanzamiento de la plataforma de Incidencias de Comercio Exterior	Es un paso más para convertir al país en eminentemente exportador	Enfatizar
Primera promoción de técnicos en Restauración	Por primera vez el Ministerio de Cultura tiene técnicos en Restauración	Amplificar
Construcción de la escuela de La Reforma en Retalhuleu	No hay una escuela como esta en toda la región centroamericana	Amplificar
Nuevas instalaciones del parque Erick Barrondo	El parque Erick Barrondo está siendo renovado en su totalidad	Amplificar
Presentación de equipamiento de la Policía Nacional Civil	Agentes agradecen al presidente Alejandro Giammattei	Magnificar
Presentación de los resultados en materia económica del gobierno	Claramente (el presidente) le ha cumplido a Guatemala	Magnificar
Emprendedores recibieron el Sello Blanco	Esfuerzos del presidente Alejandro Giammattei y el Ministerio de Economía para entregar el Sello Blanco	Magnificar
Conversación entre Alejandro Giammattei y Kamala Harris	Harris agradece amistad y colaboración del presidente Alejandro Giammattei	Magnificar

Fuente: Elaboración propia.

4.1.4 Representaciones e imágenes

En las representaciones hubo poca pluralidad y, básicamente, se redujo al uso de dos de ellas: la vestimenta y la condición física. Es decir, que hubo dos variantes para caracterizar a los actores que intervinieron en los vídeos. Por consiguiente, para identificar a un funcionario se apeló a trajes formales o para asociar a un trabajador de las obras en el parque Erick Barrondo se acudió a cascos y chalecos fluorescentes. De hecho, una representación en torno a la vestimenta fue cuando se presentaron los nuevos uniformes de la Policía Nacional Civil y se mostró a los agentes usándolos. Los fotogramas de este inciso fueron extraídos de los clips del Gobierno de Guatemala.



Trajes formales



Casco y chaleco



Agentes policiales

Por aparte, la condición física se utilizó, primero, en el contexto de las inscripciones del Programa del Adulto Mayor, por medio de personas de la tercera edad. Asimismo, fue empleada para presentar, por medio de niños, los uniformes de la Policía Nacional Civil y del Ejército de

Guatemala. Es más, los infantes fueron representados como estudiantes para el tema de la construcción de la escuela La Reforma en Retalhuleu y la celebración del Día del Maestro.



Uniforme policial



Uniforme castrense



Estudiantes

Los aspectos de la vestimenta y la condición física se complementaron con imágenes que permitieron comprender el contenido digital. Por ejemplo, para la conmemoración del Día del Ejército, el equipo militar (helicópteros o embarcaciones) suministró apoyo para entender que eran las fuerzas armadas las que estaban celebrando la fecha. Incluso, para mostrar las obras de infraestructura, las imágenes enmarcaron qué tipo de trabajos se efectuaron. El dispositivo de imágenes estuvo en todos los audiovisuales, pero esto se debe al propio formato de TikTok, que exige que sus publicaciones sean visuales.

4.1.5 Raíces y consecuencias

Este rubro fue descuidado por el Gobierno de Guatemala, ya que 17 de los 64 vídeos analizados carecían de raíces y consecuencias, razón por la que no fue explícito el motivo de la ejecución de

una acción y las repercusiones de la misma. Por eso, no quedó patentada la justificación del acto y su asociación con la política general de la administración.

Por ejemplo, al presentar la primera promoción de técnicos en Restauración, la gestión de Alejandro Giammattei divulgó un contenido digital de cinco segundos sin determinar en qué consistía la acción. En un clip posterior se indicó que la formación de dichas personas era para preservar y restaurar los monumentos del país y con ello contribuir a que las futuras generaciones aprecien las piezas culturales de la nación. Pero en un inicio, tal argumentación no fue suministrada.

La falencia también quedó expuesta en el discurso del presidente Alejandro Giammattei sobre las elecciones generales, en las que no se estableció el propósito de su mensaje y fueron un cúmulo de frases aleatorias sobre el significado del voto dentro de la democracia, entre ellas: *El destino de Guatemala está ahora en nuestras manos*. Lo mismo ocurrió en tres TikTok ligados al Día del Ejército, en los que no hubo una exposición sobre las causas que subyacen al evento y menos de las consecuencias de hacer el desfile militar.

Sin embargo, en otros casos las raíces y las consecuencias sí quedaron definidas, contribuyendo a enriquecer el *frame* y a establecer los problemas (o demandas) y soluciones que rodeaban el efectuar la actividad. Como muestra, se presentan algunos ejemplos en la siguiente tabla:

Tabla 5

Raíces y consecuencias en los actos del Gobierno de Guatemala

Acto gubernamental	Raíz	Consecuencia
Construcción de la escuela de La Reforma en Retalhuleu	La educación es el futuro y el desarrollo de todos los guatemaltecos	Este tipo de infraestructura servirá para iniciar una reforma educativa.
Integración de adultos mayores a programa social	Atender a la población más vulnerable del país	Asistir a más de 11 mil personas de la tercera edad

Construcción de un hospital en Coatepeque, Quetzaltenango	Brindar atención integral en salud a miles de guatemaltecos	Beneficios para quienes están en Quetzaltenango, Retalhuleu y Mazatenango
Primera promoción de técnicos en Restauración	Formación de personas para la preservación y restauración de monumentos del país	Aprecio de las futuras generaciones por el mantenimiento de las piezas culturales del país
Discurso sobre el cambio de uniforme y equipamiento policial	Protección de los policías al recibir, uniformes nuevos, chalecos, movilidad (motos), alimentación y asesoría jurídica	Nuevas actitudes de los policías en las calles

Fuente: Elaboración propia.

4.1.6 Apelaciones a principios

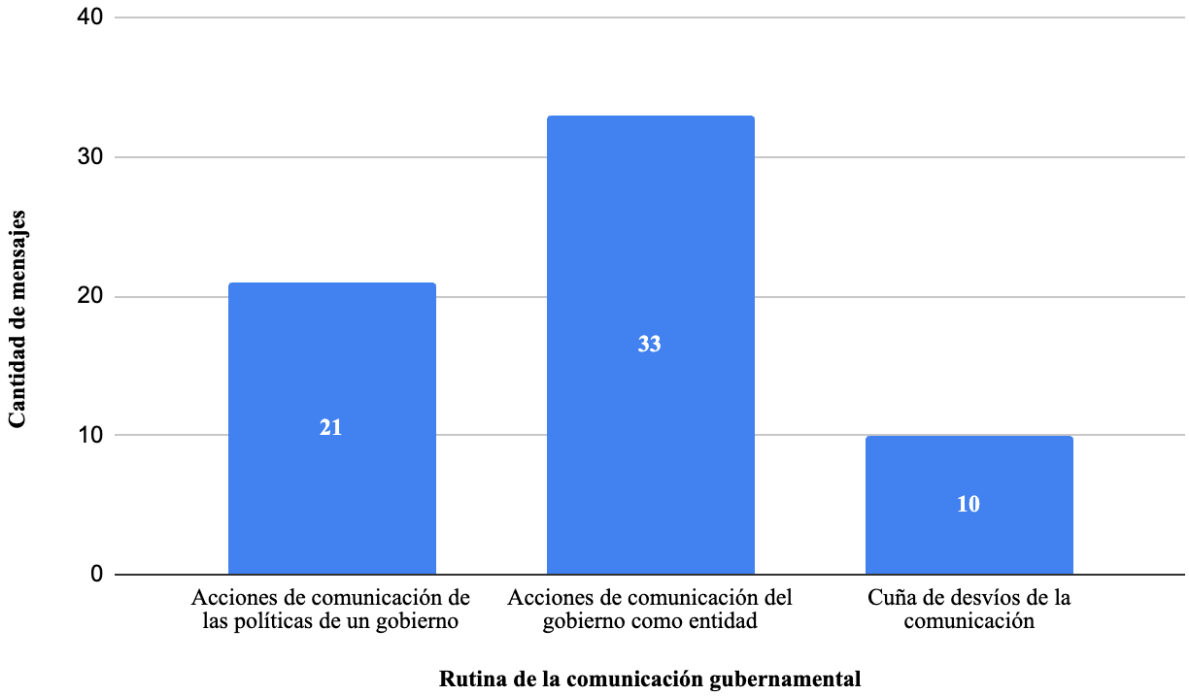
Las apelaciones a principios fueron mínimas en las piezas comunicativas del Gobierno de Guatemala, debido a que solo siete de ellas las tenían. Las apelaciones que se utilizaron en los vídeos fueron: la religión y el patriotismo. La primera fue explícita y se resume a utilizar la frase *Dios bendiga a Guatemala*, misma que se pronunció cuando se mostró la construcción de la escuela La Reforma en Retalhuleu y cuando se le entregaron las escrituras de propiedad de unos terrenos a un grupo de campesinos. Implícitamente la apelación a la religión se encontraba en el clip acerca de la participación gubernamental en un congreso del Consejo Apostólico de Guatemala. El otro valor para legitimar una acción fue apelar al patriotismo cuando se difundió el desfile militar, en el que se indicó que el gobierno del presidente Alejandro Giammattei mejoró las capacidades de las fuerzas armadas y las condiciones de vida de las tropas.

4.2 Rutinas de comunicación gubernamental

El Gobierno de Guatemala se apoyó en tres rutinas de comunicación gubernamental, descritas por Riorda (2013): acciones de comunicación de las políticas de un gobierno, acciones de comunicación de comunicación del gobierno como entidad y cuña de desvíos de la comunicación.

Gráfica 4

Rutinas de la comunicación gubernamental utilizadas por el Gobierno de Guatemala



Fuente: Elaboración propia

De esa cuenta, el Gobierno de Guatemala se centró en resaltar su trabajo como institución (acciones de comunicación del gobierno como entidad), hecho que predominó en 33 de los 64 vídeos analizados –más de la mitad de los audiovisuales analizados–. Para enfatizar los alcances de la administración, los beneficios de los programas o proyectos y que las personas se identificaran con los eventos estatales (acciones de comunicación de las políticas de un gobierno), la gestión de Alejandro Giammattei construyó 21 mensajes. Mientras que los vídeos que no se acoplaron a una acción del Organismo Ejecutivo ascendieron a 10 (cuña de desvíos de la comunicación).

Lo anterior nos da una muestra de que el estilo comunicativo estuvo basado, primordialmente, en el trabajo hecho por el gobierno de Alejandro Giammattei. Sin embargo, la forma en la que se

utilizaron esas rutinas se convirtió en una debilidad. Dicha circunstancia se debe a que solo en dos de los vídeos se hizo referencia a la Política General de Gobierno (línea de acción). Eso es insuficiente para que se le considerara un hilo comunicativo que lograra la unidad de los actos gubernamentales o hiciera que se comprendiera el gobierno como una suma de políticas públicas. En cambio, ocurrió que los eventos se percibieron aislados y dispersos.

Por aparte, el Gobierno de Guatemala utilizó siete categorías de las rutinas de comunicación gubernamental. Varias veces estas se combinaron en un contenido digital. Un ejemplo se dio cuando se mezclaron los datos sobre los beneficiarios del Programa del Adulto Mayor y los testimonios de quienes fueron incluidos en el mismo, lo cual se vincula con las categorías de comunicación inventarial contable o centrada en hechos y de comunicación agradable, amigable o de estilos de vida. Vía este análisis se logró cumplir el segundo objetivo específico.

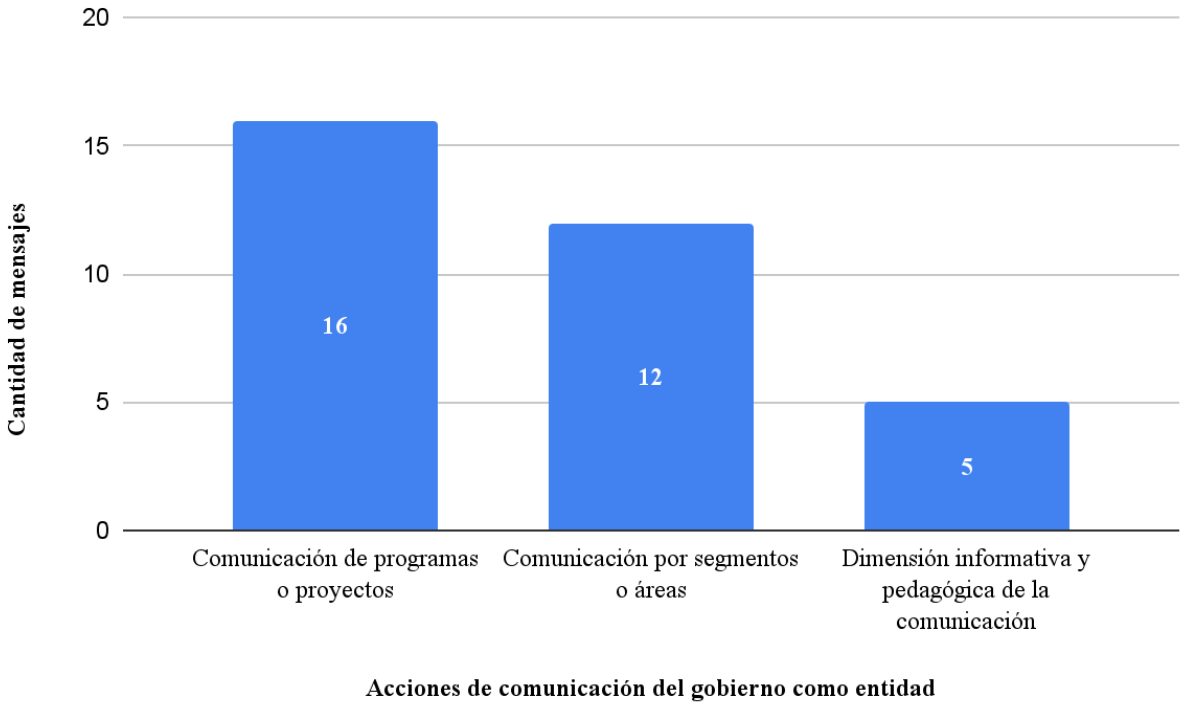
4.2.1 Acciones de comunicación del gobierno como entidad

La categoría de esta rutina que prevaleció en los vídeos del Gobierno de Guatemala fue la comunicación por programas o proyectos. La remodelación del parque Erick Barrondo, la entrega del Sello Blanco para emprendedores (que certifica la calidad para exportación de sus productos), la primera promoción de técnicos en Restauración y la construcción de la escuela de La Reforma en Retalhuleu fueron algunos ejemplos de uso de esta categoría.

La comunicación por segmentos o áreas tuvo un espacio similar al de la anterior categoría, con la que se informó sobre los temas del cambio de uniforme de la Policía Nacional Civil, uno de los TikTok sobre los resultados económicos del gobierno desde la perspectiva del Ministerio de Economía, las relaciones diplomáticas y la participación estatal en un congreso del Consejo Apóstolico de Guatemala. Todas estas acciones solo son partes del quehacer gubernamental y no brindan una imagen general de las actividades del Organismo Ejecutivo. Por último, la dimensión informativa y pedagógica de la comunicación fue otra de las categorías empleadas en esta rutina para los clips con la etiqueta #GuatemalaEnUnaSemana, y para proporcionar información sobre el Programa Mi Primer Empleo.

Gráfica 5

Acciones de comunicación del gobierno como entidad



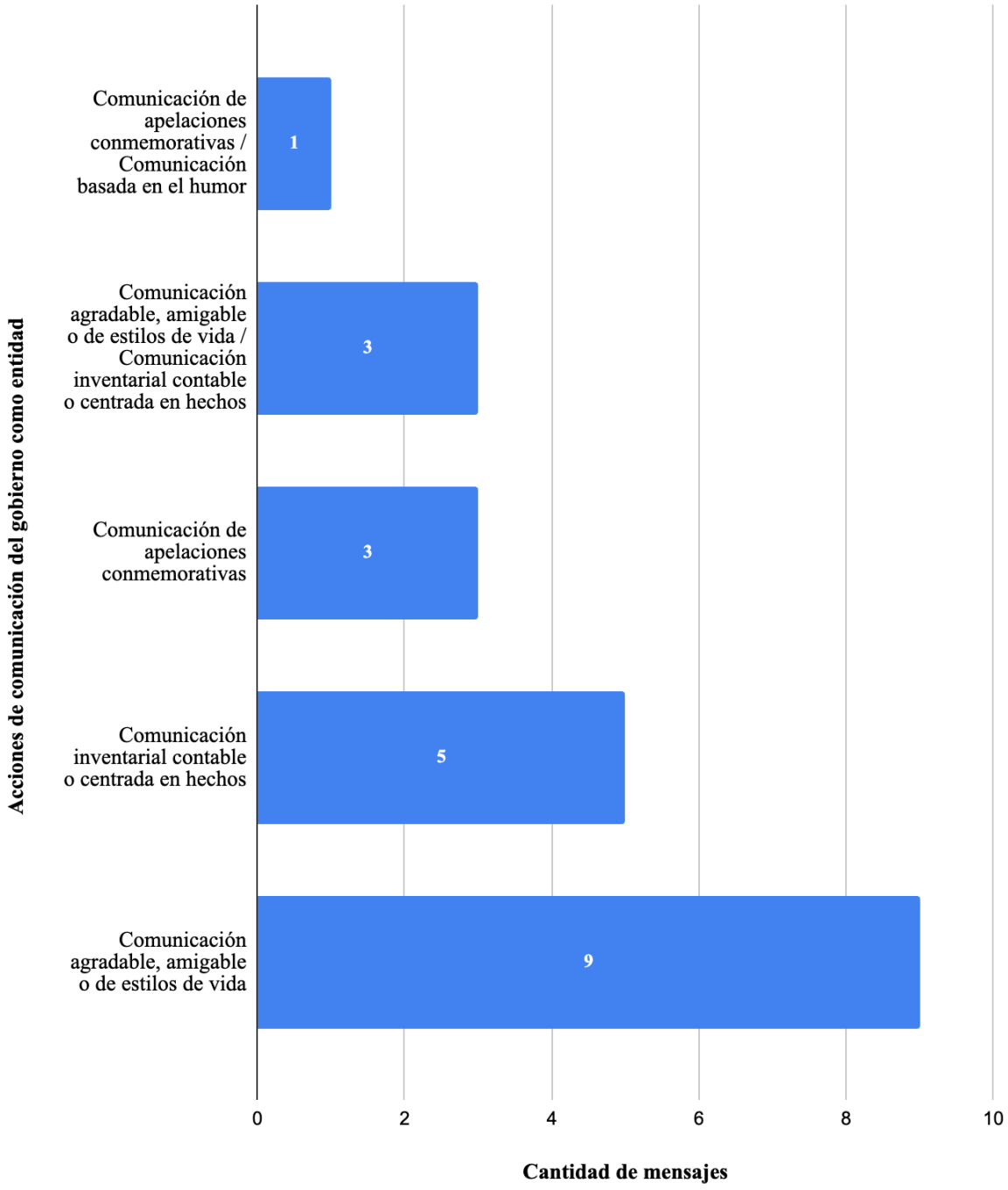
Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno

La categoría que sobresalió en esta rutina fue la de comunicación agradable, amigable o de estilos de vida. Esta se distinguió por medio de testimonios de adultos mayores, agentes policiales y emprendedores. También mediante niños abrazando al mandatario, portando el uniforme de la Policía Nacional Civil o del Ejército de Guatemala.

Gráfica 6

Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno



Fuente: Elaboración propia.

La categoría comunicación inventarial contable o centrada en hechos sirvió para tratar las cifras de personas que fueron incorporadas al Programa del Adulto Mayor, los resultados económicos del gobierno brindados por el Banco de Guatemala, los logros de las fuerzas armadas y los alcances de las acciones asistencialistas del Ministerio de Agricultura. La comunicación de apelaciones conmemorativas, otra categoría de esta sección, quedó manifiesta en las celebraciones del Día del Maestro y del Día del Ejército. Esta categoría se unió a la comunicación basada en el humor al mostrar a un perro que participó en el desfile militar. La comunicación agradable, amigable o de estilos de vida y comunicación inventarial contable o centrada en hechos se mezcló para emitir testimonios y cifras del Programa del Adulto Mayor.

4.2.3 Cuña de desvíos de la comunicación

Los mensajes retrospectivos fueron utilizados diez veces, todos encausados al tema electoral. Ingresaron en esta categoría porque la organización de las elecciones y el llamado al voto no son de las funciones habituales del Organismo Ejecutivo. Todos los vídeos sobre este asunto tuvieron una vida útil acotada, porque sirvieron solo para las elecciones generales del 25 junio de 2023. Estos fotogramas obtenidos de los vídeos del Gobierno de Guatemala muestran esas actividades.



Discurso presidencial sobre las elecciones



Presidente emite su sufragio

4.3 Actos gubernamentales

El tercer objetivo específico de la investigación era precisar las acciones, políticas públicas, programas gubernamentales o proyectos estatales. Y así se hizo. Sin embargo, al estar la comunicación gubernamental dispersa en una diversidad de actividades, la administración dejó una endeble demostración de estas prácticas estatales, porque 36 de los audiovisuales estudiados no estaban conectados con políticas públicas, programas o proyectos estatales. Eso demuestra una falta de estrategia para que todos los actos gubernamentales se comprendieran como una unidad y confirma que hubo una atomización en las actividades divulgadas. Pese a lo anterior, se consiguió identificar los 16 espacios de intervención del Gobierno de Guatemala.

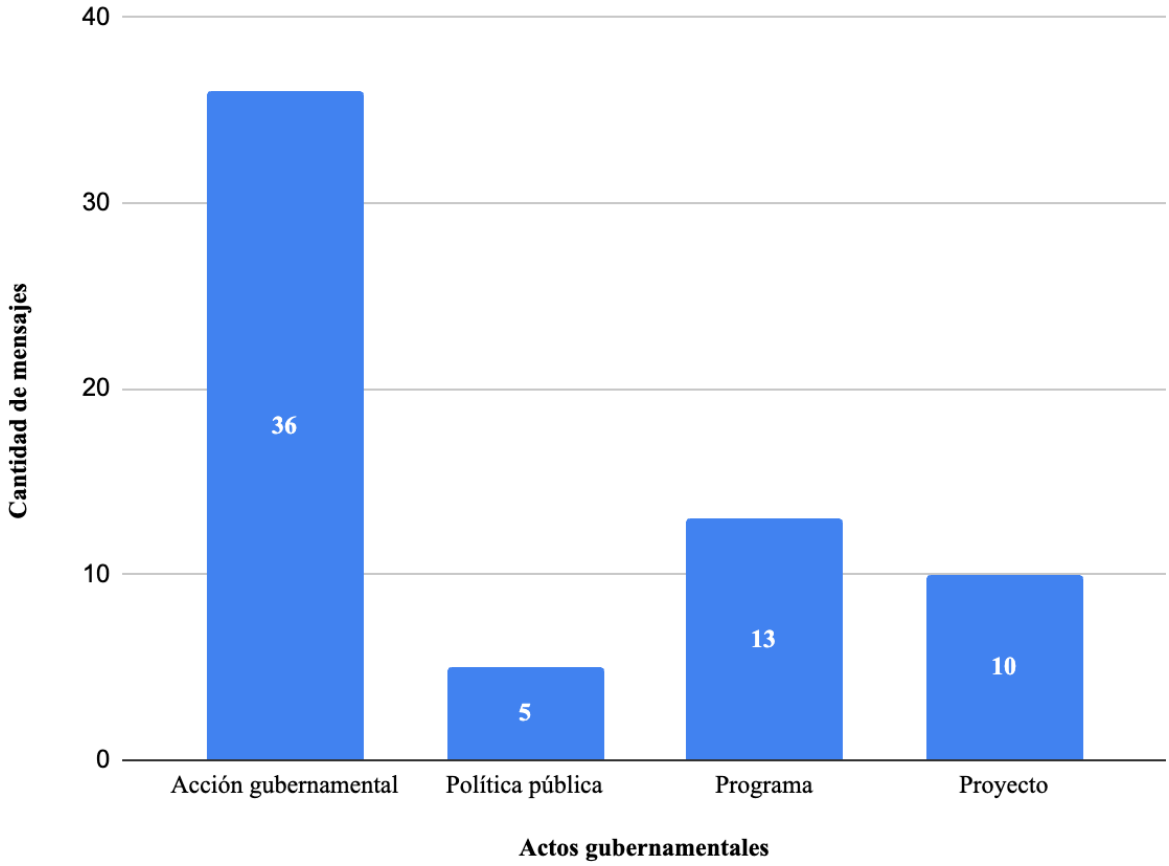
4.3.1 Políticas públicas, programas y proyectos

En las 64 piezas analizadas, solo se pudo establecer que dos de los temas abordados por el Gobierno de Guatemala pertenecían a una política pública: la construcción de la escuela de La Reforma en Retalhuleu, que está vinculada al Pilar Social de la Política General de Gobierno; mientras que la participación del Organismo Ejecutivo en el congreso del Consejo Apóstolico de Guatemala se asoció a la Política General de Gobierno y a la Política de Protección a la Vida y la Institucionalidad de la Familia.

En cuanto a programas, el Organismo Ejecutivo solo hizo referencia a ellos en 13 vídeos. La mayoría para hablar sobre los que tiene asignados el Ministerio de Trabajo y Previsión Social: Programa del Adulto Mayor, Programa de Movilidad Laboral y Programa Mi Primer Empleo. En tanto que el Ministerio de Desarrollo Social también tuvo un audiovisual para expresarse sobre los programas Comedores Solidarios, Becas, Jóvenes Protagonistas y Transferencias Monetarias. El Ministerio de Economía obtuvo espacio para pronunciarse sobre el programa Sello Blanco.

Gráfica 7

Tipos de actos gubernamentales expuestos por el Gobierno de Guatemala



Fuente: Elaboración propia

Además, hubo 10 audiovisuales dedicados a los siguientes proyectos: las nuevas instalaciones del parque Erick Barrondo, el lanzamiento de la plataforma de Incidencias de Comercio Exterior, la primera promoción de técnicos en Restauración y la entrega de escrituras de terrenos. El resto (36 TikTok) fueron acciones gubernamentales que no se vincularon con una política estatal, programa o proyecto, por lo que no se puede establecer si correspondían a una plan previamente diseñado por el Gobierno de Guatemala, pero que sirvieron para mostrar actos sobre cultura, seguridad, economía, diplomacia, banca, música, alimentación, electoral e informativo.

4.3.2 Áreas de incidencia

Las políticas públicas, programas, proyectos y acciones del Gobierno de Guatemala tuvieron 16 áreas en las que incidieron. El ámbito que prevaleció en los mensajes, durante el lapso analizado, fue el electoral (el 25 de junio de 2023 se celebraron las elecciones generales), aunque este tema no está directamente vinculado con el quehacer del Organismo Ejecutivo. No obstante, tras este *frame*, la bandera de la gestión gubernamental fueron las acciones asistenciales expresadas en los programas del Adulto Mayor, Comedores Solidarios, Becas, Jóvenes Protagonistas, Transferencias Monetarias, Movilidad Laboral (migrantes) y entrega de terrenos.

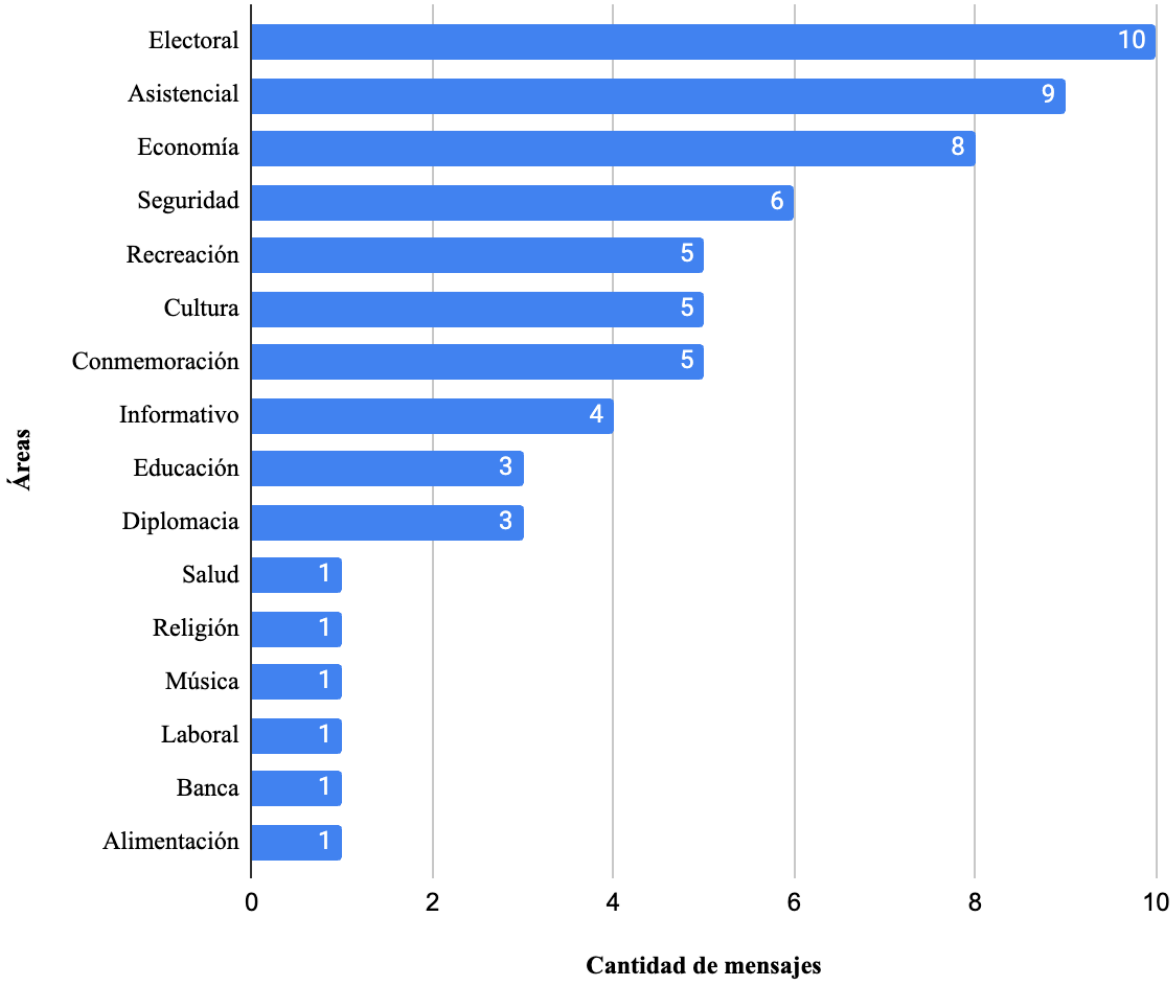
En el área de economía se utilizaron ocho vídeos para exponer el progreso en el país y los beneficios del Sello Blanco dado a emprendedores para que puedan exportar sus productos. La seguridad ocupó el tercer lugar en los asuntos tratados por la administración de Alejandro Giammattei, mediante la presentación del nuevo uniforme y equipamiento de la Policía Nacional Civil, así también del mejoramiento de las *capacidades* del Ejército de Guatemala.

La recreación, cultura y conmemoraciones ocuparon cinco contenidos digitales cada uno. La primera área fue cubierta por los mensajes sobre las nuevas instalaciones del parque Erick Barrondo. La segunda se respaldó en la primera promoción de técnicos en Restauración, la creación de espacios para los artistas guatemaltecos y los avances de la inversión en desarrollo cultural. En tanto que la tercera se aplicó para la celebración del Día del Maestro y la conmemoración del Día del Ejército.

El ámbito informativo se utilizó en cuatro audiovisuales para el resumen semanal de las actividades del Organismo Ejecutivo. Para la diplomacia hubo tres mensajes para explicar las relaciones internacionales de Guatemala con Arabia Saudita, Estados Unidos y Ucrania. Tampoco fue importante para la administración en este mes el contexto educativo al dedicarle tres vídeos y todos basados en la construcción de la escuela La Reforma en Retalhuleu.

Gráfica 8

Ámbitos presentados en los mensajes del Gobierno de Guatemala



Fuente: Elaboración propia.

Para junio de 2023, el Gobierno de Guatemala les brindó un mínimo espacio a los ámbitos de salud (construcción de un hospital en Quetzaltenango); religión (participar en un congreso de una del Consejo Apóstolico de Guatemala); banca (dar a conocer la rentabilidad del Crédito Hipotecario Nacional); música (por la entonación de una estrofa del himno nacional); alimentación (acciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación); y laboral (Programa Mi Primer Empleo). Todos estas áreas solo tuvieron un audiovisual.

4.3.3 Entidades

Los actos gubernamentales se concentraron en 14 instituciones del Estado y, en ciertas ocasiones, estos se efectuaron entre dos de esas entidades. El Ministerio de Cultura y Deportes fue el que tuvo más representatividad en la divulgación estatal (restauradores, renovación del parque Erick Barrondo e inversión en desarrollo cultural). Le siguió el Ministerio de Trabajo y Previsión Social (programas Adulto Mayor, Mi Primer Empleo y Movilidad Laboral).

Por último, el Ministerio de Economía (lanzamiento de una plataforma electrónica de comercio exterior, emprendedores con el Sello Blanco, resultados económicos del gobierno) y el Ministerio de la Defensa Nacional (conmemoración del Día del Ejército, banda marcial y resultados de las fuerzas armadas) se ubicaron en la tercera y cuarta posición, respectivamente.

Tabla 6

Entidades que concentraron los mensajes gubernamentales

Entidad	Mensajes
Gobierno de Guatemala	18
Ministerio de Cultura y Deportes	10
Ministerio de Trabajo y Previsión Social	8
Ministerio de Economía	7
Ministerio de la Defensa Nacional	6
Ministerio de Gobernación	4
Ministerio de Educación / Ministerio de Comunicaciones	2
Secretaría General de Planificación	1
Ministerio de Salud / Ministerio de Comunicaciones	1
Ministerio de Relaciones Exteriores	1
Ministerio de Gobernación / Ministerio de la Defensa	1

Ministerio de Desarrollo Social	1
Ministerio de Comunicaciones	1
Ministerio de Agricultura	1
Crédito Hipotecario Nacional	1
Banco de Guatemala	1

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, hubo varias actividades que no se le pudieron atribuir directamente a un órgano público, por lo que estas se registraron como Gobierno de Guatemala, un concepto que agrupa a todas las instituciones del Organismo Ejecutivo. Si bien genérico, abarcó varios clips, pero bajo esta representación solo se abordaron temas diplomáticos, electorales, discursos del presidente Alejandro Giammattei, los resúmenes de actividades semanales, una acción asistencialista y otra de conmemoración. El Crédito Hipotecario Nacional y el Banco de Guatemala son instituciones autónomas que consiguieron espacio dentro de la comunicación gubernamental, pero que tienen vínculos con el Organismo Ejecutivo, ya que los presidentes de ambas entidades son nombrados por el gobernante. Por esa razón no se descartaron de esta investigación.

4.3.4 Figuras

La figura del presidente Alejandro Giammattei fue la que resaltó en los vídeos analizados. De hecho, fue el actor principal en 27 de los 64 audiovisuales. Por ello, la comunicación gubernamental fue bastante presidencialista. Si bien 10 ministros también participaron en las piezas comunicativas, a ellos solo se les otorgó 11 audiovisuales de la muestra seleccionada y aparecieron en los contenidos digitales los ministros de Relaciones Exteriores, Gobernación, Comunicaciones, Educación, Economía, Cultura, Desarrollo Social, Alimentación, Trabajo y Defensa.

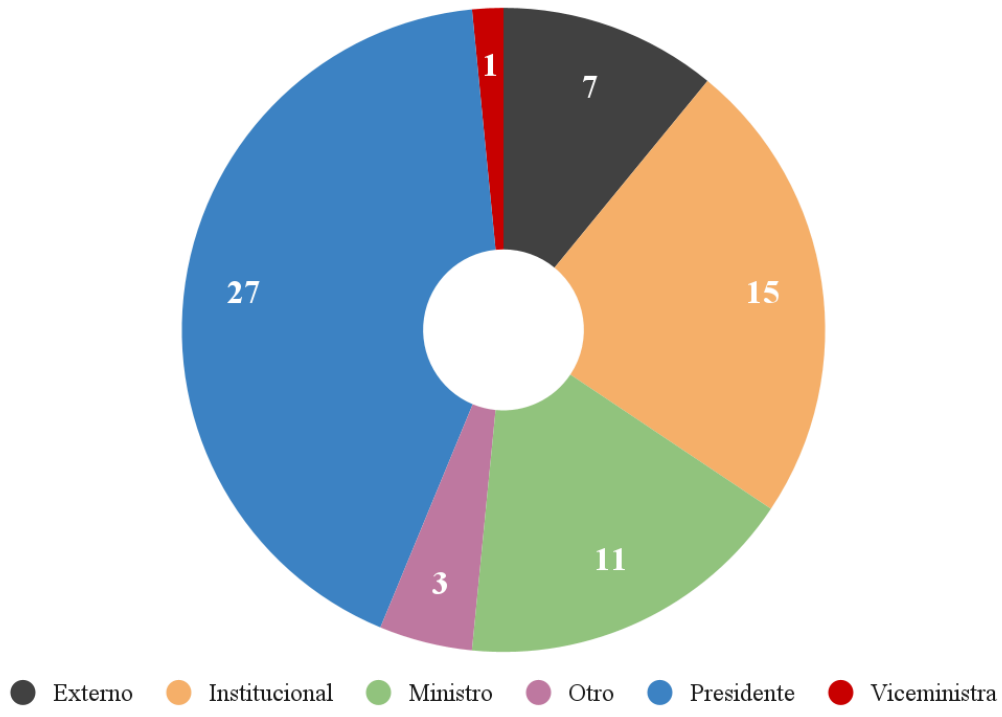
Asimismo, se le brindó un TikTok a una viceministra del Ministerio de Trabajo y Previsión Social (2%). Tres audiovisuales a actores ajenos al Gabinete de Gobierno (incluidos en el apartado *Otro*): la secretaria de Planificación y a los presidentes del Banco de Guatemala y del Crédito

Hipotecario Nacional. Hubo siete vídeos en los que los actores principales fueron *externos*, quienes no ocupan ningún cargo de dirección en alguna entidad pública o no pertenecen a la administración, como el marchista Erick Barrondo, un emprendedor, adultos mayores, policías y niños.

Por último, el Gobierno de Guatemala evitó personificar 15 vídeos que se identifican con la categoría "institucional". En estos contenidos digitales no hubo una persona que describiera el audiovisual. En contraparte, estos buscaron ejemplificar la acción a través de la presentación de instalaciones, distinciones entregadas a las personas y exhibición de las fuerzas armadas.

Gráfica 9

Actores que participaron en la comunicación gubernamental



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

- Los mensajes en TikTok de la gestión de Alejandro Giammattei tuvieron componentes textuales y audiovisuales, estuvieron estructurados por un núcleo (*frame*) y elementos (dispositivos) simbólicos y fueron divulgados bajo rutinas de comunicación gubernamental. Los elementos simbólicos y las rutinas de comunicación gubernamental lograron enmarcar y resaltar los asuntos que le interesaron a la citada administración. En esa línea, cada clip se volvió un paquete cultural o interpretativo. Por medio de la descripción, las etiquetas, el discurso y las imágenes del contenido digital se manifestaron las metáforas, ejemplos, consignas, representaciones, imágenes, raíces, consecuencias y apelaciones a principios. El uso de tales elementos simbólicos propició la articulación del núcleo del asunto (*frame*) y evidenció el estilo de la comunicación utilizado por el gobierno, gracias al análisis de 64 audiovisuales distribuidos en 31 temas (*frames*). Por consiguiente, los conceptos de Riorda (2013) y Gamson y Lasch (1983) son aplicables al contexto nacional y, en este caso, permitieron estudiar cómo se manifiesta y emplea la comunicación gubernamental en el país.

- Los dispositivos de enmarcado (metáforas, ejemplos, consignas, representaciones e imágenes) y los de razonamiento (raíces, consecuencias y apelaciones a principios) fueron los elementos simbólicos identificados en las piezas comunicativas del Gobierno de Guatemala. El recurso más usado fue el de imágenes, pero esto responde a la dinámica de TikTok, que exige que los contenidos digitales sean visuales. De hecho, en las etiquetas, otro de los elementos de la plataforma, se encontraron metáforas. Los ejemplos sirvieron para que, gráficamente, se entendiera en qué consistía el acto gubernamental y, por ende, evidenciar su núcleo. Las consignas fueron utilizadas para justificar, enfatizar, amplificar o magnificar las actividades estatales. En tanto que las representaciones expresaron los roles de los actores involucrados en cada audiovisual. Las raíces, consecuencias y apelaciones a principios fueron empleadas deficientemente: las primeras dos se omitieron en 17 contenidos digitales, lo que limitó que se definieran las causas y efectos del acto

gubernamental; las terceras apenas se emplearon en siete piezas comunicativas y fueron de carácter religioso y patriótico.

- El estilo de la comunicación de la administración de Alejandro Giammattei, evocado por las rutinas de comunicación gubernamental, estuvo enfocado en demostrar la labor hecha por la administración y en resaltar los resultados de sus actividades. Pese a ello, esto provocó que los actos estatales se dispersaran en una variedad de asuntos políticos, que no lograron comprenderse como unidad y concebir que la gestión tenía plan de gobierno o una línea de acción definida. En ese contexto, la comunicación de programas o proyectos y la comunicación por segmentos o áreas, dos categorías de la rutina de las acciones de comunicación del gobierno como entidad, fueron las que predominaron en los TikTok. Los testimonios de beneficiarios de las actividades estatales, la presencia de niños en los actos, cifras y conmemoraciones fueron otros métodos para destacar lo efectuado por la administración vía la rutina de acciones de comunicación de las políticas de un gobierno. En menor medida, el gobierno recurrió a mensajes que no estaban vinculados a sus funciones habituales, mismas que encuadraron en la rutina de cuña de desvíos de la comunicación.

- Si bien se logró precisar políticas públicas, programas gubernamentales o proyectos estatales, este fue aspecto débil de la gestión de Alejandro Giammattei: más de la mitad de los contenidos digitales analizados no fueron vinculados expresamente a algunos de los anteriores lineamientos gubernamentales. Sin embargo, sí hubo una mención leve de la Política General de Gobierno. También hubo una alta exposición del Programa del Adulto Mayor y del proyecto de las nuevas instalaciones del parque Erick Barrondo. En total, la administración tuvo 16 áreas de intervención, lo cual confirma la dispersión de sus actos. Los ministerios de Cultura y Trabajo fueron las instituciones a las que se le dio mayor presencia en los audiovisuales, aunque distintos clips no se le pudieron atribuir a algún órgano estatal y fueron registrados como Gobierno de Guatemala. Es importante resaltar que la comunicación fue predominantemente presidencialista, porque fue Alejandro

Giammattei quien participó, se pronunció y fue el actor principal en casi la mitad de las piezas comunicativas estudiadas.

Recomendaciones

- La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala debe motivar el análisis de la comunicación gubernamental o sus mensajes desde el pregrado, ya sea desde la perspectiva de sus elementos simbólicos o por la vía de los estilos que regularmente adquieren los contenidos digitales que emiten las organismos de carácter ejecutivo, principalmente porque esta tesis demostró que tales conceptos, desarrollados por Riorda, Gamson y Lasch, pueden emplearse para estudios en Guatemala. Por supuesto, esto se nutriría si, además, se estudian los impactos positivos o negativos de las publicaciones, la interacción entre gobernados y gobernantes en plataformas digitales (incluyendo las emergentes como Tik Tok) y las iniciativas creadas por los entes públicos para permitir y ampliar la participación ciudadana en el Estado.

- Los profesionales de la comunicación deben ampliar las investigaciones sobre la estructura de los mensajes del ámbito gubernamental y sus formas de exposición en Guatemala. Por medio de este trabajo, se elaboró un instrumento que puede ser aplicable a otros contextos para estudiar los elementos simbólicos y las rutinas de comunicación gubernamental utilizados por otros gobiernos locales o nacionales, a fin de diagnosticar y verificar la implementación de la comunicación gubernamental en otros contextos y comparar los casos para tener ejemplos de éxito –posiblemente replicables– o insumos para mejorar su aplicación. Es necesario que los estudios en esta materia continúen dada la relevancia de esta rama de la comunicación no solo para el sistema político, sino también para la sociedad, para que esté informada sobre las acciones que ejecutan sus autoridades, para que se escuchen sus demandas y para que participen en la formulación de las políticas públicas, programas y proyectos que mejoren sus condiciones de vida.

- La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia tiene que establecer una estrategia de comunicación con un estilo adecuado, que logre la unidad entre todas las piezas difundidas y evite que los actos efectuados por el gobierno de turno se perciban desubicados, improvisados o dispersos en la realidad. De esa manera, la estrategia tendrá

que estar unida al plan general de gobierno de cada una de las administraciones y, por medio de la comunicación, intentar conseguir el mayor apoyo de los ciudadanos hacia las políticas públicas, programas, acciones y proyectos que la gestión impulse.

- Los tanques de pensamiento nacionales deben evaluar si los actos gubernamentales (acciones, políticas públicas, programas gubernamentales y proyectos estatales) de la gestión de Alejandro Giammattei cubrieron las demandas ciudadanas. Dicho diagnóstico serviría para establecer cuál fue la totalidad de problemas en los que la administración se centró en sus cuatro años de gestión, las soluciones que impulsó para atenderlos, si estas funcionaron, lo que se necesita para mejorarlas y una posible ruta para garantizar el desarrollo y una buena calidad de vida para los habitantes del país.

Referencias bibliográficas

Acosta, M. (2021, mayo 13). *Clase 2: Comunicación gubernamental: funciones y características*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=ndpJZh6_CWE

Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la información y comunicación*. Universidad de Murcia. https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf

Aguilar, L. (2010). *Política pública*. Escuela de Administración Pública del DF. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25351w/M1AP113_S4_AGUILAR.pdf

Aira, T., Curto, V., Escalona, N., y Rom, J. (2019). *La comunicación política*. Universitat Oberta de Catalunya. https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147157/4/ComunicacionPoliticaYDeInstitucionesPublicas_Modulo1_LaComunicacionPolitica.pdf

Amadeo, B. (2016). El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos. *Austral Comunicación*, *5*, 155-181. https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0502.ama

Ankuash, L., Peralta, N., y Suquilanda, M. (2021). TikTok en el ocio de los jóvenes. En *TikTok: más allá de la hipermedialidad* (pp. 33-50). Editorial Abya-Yala. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21071/4/2021-09-24%20T.%20TIK%20TOK.pdf

Arango, C. (2009). Ideas para ir de la semiótica del signo a la semiótica del discurso en el texto audiovisual: Un mínimo itinerario nocional. *Revista Luciérnaga Audiovisual*, *1*, 51-62. https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/244/212

Ardèvol, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, *70*, 423-450. http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053

Arias, D., y Herrera, H. (2012). *Entre políticas gubernamentales y políticas públicas: análisis del ciclo de las políticas de desarrollo del gobierno del Estado de Michoacán, México, 2003-2010*. INAP, Instituto Nacional de Administración Pública. https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/4523-entre-politicas-gubernamentales-y-politicas-publicas-analisis-del-ciclo-de-la-politicas-de-desarrollo-del-gobierno-del-estado-de-michoacan-mexico-2003-2010

Baldacci, A. (2020). *Comunicación gubernamental y democracia digital a partir de las políticas de Gobierno Abierto en la Municipalidad de Córdoba (2015-2019)*. Universidad Nacional de Córdoba. https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/18302

Ballarino, F. (2023). *La OMS declaró el final de la emergencia sanitaria internacional por COVID-19: qué significa*. Chequeado. https://chequeado.com/el-explicador/la-oms-declaro-el-final-de-la-emergencia-sanitaria-internacional-por-covid-19-que-significa/

Barajas, J. (2021, enero 25). *Andamos muy enredados II: redes sociales digitales*. Sociología divertida. http://sociologiadivertida.blogspot.com/2021/01/andamos-muy-enredados-ii-redes-sociales.html

Barreto, B. (2019, mayo 20). Alejandro Giammattei, biografía de un candidato itinerante. *Prensa Libre*. https://www.prensalibre.com/guatemala/politica/alejandro-giammattei-20-anos-de-un-candidato-itinerante/

Bin, H. (2022, julio 8). Todos los políticos hacen campaña desde TikTok: una red cautivante y de impacto. https://concriterio.gt/todos-los-politicos-hacen-campana-desde-tiktok-una-red-cautivante-y-de-impacto/

Bolaños, A. (2019). *Narrativas comunicativas en torno a la controversia entre el presidente Jimmy Morales y el comisionado de la CICIG, Iván Velásquez. Encuadres desde el Gobierno, la prensa y los internautas*. Universidad Rafael Landívar. http://bibliod.url.edu.gt/Tesis/jeg/2019/05/01/Bolanos-Ana.pdf

Bolaños, E. (2012). *Aplicación del modelo de Lasswell sobre los usos de Facebook por parte de los Estudiantes del Plan de Autoformación a Distancia (PAD) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación*. Universidad de San Carlos de Guatemala. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0981.pdf

Borrayo, J. (2017). *Estudio semiológico de la pintura El Cristo de San Juan de la Cruz de Salvador Dalí*. Universidad de San Carlos de Guatemala. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1594.pdf

Bracamonte, E. (2002). Política, Estado y gobierno. *Ciencia y Cultura*, *6*(10), 73-78. https://cienciaycultura.ucb.edu.bo/a/article/view/637

Bruno, D., Guerrini, L., y Martins, M. (2022, abril). La comunicación gubernamental como objeto: Un recorrido por la actualidad de las reflexiones académicas en el cono sur.

Question/Cuestión, *3*(71), 1-22. https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/download/7329/6542/31322

Cañarte, V. (2018). *Análisis estructural y de contenido de las estrategias comunicacionales que utiliza la empresa Reflejos de la Ciudad de Manta período 2017*. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/1798/1/ULEAM-PBL-0028.pdf

Canel, M. J. (2006). *Comunicación política: Una guía para su estudio y práctica*. Tecnos.

Chanduví, S. (2020). *La comunicación de gobierno y su vínculo con la participación ciudadana en el Terminal Portuario de Chimbote*. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48619

Chihu, A. (2010). El framing audiovisual del spot político. *Cultura y representaciones sociales*, *5*, 174-197. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102010000200005

Chihu, A., y López, A. (2004). El "análisis de los marcos" en la obra de William Gamson. *Estudios Sociológicos*, *22*, 435-460. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59806507

CID Gallup. (2023). *Opinión sobre la gestión presidencial: muy buena o buena*. Twitter. https://twitter.com/cidgallup/status/1716961472167690716/photo/1

Conde, M., Prada-Espinel, O., y Pullaguari-Zaruma, K. (2021). Comunicación gubernamental pre-covid de los presidentes hispanohablantes en Twitter. *Universitas*, *34*, 63-86. https://universitas.ups.edu.ec/index.php/universitas/article/view/34.2021.03

Constitución Política de la República de Guatemala. (1985).

Córdova, G. (2023). *La construcción de legitimidad presidencial en las redes sociales gubernamentales. Estudio de caso: la cuenta Twitter de Lenin Moreno 2017-2020*. Universidad Andina Simón Bolívar. http://hdl.handle.net/10644/9125

Cortés, A. (2022). *Comunicación digital y gobernanza en el municipio de Chilpancingo de los Bravo 2018-2021*. Universidad Autónoma de Guerrero. http://ri.uagro.mx/bitstream/handle/uagro/3389/TMC_06286353_22.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Crespo, I., Garrido, A., y Medina, R. (2017). La comunicación de crisis en la administración pública española: análisis de evidencia empírica. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, *18*, 110-134. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281553357007

De la Torre, L. (2012). Las redes sociales: conceptos y teorías. *Consonancias*, *39*, 7-11. https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/7067

Del Rey, J. (2011). La comunicación política en la sociedad del marketing y de internet. Encuadres, relatos y juegos de lenguaje. *Revista de Comunicación*, *10*(1), 102-128. https://revistadecomunicacion.com/article/view/2773

Domínguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Red Tercer Milenio. https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf

Duverger, M. (1975). *Métodos de las ciencias sociales* (A. Sureda, Trad.). Ariel.

Echavarría, C., y Maurizi, V. (2013). La comunicación gubernamental: ¿herramienta para la legitimación de políticas o condición de posibilidad de la participación ciudadana? *Encuentro Panamericano de Comunicación*. https://www.publicacioncompanam2013.eci.unc.edu.ar/files/companam/ponencias/Comun

icaci%C3%B3n,%20Pol%C3%ADtica%20y%20Derechos%20Humanos/ComunicacionyPolitica_echevarria.pdf

Espinoza, I., Pérez, F., Suqui, E., Arévalo, J., y Tenesaca, S. (2021). Comparativa entre TikTok e Instagram según estudios de caso. En *TikTok: más allá de la hipermedialidad* (pp. 15-32). Editorial Abya-Yala. https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21071

Fernández, M. (2015). *Marco jurídico estructural de la Administración Pública Federal Mexicana*. Marco jurídico estructural de la administración pública federal mexicana. https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/4519-marco-juridico-estructural-de-la-administracion-publica-federal-mexicana

Fernández, N., y Schejtman, L. (2012). *Planificación de políticas, programas y proyectos sociales*. Fundación CIPPEC. https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2017/03/1419.pdf

Fix, H. (2016). *"Es voluntad del pueblo mexicano...": introducción ciudadana a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México. https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/4364-es-voluntad-del-pueblo-mexicano-introduccion-ciudadana-a-la-constitucion-politica-de-los-estados-unidos-mexicanos-coleccion-inehrm

Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. *Barataria*, *12*, 113-121. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007

Gamson, W., y Lasch, K. (1983). The political culture of social welfare policy. En S. Spiro & E. Yuchtman-Yaar (Eds.), *Evaluating the Welfare State: Social and Political Perspectives* (pp. 397-415). Academic Press. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-657980-2.50032-2

García, V. (2006). Estado y Gobierno. *Lex*, *4*(3), 157-183. http://dx.doi.org/10.21503/lex.v4i3.1945

Giammattei, A. (2022). *Currículum Vitae*. Alejandro Giammattei. https://alejandrogiammattei.presidencia.gob.gt/wp-content/uploads/2022/01/CV-Dr-Alejandro-Giammattei.pdf

Giraldo, C. (2008). Fundamentos de la comunicación. In *Teorías de la comunicación* (pp. 11-22). Fundación Universidad de Bogotá Jorga Tadeo Lozano. https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field_attached_file/pdf-teorias_de_la_comunicacioon-pag.-_web-11-15_0.pdf

Goffman, E. (2006). *Los marcos de la experiencia*. Centro de Investigaciones Sociológicas y Siglo XXI.

Gomezcoello, J., Asanza, J., y Ávila, I. (2021). TikTok en la comunicación política: caso elecciones del Ecuador 2021. In *TikTok: más allá de la hipermedialidad* (pp. 75-96). Editorial Abya-Yala. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21071/4/2021-09-24%20T.%20TIK%20TOK.pdf

González, N. (2014). La teoría de redes sociales y las políticas públicas. Una aproximación al debate teórico y a las posibilidades de intervención en realidades sociales. *Forum*, *6*, 81-97. https://revistas.unal.edu.co/index.php/forum/article/view/52968

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (P. Baptista Lucio, Ed.). McGraw-Hill Education.

Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, *91*(2), 121-128. https://doi.org/10.15517/rr.v91i2.1513

Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala. (2020). La crisis recargada. *Revista Análisis de la Realidad Nacional*, 16-34. https://ipn.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2020/10/IPN-RI-32-Final.pdf

Kemp, S. (2023). *TikTok Users, Stats, Data, Trends, and More — DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal. https://datareportal.com/essential-tiktok-stats

Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, *2*, 1-25. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5652777.pdf

Ley del Organismo Ejecutivo. (1997).

Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers*, *48*, 103-126. https://doi.org/10.5565/rev/papers/v48n0.1814

Marín, I., Ruiz, F., y Robayo, C. (2016). Un concepto básico como la comunicación. En *Conceptos básicos sobre la Comunicación Social: Introducción a la comunicación y hacia su investigación* (pp. 5-10). Editorial Académica Española. https://www.researchgate.net/publication/298786957_Un_concepto_basico_como_la_Comunicacion

Mendé, B., y Smith, C. (1999). La comunicación política: un espacio de confrontación. *Comunicar*, *13*, 201-208. https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=13&articulo=13-1999-33#Referencias-Articulo

Meyenberg, Y. (2015). La comunicación gubernamental: Gran Bretaña y México, una visión comparada. *Revista Española de Ciencia Política*, *39*, 95-113. https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/38562

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. (2023b). *Ante la declaratoria de la OMS de poner fin a la emergencia de COVID-19 el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social informa: | Recursos para Prensa - Gobierno de Guatemala*. Sala de Prensa: Gobierno de Guatemala. https://prensa.gob.gt/comunicado/ante-la-declaratoria-de-la-oms-de-poner-fin-la-emergencia-de-covid-19-el-ministerio-de

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. (2023a). *Situación de COVID-19 en Guatemala*. MSPAS. https://tableros.mspas.gob.gt/covid/

Moya, M., y Herrera, S. (2015). Hacia una comunicación política avanzada en la Internet 2.0. *Observatorio (OBS*)*, *9*(4), 113-139. https://doi.org/10.15847/obsOBS942015907

Municipalidad de Puente Alto. (2020). *Glosario de Términos*. Transparencia Municipalidad de Puente Alto. https://transparencia.mpuentealto.cl/doctos/GLOSA%20(6).pdf

Muñiz, C. (2022). *Framing y política. Aportaciones empíricas desde Iberoamérica*. Tirant Humanidades. https://www.researchgate.net/publication/359069523_Framing_y_politica_Aportaciones_empiricas_desde_Iberoamerica

National Research Council. (1989). *Improving Risk Communication*. National Academy Press. https://nap.nationalacademies.org/read/1189/chapter/1

Olmedo, R. (2021). La comunicación política en Internet: el caso de #RedAMLO en México. *Universitas*, *34*, 109-130. https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.05

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2014). *Indicadores Unesco de cultura para el desarrollo: manual metodológico*. Unesco. https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf

Organización Mundial de la Salud. (2020). *Alocución de apertura del Director General de la OMS en la rueda de prensa sobre la COVID-19 celebrada el 11 de marzo de 2020*. OMS. https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020

Organización Panamericana de la Salud. (2020). *Se confirma primer caso de COVID-19 en Guatemala*. OPS. https://www.paho.org/es/noticias/13-3-2020-se-confirma-primer-caso-covid-19-guatemala

Organización Panamericana de la Salud. (2023). *Se acaba la emergencia por la pandemia, pero la COVID-19 continúa*. OPS. https://www.paho.org/es/noticias/6-5-2023-se-acaba-emergencia-por-pandemia-pero-covid-19-continua

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2012). *Glossary of Key Terms for completing the 2012 OECD Budgeting Practices and Procedures Survey*. Pempal. https://www.pempal.org/sites/pempal/files/event/attachments/glossary-of-key-terms-budgeting-practices-and-procedures-survey-_eng.pdf

Orta, J. (2012). *Vinculación del poder político con el poder mediático. Análisis de la problemática actual y perspectiva histórica*. Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/handle/11441/61171

Panke, L., y Esquivel, E. (2013). Comunicación electoral e Internet: cuestiones sobre la participación ciudadana. *Geminis*, *2*, 65-74. http://ilitia.cua.uam.mx:8080/jspui/handle/123456789/651

Pascual, R. (2007). *Fundamentos de la comunicación humana*. Editorial Club Universitario. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/fundamentos_de_la_comunicacion_humana-roberto_de_miguel_pascual.pdf

Pecker, L. (2020). *La comunicación gubernamental en el Municipio de Villaguay en el período 2015-2019*. Pontificia Universidad Católica Argentina. https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/11820

Pérez, L. (2008). Aportes del estructuralismo a la identificación del objeto de estudio de la comunicación. *Razón y Palabra*, (63). http://www.razonypalabra.org.mx/n63/varia/LBeltran.html

Plottier, J. (2014). Teoría de redes y fenómenos de comunicación: problemas metodológicos. *Dixit*, *21*, 56-67. https://doi.org/10.22235/d.v0i21.400

Ramírez, J. (2000). *Derecho Constitucional Sinaloense*. Universidad Autónoma de Sinaloa. http://ru.juridicas.unam.mx/xmlui/handle/123456789/10394

Reaño, W. (2019). *La simbiosis de la comunicación gubernamental y las políticas públicas*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/8064

Reyes, M., O'Quinn, J., Morales, J., y Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, *14*, 85-101. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67618934007

Riffo, I. (2022). La construcción del mensaje político a partir de los imaginarios sociales y el framing. *Atenea*, *525*, 45-63. https://doi.org/10.29393/At525-3CMIR10003

Riorda, M. (2006). Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso. En *La Construcción del consenso: gestión de la comunicación gubernamental*. La Crujía.

Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, *2*, 96-111. https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956

Riorda, M. (2013). "Gobierno bien pero comunico mal": análisis de las rutinas de la comunicación gubernamental (RCG). En L. Elizalde & M. Riorda (Eds.), *Comunicación gubernamental 360* (pp. 69-97). La Crujía.

Ruiz, A. (2021). El contenido y su análisis: enfoque y proceso. *Universitat de Barcelona*, 1-22. http://hdl.handle.net/2445/179232

Ruiz, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto.

Sabán, M. (2014). *Análisis semiológico de la novela El amor en los tiempos de cólera de Gabriel García Márquez*. Universidad de San Carlos de Guatemala. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1285.pdf

Sáenz, R. (2022). *Guatemala: ¿del Estado capturado al Estado plurinacional?* Nueva Sociedad. https://nuso.org/articulo/guatemala-del-estado-capturado-al-estado-plurinacional/

Santos, D. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. Red Tercer Milenio.

Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia. (2023). *Rendición de Cuentas 2023. Primer Cuatrimestre.* Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia. https://www.scspr.gob.gt/wp-content/uploads/2023/02/Informe-Rendicion-de-Cuentas-Primer-Cuatrimestre-2023-SCSPR.pdf

Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia. (2022). *Guía de formulación de políticas públicas*. Segeplan. https://portal.segeplan.gob.gt/segeplan/wp-content/uploads/2023/02/Guia-de-Formulacion-Politicas-Publicas.pdf

Sevilla, M. (2020). *Resumen sobre Internet*. Universidad de Guadalajara. http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3088/1/Resumen%20del%20Contenido%20de%20la%20Unidad.pdf

Sevilla, S. (2023). *Mario Riorda: "La comunicación puede ser ese punto de partida para construir consensos"*. PNUD Perú. https://www.undp.org/es/peru/noticias/mario-riorda-la-comunicacion-puede-ser-ese-punto-de-partida-para-construir-consensos

Tamayo y Tamayo, M. (2001). *El proceso de la investigación científica*. Limusa.

Tamboleo, R. (2021). Medios sociales o redes sociales: conceptualización y metodología para sociología en español. *Revista Inclusiones*, *8*, 354-369. https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/4c275722-17d0-4ef3-be39-bf466b72c87c/content

Tribunal Supremo Electoral. (2020). *Memoria de Elecciones Generales y de Diputados al Parlamento Centroamericano 2019*. TSE. https://www.tse.org.gt/images/memoriaselec/me2019.pdf

Tribunal Supremo Electoral. (2023). *Decreto 1-2023*. TSE. https://www.tse.org.gt/images/Decretos2023/decreto_01-2023.pdf

Universidad Nacional del Sur. (2013). *Introducción a la Operación de Computadoras Personales*. Departamento de Ciencias e Ingeniería de la Computación. https://cs.uns.edu.ar/materias/iocp/downloads/Apuntes/Unidad%203%20-%20Internet.pdf

Universidad Veracruzana. (2017). *Introducción a la Investigación: guía interactiva*. Introducción a la Investigación: guía interactiva. https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad1/investigacion-tipos.html

Valdés, M. (2022). Comunicación política y legitimidad en el gobierno de Andrés Manuel López Obrador (2018-2021). *Polis*, *18*, 7-38. https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/polis/2022v18n2/valdes

Vásquez, R. (2006). *Métodos de investigación social*. Colección Textos.

Vi, S. (2022, septiembre 16). Un estudio muestra quiénes son los usuarios que más usan TikTok en Guatemala, la app preferida de los más jóvenes. *República*. https://republica.gt/entretenimiento/un-estudio-muestra-quienes-son-los-usuarios-que-mas-usan-tiktok-en-guatemala-la-app-preferida-de-los-mas-jovenes-202291512330

Villegas, M., y Castañeda, W. (2020). Contenidos digitales: aporte a la definición del concepto. *Revista Kepes*, (22), 257-276. http://kepes.ucaldas.edu.co/downloads/Revista22_10.pdf

Winocur, R. (2000). Comunicación política. En *Léxico de la política* (pp. 76-81). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Académica de México.

Wolton, D. (1998). La comunicación política: construcción de un modelo. En *El nuevo espacio público*. Gedisa. https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionpolitica1/wp-content/uploads/sites/134/2023/04/Dominique-Wolton-CAP2-La-comunicacion-politica-construccion-de-un-modelo-2-1.pdf

Anexos

Instrumento

Tabla de registro para el análisis de paquetes culturales y rutinas de comunicación gubernamental Instrucciones: Llenar los campos según corresponda.	
Datos generales	
Emisor	Indicar quién emite el mensaje o contenido digital.
Cuenta	Mencionar el nombre de usuario del emisor del mensaje o contenido digital.
Plataforma	Detallar la red social objeto de análisis.
Fecha	Día, mes y año en el que se hizo la publicación del mensaje o contenido digital objeto de análisis.
Duración	Especificarlo en minutos y segundos.
Paquete cultural	
Tema	
Después de haber leído, escuchado y visto todos los componentes objeto de análisis, detallar el tema principal del mensaje. Por ejemplo, puede ser la entrega de bonos económicos, insumos o una obra. La descripción no deberá superar las quince palabras.	
Dispositivos de enmarcado	
Metáforas	Identifique el texto, etiqueta, parte del discurso, frase o imagen que encuadra en alguno de los dispositivos indicados. Por ejemplo, la etiqueta (*hashtag*) del mensaje o contenido digital puede ser una metáfora. Si no hay, coloque N/A.
Ejemplos	
Consignas	
Representaciones	
Imágenes	
Dispositivos de razonamiento	
Raíces	Identifique el texto, etiqueta, parte del discurso, frase o imagen que encuadra en alguno de los dispositivos indicados. Por ejemplo, las causas de una problemática mencionadas en el mensaje o contenido digital puede ser una raíz. Si no hay, coloque N/A.
Consecuencias	
Apelaciones a principios	
Rutinas de comunicación gubernamental	
Variable	Indicar la variable de las rutinas de comunicación gubernamental a la que responda el mensaje. Ejemplo: "Acciones de comunicación del gobierno como entidad".
Categoría	Indicar la categoría de las rutinas de comunicación gubernamental a la que

	responda el mensaje. Ejemplo: "Comunicación por segmentos o áreas".		
Registro gubernamental			
Actor principal	Anotar cargo del actor principal del mensaje o contenido digital. Puede ser el presidente o un ministro; si es otro tipo de funcionario, un secretario, por ejemplo, colocar "otro". Si intervienen varios funcionarios, mencionar al que se pronuncie sobre el tema principal del mensaje o sea la figura principal del contenido digital. Si no aparece ningún funcionario y solo se hace referencia a una entidad, se debe colocar "institucional".	*Nombre*	Identidad del actor principal. Si el registro en el ítem de "actor principal" fue "institucional", mencionar el nombre de la entidad protagonista (ministerio, dirección o secretaría). Si no está explícita la entidad protagonista, se puede utilizar "Gobierno de Guatemala" como término amplio.
Acto gubernamental	Puede ser una política pública, programa o proyecto, el cual debe ser plenamente identificado o mencionado durante el mensaje o contenido digital. Si eso no ocurre, se deberá registrar como "acción gubernamental", que es un término de carácter general.	*Nombre*	Colocar el nombre de la política pública, programa o proyecto. Si el registro fue "acción gubernamental", sintetizar en una palabra a qué área de intervención corresponde dicho acto. Ejemplo, "educación" o "diplomacia".
Entidad	Apuntar la entidad a la que se le atribuye el acto gubernamental o a la que le corresponde el área de intervención enunciada en el mensaje. Por ejemplo, "recreación" corresponde al Ministerio de Cultura y Deportes.	*Área*	Añadir el área de intervención del acto gubernamental. Si en el ítem de arriba ya fue registrado, este espacio se puede llenar con ese mismo dato. Ejemplo, "educación" o "diplomacia".
Descripción			
Después de haber hecho el registro de cada uno de las unidades, variables y categorías, realizar una síntesis de los hallazgos.			

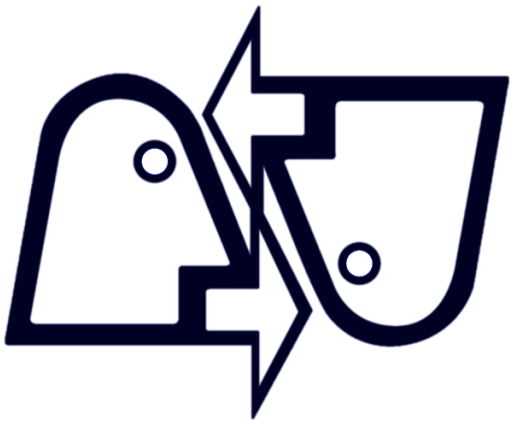
Cuadro de contenidos digitales de TikTok que fueron objeto de estudio

No	Enlace	Fecha	Cuenta	
1	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7239842832138161413	01/06/2023	@guatemalagob	
2	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7239858305420561670	01/06/2023	@guatemalagob	
3	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7240469732183264518	03/06/2023	@guatemalagob	
4	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7240536639930453253	03/06/2023	@guatemalagob	
5	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7240937294142672133	04/06/2023	@guatemalagob	*
6	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7241313728438766854	05/06/2023	@guatemalagob	
7	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7241349152108514566	05/06/2023	@guatemalagob	
8	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7241608564660358406	06/06/2023	@guatemalagob	
9	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7241610325315898630	06/06/2023	@guatemalagob	
10	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7241704028344782086	06/06/2023	@guatemalagob	
11	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7241775371308240133	06/06/2023	@guatemalagob	
12	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7241945898732014854	07/06/2023	@guatemalagob	
13	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7241984252970110214	07/06/2023	@guatemalagob	
14	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7242855058403085573	09/06/2023	@guatemalagob	
15	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7242901295626030342	09/06/2023	@guatemalagob	
16	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7243124675080064261	10/06/2023	@guatemalagob	
17	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7243214590450896134	10/06/2023	@guatemalagob	
18	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7243592929489472774	11/06/2023	@guatemalagob	
19	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7243949432083975430	12/06/2023	@guatemalagob	
20	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7243963775211015430	12/06/2023	@guatemalagob	
21	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7244199833555258630	13/06/2023	@guatemalagob	
22	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7244214564458368261	13/06/2023	@guatemalagob	
23	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7244357399908338949	13/06/2023	@guatemalagob	
24	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7244515338577054982	14/06/2023	@guatemalagob	
25	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7244610969786240262	14/06/2023	@guatemalagob	
26	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7244707707498827013	14/06/2023	@guatemalagob	
27	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7244727801918606598	14/06/2023	@guatemalagob	
28	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7245010591058775302	15/06/2023	@guatemalagob	
29	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7245053401514855685	15/06/2023	@guatemalagob	
30	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7245082686136519941	15/06/2023	@guatemalagob	

31	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7245118696031571206	15/06/2023	@guatemalagob	
32	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7245395883506912517	16/06/2023	@guatemalagob	
33	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7245465945676745990	16/06/2023	@guatemalagob	
34	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7245749737658404101	17/06/2023	@guatemalagob	
35	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7245778246220942598	17/06/2023	@guatemalagob	
36	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7246046957834177797	18/06/2023	@guatemalagob	
37	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7246098272421498118	18/06/2023	@guatemalagob	
38	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7246141850258640133	18/06/2023	@guatemalagob	
39	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7246510304098651398	19/06/2023	@guatemalagob	
40	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7246551557171383557	19/06/2023	@guatemalagob	
41	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7246870392365763845	20/06/2023	@guatemalagob	
42	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7246928207981726982	20/06/2023	@guatemalagob	
43	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7246969600561237254	20/06/2023	@guatemalagob	*
44	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7247280829154495750	21/06/2023	@guatemalagob	
45	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7247647921171107078	22/06/2023	@guatemalagob	
46	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7247669988436348165	22/06/2023	@guatemalagob	
47	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7247681106831576325	22/06/2023	@guatemalagob	
48	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248039635480300805	23/06/2023	@guatemalagob	
49	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248067594324872453	23/06/2023	@guatemalagob	
50	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248086126508903686	23/06/2023	@guatemalagob	
51	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248252154509610245	24/06/2023	@guatemalagob	
52	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248299255859825925	24/06/2023	@guatemalagob	
53	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248330287166377222	24/06/2023	@guatemalagob	
54	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248344051026529542	24/06/2023	@guatemalagob	
55	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248362103952641286	24/06/2023	@guatemalagob	
56	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248407763624135942	24/06/2023	@guatemalagob	
57	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248448233830124805	24/06/2023	@guatemalagob	
58	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248594452179193093	25/06/2023	@guatemalagob	
59	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248627526224923910	25/06/2023	@guatemalagob	*
60	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248728091592281350	25/06/2023	@guatemalagob	*
61	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7248793813416725765	25/06/2023	@guatemalagob	
62	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7250189254008016134	29/06/2023	@guatemalagob	
63	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7250246449038970118	29/06/2023	@guatemalagob	

64	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7250575314332454150	30/06/2023	@guatemalagob	
65	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7250613602229505285	30/06/2023	@guatemalagob	
66	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7250640848155725061	30/06/2023	@guatemalagob	
67	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7250666652264615173	30/06/2023	@guatemalagob	
68	https://www.tiktok.com/@guatemalagob/video/7250685512640417029	30/06/2023	@guatemalagob	

(*) Vídeos que no fueron tomados en cuenta en el análisis de esta investigación.



Comunicación

creando futuro