

# Elecciones en Honduras: así jugaron los medios

Thelma Mejía

## Introducción

La víspera indicaba que la campaña político electoral del 26 de noviembre de 2017 en Honduras sería polarizante, ausente de discurso y confrontativa. Las encuestas indicaban que el oficialismo se haría nuevamente con la victoria con un margen de entre 7 y 10%. Las redacciones se preparaban para cubrir una “elección más”, como lo hacen cada cuatro años desde que el país retornó formalmente a la democracia hace más de tres décadas.

Una “elección más” desde que la nación se fracturó en 2009 con un golpe de estado. Los medios de prensa daban por hecho que el gobernante Partido Nacional (PN) se impondría en unos comicios caldeados porque contra todo pronóstico la polémica figura de la reelección presidencial había sido impuesta mediante interpretación judicial. La Constitución hondureña prohíbe esta figura dentro de los llamados artículos constitucionales “irreformables” o pétreos.

Al respecto, el informe de la Misión de Observación Electoral (MOE) de la Organización de los Estados Americanos (OEA) señaló que:

La modalidad a través de la cual fue habilitada la reelección, es decir por sentencia judicial, constituye una mala práctica que se ha presentado en otros países de la región (...) La Misión, que se reunió con el presidente de la Corte Suprema de Justicia, tomó nota de que nueve candidatos se registraron para competir en las elecciones presidenciales y decidieron participar bajo estas condiciones, en las que uno de los candidatos se presentaba a la reelección<sup>1</sup>.

La figura de la reelección presidencial fue impuesta por el oficialismo en medio de una fuerte polémica, pues todos los sondeos de consulta popular señalaban que la población se oponía a la misma por más del 70%. Desde que se aprobó esta figura en abril de 2015, los medios de comunicación no pudieron instalar en el

1 OEA. Informe final de la Misión de Observación Electoral. Elecciones generales Honduras, 26 de noviembre de 2017, pp. 8 y 10. [http://www.oas.org/es/centro\\_noticias/comunicado\\_prensa.asp?sCodigo=C-092/17](http://www.oas.org/es/centro_noticias/comunicado_prensa.asp?sCodigo=C-092/17).



imaginario colectivo que la reelección era buena. Un sentimiento antireelección se fue acumulando entre los hondureños.

Y lo que parecía sería un día “normal” de cobertura no lo fue. La noche del 26 de noviembre las planas de los diarios cerraron al filo de la medianoche sin saber a ciencia cierta quién había ganado las elecciones. “Aventaja Nasralla”<sup>2</sup> o “TSE da ventaja a Nasralla en Tegucigalpa y Cortés”<sup>3</sup>, titularon en sus portadas los diarios *La Prensa*, que se edita en la noroesteña ciudad de San Pedro Sula, y el diario *La Tribuna*, que se imprime en Tegucigalpa, la capital. Y ambos destacaban que al cierre de sus ediciones tanto Nasralla como Juan Orlando Hernández se proclamaban vencedores y que las actas escrutadas eran cerca del 57%. Pero el Tribunal Supremo Electoral (TSE) no se atrevía a dar una proyección oficial de triunfo, pese a sus reiterados pronunciamientos que a las siete de la noche Honduras ya sabría con una clara tendencia quién sería el ganador.

En tanto, dos de los tres candidatos con más opción de triunfo, el presidente Juan Orlando Hernández, por el oficialismo, y Salvador Nasralla, por la Alianza Opositora contra la Dictadura, se autoproclamaban ganadores. La autoproclamación de Nasralla cobró fuerza cuando el tercer candidato que disputaba la presidencia por el también opositor Partido Liberal (PL), Luis Zelaya, aceptara su derrota y dijera que en las actas de su partido Nasralla lideraba la tendencia y “era el ganador”<sup>4</sup>.

El reconocimiento de Luis Zelaya a la victoria de Nasralla y la Alianza Opositora movió radicalmente los escenarios la noche del 26 de noviembre. Presionado

por esos datos y teniendo el país dos candidatos autoproclamados presidentes y llamando a sus bases a salir a las calles a defender el gane, el Tribunal Supremo Electoral salió la madrugada del 27 de noviembre con sus primeras proyecciones: Salvador Nasralla lideraba la tendencia con un margen de 5%, habiéndose escrutado más de 50% de las actas, pero ello “podría cambiar”, aseguró. Y así fue.

Tras una caída en el sistema por causas aún no explicadas, la figura del llamado “voto rural” cambió la tendencia y el candidato oficialista y actual mandatario ganó las elecciones y con ello su reelección por cuatro años más, con un margen tan estrecho que la MOEA-OEA dijo en sus informes que no “tenía certeza” de los resultados, absteniéndose de dar un ganador. Se sumaba así un elemento más a la crisis política instalada desde la noche del 26 de noviembre en Honduras.

La prensa que se preparaba para cubrir una elección en la que los sobresaltos serían normales: denuncias de inconsistencias, falta de tinta indeleble en algunas mesas, maletas electorales incompletas, en otras, denuncias de compras de votos, de muertos que votan, protestas aisladas e impugnaciones, entre otras, vio cómo los pronósticos se venían abajo y que la desigual cobertura mediática ofrecida al oficialismo, nuevamente estaba siendo cuestionada.

Pero también, como hace ocho años, fue agredida, “gaseada” e intimidada tanto por la autoridad como por las fuerzas de choque opositoras, indignadas por lo que consideraban el “silencio” mediático frente a la crisis político electoral del 26 de noviembre. El principio de libertad de expresión y el derecho a la información siguen siendo vulnerados en este país centroamericano, donde la prensa ha llevado una de las peores partes.

¿Qué pasó en la campaña? ¿Cómo se portaron los medios? Y ¿cuál fue la incidencia de las redes sociales? ¿Qué tenemos en libertad de expresión y derecho a la información?, son preguntas que intentarán ser despejadas en este informe de cara a los desafíos

2 [http://www.laprensa.hn/edicionimpresa/1129932-416/portada-la\\_prensa-alianza-oposicion-salvador\\_nasralla-presidente-electo-ventaja](http://www.laprensa.hn/edicionimpresa/1129932-416/portada-la_prensa-alianza-oposicion-salvador_nasralla-presidente-electo-ventaja).

3 “TSE da ventaja a Nasralla en Tegucigalpa y Cortés, con el 57% urnas escrutadas”. <http://kiosko.net/hn/2017-11-27/np/atribuna.html>.

4 <http://www.elheraldo.hn/eleccioneshonduras2017/1130045-508/luis-zelaya-acepta-derrota-del-partido-liberal-y-felicita-a-salvador-nasralla>.



que para democracias como la hondureña presenta el derecho a la información y la libertad de expresión.

## Elecciones y campaña: breve contexto

La campaña política previa, durante y posterior a las elecciones del 26 de noviembre estuvo marcada por la confrontación del discurso, el desequilibrio en la cobertura mediática y la polarización de la prensa a favor o en contra de determinado partido o candidato presidencial, en detrimento del derecho a la información y la libertad de expresión.

Los comicios fueron los más atípicos de la historia del país desde el retorno formal a la democracia hace treinta y seis años. Por primera vez se aplicaba la polémica figura de la reelección presidencial, se incorporó la figura de la Alianza a nivel electivo presidencial y al menos más de cuarenta y cinco candidaturas independientes corrieron a cargos electivos de legisladores y de gobiernos locales o municipales.

Honduras pasó de ser un país bipartidista, fracturado desde el golpe de estado de 2009, a una nación multipartidaria, y en los comicios de noviembre de 2017 participaron diez partidos políticos legalmente inscritos. De este abanico de partidos, ocho participaron con su propio candidato, pero dos se fueron en alianza para promover la candidatura del ingeniero y animador televisivo, Salvador Nasralla, el principal candidato de la oposición que representaba la mayor fuerza de la izquierda hondureña, aunque él se definió siempre como “centro derecha”.

Salvador Nasralla representaba a la Alianza de Oposición contra la Dictadura, conformada por los partidos Libertad y Refundación (Libre), de izquierda, y el Partido de Innovación y Unidad Social Demócrata (Pinu/SD). Nasralla competía por segunda vez en comicios generales. La primera vez fue en 2013, luego que el instituto político que fundara, denominado Partido Anticorrupción (PAC), le fue arrebatado bajo

una serie de subterfugios legales, a lo que se suman fricciones internas que no supo manejar. Ello lo obligó a cobijarse bajo la figura de la Alianza, dado su alto nivel de popularidad.

De los diez partidos políticos que compitieron por la presidencia en noviembre de 2017, tres tenían las opciones de triunfo. El Partido Nacional (PN), de derecha y en el poder, con Juan Orlando Hernández, que aspiraba a la reelección; el Partido Liberal (PL), de centro derecha, con Luis Zelaya, un ex rector universitario; y la Alianza de Oposición contra la Dictadura con Salvador Nasralla.

De acuerdo al Tribunal Supremo Electoral, a los comicios generales del 26 de noviembre estaban convocados un poco más de seis millones de electores, quienes desde que inició la campaña, en septiembre, se vieron abocados a una en la cual las propuestas fueron ahogadas por la polémica de los discursos, que se recrudecieron e ideologizaron a medida que se acercaba la recta final del proceso.

## El contenido de la campaña

En los discursos políticos, la lucha contra el bien y el mal se apropió de la agenda mediática y del país en general. Una vez más, las campañas políticas fracasaron en cuanto a sus propuestas.

El tono de polarización en los discursos fue subiendo de intensidad. Al cierre de la campaña, el discurso pasó de las denuncias de fraude, de la política de mano dura en materia de seguridad y de acusaciones de corrupción a la confrontación ideológica entre la derecha conservadora y el socialismo del siglo veintiuno.

Las propuestas fueron aplastadas por mensajes cargados de confrontación entre “la madre de todas las batallas”, pregonados por el oficialismo, y el “fin de la dictadura” y el “Fuera JOH”, vitoreados por la oposición, en particular la Alianza Opositora contra la Dictadura.



Ejes de campaña sensitivos como derechos humanos, lucha anticorrupción, inclusión de grupos vulnerables, jóvenes, generación de empleo, seguridad ciudadana y otros, fueron desplazados de los mensajes el último mes y medio de campaña para dar paso a la “madre de todas las batallas” impulsada por el oficialismo para impedir que el chavismo venezolano instalara el “socialismo del siglo veintiuno” de la mano de la Alianza Opositora contra la Dictadura, que a su vez anunciaba que iba a eliminar la Corte Suprema de Justicia, instalaría un gobierno de transición mientras convocaba a una Asamblea Constituyente e iba a derrotar a la “dictadura” encabezada por el presidente Hernández. En esos extremos se mecían el país, los medios de comunicación y las redes sociales.

Del lado del Tribunal Supremo Electoral, las garantías de que este sería el proceso más blindado y más vigilado de la historia fueron reiterativas. El 12 de noviembre las autoridades del árbitro electoral hicieron un simulacro de transmisión de resultados frente al cuerpo diplomático presente y observadores nacionales e internacionales acreditados para la veeduría del proceso<sup>5</sup>. Simulacro orientado a garantizar que todo estaba listo para los comicios y que las fallas encontradas serían subsanadas. Pero el mismo mostró inconsistencias al detectarse caídas en las llamadas, cortes de energía eléctrica en algunas comunidades, entre otros detalles que las autoridades del tribunal electoral se comprometieron a enmendar.

Las elecciones se dieron con las denuncias sobre la falta de depuración del Censo nacional electoral, el rechazo de la oposición a las empresas contratadas para el escaneo, transmisión y resultados, los alegatos sobre traslados domiciliarios irregulares, el tráfico de tarjetas de identidad y la polémica por la aplicación de la raya continua o voto en plancha. La percepción del fraude también había sido instalada.

5 <http://www.elheraldo.hn/eleccioneshonduras2017/1125163-508/tse-realiza-simulacro-en-presencia-de-diplom%C3%A1ticos-y-observadores>

## La crisis poselectoral

Aunque el día de los comicios todo transcurrió con normalidad y las misiones de observación electoral, en especial las de la Unión Europea (UE) y de la Organización de los Estados Americanos destacaron el civismo de los hondureños, la tranquilidad se alteró a medida que entraba la noche y no se conocían resultados, mientras aparecían los primeros sondeos extraoficiales en donde tanto el candidato-presidente Hernández como Nasralla se autoproclamaban ganadores. El tercer candidato en contienda, Luis Zelaya, del Partido Liberal, al aceptar su derrota, reconoció a Nasralla como ganador porque así lo indicaban las actas de su partido<sup>6</sup>. El Tribunal Supremo Electoral dio, a la 1:45 de la madrugada del 27 de noviembre, una primera proyección que confirmaba que Nasralla aventajaba. Entonces el sistema presentó fallas y horas después, al reiniciar el conteo, el Tribunal Supremo Electoral empezó a subir actas y la tendencia empezó a revertirse. Las proyecciones empiezan a dar como virtual ganador del proceso al actual presidente Juan Orlando Hernández. Los medios de comunicación así lo destacaban<sup>7</sup>. La gente protestaba en las calles, los observadores obligaron a un recuento de actas ante el reclamo popular y de los integrantes de la Alianza Opositora. Hubo dos recuentos. El primero se hizo en medio de un toque de queda, dadas las manifestaciones y el reporte de primeros saqueos de negocios, en especial en el sector norte del país.

Finalmente, el 17 de diciembre, en cadena nacional de prensa y televisión, el Tribunal Supremo Electoral emitió la declaratoria final de las elecciones y en ella dio el triunfo al presidente-candidato Juan Orlando Hernández, legitimando así la reelección y la continuidad en el poder por un periodo de cuatro años.

6 <http://www.latribuna.hn/2017/11/27/luis-zelaya-salvador-nasralla-gano-aceptarlo/>

7 <http://www.elheraldo.hn/eleccioneshonduras2017/1131860-508/juan-orlando-hern%C3%A1ndez-aventaja-con-52347-votos-a-salvador-nasralla-en-conteo>



En la declaratoria, las autoridades del Tribunal Supremo Electoral indicaron que Juan Orlando Hernández Alvarado, del Partido Nacional, ganó con un poco más de 1,4 millones de votos, que representaban 42,95%, en tanto el candidato de la Alianza Opositora, Salvador Nasralla obtenía un poco más de 1,3 millones de votos, 41,25%.

La declaratoria se produjo en medio de un llamado del secretario general de la OEA, Luis Almagro, que en su cuenta de la red social Twitter, posteó lo siguiente:

Falta de certeza me lleva a solicitar no se hagan pronunciamientos irresponsables hasta informes definitivos de la MOE de OEA en Honduras. Informes de Misión de Observación Electoral de @OEA\_oficial en Honduras concluyen que persisten serias dudas sobre resultados. Conferencia de prensa en breve.

El secretario general propuso incluso la repetición de las elecciones. De esta forma, la legitimidad del Tribunal Supremo Electoral y del proceso electoral había entrado a una fase crítica y así lo hacen ver los informes preliminares de las misiones de observación electoral de la OEA y la UE, al evidenciar que el árbitro electoral no pudo ser capaz de administrar un proceso que se le fue de las manos y que amerita una profunda reforma para despolitizarlo y despartidizarlo.

## Así jugaron los medios y las redes sociales

El 19 de octubre de 2017 un comunicado de la Asociación de Medios de Comunicación de Honduras (AMC)<sup>8</sup>, que aglutina a los más importantes medios corporativos de este país centroamericano, daba la tónica de cómo andaría la cobertura informativa de la campaña político electoral de noviembre para elegir un nuevo presidente, diputados, alcaldes y legisladores al Parlamento Centroamericano. La pola-

rización se había apropiado no solo de la campaña, también de los medios y su cobertura.

El detonante de ese comunicado fue un spot publicitario del entonces candidato presidencial liberal, Luis Zelaya, un exrector universitario que se metió a la política como un *outsider* dentro de un partido que por más de una centuria fue parte del bipartidismo político de este país, pero hoy está muy fraccionado al grado de caer a un tercer lugar dentro de las fuerzas políticas del actual sistema político de partidos en Honduras<sup>9</sup>.

Luis Zelaya, quien diseñó una campaña política que apostó mucho a las redes sociales, puso al aire un spot denominado “Que se venga el verdadero cambio”<sup>10</sup>, y entre sus mensajes expresaba: “¡Que vengan nuevos tiempos, oportunidades, justicia! ¡Que se vayan los corruptos, las empresas de maletín! (...), acompañado con imágenes de funcionarios corruptos del actual gobierno, de migrantes hondureños y su travesía en búsqueda del sueño americano y de narcos extraditados ante la falta de institucionalidad para poder juzgarlos en el país.

El ahora expresidente liberal solo pudo sacar esos mensajes dos veces al aire. La Asociación de Medios de Comunicación se “alarmó” y en su comunicado excitó respetuosamente a los partidos y sectores participantes en el proceso electoral a:

“guiarse por la cordura, dejando atrás la pasión y los ánimos encendidos, porque ni lo uno ni lo otro son ingredientes para cultivar la armonía que debe prevalecer en la nación hondureña en estos momentos tan difíciles”.

8 [http://www.laprensa.hn/inicio/1118601-417/elecciones\\_honduras-medios\\_comunicacion-campana\\_politica-politicos-candidatos](http://www.laprensa.hn/inicio/1118601-417/elecciones_honduras-medios_comunicacion-campana_politica-politicos-candidatos)

9 En Honduras existen diez partidos políticos legalmente inscritos. Por décadas el bipartidismo marcó las fuerzas repartidas entre el Partido Nacional (PN), en el poder, y el Partido Liberal (PL), opositor. El golpe de estado de 2009 contra el presidente Manuel Zelaya fraccionó el bipartidismo, pero este sigue visible en los gobiernos locales, aun cuando ya no en la fórmula presidencial. Desde hace ocho años la segunda fuerza política es el Partido Libertad y Refundación (Libre), del depuesto expresidente Zelaya (2006-junio 2009).

10 <https://www.youtube.com/watch?v=oaxQzqv-5U0>



“Ningún anuncio, discurso o declaración de contenido incendiario favorece a los buenos propósitos de poner a Honduras en el camino de la tranquilidad para lograr la prosperidad que necesita la nación para mejorar las condiciones de bienestar del pueblo hondureño. Por el contrario, este tipo de mensajes solo sirven para inflamar los odios y dividir más a los hondureños”,

sentenció la Asociación de Medios de Comunicación.

Que prosigue:

“la AMC considera oportuno excitar a los autores de las diferentes campañas de los partidos políticos, para que usen sus mensajes y expongan a la ciudadanía y pueblo hondureño en general sus ideas, sus planes y compromisos que conlleven a construir un gran país. En esa función, la AMC a través de sus medios afiliados, les ofrece los espacios suficientes para que haciendo uso de ellos, con la nobleza que permite la democracia, con toda lucidez y persuasión, busquen el apoyo de los electores.

“El compromiso de la AMC es defender la democracia, apoyar a los participantes que en buena lid buscan conquistar el poder para dirigir los destinos de nuestro país. Pero, de igual manera, considera que los espacios de nuestros miembros afiliados, no deben dar cabida a mensajes o anuncios con contenidos que inciten a la confrontación y conlleven a la violencia”, recalcó la Asociación de Medios.

Añadió que es “consecuente evitar los antagonismos infecundos y peligrosos que lleven nuestra democracia al fracaso, y con ello minar la posibilidad de sacar a Honduras de las llamas de la discordia en que hemos estado en los últimos años”.

De esta forma, las reglas del juego habían sido cantadas. Luis Zelaya ni ningún otro candidato de la oposición pudieron colocar en sus espacios “anuncios de confrontación”. Las denuncias de hechos se fueron al plano de las redes sociales.

En las redes sociales, los equipos de Alianza Opositora, el Partido Nacional y el Partido Liberal, este último en menor intensidad, empezaron a descalificarse unos y otros. Acusaciones de corrupción, crimen

organizado, comunistas, “ñángaras” (izquierdistas), continuismo, dictadura, fueron parte del tono que gravitó en las redes, donde los spot publicitarios que no tenían cabida en los medios corporativos eran colgados en las redes en las cuentas de los partidos políticos o de sus candidatos presidenciales.

En los medios televisivos, en especial en los llamados medios corporativos, la publicidad a favor del oficialismo fue descomunal: por cada anuncio de la oposición, particularmente del Partido Liberal, surgían entre seis o siete del oficialismo en el margen de una hora, con mayor énfasis en los llamados programas “*prime time*” o de mayor audiencia.

Un informe de la MOE-UE constató algunas de estos hechos y en su reporte de “Monitoreo y análisis de los medios de comunicación”, que comprendió del 27 de octubre al 20 de noviembre, refleja la desigualdad que caracterizó la cobertura informativa de la campaña electoral desde los medios de comunicación, tradicionales y no tradicionales. El informe de la MOE-UE vino a corroborar lo establecido en su comunicado por la Asociación de Medios de Comunicación, de cerrar filas a favor del oficialismo.

En su comunicado, la Misión de la UE señaló lo siguiente:

La MOE-UE observó, tanto en la calle como en los medios de comunicación, un claro predominio de la campaña del Partido Nacional (PNH), a gran distancia del Partido Liberal (PLH) y la Alianza de Oposición, revelador de una marcada desigualdad de recursos. La MOE-UE observó además, con bastante frecuencia, una cierta confusión entre Gobierno y Partido Nacional en la distribución de bienes o beneficios en el marco de programas sociales del estado<sup>11</sup>.

El Informe de la MOE-UE señala también que:

La Televisión Nacional de Honduras, en clara contravención de las buenas prácticas para medios de

11 Monitoreo y análisis de los medios de comunicación-MOE UE Honduras 2017, anexo declaración preliminar, 28 noviembre 2017, Tegucigalpa, Honduras.



titularidad pública, no brindó un trato igual o equitativo a los diferentes partidos en sus programas de noticias y entrevistas, y discriminó claramente a la Alianza de Oposición y sus partidos miembros, que recibieron el 6% de cobertura, frente al 36% del PNH (Partido Nacional de Honduras, oficialista) y el 22% del Partido Liberal.

Así, la televisión nacional se decantó por el partido en el poder, dando más espacio a los liberales –que fue parte del bipartidismo político en el país– y en amplia desventaja a la oposición que representaba la Alianza Opositora. La maquinaria estatal televisada se volcó al servicio del oficialismo. En Honduras la televisión estatal más que un carácter de medio público de información, adquiere una vestimenta de relacionador público televisivo del gobierno de turno. En el país no existe una política pública sobre comunicación estatal.

El informe de monitoreo de medios de la MOE-UE se centró en dos tipos de análisis, uno cuantitativo y otro cualitativo de la cobertura (tiempo y espacio) que los canales de televisión, emisoras de radio y periódicos seleccionados dedicaron a los actores políticos relevantes del proceso electoral: candidatos, partidos políticos y alianzas.

La muestra del monitoreo incluyó cuatro cadenas de televisión, tres privadas y una pública. Las privadas fueron Canal 5, de la Corporación Televicentro, Hable como Hable (HCH) y UNE TV. Del lado público se monitoreó a la Televisión Nacional de Honduras (TNH).

En las radioemisoras se analizaron dos privadas: HRN de la cadena de Emisoras Unidas y Radio Globo.

En cuanto a prensa escrita, el monitoreo se hizo en cuatro diarios privados de distribución nacional: *El Heraldo*, que se edita en Tegucigalpa; *La Prensa*, cuya sede está en San Pedro Sula, al norte del país; *La Tribuna*, editado en Tegucigalpa; y *El País*, en San Pedro Sula<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Los diarios *El Heraldo* y *La Prensa*, pertenecen al Grupo OPSA, que dirige el empresario de medios, Jorge Canahuati Larach;

El informe analizó propaganda pagada, noticieros, debates, foros de entrevista, cobertura en vivo en las franjas de 6:00 p. m. a 12:00 a. m. para las televisoras, y de 6:00 a. m. a 12 m. para las radios, así como el contenido de los diarios en publicidad y noticias. Los resultados fueron los siguientes.

### Propaganda pagada de los presidenciales en los medios de comunicación

El presidente Juan Orlando Hernández, del PN, pautó 84% de la propaganda en medios escritos, 45% en las televisoras y 64% en las radios.

El candidato del Partido Liberal, Luis Zelaya, tuvo 9% en los diarios, 18% en las televisoras y 23% en las radios.

Salvador Nasralla de la Alianza Opositora pautó 6% en los diarios, 37% en las televisoras y 3% en las radios.

Desglosada la propaganda pagada por los presidenciales con mayor opción de triunfo esta quedó así.

### En la prensa escrita

Juan Orlando Hernández tuvo una pauta del 100% en el diario *El País*, 78% en *La Tribuna*, 80% en *La Prensa* y 82% en *El Heraldo*.

Luis Zelaya 0% en el diario *El País*, 19% en *La Tribuna*, 4% en *La Prensa* y 18% en *El Heraldo*.

---

mientras *La Tribuna* y *El País* son propiedad del expresidente de la república Carlos Flores Facussé (1998-2002). En tanto en los medios televisivos, Canal 5 pertenece a la Corporación Televicentro, propiedad de la familia Ferrari-Villeda; HCH es propiedad del periodista Eduardo Maldonado. En la radio, HRN pertenece al grupo de Emisoras Unidas, de la familia Villeda-Ferrari; mientras Radio Globo es del empresario y político Alejandro Villatoro. A excepción de HCH y Radio Globo, el resto de medios pertenece a la poderosa AMC.



Salvador Nasralla: 0% en *El País*, 0% en *La Tribuna*, 16% en *La Prensa* y 0% en *El Heraldo*.

Juan Orlando Hernández centró su propaganda en los medios escritos (84%), seguidos de la radio (64%) y la televisión (45%). Estos porcentajes son abismales en comparación con lo que pautó Salvador Nasralla: 6% en diarios, 3% en la radio y 37% en la televisión. Nasralla centró sus anuncios televisivos en el medio UNE TV, afín a la Alianza Opositora.

### ***En las televisoras***

En este caso la distribución quedó de la siguiente forma: Juan Orlando Hernández 0% en UNE TV, 67% en HCH y 67% en canal 5.

Luis Zelaya del Partido Liberal tuvo 0% en UNE TV, 33% en HCH y 23% en Canal 5.

Salvador Nasralla anduvo así: 100% en UNE TV, 0% en HCH y 0% en Canal 5.

Del informe de la MOE-UE se deduce que al desglosar cómo operó la campaña de Juan Orlando Hernández en las televisoras, dos medios centraron su atención en publicitarse: 67% en HCH, un medio de corte populista caracterizado por la cobertura descarnada de los sucesos y los anuncios sociales de cumpleaños o servicios sociales de avisos y denuncias, con un alto nivel de audiencia nacional. El otro 67% de su publicidad se colocó en Canal 5, de la Corporación Televicentro, el medio de comunicación más antiguo del país con más de cincuenta años de existencia y que lidera los principales noticieros informativos y de debates en foros televisivos.

Mientras el oficialismo inundaba la propaganda y la publicidad en estos medios, en cambio, Salvador Nasralla colocó toda su publicidad en UNE TV, un medio de comunicación simpatizante de la Alianza Opositora, de reciente creación y que informa desde la visión de la oposición, en este caso la Alianza Opositora, las incidencias, coberturas informativas que

en los medios corporativos no son abordados con un amplio despliegue, sino registrados como simples hechos informativos por cuestiones de espacios, de patrocinios o líneas editoriales definidas.

### ***En las emisoras***

Juan Orlando Hernández 0% en Radio Globo y 70% en HRN.

Luis Zelaya 33% en Radio Globo y 22% en HRN.

Salvador Nasralla: 30% en Radio Globo y 0% HRN.

En las radios, el candidato-presidente del Partido Nacional se decantó por la radio HRN, en tanto la oposición que encabezó Nasralla se fue por la Radio Globo y ninguna publicidad en HRN, una de las emisoras corporativas de mayor audiencia nacional.

### ***La cobertura editorial en los medios***

El candidato del oficialismo, Juan Orlando Hernández, fue el aspirante mejor cubierto por los medios de comunicación en los diarios con 54%, contra 15% de Luis Zelaya, 12% de Salvador Nasralla y 19% Otros.

En las televisoras la cobertura fue de 45% para Hernández, 5% para Zelaya, 33% para Nasralla y 17% Otros.

En las radioemisoras, Juan Orlando Hernández 34%, Luis Zelaya 10%, Salvador Nasralla 18%, Otros 38%.

### ***El tono de la cobertura***

El tono de la cobertura con que fueron abordados los presidenciables en los medios escritos, entre positivo, neutral y negativo fue altamente favorable para Juan Orlando Hernández por más de 70% y apenas con 3% de opinión desfavorable. Luis Zelaya



y Salvador Nasralla obtuvieron en promedio 50% de cobertura favorable, el primero, y 33% el segundo. Nasralla obtuvo las mayores opiniones desfavorables por el orden casi del 60%.

*En las televisoras* el informe destaca como el canal estatal TNH dio más de 90% de cobertura favorable al candidato del oficialismo Juan Orlando Hernández, mientras el resto no tuvo espacios de participación y el tono fue desfavorable para ellos.

En el resto de las televisoras, Juan Orlando Hernández tuvo un abordaje positivo en la cobertura informativa de los medios televisados, siendo HCH el que más cobertura le dio, con el 77%, seguido de UNE TV con 34% y Canal 5 con 31%, según el informe de la MOE-UE.

*En la radio* Juan Orlando Hernández obtuvo un 48% favorable en HRN, Salvador Nasralla 3% y Luis Zelaya 38%. En la Radio Globo Juan Orlando Hernández obtuvo una cobertura favorable de 2%, Luis Zelaya de 70% y Salvador Nasralla de 35%.

### ***El eje sobre la cobertura editorial y el tono de la cobertura***

Es el mayor indicador de cómo anduvo la campaña: el trato favorable al candidato oficialista en los medios corporativos queda plasmado en cuanto a que fue un tono positivo y los calificativos más cuestionadores y de crítica mordaz los tuvo en UNE TV. En los diarios, las radioemisoras y los noticieros televisivos y sus foros de debate, la cobertura informativa se centró en resaltar las bondades del gobierno del presidente Hernández que buscaba una reelección, el “éxito” en su política de mano dura en materia de seguridad, las extradiciones por narcotráfico, la estabilidad económica y los programas sociales de “Vida Mejor” con bonos solidarios de comida, de carácter agrícola, de la tercera edad, entre otros. En los debates televisivos, cuando compareció el candidato-presidente Hernández, los cuestionamientos fueron convertidos en elogios y en los retos en cómo garantizar “que lo bueno debe seguir”.

La oposición política tuvo una cobertura entre “negativa” y “positiva”. Según el informe de la MOE-UE, el abordaje más negativo lo tuvo Salvador Nasralla de la Alianza Opositora, en los llamados medios corporativos escritos, radiales y televisados. Nasralla solo tuvo cobertura favorable en UNE TV. El abordaje a las posiciones de la oposición se centró, en parte, en la dualidad de los discursos, pues Nasralla un día decía una cosa y al siguiente otra, hecho que se aprovechó en la agenda mediática para visualizar sus contradicciones. Pero el mayor enfoque de la agenda mediática se caracterizó por potenciar la propuesta de la Alianza de Oposición de querer instalar una constituyente, abolir el poder judicial, su dualidad en política de seguridad, y asociarla al socialismo del siglo veintiuno en Venezuela.

Luego, tras los resultados electorales y las protestas violentas que se suscitaron en el país con quema y saqueo de negocios, el abordaje en los medios corporativos se centró en la condena y la criminalización de los hechos sin opciones al debate reflexivo y la puesta en escena de los motivos de fondo que han generado esta inconformidad y que tienen al país con la gente en las calles. Algunos de los titulares de la prensa escrita fueron los siguientes: “Destrucción, saqueos, quemas y tomas de la Alianza en el norte de Honduras”<sup>13</sup>, “Vandalismo y caos en las protestas de la Alianza”<sup>14</sup>.

Ese ha sido el tono que ha prevalecido poscrisis político electoral y tuvo su segundo acento con mayor énfasis el 12 de febrero de 2018, cuando varios medios de comunicación escritos y televisados colocaron en la agenda mediática la presunta relación de los líderes de la Alianza Opositora con las Maras o pandillas y el crimen organizado. Así titulaban algunos medios: “PN acusa a “Mel” y Nasralla de víncu-

13 <http://www.elheraldo.hn/pais/1136170-466/destruccion-saqueos-quemas-y-tomas-de-la-alianza-en-el-norte-de>

14 <http://www.laprensa.hn/honduras/1131188-410/vandalismo-caos-protestas-marchas-alianza-oposicion-nasralla>



los con Maras y crimen”<sup>15</sup>, al insinuar el partido en el poder y luego el presidente reelecto que “el fraude” lo quiso hacer la Alianza Opositora con las Maras o pandillas que impidieron en algunos sectores de la capital y del norte del país, en especial las ciudades de Choloma y San Pedro Sula, que la gente votara en las elecciones por Juan Orlando Hernández. Ese día no solo la mayoría de los medios escritos salieron con ese tipo de titulares en sus portadas, también todos los foros televisivos, corporativos y no corporativos, tuvieron sus debates en torno a esa denuncia y sus panelistas invitados eran todos funcionarios de gobierno. No hubo espacio ni para los analistas ni para los miembros de la Alianza Opositora. Este nuevo escenario ha avivado la polarización y se produce en medio de un llamado a un diálogo nacional que permita buscar escenarios de salida y solución a la crisis poselectoral.

### **Las redes sociales**

No existe en el país un estudio que indique cuál es el poder o el impacto de las redes sociales para influir en el voto, pero en esta campaña electoral tuvieron un protagonismo más directo que en procesos pasados. Por medio de las redes sociales, los tres aspirantes con mayor opción de triunfo enviaban mensajes a sus seguidores, intentaban captar otros y subían sus videos “confrontativos” que no les serían publicados en los medios de comunicación, en especial los de Salvador Nasralla y Luis Zelaya. Aquí se produjo el mayor movimiento antireeleccionista, en especial en Facebook, Twitter e Instagram, los de mayor uso entre los hondureños. Las etiquetas #FueraJOH, #Noalareelección, #JOHnoesmipresidente, #Noaladictadura, fueron las más posicionadas en las redes sociales. La ciudadanía se abocaba a Facebook, por ejemplo, para escuchar el mensaje o ver la concentración del líder político de su simpatía. La Alianza Opositora fue la que hizo un mejor uso de la aplicación de Facebook Live para informar de las

concentraciones o mensajes de Salvador Nasralla, y los medios de comunicación tradicionales reproducían muchos de esos videos para informar en sus noticieros. Otra red altamente utilizada en la campaña política fue la de mensajería conocida como WhatsApp.

Las redes sociales pudieron reflejar la polarización de la sociedad, pues no solo fueron utilizadas para enviar mensajes proselitistas, también para calificar y descalificar a quien se atreviera a cuestionar a los presidenciables y su falta de propuestas. En la red de mensajería de WhatsApp la virulencia fue igual de intensa, y la prensa quedó atrapada en los extremos del “bien” contra el “mal”. Los ataques y las amenazas, individuales y contra las empresas periodísticas, fueron parejos, en especial en aquellos chat de debate en donde no solo había periodistas, sino activistas políticos, policías activos, depurados, militares y hasta funcionarios de gobierno.

El informe de la MOE-UE señala que “la campaña electoral ha sido intensa y a menudo agresiva en las redes sociales, con amplio recurso a perfiles falsos y *trolls*, y abundantes acusaciones de corrupción o de vínculos con Maras y narcotráfico”.

El periodismo de investigación estuvo ausente durante la campaña, señala el informe. Pero fue también en las redes sociales en donde se filtraron videos sobre compra de votos en algunas localidades o intimidación mutua entre activistas del oficialismo y de la oposición, en especial de la Alianza Opositora.

Ante el auge de las redes sociales, los políticos utilizaron el mecanismo para posicionarse y generar “marca” alrededor de sus figuras. Buscaron ser “*influenciadores*” emitiendo opiniones, denuncias y hasta dando órdenes o haciendo anuncios oficiales, como el caso del presidente Juan Orlando Hernández. Sus cuentas personales superaron a las institucionales de sus partidos políticos. No obstante, los presidenciables fueron también víctimas del llamado “Spam político” o manipulación de cuentas, un riesgo que corre todo usuario activo de las redes sociales.

15 <http://www.elheraldo.hn/edicionimpresa/1151397-472/pn-acusa-a-mel-y-nasralla-de-vinculos-co>



El noticiero televisivo TN5 de Canal 5, uno de los monitoreados por el informe de medios de la MOE-UE, efectuó en los días 21 y 23 de noviembre de 2017 un sondeo acerca de cómo andaba el “Spam político” entre los presidenciables<sup>16</sup>. En el caso de Twitter, utilizó la herramienta de TwitterAudits que permite determinar el número de seguidores falsos de un usuario. La herramienta analiza un número de seguidores, toma una muestra de hasta 5.000 cuentas y da una puntuación al usuario evaluado, entre más seguidores posee, tiene más probabilidades de contar con un alto número de cuentas falsas. El resultado fue el siguiente: Salvador Nasralla, con más de 20.100 seguidores, tuvo un porcentaje de 95% confiable, con un aproximado de 900 cuentas falsas. Juan Orlando Hernández, con más de 260.000 mil seguidores, tenía una puntuación de 63% confiable, con unos 84.792 seguidores falsos. Luis Zelaya, con más de 5.000 seguidores, poseía un porcentaje del 97% confiable, con un aproximado de 70 cuentas falsas.

En Facebook no existe una herramienta especial para contabilizar la cantidad de seguidores falsos, pero sí para comparar la competencia. Likealyzer es una de ellas. Los resultados fueron estos: Luis Zelaya contaba más de 90.000 seguidores, de ellos 26.228 activos, es decir, comentan, dan “me gusta” y comparten continuamente el contenido de su página, el resto de seguidores, unos 65.000 son únicamente espectadores.

Salvador Nasralla, tenía casi 300.000, de ellos 100.000 activos y los 200.000 restantes, espectadores.

Juan Orlando Hernández poseía más de 300.000 seguidores y un aproximado de 36.000 activos en su perfil, pero 298.000 no lo eran.

De acuerdo con la estatal Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), en el último trimestre de

2016 la cantidad de usuarios de telefonía móvil era un poco más de 7,9 millones, es decir 91 de cada 100 hondureños posee un teléfono móvil. De los 7,9 millones de usuarios de móviles, más de 605.000 utiliza el esquema de pospago, y un poco más de 7,3 millones el sistema de pre-pago. La población estimada de Honduras es de un poco más de 8 millones de personas. No obstante, el acceso a internet sigue siendo limitado: 37% de la población accede a ella, según Conatel y una firma especializada denominada *We Are Social*, con sede en Londres. Un artículo del diario sampedrano *La Prensa* indica que cerca de tres millones de hondureños son usuarios en Facebook<sup>17</sup>.

Las redes sociales<sup>18</sup> poco a poco se van colocando como un nuevo actor social dentro de la comunicación de masas, y si bien su rol en las campañas políticas para atraer o no votos no ha podido ser medido, su influencia ha comenzado a ser visibilizada en Honduras, porque fue desde ellas que se rompió en 2015 el cerco mediático en la lucha contra la corrupción con la marcha de los indignados que sacó a miles de hondureños a las calles con sus antorchas, que culminó con la instalación en el país de una Misión de Apoyo en contra de la Corrupción y la Impunidad en Honduras (MACCIH). Y en medio de la conflictividad poselectoral, una convocatoria desde las redes sociales hizo posible “el cacerolazo”, en repudio al toque de queda impuesto en el país en medio del recuento de urnas. Desde sus casas, los ciudadanos de todos los estratos, en especial clase media, hicieron “tronar” la ciudad capital y en varias

16 El sondeo fue realizado por una de las Community Manager del noticiero, Jennifer Girón, que tiene una sección denominada “TN5 en Línea”.

17 [http://www.laprensa.hn/honduras/1102307-410/aumentan-usuarios-internet-facebook-hondure%C3%B1os-redes\\_sociales](http://www.laprensa.hn/honduras/1102307-410/aumentan-usuarios-internet-facebook-hondure%C3%B1os-redes_sociales).

18 En la primera semana de febrero de 2018, en forma sorpresiva, el Congreso introdujo una iniciativa de ley denominada “Ley que regula los actos de odio y discriminación en redes sociales e internet”, misma que se asemeja a la aprobada en Ecuador y busca “censurar” información que estimen sensible y promotora del odio, la discriminación y lo que consideran “gestión de contenidos ilícitos”. La iniciativa se introdujo en plena crisis político poselectoral. <http://www.elheraldo.hn/pais/1149498-466/honduras-los-10-art%C3%ADculos-de-la-controversial-ley-que-busca-regular-odio>



ciudades del interior del país sus pitos y cacerolas en contra de la medida, que días después fue derogada.

## Libertad de expresión y derecho a la información

La crisis política actual puso de nuevo entre sus flancos las violaciones a los derechos humanos con más de una treintena de crímenes ocurridos poscrisis electoral, según grupos humanitarios no estatales y estatales. Las otras violaciones se dan a la libertad de expresión y el derecho a la información, vulnerado no solo por la falta de equidad y equilibrio en la cobertura informativa, también por los atropellos que han sido objeto los periodistas y medios tras la crisis.

Durante el proceso electoral se registraron denuncias de excesos de controles migratorios para el ingreso de periodistas internacionales, según el Comité por la Libre Expresión (C-Libre)<sup>19</sup>, en tanto, para la toma presidencial de la reelección del presidente Hernández, el 27 de enero de 2018, igual se negó la acreditación a periodistas del prestigioso diario salvadoreño *ElFaro.net*. Así lo denunció en su cuenta de Twitter el periodista Carlos Dada al postear:

“Enviamos todo lo requerido a tiempo, pero el gobierno de @JuanOrlandoH decidió dejar a @\_ElFaro\_ fuera del acto de juramentación de mañana”. “Que nos hayan sacado de la juramentación de JOH es un problema menor comparado con retenciones e interrogatorios a colegas internacionales”<sup>20</sup>, escribió en otro Twitter.

Por su parte, el 13 de diciembre de 2017 la Radio Progreso presentó denuncia ante el Ministerio Público por daños ocasionados a su equipo de transmisión. Radio Progreso pertenece al equipo de los jesuitas en Honduras y ha sido un medio de comunicación beligerante en contra de la reelección y del

gobierno de Hernández. El director de la radio, el sacerdote Ismael Moreno, denunció que una de sus torres y antena de transmisión en Tegucigalpa, la capital, fue dañada por “presuntas manos criminales”, obligándoles a salir del aire en la zona metropolitana durante varios días. El hecho contra ese medio de comunicación se produjo el 8 de diciembre de 2017.

Al cierre de los actos de la ceremonia de toma de posesión del presidente Hernández, que consumó la reelección por cuatro años, más de una docena de periodistas habían sido agredidos por fuerzas del orden, en su mayoría, y por presuntos simpatizantes de la Alianza Opositora, incómodos por el trato de los medios de comunicación a la crisis. Entre los periodistas agredidos destacan periodistas de agencias noticiosas como la AFP y otros que laboran como *free lance* para cadenas televisivas como Univisión, Telesur e Hispan Tv.

Estos atropellos, según registros de organizaciones como el Comité de Familiares Detenidos-Desaparecidos en Honduras (Cofadeh) y el Comité por la Libre Expresión, han recaído en su mayoría en las fuerzas del orden, policías y policía militar de orden público. Pero también se dieron agresiones por parte de sectores ciudadanos afines a la Alianza Opositora contra periodistas de medios corporativos<sup>21</sup>. El Colegio de Periodistas de Honduras denunció ante el Ministerio Público amenazas de “odio” en redes sociales contra varios comunicadores sociales y pidió investigar el origen de la autoría<sup>22</sup>. El último fue un periodista de UNE TV que en plena cobertura de un evento noticioso en un hospital psiquiátrico fue objeto de un atentado cuando un desconocido se le acercó y quiso apuñalarlo sin lograr su propósito<sup>23</sup>.

19 <http://www.clibrehonduras.com/alerta/ambiente-migratorio-hostil-para-periodistas-internacionales>.

20 <https://twitter.com/CarlosDada/status/957041442148495360>

21 <http://www.latribuna.hn/2018/01/23/periodista-denuncia-ante-mp-agresion-manifest>

22 <http://www.latribuna.hn/2018/01/18/cph-interpone-denuncia-mp-campana-odio-amenazas/>

23 <http://www.elheraldo.hn/sucesos/1151834-466/atentado-contra-el-periodista-c%C3%A9sar-silva-en-la-capital-de-honduras>



Desde el 27 de noviembre de 2017 hasta el 27 de enero de 2018 –día de la toma de posesión presidencial– la prensa hondureña en la cobertura noticiosa, al margen de las simpatías personales o posiciones editoriales de sus empresas, ha llevado, hasta ahora, una de las peores partes: amenazada, intimidada, golpeada y gaseada, vulnerando así el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información en esta nación centroamericana, considerada entre las de mayor riesgo en América Latina para ejercer el periodismo ante las más de una treintena de muertes registradas desde 2002 a la fecha. La mayoría de estos casos están en la impunidad.

La crisis política poselectoral y la instalación de un continuismo en el gobierno no pinta escenarios favorables para la libertad de expresión y el derecho a la información en Honduras, ya que en materia legal fue el primer gobierno del presidente Hernández el que aprobó una ley de secretos para impedir el acceso a información pública a discrecionalidad del Consejo Nacional de Seguridad y Defensa. Esta ley clasificó a diecisiete instituciones entre las prohibiciones de dar información sensible, algunas de ellas ligadas a escandalosos casos de corrupción que están siendo investigados, unos, y judicializados, otros. Se desconoce el tiempo de la reserva de esta información y qué información es reservada. La ley de secretos dice que puede ser de cinco hasta veinticinco años<sup>24</sup>. Existe, a su vez, un fallo judicial que amparándose en la ley de inteligencia prohíbe que se otorgue información para conocer en qué se gastó el impuesto que por concepto de seguridad pagan los hondureños que manejan tarjetas de crédito y tienen cuentas bancarias.

Termina de configurar el panorama de libertad de expresión la aprobación, en el gobierno de Juan Orlando Hernández, de una reforma penal que tipifica

como “terrorismo” la apología que se haga desde los medios de comunicación y redes sociales a la violencia o actos que “inciten al odio”, figura que queda a disposición de un juez para decidir qué noticia “es buena” y “cuál mala”. Esta reforma se conoce como el artículo 335-B vigente y su derogación ha sido imposible, pese al reclamo de los medios, periodistas, grupos humanitarios e instancias internacionales. Es la imposición de figuras penales que restringen el ya asfixiante ambiente del ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información en un país dividido y altamente polarizado.

## A manera de reflexión

La crisis política que vive Honduras, producto de las elecciones generales de noviembre de 2017, tiene al país en una de sus peores encrucijadas políticas, en la cual la legitimidad y la institucionalidad entraron a una fase tal de deterioro que la conflictividad social irá subiendo de tono si no se encuentran escenarios de salida que permitan al actual gobierno disminuir sus niveles de impugnación social, siendo que la mitad del país no le apoya.

Los escenarios para el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información no pintan a favor de la misma, sino a momentos críticos y de tensión en los que el factor de la polarización y la ideologización política también serán frecuentes.

Los comicios del 26 de noviembre evidenciaron que los medios de comunicación se equivocaron en sus enfoques de cubrir “una elección más”, porque no lo fue y porque puso de nuevo en el debate público la responsabilidad mediática frente al abordaje de este tipo de acontecimientos.

Las reformas penales y una ley de secreto siguen vigentes, y la figura de terrorismo puede ser invocada en cualquier momento si un tribunal de justicia considera la cobertura de la crisis como “apología al odio o a la violencia”, en tanto no sean derogadas.

24 Al cierre de este reporte, el gobierno envió a la cámara legislativa el 18 de enero un proyecto de reforma de la ley de secretos que prácticamente la deroga, al proponer una reforma de más de la mitad de la totalidad de artículos, que son diecisiete. El mismo se espera sea debatido en los próximos meses.



## Referencias

Comité por la Libre Expresión. "Ambiente migratorio hostil para periodistas internacionales". <http://www.clibrehonduras.com/alerta/ambiente-migratorio-hostil-para-periodistas-internacionales>

*El Heraldo*. "Luis Zelaya acepta derrota del Partido Liberal y felicita a Salvador Nasralla". <http://www.elheraldo.hn/eleccioneshonduras2017/1130045-508/luis-zelaya-acepta-derrota-del-partido-liberal-y-felicita-a-salvador-nasralla>

Informe final de la Misión de Observación Electoral, elecciones generales Honduras, 26 de noviembre de 2017, OEA. [http://www.oas.org/es/centro\\_noticias/comunicado\\_prensa.asp?sCodigo=C-092/17](http://www.oas.org/es/centro_noticias/comunicado_prensa.asp?sCodigo=C-092/17)

*La Prensa*. "Medios llaman a candidatos a una campaña sin odio, comunicado de la Asociación de Medios de Comunicación de Honduras". [http://www.laprensa.hn/inicio/1118601-417/elecciones\\_honduras-medios\\_comunicacion-campa%C3%B1a\\_politica-politicos-candidatos](http://www.laprensa.hn/inicio/1118601-417/elecciones_honduras-medios_comunicacion-campa%C3%B1a_politica-politicos-candidatos)

*La Prensa*. "Aumenta un 25% el número de usuarios en internet". [http://www.laprensa.hn/honduras/1102307-410/aumenta-usuarios-internet-facebook-hondure%C3%B1os-redes\\_sociales](http://www.laprensa.hn/honduras/1102307-410/aumenta-usuarios-internet-facebook-hondure%C3%B1os-redes_sociales)

Monitoreo y análisis de los medios de comunicación-MOE UE Honduras 2017. Anexo. Declaración preliminar, 28 noviembre 2017, Tegucigalpa.

Spot de campaña Luis Zelaya. "Que se venga el verdadero cambio". <https://www.youtube.com/watch?v=oaxQzqv-5U0>



### **Acerca de la autora**

**Thelma Mejía.** Periodista e investigadora hondureña, corresponsal en Honduras de la agencia de noticias Inter Press Service, consultora asociada del Centro de Documentación de Honduras (CEDOH) y de SienComunicaciones.

### **Pie de imprenta**

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)  
Calle 71 n° 11-90 | Bogotá-Colombia  
Teléfono (57 1) 347 30 77  
Fax (57 1) 217 31 15  
**www.fes.org**

### **Responsable**

FES Comunicación para América Latina  
omar.rincon@fescol.org.co

**Bogotá, marzo de 2018**

**ISSN 2422-0663**

**FES Comunicación es una unidad regional de análisis de la comunicación para América Latina de la Friedrich-Ebert-Stiftung.**

**Su objetivo es producir conocimiento para hacer de la comunicación una estrategia fundamental del diálogo político y la profundización de la democracia social.**

**El conocimiento y la red de expertos de FES Comunicación apoyan el trabajo sociopolítico de la red de oficinas FES en América Latina.**

El uso comercial de todos los materiales editados y publicados por la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) está prohibido sin previa autorización escrita de la FES.

Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente las de la Friedrich-Ebert-Stiftung.