

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA DE CIENCIAS JURÍDICAS**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES.**



**PROGRAMA UN NIÑO UNA COMPUTADORA UNA HERRAMIENTA POLÍTICA  
DE CAMPAÑA.**

**CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN DERECHO POLÍTICO:  
GOBIERNO Y SISTEMA ELECTORALES.  
(CICLO I-2021)**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO(A) EN CIENCIAS JURÍDICAS**

**PRESENTADO POR:  
JOSSELYN CIOSMARA ARANZAMENDI CRUZ**

**DOCENTE ASESOR:  
MSC. LUIS EDUARDO AYALA FIGUERO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, OCTUBRE DE 2021**

# **PROGRAMA UN NIÑO UNA COMPUTADORA UNA HERRAMIENTA POLÍTICA DE CAMPAÑA.**

## **RESUMEN**

El objetivo del presente ensayo es realizar un análisis de la campaña electoral del presidente Salvador Sánchez Cerén para las elecciones presidenciales del año 2014, y como un programa a implementar puede ser utilizado como estrategia política para promover que el electorado se decida por un determinado candidato político, que a través de un mensaje de campaña pueda transmitir a la gente la confianza de recibir los votos a cambio de trabajar por el progreso de las diferentes áreas en las que el pueblo está necesitado; de modo que las campañas electorales son siempre un proceso intenso llevado a cabo por los partidos y sus candidatos, en la búsqueda de los votos del pueblo como parte sustancial de los sistemas democráticos, toda campaña busca construir mayorías electorales estables y asegurar la legitimidad social, que es lo mejor de la tarea del sistema democrático; por lo tanto el objetivo de toda campaña electoral es transmitir un mensaje por medio de estrategias que son la herramienta central en una campaña, es la base sobre la que se construye toda la propuesta, por consiguiente, la estrategia traza el camino a seguir para alcanzar el objetivo político. Además, permite a los candidatos definir claramente cómo van a conseguir el voto de los electores. La estrategia evalúa el terreno político, las circunstancias o el clima en el que se desarrollará la campaña, la imagen del candidato y de los adversarios, los objetivos, el mensaje, la comunicación, el calendario de la campaña, los amigos y en consecuencia todas las alianzas posibles, los competidores a vencer y los competidores a neutralizar, todo esto se hace a través de la estrategia en la que se determina la mejor forma de posicionar al candidato, identificando el espacio constitutivo que puede ocupar en el mercado a posicionar, en conclusión la estrategia da un mensaje contundente a todas las acciones a realizar en la campaña.

## **INTRODUCCIÓN.**

Desde sus inicios, las campañas electorales han pasado por varias etapas. Para empezar, bajo los órdenes sociales agrarios, las campañas eran el medio para que obreros y trabajadores agrícolas canalizarán sus peticiones apoyando a caudillos carismáticos, que representaban bajo planes caciquiles de sólida herencia pre-democrática. En los órdenes sociales modernos, las campañas fueron descritas por la asamblea de nombramiento de obreros, trabajadores agrícolas e individuos de las clases trabajadoras, bajo planes clientelistas y libertarios. Eran medidas semi dictatoriales, amparadas como justas, con un bajo grado de rivalidad y de movilización electoral autónoma. Hoy, las campañas electorales son auténticos debates entre grupos, aspirantes y candidatos políticas de opción para consumir los espacios de representación política. De costumbres convencionales, se han transformado en auténticos instrumentos para ocupar posiciones de fuerza que se disputan con innovación, datos, información, astucia y conocimiento, de modo que las agrupaciones y los aspirantes más capaces y talentosos, bajo las nuevas condiciones, serán los que descubran cómo fabricar manos superiores estables y, así, ganar o mantener los lugares de representación política en los nuevos gobiernos populares. Bajo esta nueva realidad, los esfuerzos eleccionarios han obtenido otro perfil, pasando de ser medidas de conversión vernácula a rivalidades políticas válidas y extremas que, a través de campañas de precisión, presentan propuesta al pueblo para llegar al poder. En las elecciones de 2014 el candidato profesor Salvador Sánchez Cerén busca adquirir la confianza de la población salvadoreña a través de la ejecución de proyectos en diversas áreas que beneficien a los individuos, entre los cuales utiliza como metodología acabar con la brecha digital a través de la ejecución del programa “Un niño una Computadora”, acercando a las nuevas generaciones a la innovación que es sumamente intensa en estos días. Buscando diagramar un plan educativo experto y competente para los alumnos de los establecimientos públicos que en muchas ocasiones se les dificulta adquirir el engranaje fundamental para el perfeccionamiento de sus ejercicios escolares, por lo que pretendo demostrar a través de los datos obtenidos que en muchas campañas solo se realizan promesas a la hora de conseguir

votos, sin embargo, no se satisfacen después de llegar al puesto político y las elecciones del 2014 no son un caso especial.

**SUMARIO:** 1. Concepto de campañas electorales, comunicación política, estrategia de campaña y marketing político. 2. Programa un niño una computadora como estrategia política en el salvador durante la campaña electoral del profesor Sánchez Cerén. 3. La Educación como una pieza clave en la estrategia de campaña. 4. Puesta en marcha del programa. 5. El impacto que generó el programa. 6. Consecuencias de la mala ejecución del programa. 7. Continuidad del programa en tiempos de covid-19. 8 La nueva visión con la que se pretende implementar el programa con el actual gobierno.

## **DESARROLLO.**

### **Concepto de campañas electorales, comunicación política, estrategia de campaña y marketing político.**

Según Dieter Nohlen “*sin el concepto no se obtiene resultado alguno*”<sup>1</sup> por lo que es importante iniciar por definir qué son las campañas electorales, comunicación política, estrategia de campaña y marketing político para tener una mejor comprensión del tema a desarrollar.

Las campañas electorales involucran un conjunto de contenidos comunicativos de finalidad política, implican luchas por establecer la agenda pública, e incluyen una expresa petición de voto que las diversas opciones electorales emiten dentro de un plazo estipulado por una norma legal.<sup>2</sup> De lo anterior podemos distinguir algunos elementos de las campañas electorales como lo son, la labor de influencia, la capacidad de probar a los ascendientes, la labor de legitimación y la capacidad intelectual que permite al electorado obtener datos sobre los candidatos y los proyectos. Para el presente ensayo, se percibirá una campaña

---

<sup>1</sup>Gema Pastor Albaladejo, *Teoría y Práctica de Las Políticas Públicas: El Concepto de Política Pública* (Valencia, 2014) 18.

<sup>2</sup>Nelly Arely Chévez Reynosa, “Estrategias de la Comunicación y Marketing Político Implementadas en las Campañas Electorales Presidenciales: El Salvador 2009” (tesis de posgrado Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, 2010) 23-27

electoral como: El conjunto de actividades informativas coordinadas y realizadas al mismo tiempo por varios candidatos políticos y sociales, a través de diversos medios de comunicación, en el momento concreto de las elecciones, con fines diversos como ganar el poder, ganar la legislatura inicial, posicionar el pensamiento del partido, conseguir un determinado nivel de votos, etc.

Las estrategias son el eje rector, el marco de referencia, de toda la campaña, a nivel de temáticas, mensajes y medios. Responden a la elección de un conjunto de decisiones o lineamientos sobre cómo se alcanzarán los objetivos de la campaña. En toda campaña, lo que se busca primordialmente es lograr un buen posicionamiento en los públicos objetivo. En el caso de las campañas electorales, posicionar a un candidato significa “representar en imágenes aquellas características identificadas como “puntos fuertes” del candidato”. Concretar esta decisión corresponde a seleccionar una estrategia de posicionamiento.

En el campo político marketing es el conjunto de técnicas de investigación, planificación, gerenciamiento y comunicación que se utilizan en el diseño y ejecución de acciones estratégicas y tácticas a lo largo de una campaña política, sea ésta electoral o de difusión institucional”. Ese “conjunto de técnicas de investigación, planificación, gerenciamiento y comunicación” parte del conocimiento de los públicos, las audiencias, en este caso, de la ciudadanía.<sup>3</sup> Está más allá del ámbito de la imaginación esperar planificar una efectiva campaña electoral sin tener en cuenta las multitudes, los grupos de interés. En el marketing político, para que una campaña cumpla sus objetivos, necesita como tarea fundamental, en definitiva, la información sobre las necesidades, los supuestos, las convicciones, las perspectivas hacia temas concretos y, sorprendentemente, la utilización social de las multitudes. Además, el plan de una campaña requiere información sobre el entorno social y los encuentros de impacto de las multitudes, de los diversos métodos de ser y los consumos culturales de los públicos. Los datos anteriores darán las contribuciones importantes para planificar una campaña electoral que tenga resultados potenciales más notables de "llegar", "interactuar", con sus grupos de interés ideales y persuadirlos para que se decidan a favor

---

<sup>3</sup> Nelly Arely Chávez Reynosa, “Estrategias de la Comunicación y Marketing Político Implementadas en las Campañas Electorales Presidenciales: El Salvador 2009” (tesis de posgrado Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, 2010) 23-27

del competidor propuesto. En el diseño de estrategias de marketing político de las campañas presidenciales, se parten de las necesidades de los ciudadanos, para dar respuesta a estas a través de los mensajes, propuestas y discursos de los candidatos y de los representantes de sus partidos.

La comunicación política es toda actividad organizada, dirigida a transmitir un mensaje que permita llegar a los electores con el fin de influir sobre ellos buscando persuadirlos, orientarlos, educarlos e informarlos.<sup>4</sup> El objetivo principal de una campaña política por designación es ganar las elecciones, este objetivo debe ser obviamente establecido, a la luz del hecho de que en el transcurso de una campaña el ascendente oficial, el director de la cruzada, los portavoces y los ascendentes legislativos por regla general se olvidan de ello, quemando un tiempo significativo en ejercicios de actividades secundarias. En una campaña política democrática, la comunicación estará dirigida constantemente por una estrategia que busca captar los votos necesarios para ganar las elecciones.

Ahora que se tiene una mejor percepción de los conceptos que se presentarán en el desarrollo del ensayo, se realizará un análisis sobre la elaboración y el impacto que tienen en las personas la implementación del programa un niño una computadora, en razón que los resultados de la evaluación por parte de la población al terminar el mandato presidencial son los que en una medida terminan identificando el éxito o el fracaso que tienen los gobiernos, dando como resultado que las personas sigan confiando en el trabajo realizado o terminen por cambiar sus preferencias políticas a la espera de tener mejores resultados y respuestas más eficientes.

### **Programa un niño una computadora como estrategia política en el salvador durante la campaña electoral del profesor Sánchez Cerén.**

En las elecciones de 2014 en El Salvador, informar sobre la campaña fue uno de los elementos fundamentales de los políticos, dar datos sobre los programas de elección, propuestas, mítines, visitas a comunidades urbanas y promesas son esenciales para los

---

<sup>4</sup> Oswaldo Carpio y Zenaida Mateos, *Comunicación Política en Campañas Electorales*, 1ª ed. (Canadá, 2006), 27.

discursos políticos de los aspirantes oficiales. Las campañas electorales se distinguen por su capacidad esclarecedora donde se producen efectos cognitivos en los electores para elegir una propuesta.

La campaña del candidato Salvador Sánchez Cerén incluía un discurso que ofrecía respuestas para la inseguridad, programas de salud y educación, promesas para trabajar en la economía y atraer la inversión. El qué fue el protagonista, en lugar del cómo. El competidor se centró en decir lo que está mal y lo que debe cambiar en El Salvador, pero el cómo lo lograría y la forma particular de lograrlo estuvo ausente durante su discurso. Esto es un reflejo de cómo el discurso político en medio de la campaña tuvo una acentuación en los temas que aprecian más interés notable entre la población; para unir los objetivos particulares de las campañas electorales. Para el candidato Salvador Sánchez Cerén, el tipo de campaña que le funcionó fue el de partido con el que destacó el trabajo en conjunto y la asociación de áreas públicas y privadas para funcionar como equipo.

En cuanto a la estrategia discursiva de la propaganda política se vieron reflejadas en las publicaciones del candidato presidencial, en la que llamó a su programa de gobierno “El Salvador adelante” un programa de gobierno para la profundización de los cambios. Dicho plan de gobierno constaba de 10 ejes: El empleo es primero, reducción del costo de la vida, bienestar para gente con educación y salud, todo el país por la seguridad, sustentabilidad ambiental para una sociedad con futuro, no más territorios olvidados, ciudadanía salvadoreña desde el exterior, integración para la gente, fuerza cultural: riqueza y futuro del país y “lo haremos con la ciudadanía”.<sup>5</sup> Durante el último mes de campaña electoral, el candidato dio más prioridad al Programa de bienestar para la gente con educación y salud que incluía las estrategias de Ley de medicamentos, vaso de leche y refrigerio para estudiantes, paquetes escolares, uniformes y zapatos para estudiantes, la tarjeta joven y un niño, una computadora; Siendo este último programa el objeto de estudio del presente ensayo.

---

<sup>5</sup> Alexia Raquel Ávalos Rivera, “Política y Facebook Análisis de la campaña electoral El Salvador 2014” (tesis de maestría, Universidad Veracruzana, Xalapa Veracruz, 2015), 255-282

## **La Educación como una pieza clave en la estrategia de campaña.**

La educación en El Salvador ha estado en general, en estado de crisis; hay indicadores que permiten pensar que no se ha visto como una necesidad o una inversión. Tampoco es considerada como un sistema de mejora y progreso en el país. A pesar de las mejores expectativas la reforma de la educación no ha estado ligada estrechamente al contexto económico y social del país, es decir, no existe una conexión inmediata entre la estructura productiva y el sistema educativo por lo que históricamente El Salvador ha sido un país profundamente convulsionado en lo político y social; razón por la cual la atención de los gobiernos se ha centrado más en las guerras y defensas, dejando el área de la educación consignada y como una ventaja de unos pocos. Esta es la razón por la que surge el programa "Un niño, un Computadora" que fue una de las promesas de la campaña del presidente Sánchez Cerén en el año 2013,<sup>6</sup> que planeaba apostar por el contacto con los nuevos avances tecnológicos; de ahí que la administración del Presidente asume el compromiso de garantizar que todos los jóvenes de manera abierta, de las escuelas públicas de la zona rural y urbana se acerquen a la ciencia y a la innovación, que los instrumentos mecánicos lleguen por igual a las regiones del país y que no haya desequilibrios sin importar dónde residan o dónde estudien; Un avance trascendental que pretendía disminuir los aislamientos informáticos y avanzar en libertades equivalentes en cuanto al acceso y utilización de las tecnologías a través de la entrega de los dispositivos informáticos, que durante mucho tiempo no han sido accesibles a todos los estudiantes del país, de modo que en tiempos de campaña el candidato por parte del partido FMLN influye en la población al incluir en su campaña el implementar un programa que ayude a las familias tanto en lo formativo como en lo económico ya que como es bien sabido que no todos los padres cuentan con los recursos económicos necesarios para poder proporcionarle a sus hijos una computadora, razón por la que el programa se convierte en un medio para que no solo adultos si no también jóvenes brinden apoyo en las elecciones al candidato antes

---

<sup>6</sup> Carlos Molina Medrano. *Sánchez Cerén no apostó por las TIC en la educación y el país sigue cayendo* (Universidad Luterana Salvadoreña, 2018), <https://www.uls.edu.sv/sitioweb/component/k2/item/878-sanchez-ceren-no-aposto-por-las-tic-en-la-educacion-y-el-pais-sigue-cayendo>.

mencionado; ahora bien surge la interrogante ¿Qué sucedió para que el programa tuviera éxito o fracasara y no lograra lo proyectado? Para lo cual se hace necesario analizar los objetivos, recursos, agenda, actores que intervinieron en la puesta en marcha del programa; también observar el impacto que género en la población la implementación del programa.

### **Puesta en marcha del programa.**

El programa Niñez y Juventud del Futuro: “Una Niña, Un Niño, Una Computadora”, que forma parte del programa CONECTATE tenía como objetivo garantizar que cada estudiante tenga acceso a una computadora en su centro educativo y que los docentes puedan tener una herramienta de vital importancia para la enseñanza, pero el resultado de no tener una buena base desde el inicio del programa es que la promesa de campaña no llegó a todas las escuelas y a las que se dotó de equipo la cantidad fue insuficiente. Tres, cuatro o cinco niños como mínimo para un equipo en aulas improvisadas y con condiciones deplorables, fue lo único que se logró.

La formación del programa en la agenda surge ante la problemática de combatir la brecha digital en los centros educativos del sector público del país teniendo como propósito atender a estudiantes y docentes de todos los centros educativos públicos, priorizando en la primera fase los centros educativos que no han sido intervenidos con proyectos de TIC. Para lo cual se contaba con socios estratégicos que son República de China Taiwán, FANTEL y donaciones realizadas por la empresa de Alba Petróleos. Dicho programa impulsado durante los cinco años del gobierno, inició con un presupuesto de \$3,818, 429.27 en 2015, pero al finalizar en 2019 el detalle de financiamiento se amplió a \$5, 437,062.03 donados por la República de Taiwán y el resto, \$25,908,741.09, provino de fondos públicos; y Alrededor de 50,000 ordenadores también fueron donadas por Alba Petróleos. El FMLN habría gastado un total de \$31,345,803.12 para financiar 120,000 computadoras, y que apenas cubrieron el 9% de la comunidad estudiantil,<sup>7</sup> pero el programa nunca se hizo realidad, ya que nunca se proyectaron llegar a toda la población estudiantil e incluso su

---

<sup>7</sup> Edwin Felipe Flores Martínez “Investigación exploratoria sobre el impacto del programa presidencial niñez y juventud del futuro: una niña, un niño, una computadora, en el proceso de enseñanza y aprendizaje de los centros educativos del sistema público del municipio de Santa Ana” (Tesis de grado, Universidad de El Salvador, 2016) 25-26.

meta se quedó corta al no beneficiar ni al 10% del alumnado en El Salvador. Dada la trascendental importancia de este Programa, se conformó un Comité de Alto Nivel integrado por la Secretaría Técnica de Presidencia, el MINED, el Ministerio de Hacienda, SIGET, RREE y la Fundación ALBA. Estas fueron las instituciones responsables de la toma de decisiones para la implementación del Programa.

Desde 2015 hasta enero de 2019, a través de este programa se entregaron más de 98 mil 500 computadoras a 4 mil centros educativos públicos, lo cual significó una mejora sustancial en la calidad de la enseñanza de casi 950 mil estudiantes, quienes dispusieron en ese momento de una poderosa herramienta de búsqueda de conocimiento y el desarrollo de habilidades; el plan benefició también a más de 33 mil 300 docentes, al facilitarles la capacitación para utilizar esta formidable vía de consulta que les permite perfeccionar sus prácticas pedagógicas, enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje, y contribuye a su superación profesional. En cuanto a la metodología que se implementó para la verificación de este programa incluye diversas estrategias, como las visitas de docentes/asesores pedagógicos itinerantes a los centros educativos, el desarrollo de foros anuales de docentes, la realización de tours pedagógicos, y otros que apoyen al proceso.

### **El impacto que generó el programa.**

A pesar de lo que se logró con el programa durante el tiempo del partido FMLN, al final de la gestión surgieron numerosas reacciones debido a que el programa no logró impresionar a nadie, la intención era que las escuelas pudieran llegar a nuevos avances, sin embargo, al no estar preparados se crearon diferentes reacciones y problemas, por ejemplo, obligar a las escuelas a tener aulas de informática improvisadas en condiciones deplorables, algunas escuelas no tenían energía ni educadores de informática. Está claro que el Programa ha demostrado ser una apuesta innovadora en el proceso de modernización del sistema educativo, en todo caso, los resultados muestran una extraordinaria falta de las apuestas y proyecciones subyacentes del MINED. La ausencia de preparación es clara en la ejecución del Programa, en primera instancia las autoridades en educación comenzaron a dispersar las Lempitas a las escuelas, sin haber realizado previamente las reuniones de instrucción

imprescindibles para que el educador encaja la actividad global de las computadoras; los cursos de instrucción se centraron únicamente en la utilización y funcionamiento de los elementos rudimentarios del instrumento, dejando de lado el perfeccionamiento de las metodologías innovadoras que permitieran integrar el computador Lempita al currículo escolar. Esto se ha reflejado en la escasez de logros de aprendizaje de los estudiantes, así como en la negativa de los expertos en instrucción a utilizar y estar preparados en la utilización de aparatos TIC como el Lempita, ya que esencialmente no tienen la menor idea de cómo manejar sus capacidades fundamentales y, en el caso de que lo hagan, no tienen idea de cómo hacer su propia sustancia educativa y coordinar el dispositivo TIC en su práctica académica. De esta manera, el efecto del Programa Presidencial para Niños y Jóvenes del Futuro: Una niña, un niño, una computadora en el proceso enseñanza y el aprendizaje en los focos educativos del sistema público ha sido poco significativo durante el tiempo que se ejecutó.

El programa estaba planeado para llevar una computadora a cada joven, sin embargo, no se dio directamente a todos los estudiantes, sino a las escuelas. Uno de los "logros" de los que se jactó el pasado gobierno fue que el programa ayudó a más de 1.000.000 de alumnos, sin embargo, hubo alumnos que no tuvieron ni una sola computadora en su escuela. De hecho, incluso el anterior Ministro de Educación del FMLN, Carlos Canjura, reconoció que el proyecto oficial de Sánchez Cerén llamado "Un niño una Computadora" fue una trampa y que nunca se cumplió, pues fue mal elaborado desde el inicio porque solo se usó como herramienta de campaña".<sup>8</sup> De lo que se tiende a ver que el nombre fue ineficazmente previsto y que creó suposiciones que fueron más allá de lo razonable a la luz del hecho de que el gobierno se apresuró a hacer una eslogan, cuando se habla de "Un niño, una niña una computadora", que fue el primer nombre, se tiende a ver que es una propuesta demasiado grande que no estaban preparada dos para desarrollar, El programa simplemente pretendía apostar por el contacto con la tecnología a través de la forma en que en cada escuela los

---

<sup>8</sup> Carlos Molina Medrano. *Sánchez Cerén no apostó por las TIC en la educación y el país sigue cayendo* (Universidad Luterana Salvadoreña, 2018), <https://www.uls.edu.sv/sitioweb/component/k2/item/878-sanchez-ceren-no-aposto-por-las-tic-en-la-educacion-y-el-pais-sigue-cayendo>.

niños se acercaría a las computadoras, sin embargo, la garantía de la campaña no llegó a cada una de las escuelas y las que se dotó de equipo fue insuficiente, a pesar de que el programa fue generalmente bien recibido por las personas a las que se esperaba beneficiar, se quedó corto y produjo descontento en la población, lo que impactó parcialmente a las personas a cambiar sus inclinaciones políticas para las nuevas elecciones.

### **Consecuencias de la mala ejecución del programa.**

El partido FMLN logró conseguir un segundo mandato con el presidente Salvador Sánchez Cerén en las elecciones del 2014, sin embargo las personas luego de confiar en el partido ARENA concediéndose cuatro mandatos consecutivos, caen en la necesidad de cambiar de ideología política con la esperanza que en realidad sucedieron cambios en el país y aunque no todo fue negativo durante las dos gestiones que gobernó el partido de izquierda, ya que se implementaron una variedad de programas en diferentes ámbitos de la sociedad, unos con más éxito que otros, sin embargo la mala imagen creada por el partido por una ineficiente administración provocó que las personas cambiaran de preferencias políticas, al ver los resultados que no se cumplió con lo prometido, ya que muchos alumnos no obtuvieron las computadoras luego de culminar los cinco años de gestión del presidente, y las pocas escuelas que se vieron beneficiadas, no eran suficientes para cubrir todos los alumnos y en muchas ocasiones tenían miedo utilizarlas. El incluir un programa en la campaña electoral solo para ganar votos es una estrategia que se ha visto no solo en el gobierno del partido FMLN, en el que prometen solo en tiempos de campaña valiéndose de las necesidades de la población para llamar su atención y así influir en la decisión que toman en el momento de emitir el voto.

El fracaso se debió principalmente a la limitada capacidad del gobierno para planificar un programa que proyecta beneficiar a toda la población estudiantil, se observa una mala administración en cuanto a recursos para financiar el programa, debido a que se prometió cumplir con objetivos que estaban más allá de lo sensato o de la realidad, no se hicieron cálculos para saber si en realidad se contaba con la inversión necesaria para lograr con el propósito, como resultado de que el partido no llenara las expectativas que generaba se

podría considerar que el hecho que las personas decidieron dar su voto a un nuevo partido en las elecciones presidenciales del 2019, es consecuencia de que una vez más la población confió en un partido que prometía generar cambios de gran trascendencia, y que al final solo resultó siendo una campaña llena de falsas promesas; que si se realizaron no fue en la totalidad de lo que se proyectaba cumplir al terminar la gestión del partido, por lo que las personas una vez más se ven influenciadas por un nuevo candidato que promete generar cambios reales y terminar con años de falsas promesas.

### **Continuidad del programa en tiempos de covid-19.**

La pandemia por la enfermedad de Coronavirus (COVID-19) ha provocado una emergencia excepcional en todos los espacios. En el ámbito de la enseñanza, esta crisis ha provocado el cierre masivo de centros de enseñanza en más de 190 países para prevenir la propagación de la enfermedad y moderar sus efectos, por lo que en el área de la educación, gran parte de las acciones emprendidas por las autoridades competentes ante la emergencia se identifican con la suspensión de las clases presenciales en todos los niveles, lo que ha dado lugar a tres campos principales de actividad: el despliegue de modalidades de aprendizaje a distancia, mediante la utilización de una diversidad de formatos y plataformas con o sin uso de tecnología; el apoyo y la movilización del personal y las comunidades educativas, y la atención a la salud y el bienestar integral de las y los estudiantes; Dado que la mayoría de los países han optado por la continuidad del proceso educativo mediante recursos en línea, el uso de Internet ofrece una oportunidad única: la cantidad de los recursos pedagógicos y de información disponibles, así como los dispositivos especializados de comunicación proveen plataformas ventajosas para llevar la escuela y los ciclos educativos más cerca de los hogares y a los estudiantes en los estados de confinamiento.<sup>9</sup>

En los últimos años, la inversión en infraestructura digital en el sistema escolar ha sido importante, sin embargo, el país no se encuentra preparado para enfrentar esta crisis

---

<sup>9</sup> Carla Evelyn Hananía de Varela y Ricardo Cardona A, *Plan Torogoz: Plan Estratégico Institucional Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología 2019-2024* (San Salvador, El Salvador, América Central, enero 2012) 54-57

aprovechando la digitalización; Aunque el país ha conseguido grandes avances en la disminución de los agujeros de admisión al mundo avanzado en los últimos tiempos, especialmente a causa de la masificación de la red versátil, todavía hay agujeros impresionantes en la admisión exitosa al mundo informático, lo que tiene ramificaciones significativas para las oportunidades y el apoyo de las nuevas generaciones. La desigualdad en el acceso a oportunidades educativas por la vía digital, amplía los agujeros anteriores en la admisión al conocimiento y la información, que más allá del sistema de aprendizaje que la educación a distancia está tratando de avanzar dificulta la socialización y la inclusión en general. Es importante comprender estos agujeros desde un punto de vista multidimensional, ya que no se trata solo de una distinción en el acceso a los equipos, sino también en la disposición de las habilidades necesarias para aprovechar esta oportunidad, que son inconsistentes entre los estudiantes, los instructores y los familiares responsables y la intervención de este sistema de aprendizaje que hoy ocurre en casa. Por lo tanto, es fundamental que los arreglos para elevar una admisión más equivalente a la innovación inicien por percibir estas diversas medidas que estructuran los desequilibrios sociales en el país y trabajar deliberadamente para darles la vuelta. Romper la brecha digital obedece a la adaptación a nuevas peticiones a las que la cultura salvadoreña debe estar preparada, en esta estructura la responsabilidad de la administración del presidente Nayib Bukele se centra en dar condiciones equivalentes a todos los alumnos, con el objetivo de que puedan acceder a través de la educación a otro mercado de oportunidades.

Frente al desafío de continuidad del aprendizaje, tras el cierre de las escuelas en marzo de 2020, el Ministerio de Educación proclamó que la educación debía continuar, y preparó todos los recursos y la voluntad a nivel central y en los territorios para transformar la pandemia en una oportunidad para acelerar el cambio del marco de educación. El principal ejemplo que se aprendió en este entorno fue que los educadores estaban mucho más abiertos a comprometerse y centrarse en las necesidades de la nueva realidad. La circunstancia también puso de manifiesto la necesidad de reforzar el trabajo interinstitucional que ha retratado el gobierno actual. Atender a la continuidad educativa infirió una coordinación duradera con el Ministerio de Salud, para garantizar el bienestar

del área local educativa, así como actividades compuestas y ayuda vital con la Secretaría de Innovación y el Despacho de la Primera Dama, para extender el acceso y uso de las tecnologías y plataformas educativas requeridas, entre otros tantos procesos y alianzas territoriales.

**La nueva visión con la que se pretende implementar el programa con el actual gobierno.**

Para el actual Gobierno la meta no es solo que los centros educativos tengan un espacio de acercamiento a las nuevas tecnologías, sino que cada niño pueda contar con la herramienta que le permita capacitarse y desarrollar sus conocimientos. El Gobierno de Nayib Bukele invertirá \$450 millones para la entrega de alrededor de 1.3 millones de laptops a nivel nacional, con lo cual el 100 % de los estudiantes dispondrá de acceso a tecnologías.<sup>10</sup> Desde el pasado 22 de febrero se comenzó la entrega de computadoras para estudiantes de bachillerato. Las autoridades han explicado que los niños hasta cuarto grado recibirán una Tablet y los cursos siguientes recibirán una computadora portátil cada uno. Los jóvenes que estudian último año de bachillerato les serán regaladas las computadoras, como una forma de incentivo para que continúen en la universidad.

Ante tal meta a alcanzar surge la interrogante de conocer ¿Cuál es el plan o estrategia para cerrar la brecha digital en la educación y cuánto costará?

Esta información es reservada, según respuesta con fecha 11 de marzo de 2021 a la solicitud número 2021-0111 hecha a la Unidad de Acceso a la Información Pública del MINED. Por consiguiente, se desconoce públicamente el detalle acerca de sus objetivos, duración, alcances, actividades, metas, indicadores de monitoreo y evaluación, costos estimados y fuentes de financiamiento. La poca información disponible al público acerca de los esfuerzos para cerrar la brecha digital en la educación está dispersa e incompleta. Lo único que se conoce es que:

---

<sup>10</sup> Secretaría de Innovación de la Presidencia. Agenda Digital El Salvador 2020-2030: Plan de Desarrollo El Salvador Digital, 1ª Ed, (El Salvador, San Salvador, 2020)  
[https://innovacion.gob.sv/downloads/Agenda\\_Digital.pdf](https://innovacion.gob.sv/downloads/Agenda_Digital.pdf).

En la Agenda Digital 2020-2030 de la Secretaría de Innovación (2020a), incorporar el uso de tecnología en la educación y la innovación de la enseñanza, son clave. Entre las actividades para avanzar dicha agenda en el sector educación se encuentra la entrega gradual de equipo, Internet y licencias de office 365 a estudiantes y docentes, y la formación de docentes en el uso de Google Classroom. Todo esto podría costar más de US\$130 millones. El MINED considera importante la formación docente, la producción multimedia y el uso de diversas plataformas, además de Google Classroom, para aumentar la equidad educativa. El presupuesto público 2021 del MINED asigna US\$214.7 millones para la dotación de equipos e Internet, más otras actividades orientadas a cerrar la brecha digital. La gestión de compras de las computadoras ha sido realizada a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), y que un primer lote de 46,422 equipos ha costado US\$13.5 millones. Sin embargo, la Presidencia de la República ha armado que la dotación de computadoras equivale a una inversión de US\$450 millones<sup>11</sup>.

El actual gobierno proyecta muchos objetivos a cumplir, pero al igual que al anterior gobierno recibe críticas en el poco tiempo de gestión por lo que se queda a la expectativa si en realidad el gobierno cumplirá con proveer a cada estudiante y docente con una computadora, o si dicho programa fue nuevamente utilizado para mover masas durante un discurso realizado por el presidente del gobierno actual. Como se ha observado durante la información vertida en el presente ensayo, las figuras políticas de los partidos FMLN y de Nuevas Ideas, suelen utilizar en sus discursos a la población la implementación de programas para generar inclinaciones políticas a sus respectivos partidos.

## CONCLUSIONES

Durante las elecciones presidenciales del año 2014, el partido FMLN con el propósito de conservar su posicionamiento en el ejecutivo, implementó una campaña electoral con la cual buscaban llegar no solo a la población adulta sino también a jóvenes, con la

---

<sup>11</sup> Dra. Helga Cuéllar-Marchelli. *Cerrar la brecha digital en educación: ¿qué debemos mirar más allá de la NPP No. 11 entrega de computadoras?* (Departamento de Estudios Sociales de FUSADES, 2021), [http://fusades.org/publicaciones/NPP\\_Brecha%20digital.pdf](http://fusades.org/publicaciones/NPP_Brecha%20digital.pdf)

implementación de programas de beneficio para las personas; el candidato a presidente Salvador Sánchez Cerén promete combatir la brecha digital proporcionando computadoras a docentes y alumnos del sector público sin tomar en cuenta los siguientes factores que fueron claves para la buena implementación del programa.

El problema principal fue incorporar un programa sin haber realizado un estudio integral, calibrando los gastos y las ventajas que generaría, considerando las ventajas y desventajas para su aplicación y las condiciones pasadas necesarias para su aplicación a la realidad salvadoreña. Además, durante la ejecución y avance del programa, se han descubierto dificultades que se identifican inequívocamente con los educadores, en cuanto a la ausencia de información sobre desconocimiento de metodologías o estrategias de trabajo que permitan una adecuada utilización de las computadoras, ausencia de confianza en la utilización de estos nuevos avances en la enseñanza. El temor a la innovación, sus convicciones negativas, su estado de no estar localizado a la innovación, establecen impedimentos prevalentes para la combinación de las computadoras en el aula.

Razones por las que el programa desde inicios fue mal ejecutado ya que no se tuvo una buena planificación sobre la inversión que se necesitaría para cumplir con el desarrollo del programa durante los cinco años de gestión, se hicieron promesas sin contar con que se podrían cumplir ya que el objetivo inmediato del partido político era influir sobre la decisión de las personas para ganar votos, se generaron expectativas que iban más allá de lo que en realidad se podía lograr. Situación que se ha observado en las campañas electorales en las que los candidatos utilizan las necesidades de las personas a su favor para tocar un punto en el que pueden provocar inclinaciones políticas, al realizar estudios sobre las necesidades que aquejan a la población los políticos realizan estrategias de campañas para promover un mensaje que llegue a los hogares de las familias salvadoreñas

Pero el prometer y no cumplir tiene consecuencias para los gobiernos, como se ha observado con partidos anteriores que prometen solo en momentos de campañas y luego que llegan a los puesto de poder no realizan lo prometido o si lo realizan es en una medida que no benefician a la población en general, lo que tiene como resultado es que se pierde la

confianza en que realidad si continúan un periodo más en gestión del país si trabajen por el pueblo, generando que pierdan populismo y queden relegados a un fracaso en elecciones futuras. Claro ejemplo las elecciones pasadas en el que el partido FMLN con dos años de gestión ya no obtuvo más el apoyo de las personas, al no cumplir con las expectativas que generaba dejando de entre visto una mala imagen para el partido provocando que las personas se inclinaron por un partido nuevo prácticamente que asegura trabajar para el benéfico de las personas en general; con una imagen nueva y fresca el partido de Nuevas Ideas logra posicionarse sobre ARENA y FMLN quienes manejaban el poder anteriormente.

El actual gobierno a cargo de una nueva administración le da continuidad al programa “un niño una computadora” prometiendo beneficiar a toda la población estudiantil, el programa es utilizado como centro de avances para las tecnologías en la situación actual de confinamiento ante la pandemia de covid-19, el presidente Nayib Buckele anuncia en sus discursos a la población el éxito con que el programa se está desarrollando, pero se queda a la expectativa si en realidad logran la meta de beneficiar a todos los estudiantes y profesores del sector público del país con la entrega de computadoras, o si este solo será un discurso más del presidente con el que pretende seguir ganando populismo con el objetivo de mantenerse en el cargo un periodo más.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- ✓ Albaladejo, Gema Pastor. Teoría y Práctica de Las Políticas Públicas: El Concepto de Política Pública. Valencia, 2014.
- ✓ Ávalos Rivera Alexia Raquel. “Política y Facebook Análisis de la campaña electoral El Salvador 2014”. tesis de maestría. Universidad Veracruzana. Xalapa Veracruz, 2015.
- ✓ Chévez Reynosa, Nelly Arely. “Estrategias de la Comunicación y Marketing Político

Implementadas en las Campañas Electorales Presidenciales: El Salvador 2009”. tesis de posgrado. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, 2010

- ✓ Carpio Oswaldo y Zenaida Mateos. Comunicación Política en Campañas Electorales. 1ª ed. Canadá, 2006
- ✓ Flores Martínez, Edwin Felipe. “Investigación exploratoria sobre el impacto del programa presidencial niñez y juventud del futuro: una niña, un niño, una computadora, en el proceso de enseñanza y aprendizaje de los centros educativos del sistema público del municipio de Santa Ana”. Tesis de grado. Universidad de El Salvador, 2016.
- ✓ Dra. Cuéllar Marchelli, Helga. Cerrar la brecha digital en educación: ¿qué debemos mirar más allá de la NPP No. 11 entrega de computadoras? Departamento de Estudios Sociales de FUSADES, 2021.  
[http://fusades.org/publicaciones/NPP\\_Brecha%20digital.pdf](http://fusades.org/publicaciones/NPP_Brecha%20digital.pdf)
- ✓ Hananía de Varela, Carla Evelyn y Ricardo Cardona A. Plan Torogoz: Plan Estratégico Institucional Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología 2019-2024. San Salvador. El Salvador. América Central. Enero, 2012.
- ✓ Medrano Carlos Molina. Sánchez Cerén no apostó por las TIC en la educación y el país sigue cayendo. Universidad Luterana Salvadoreña, 2018.  
<https://www.uls.edu.sv/sitioweb/component/k2/item/878-sanchez-ceren-no-aposto-por-las-tic-en-la-educacion-y-el-pais-sigue-cayendo>.
- ✓ Secretaría de Innovación de la Presidencia. Agenda Digital El Salvador 2020-2030: Plan de Desarrollo El Salvador Digital. 1ª Ed. El Salvador. San Salvador. 2020.  
[https://innovacion.gob.sv/downloads/Agenda\\_Digital.pdf](https://innovacion.gob.sv/downloads/Agenda_Digital.pdf).