

ELECCIONES PRESIDENCIALES HONDURAS 2013:
JÓVENES Y REDES SOCIALES

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial
del 3 de abril de 1981



"ELECCIONES PRESIDENCIALES HONDURAS 2013: JÓVENES Y REDES SOCIALES"

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRA EN COMUNICACIÓN

Presenta

SANDRA JULISSA IRÍAS ANDRADE

Directora: Dra. Maricela Portillo

Lectores: Dr. Jerónimo Repoll

Mtro. Vladimir Zaldaña

México,D.F.

2014

Índice

Presentación	5
Preguntas de Investigación	5
Objetivos	6
Hipótesis	6
Justificación	6
Metodología	8
I. Radiografía de la juventud hondureña	12
A. ¿Quiénes son los jóvenes hondureños?	13
Los jóvenes de Honduras en números	14
B. Jóvenes y Educación	15
Educación Secundaria: Obligatoriedad y Programas Innovadores	16
Educación Superior: Aprender a Aprender	17
Educación y Brecha Digital	17
C. Jóvenes y Empleo	18
¿Hay pertinencia entre educación y empleo?	19
D. Los Ni-Ni	20
E. Fuga de Fuerzas y Cerebros	21
F. Juventud y Violencia: Víctimas y Victimarios	22
G. Juventud y Sexualidad: Embarazo Precoz y VIH	24
Pobreza y falta de educación: aliados del embarazo precoz	24
VIH: Educación para prevenirlo y educación para sobrellevarlo	25
H. Juventud y Política	25
Otra Forma de Participar	28
II. Contexto Sociopolítico en Honduras	31
A. Marco Legal Sobre Sufragio	32
Entes Reguladores	33
B. Marco Legal Sobre Campañas Políticas	33
Campaña Electoral	33
Propaganda Electoral	34
Reuniones Públicas y Manifestaciones Públicas	35
C. Partidos Políticos	35
Las Opciones de Hoy	36

D. Golpe de Estado 2009 y sus repercusiones	38
América Latina y su Tradición Golpista	38
Honduras: Golpes del Pasado	40
Golpe de Estado del 2009: Rojos contra Blancos	41
Después del Golpe: ¿Dónde estamos ahora?	42
III. Proceso Electoral 2013	45
A. Electorado	46
Los Aptos Para el Ejercicio del Sufragio	46
B. Mundos contrastantes: Redes Sociales y Resultados Oficiales	46
Una voz de peso: Intención de Voto de la Población General de Honduras según CID-Gallup	46
Las Voces Independientes: Sondeos Realizados por Jóvenes	47
Redes Sociales: el fenómeno PAC	56
La Voz Oficial: Resultados del TSE de las Elecciones Presidenciales	59
IV. Política, Jóvenes y Redes Sociales	63
Democracia y Opinión Pública	64
Actualidad en las Campañas Electorales	67
Intención y Decisión de Voto	68
Modelo de comunicación política: ¿Cómo se está llegando a los jóvenes?	71
Jóvenes y Política en Redes Sociales	73
V. Análisis de Encuesta "Panorama Previo a Elecciones Presidenciales en Honduras: Juventud, Redes Sociales y Medios"	76
Intención de voto de los jóvenes vs. Resultado Final	77
Nasralla: la opción de la juventud hondureña	79
Jóvenes e Ideología	81
Jóvenes Ante Resultados	82
Facebook, Twitter y Comportamiento Político de los Jóvenes	84
Campañas Políticas y Percepción de los Jóvenes	87
Medios de comunicación, Política y Jóvenes: Programa de Radio "La Hora de Escucharte"	88
Conclusiones	97
Bibliografía	101

Presentación

Esta tesis fue una investigación acerca de la percepción e intención de voto expresada en las redes sociales por parte de los jóvenes hondureños en el proceso electoral de 2013. La estructura consta de cinco capítulos. En el primer capítulo, ¿Quiénes son los jóvenes hondureños?, se construye una visión global de los jóvenes y todos los aspectos que les rodea, como: educación, empleo, migración, violencia, sexualidad y política. Luego en el segundo capítulo, Contexto Sociopolítico de Honduras, se describen las leyes que enmarcan el sufragio y las campañas electorales, el perfil de los partidos políticos en contienda y acontecimientos importantes como el Golpe de Estado de 2009, que rigen el comportamiento político de la juventud actual. El tercer capítulo, Proceso Electoral 2013, presenta estadísticas de cómo se iba construyendo la intención de voto y la percepción de los jóvenes al respecto, así como los datos oficiales finales. Luego la teoría brinda los conceptos relevantes como: democracia y opinión pública, actualidad en las campañas electorales, intención y decisión de voto, modelo de comunicación política con el que se está llegando a los jóvenes y la política relacionada a la juventud y redes sociales, todo en el cuarto capítulo: Política, Jóvenes y Redes Sociales, que guiará el análisis de resultados de una encuesta aplicada, sobre el panorama previo a las elecciones presidenciales en Honduras, en el quinto y último capítulo.

Preguntas de investigación

General:

¿Cómo se construyó la percepción y se expresó la intención de voto entre los votantes hondureños jóvenes, clasemedios, con educación superior, de zonas urbanas y con acceso a TIC, en las redes sociales durante las elecciones presidenciales de 2013?

Específicas:

- ¿Qué candidato presidenciable genera más simpatía entre los jóvenes?
- ¿Hay alguna ideología política marcada entre los jóvenes?

- ¿Qué papel han jugado las redes sociales en el comportamiento político de los jóvenes durante este proceso electoral?
- ¿Qué impacto han tenido las campañas de los candidatos presidenciables en el comportamiento político de los jóvenes durante este proceso electoral?

Objetivos de investigación

General:

Definir cómo se construyó la percepción y se expresó la intención de voto entre los votantes hondureños jóvenes, clasemedios, con educación superior, de zonas urbanas y con acceso a TIC, en las redes sociales durante las elecciones presidenciales de 2013.

Específicos:

- Identificar al candidato presidenciable más acorde a la preferencia de los jóvenes.
- Identificar si hay una ideología política predominante en los jóvenes.
- Explicar el papel jugado por las redes sociales en el comportamiento electoral de los jóvenes.
- Describir el impacto de las campañas políticas de los diferentes candidatos presidenciables, sobre el comportamiento electoral de los jóvenes.

Hipótesis

Los jóvenes de Honduras, de zonas urbanas, clase media, con nivel educativo superior, son un grupo influenciado en su comportamiento político, por las tendencias que en las redes sociales circulan.

Justificación

Esta tesis tiene una relevancia académica ya que aportará información sobre una temática poco estudiada en Honduras. En general, la cultura de investigación en el país es bastante pobre o casi inexistente, ya sea por falta de recursos para

hacerlo o porque simplemente no se ha fomentado la labor investigativa como se debería en los diferentes niveles educativos existentes.

En un país donde la cantidad de jóvenes es realmente grande, significando lo decisivo que este sector poblacional es para el desarrollo del país, se debe de investigar el comportamiento político de estos a cabalidad para así comprender la actualidad y pronosticar el futuro de la sociedad hondureña.

El objeto de estudio está centrado en una población juvenil de zonas urbanas, clase media, con acceso a TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), internet, redes sociales virtuales y con un nivel superior de escolaridad. Puede rebatirse su importancia por el alto índice de brecha digital existente en el país, este sector de población no es mayoritario pero constituye una guía externa para que otras sociedades entiendan el acontecer y pensar político dentro de Honduras gracias a estas conexiones sociales virtuales. El mundo constituido por las redes sociales es un fenómeno interesante de investigar, pues muchas veces es la voz, como en este caso en particular, de un sector poblacional con pensamientos y realidades que aunque no lleguen a ser las mismas del mundo real, despiertan un cuestionamiento acerca de su existencia.

De igual manera, este subgrupo juvenil está formado por muchos de los que serán líderes políticos y sociales en el futuro, además de conformar el ideal para muchos de los jóvenes de otros sectores socioeconómicos. Su mayor preocupación, crítica y análisis del acontecer político refleja hacia donde se dirigen los intereses de los adultos del futuro, quienes tendrán las riendas de forma directa en posiciones de mando político o indirecta al tomar decisiones como el sufragio.

Desde el punto de vista social, generalmente se ignora el verdadero potencial del sector juvenil; más si este poder expresivo de los jóvenes se canaliza a través de un medio masivo como son las redes sociales. Escribir algo en estos sitios es

como lanzar un mensaje dentro de una botella al océano, cualquiera está propenso a recibirlo e interpretarlo de la manera que pueda o quiera. El presente y el futuro de la política hondureña está en manos de los jóvenes y tanto dentro como fuera de las fronteras geográficas de Honduras se puede percibir de manera más fácil por estos medios.

Metodología

La realización de este estudio, se ha conformado de diferentes estrategias investigativas en su desarrollo. En primer lugar, para contextualizar a la juventud hondureña, el entorno sociopolítico y electoral hondureño, se realizó una revisión documental basada en el Informe de Desarrollo Humano Honduras 2008/2009, Constitución de la República de Honduras, Leyes Electorales encontradas en el sitio web del Tribunal Supremo Electoral de Honduras, diarios hondureños en la web como: El Heraldo, La Tribuna, La Prensa, Tiempo, entre otras fuentes.

Luego, surgió la necesidad de conocer la forma de pensar, preferencias y comportamiento político de los jóvenes hondureños de zonas urbanas, clase media, con acceso a TIC y con educación superior. Era relevante conocer a profundidad sobre ellos como individuos, como grupo social y conocer como los medios de comunicación habían tenido una participación directa con ellos y su pensar político. Para esto, se implementó una propuesta metodológica que permitiese poder indagar estos distintos niveles.

Utilizamos el modelo de análisis basado en una perspectiva multinivel (Portillo, 2004). La traducción del esquema realizado en ese estudio, encajó perfectamente en la presente investigación, para la cual ajustamos los niveles y dimensiones de análisis de la siguiente manera:

Nivel Individual - la construcción de opiniones por individuos concretos. En este nivel se analizó lo expuesto por cinco jóvenes hondureños con respecto a las elecciones, a través de una entrevista. Un cuestionario se les fue enviado por

correo electrónico, mensajes privados en sus redes sociales o a través de servicio de mensajería en sus teléfonos móviles. La razón para ser entrevistados fue porque habían realizado encuestas independientes a través de sus redes sociales para conocer la intención de voto presidencial entre sus contactos. Las preguntas y respuestas de la entrevista, tuvieron como objetivo conocer sus motivaciones, las redes utilizadas, sus resultados, conclusiones, concordancia con las encuestas oficiales y el perfil tentativo de quienes les respondieron.

Nivel Grupal - definido por lo social, la manera de reaccionar de los grupos de individuos a través de opiniones o acciones concretas. Para mirar este nivel grupal, estos grupos de jóvenes hondureños, se realizó una encuesta. Debido a la dificultad de conocer la totalidad del universo, la encuesta fue no probabilística, aplicada mediante las redes sociales Facebook y Twitter, a jóvenes hondureños de ambos sexos entre los 18 a 30 años. El instrumento¹, creado a través de la herramienta digital Survey Monkey, fue aplicado entre el 18 de noviembre y el 23 de noviembre de 2013, con una cantidad de 34 preguntas cerradas, abiertas y mixtas, que indagaron sobre datos personales de cada participante, su relación con los medios de comunicación, internet, TIC, redes sociales y el proceso electoral presidencial a llevarse a cabo el 24 de noviembre de 2013. Se obtuvieron la cantidad de 691 encuestas, 601 completamente respondidas². Dicho logro fue gracias a la colaboración de jóvenes líderes de opinión de Honduras, figuras públicas y usuarios en general, que difundieron el instrumento entre sus comunidades virtuales, lo más que les fue posible.

El nivel grupal, constituido por un conjunto de jóvenes hondureños con condiciones socioculturales similares (grupo etario, clase media, con nivel académico superior, con acceso a las TIC y de áreas urbanas), permiten que estos sean entendidos como un grupo, no organizado, pero grupo al fin que construye opinión a través de una dimensión de **interacción social**. Dicha

¹ Dicho instrumento puede ser consultado en el disco de anexos de esta investigación.

² Cada una de estas respuestas se pueden revisar en el disco de anexos.

interacción se vuelve tangible en esta investigación a través de los procesos comunicativos dentro de las redes sociales virtuales (Facebook, Twitter).

Nivel Organizacional/Institucional- operativo con la **dimensión sistémica**, se trata de las grandes organizaciones que ordenan la vida social. Al igual que el estudio original del cual se toma el esquema metodológico, también para este estudio particular el interés se posa directamente sobre los medios masivos de comunicación, entendidos estos como instituciones sociales, industrias culturales que juegan un papel específico en cuanto a la definición de las posturas y preferencias electorales. De manera específica, este nivel de análisis y su dimensión que por su puntualidad se convierte de dimensión sistémica a mediática, abarcó el análisis del programa de radio "La Hora de Escucharte", creado por la radio juvenil hondureña Vox FM para generar un contacto más directo entre la audiencia constituida por jóvenes, y los principales candidatos presidenciales en contienda.

De los tres niveles a analizar, nos centramos fundamentalmente en el grupal. La pregunta que orienta esta investigación es, ¿Cómo se estaba tejiendo la percepción de los candidatos en las redes sociales y cómo se expresaba la intención de voto?, como es de entenderse, dentro de este sector de la población juvenil hondureña que ya se ha delimitado.

Interesaron las siguientes categorías/ dimensiones de análisis para responder nuestros cuestionamientos:

Dimensión Cognitiva- lo afectivo y lo valorativo.

Lo afectivo se refiere al conocimiento adquirido por el sentido común y la experiencia. Lo que los jóvenes creían sobre el proceso electoral por su conocimiento propio y las experiencias políticas vividas hasta ese momento.

Lo valorativo que es la construcción de conocimiento a partir de los esquemas de valores. Acorde a lo ético y moral, los conocimientos que los jóvenes iban adquiriendo sobre el proceso electoral y sus protagonistas.

Dimensión Social- redes sociales y líderes de opinión

Redes sociales que son los diferentes grupos en los que los individuos se mueven. El comportamiento y discusiones de los jóvenes dentro de sus redes sociales virtuales Facebook y Twitter, respecto a temas electorales.

Líderes de opinión, individuos en posición privilegiada por su acceso a la información, prestigio y/o nivel cultural. Los cinco jóvenes entrevistados, dos de ellos figuras mediáticas y el resto muy influyentes dentro de sus redes sociales.

Dimensión Mediática- consumo de medios, significación simbólico / social y resignificación y apropiación discursiva.

Consumo de medios, la forma en que la audiencia ahora capaz de elección, realiza el acto del consumo mediático. De una forma más interactiva, en donde se han llegado a convertir en protagonistas dentro de algunos espacios como es el caso del programa "La Hora del Té" de la radioemisora Vox Fm, de donde surgió la iniciativa de las ediciones especiales "La Hora de Escucharte", donde los jóvenes interactuaban con los principales candidatos a través de Twitter.

Significación simbólico / social que trata del sentido que la audiencia da a lo que ve, lee o escucha. La aprobación o desaprobación, la actitud de la joven audiencia ante lo que escuchó en el programa de radio. Su valorización acerca de lo expuesto en las redes y encuestas oficiales sobre el proceso electoral.

Resignificación y apropiación discursiva, la incorporación o rechazo del discurso mediático en el discurso propio de los sujetos. La influencia de las discusiones en las redes sociales y el programa de radio, positiva o negativa en su comportamiento y pensar político.

I. Radiografía de la juventud hondureña

En este capítulo, para entender al objeto de estudio y dar un panorama de su situación, la juventud hondureña será descrita tomando en cuenta varios aspectos esenciales en su existencia como ser: educación, empleo, migración, violencia, sexualidad y política. En algunos casos, contrastando con la realidad de los jóvenes en otras regiones para saber qué tan aislado o similar es el comportamiento de los hondureños con lo que pasa en el resto del mundo.

Se cerrará este apartado con el aspecto principal, que a groso modo da vida a esta tesis: juventud y política, luego se dará paso a conocer lo más importante de la política interna de Honduras para posteriormente ver la conexión entre estos procesos y acontecimientos con el comportamiento político de la juventud hondureña en las elecciones presidenciales de 2013.

A. ¿Quiénes son los jóvenes en Honduras?

Hablar de juventud y pretender dar un concepto preciso sobre la misma es una labor verdaderamente difícil. Hay muchos aspectos que deben ser tomados en cuenta para caracterizar a este sector de la sociedad, pero hay parámetros de tipo sociales, biológicos, legales, etc. que han tratado de coincidir para darle una identidad y ubicación a los jóvenes.

Según la Organización Iberoamericana de la Juventud, OIJ, la juventud se considera como la fase de transición entre las etapa de niñez y adultez. Es decir que se trata del momento en que los niños van adquiriendo autonomía, un momento de preparación para incorporarse al proceso productivo y se independicen de sus familias originales. Se debe comprender que esto en términos etarios varía dependiendo del contexto social y cultural que se quiera estudiar (2007, pág.16).

Por otro lado, la Organización de las Naciones Unidas, ONU, establece un rango de edad para considerar a una persona como joven, este rango, tanto para hombres como para mujeres, es el comprendido entre los 15 y 24 años. La ONU reconoce una amplia diversidad en el interior de este grupo etario que rebasa consideraciones de tipo biológico.

Los jóvenes han sido caracterizados en diferentes oportunidades y desde varias perspectivas, por ejemplo, Sergio Balardini y su noción de juventud como categoría sociocultural; José Antonio Pérez Islas y Maritza Urteaga Castro-Pozo y sus estudios de situación histórica de la juventud; Rossana Reguillo que abarca, entre otras cosas, los momentos fundacionales de la juventud en una sociedad determinada; Pierre Bourdieu quien en sus estudios sobre sociología y cultura, pone especial atención en el problema de los jóvenes; Carles Feixa y sus amplios conocimientos sobre culturas, subculturas, bandas, tribus y estilos entre los jóvenes, y así muchos otros autores que han tratado a la juventud desde casi todos los puntos de vista posibles.

Para efectos de este estudio en particular, se tomará en cuenta la caracterización legal que se hace en Honduras para definir quiénes son jóvenes.

Según el artículo 2 de la Ley Marco para el Desarrollo Integral de la Juventud publicado en el Diario Oficial La Gaceta, son jóvenes, para los efectos y beneficios establecidos en esta ley, la población cuya edad esté comprendida entre los doce (12) y los treinta (30) años de edad (2006, pág. A2).

Los jóvenes de Honduras en números

Aunque no existan datos actualizados a la fecha, se cuenta con investigaciones realizadas por ciertas instituciones para poder cuantificar la presencia de jóvenes en Honduras. De esta forma se puede observar claramente, la prominencia de este sector social en un país de aproximadamente 8.5 millones de habitantes, de acuerdo a las proyecciones de población de Honduras para el 2013, realizadas en el censo de población y vivienda 2001 del Instituto Nacional de Estadística.

Establecido el margen dentro del cual entran los considerados como jóvenes para la Ley Marco para el Desarrollo Integral de la Juventud, el Instituto Nacional de Estadística para el año 2010 indicó que el 38.8% de la población (3,117,222) eran jóvenes.

En cuanto a su ubicación geográfica, según el Instituto Nacional de la Juventud, la población general está centralizada en el área rural en un 53.2% equivalente a 1, 658,178 de jóvenes, con mayor predominio de los hombres en un 51.9%.

Por otro lado, el 46.8% equivalente a 1,459,044 se encuentra en el área urbana y con mayor representación de las mujeres en un 52.1%.

Los números no dejan espacio de duda, la cantidad de jóvenes existentes en Honduras, demuestra que este sector es crucial para el desarrollo o falta del mismo en este país. Los jóvenes en Honduras tienen en gran medida, el peso para crear cambios relevantes en la sociedad.

B. Jóvenes y Educación

A nivel global la educación se está convirtiendo en uno de los sectores prioritarios en las generaciones actuales, en contraste con lo que sucedía con generaciones antecesoras. La juventud hondureña no es la excepción y esto se corrobora con datos ofrecidos por investigaciones completas al respecto.

En cuanto a la educación, de acuerdo al Informe Nacional sobre Desarrollo Humano Honduras, INDH, el porcentaje de analfabetismo en jóvenes fue de 7.2% en el año 2008, esto por debajo del promedio nacional de 16.6%, teniendo menor incidencia en el área urbana y en las mujeres jóvenes. En los últimos años, gracias a diferentes programas de alfabetización básica, se ha producido un considerable avance en este sentido dentro del sector juvenil rural.

De igual manera se consiguió una reducción porcentual entre los jóvenes que no poseen ningún nivel educativo y se incrementó su nivel de escolaridad. Según datos del 2008, el 94.2% los jóvenes han cursado la educación primaria, 45.7% educación secundaria y 6.7% educación superior. En los tres niveles, las mujeres jóvenes superan a los hombres.

El panorama no es del todo negativo, pero aun persiste un patrón de desigualdad entre los jóvenes ligado muy fuertemente a variables en la estructura de los hogares de los que son originarios. El optar o no a la preparación

académica es directamente proporcional a los ingresos que reciben. Es por esto que el 13.0% de jóvenes sin educación, son los que forman parte de familias de muy bajos ingresos, en cambio solamente un 1.0% de los jóvenes de altos ingresos no tienen educación formal.

Acerca del nivel educativo superior, solamente el 0.5% de jóvenes de bajos ingresos está en la universidad, en cambio este porcentaje sube a 25.2% entre los jóvenes de hogares de altos ingresos.

Por el lado alentador, se indica un incremento en los años de estudio promedio de la juventud; en donde para el año 2008 el promedio de escolaridad de los jóvenes es de 6.7 años comparado con los mayores de 30 años de edad con un promedio de 5.0 años.

Educación Secundaria: Obligatoriedad y Programas Innovadores

La creación de oportunidades educativas y el mejoramiento de las opciones actuales, debe ser uno de los objetivos primordiales de las estrategias gubernamentales y la sociedad en general para el desarrollo de Honduras.

El INDH 2008/2009, sugiere algunas formas de paliar esta crisis:

- Educación secundaria obligatoria: Honduras junto a Nicaragua y Panamá, es de los países en Latinoamérica en donde la educación secundaria no es obligatoria.

Pero también es necesario trabajar en la optimización del otro extremo, esto quiere decir que si la obligatoriedad de la educación secundaria es vista como un paliativo en la crisis educativa, esta debe ser reestructurada y mejorada en su totalidad.

- Fortalecimiento de programas no convencionales y flexibles de educación ya existentes e introducción de nuevos programas: con el objeto de acortar o superar la brecha rural-urbana y ampliar la oferta de educación secundaria.

Estas estrategias deben tomar en cuenta que la implementación de los programas significa también una capacitación intensiva de los docentes, para que estos se apropien y tengan completo dominio y así optimizar su aplicación al máximo.

Educación Superior: Aprender a Aprender

Honduras cuenta en su sistema de educación superior con 19 universidades, 6 públicas y 13 privadas. Su cobertura neta casi se ha duplicado entre los años 1990 y 2006, pasando de 7.6% en 1990 a 14.5% en 2006.

El sistema educativo superior de Honduras se basa en paradigmas totalmente desfasados. Es necesario adoptar y aplicar paradigmas renovados como la sustitución de la cultura de la enseñanza por la del aprendizaje. Un aprendizaje autónomo, capacidad crítica y el "aprender a aprender" durante todo el ciclo vital.

Educación y Brecha Digital

La brecha digital que es esa separación entre los que tienen acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC, y los que no, es una realidad en la mayoría de países del mundo. La variable en este asunto es la amplitud. Honduras es un país con altos índices de pobreza, que lo lleva a formar parte del bloque de países del tercer mundo y subdesarrollo.

Debido a lo anterior, es de esperarse que los índices relacionados con esta brecha digital sean sumamente alejados a lo ideal. Solamente el 16.1% de los jóvenes en Honduras usan internet. De esta totalidad de usuarios, su relación con el nivel educativo es que solamente el 1.6% de ellos cuentan con educación primaria, el 26.4% educación secundaria y 78.5% educación superior.

De nueva cuenta, los ingresos económicos inciden, solo un 1.7% de los jóvenes de más bajos ingresos tienen acceso en comparación a los de más altos ingresos con un 35.0% con accesibilidad a este servicio.

La brecha es abismal entre los jóvenes que en sus centros de estudios tienen acceso a computadoras. Los que forman parte del nivel socioeconómico alto tienen un 79.5% de acceso a estas herramientas mientras el 16.5% de los del nivel socioeconómico bajo son los pocos privilegiados con este acceso.

Es más que evidente que actualmente los estudiantes utilizan el internet como una fuente primordial para poder desarrollar sus actividades académicas como estudiar o hacer tareas (71.5% de jóvenes). La exclusión es alarmante cuando únicamente el 5.8% de los jóvenes de nivel socioeconómico bajo pueden acceder al internet desde sus centros de estudios.

Existe una deficiencia en la distribución del gasto público en el área de educación para el mejoramiento tanto en infraestructura, equipo y personal, por lo que los jóvenes no pueden obtener el beneficio básico que constituye el internet y la utilización de computadoras en su desarrollo de manera eficiente, cómoda, apropiada y que les permita estar en paralelo con la juventud global. La desventaja enfrentada por los jóvenes hondureños, no solo les afecta a nivel interno sino fuera de las fronteras de Honduras.

C. Jóvenes y Empleo

La juventud hondureña, es el sector de la sociedad que más se ve afectado por el desempleo. Es alarmante saber que de 5 desempleados en el país, 4 son jóvenes.

Según el Instituto Nacional de Estadística, INE, durante el 2008 un 5.7% de los jóvenes entre 15 a 30 años se encontraban desocupados a nivel nacional en comparación con el 1.0% de los adultos.

En el sentido laboral en Honduras, ser joven y mujer representa un doble obstáculo. Un 6.4% de la tasa de desocupación lo representan las mujeres jóvenes, contrastado con el 5.3% de los hombres jóvenes y el 0.9% de las mujeres adultas.

Por otro lado, al menos en este sentido el sector rural lleva una ventaja positiva ante el sector urbano, ya que los jóvenes del primero representan un porcentaje de 4.3% de desempleo ante un 7.1% de los del segundo sector.

El nivel socioeconómico del cual provienen los jóvenes es también un condicionante, puede marcar la diferencia entre laborar o no hacerlo. El 66.8% de los jóvenes desocupados pertenecen al nivel de más bajos ingresos, y el 30.8% de jóvenes desempleados son del de más altos ingresos. Es lógico que este nivel social favorecido por los ingresos económicos, tenga esta ventaja gracias a su mayor accesibilidad a la educación y mejores contactos entre sus entornos sociales que inciden en su inserción laboral. Muchas veces esta segunda ventaja incluso llega a estar por encima de la primera.

Las tasas de subempleo visible e invisible enfrentado por jóvenes entre 15 a 30 años para el mes de mayo 2008 eran de 4.8% y 34,8% respectivamente, levemente superiores que las tasas de los adultos de 3.9% y 31.2%. Se ha relacionado al subempleo invisible directamente con la precariedad laboral. La Organización Internacional del Trabajo, OIT, indica que "el empleo precario está relacionado con la calidad del trabajo, con la falta de estabilidad laboral, con la falta de protección social, la cuantía del ingreso devengado, la jornada de trabajo y las dificultades para tener una organización sindical que defienda los intereses de los trabajadores" (2011, pág. 5-7).

¿Hay pertinencia entre educación y empleo?

El contexto ideal sería que a mayor preparación educativa que posea un joven, mayores sean sus oportunidades de inserción en el mercado laboral. La especialización en alguna área determinada debería ser garantía de encontrar ofertas laborales acordes, pero lamentablemente la realidad para los jóvenes hondureños no es esta.

La Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples, EPHPM, refleja datos que muestran que los jóvenes de edades entre 12 a 30 años, laboralmente ocupados, en un 6.4% no tienen ninguna instrucción escolar y un 54.7% cuentan

con educación primaria. Probablemente ambos sectores sean en los que se concentre el mayor grado de trabajo precario juvenil. Un 31% de estos jóvenes ocupados tienen educación secundaria y solamente un 7.9% educación superior (PNUD,2009).

El porcentaje de jóvenes desempleados con educación secundaria es de 45.5%, mayor al 41.4% de los jóvenes con educación primaria y el 7.9% con educación superior. En cuanto al flagelo representado por el subempleo visible e invisible afecta más a los jóvenes que no tienen educación en un 61.4% y a los que cuentan con educación primaria en un 47.4%, son los jóvenes con educación secundaria (24.4%) y con educación universitaria (13.5%) los que presentan los niveles de subempleo inferiores.

De acuerdo a esta misma fuente, el 41.1% de los jóvenes no encuentran relación entre la educación que han recibido y el trabajo que desempeñan, por lo tanto que la pertinencia educativa no es tan relevante para ellos. Es así como los jóvenes se emplean no necesariamente en trabajos ligados a sus áreas de conocimiento o formación, todo por la necesidad de recibir ingresos, laboran en lo que sea y en condiciones poco afortunadas para poder sobrevivir y cumplir como proveedores en sus familias.

D. Los Ni-Ni

Este término, derivado del vocablo anglosajón NEET: no employment, no education and no training, y que en Latinoamérica tiene más o menos cuatro años de existencia (Vanguardia, 2010), es el referido a aquellos jóvenes que ni estudian ni trabajan, pero este fenómeno no puede ser tomado a la ligera o relacionado con la rebeldía con la que generalmente se asocia a la juventud. Las razones para que un joven decida no realizar ninguna de las dos actividades son fundamentalmente estructurales y van extremadamente relacionadas con las pocas oportunidades laborales que este tienen.

Según la EPHPM del 2008, el 36.7% de los jóvenes solo trabajan, el 30.1% solo estudian y el 25.4% ni estudian ni trabajan. Para este año más de 750,000 jóvenes

entran en la categoría de Ni-Ni. El grupo representado por los que realizan ambas actividades es minoritario (7.8%).

El nivel socioeconómico al que los jóvenes pertenezcan tiene mucho que ver en esta condición. Hay mayor tensión entre el trabajo y estudio en los sectores sociales más pobres que en los estratos sociales más altos en donde la deserción e incorporación al mercado laboral es más débil (Peñaloza, 2010, pág. 93).

E. Fuga de Fuerzas y Cerebros

Honduras es un país envuelto en una nebulosa de inseguridad estrechamente relacionada con la violencia, crimen organizado y la corrupción política. Un país en donde el desbalance en las opciones académicas y la baja oferta laboral ante una alta demanda, asfixian, orillan a los jóvenes a buscar nuevos horizontes fuera de las fronteras de la tierra que los vio nacer y el cálido y protector seno familiar; a pesar de ser una sociedad y cultura que manifiesta estrechos lazos con el núcleo del hogar.

Las razones más importantes entre los jóvenes para abandonar el país varían. Muchos buscan, de acuerdo a la Encuesta Nacional de Percepción de Desarrollo Humano, la posibilidad de tener mayores ingresos y mas oportunidades (33.6%), dejar atrás un país falto de posibilidades de empleo (21.1%). Consideran que la única forma de poder ayudar a sus familias es a través de remesas que sus labores en el extranjero generen (17.4%), desean construir un futuro mejor de manera personal (9.2%); se encuentran deseosos por reforzar su educación (7.4%); añoran reunirse con sus familiares quienes se adelantaron para construir un hogar mejor en otras naciones (5.5%); se alejan decepcionados de la situación general en Honduras (3.4%); consideran el irse del país como un escape a la inseguridad pública y la delincuencia (2.4%) (PNUD, 2009).

En los últimos años, la juventud valora más la educación en el extranjero sobretodo en los niveles universitario y de posgrado, sedientos por la posibilidad de convertirse en profesionales con la capacidad de competir de manera global. Hay una creciente oferta de becas por parte de las cooperaciones internacionales,

que contribuyen a la realización de este sueño de muchos. Una gran cantidad de estos jóvenes que emigran para realizar estudios en el extranjero encuentran mayores oportunidades de trabajo fuera de Honduras y relacionadas con sus especializaciones, por lo que valiosos cerebros demuestran sus talentos lejos de su territorio original.

Otros, aun en condiciones migratorias precarias, encuentran mejores retribuciones económicas en labores prácticas en donde su mano de obra y fuerza calificada les permite desenvolverse eficazmente en sectores de construcción, comercio, manufactura, servicios, hoteles, restaurantes y agricultura.

Jóvenes de mentes brillantes y con fuerza laboral virtuosa, contribuyen al desarrollo de otros países y Honduras pierde estos talentos por la carencia de condiciones apropiadas que evite en primer lugar que emigren, y en segundo lugar, que al volver sus conocimientos puedan ser puestos en práctica.

F. Juventud y Violencia: Víctimas y Victimarios

Honduras es un país donde los índices de violencia se han elevado de una forma sorprendente en los últimos años. La paranoia envuelve a una población en la que 20 personas mueren de manera violenta a diario, con una tasa nacional parcial de 41.5 homicidios por cada 100 mil habitantes (Diario La Tribuna, 2013).

El segmento poblacional más afectado por esta ola de violencia es el de la juventud. Diario La Tribuna revela que las víctimas son personas entre los 15 y 44 años de edad para ambos sexos que en total son 2,773 muertes durante el primer semestre del 2013 y representa el 78.2% dentro de las cuales 237 son mujeres. En ese contexto, el rango de edad de mayor frecuencia corresponde a hombres de 20 a 24 años con 667 homicidios, que es un 18.8% del total, le siguen los de 25 a 29 años con 540 casos que representan el 15.2%, mientras que las mujeres que mueren ejecutadas tienen entre 25 a 29 años y son 51, es decir el 1.4% por ciento.

Los hondureños viven en una situación de gran desigualdad social, extrema corrupción y una total desorganización que conlleva a este estado de crisis por

inseguridad. En el caso de los jóvenes en específico, muchos son los condicionantes para que estos además de ser las víctimas mayoritarias de la violencia, también sean los victimarios.

El mercado laboral no da suficientes oportunidades a los jóvenes, el Estado no solventa completamente las necesidades y problemáticas de los mismos; pero hay quienes si le brindan su mano y les ofrecen prosperidad: el crimen organizado y el crimen común. Lo que antes se encontraba dentro de las maras o pandillas juveniles ha mutado en las bandas de sicarito que se han convertido en una gran fuente de "empleo" para los jóvenes quienes cada vez a más temprana edad son reclutados por estas organizaciones ligadas al narcotráfico. Ahora en las calles de las principales ciudades, Tegucigalpa y San Pedro Sula, son jóvenes dentro del crimen común los que amenazan la integridad física y emocional de las personas.

Las estadísticas son alarmantes e indican como una necesidad de primera mano la lucha contra la violencia y delincuencia, tópicos que requieren de atención integral inmediata ya que su crecimiento es cada vez más veloz y está afectando a personas aún más jóvenes. La sociedad hondureña se encuentra en medio de una verdadera pandemia violenta que está retrasando de manera poderosa el desarrollo del país y fomentando un estado de histeria, pánico y depresión colectiva, que irá impregnándose en las nuevas generaciones de no poner un verdadero alto a tal situación.

La pobreza, la exclusión social, la falta de oportunidades, en resumen, las fallas de tipo estructural, alimentan la creciente violencia. Violencia que también es generada dentro del ámbito intrafamiliar que envuelve a los jóvenes y se convierte en su única solución y realidad conocida. Los riesgos de vivir actos de violencia no son exclusivos de las calles, sino que se corren o viven cotidianamente dentro del seno de muchos hogares. La ignorancia de los daños que estas circunstancias representan para el comportamiento juvenil en la sociedad, hacen que esto siga sucediendo, convirtiéndose en foco creador de personas perturbadas y vulnerables a trasladar los matices violentos de sus casas al espacio público.

G. Juventud y Sexualidad: Embarazo Precoz y VIH

Pobreza y falta de educación: aliados del embarazo precoz

La sociedad hondureña es en general tradicional y conservadora en relación a temas de sexualidad. Los jóvenes reciben información al respecto en fuentes como sus grupos de amigos o medios de comunicación antes de recibir educación sexual en el hogar. Esta situación se da ya sea porque incluso los padres viven un estado de ignorancia sobre el tema de sexualidad o porque es un tema tabú del que prefieren no hablar con sus hijos.

Además de lo anterior, la Encuesta Nacional de Demografía y Salud confirma que el nivel socioeconómico y educativo incide de forma directa en los casos de embarazo precoz. Jóvenes entre 15 a 19 que no han tenido acceso a educación, en un 46.3% son madres o han estado embarazadas por primera vez, mientras que sólo el 2.2% de jóvenes dentro del mismo rango de edad pero que si han recibido educación superior, han estado embarazadas. En cuanto al nivel socioeconómico, el 31.3% de las jóvenes de más bajos ingresos han estado embarazadas ante el 9.6% de las jóvenes de más alto ingreso que lo han estado (INE,2006).

Las consecuencias que un embarazo precoz traen son muchas, pero la dificultad de poder estudiar es una de las más fuertes. La exclusión de las madres jóvenes de muchas oportunidades, no les permite poder tener un buen desarrollo humano. La salud tanto de la madre como del bebé corre un riesgo mayor que en casos de embarazos normales, ya que son jóvenes que aun no están física ni psicológicamente preparadas para la maternidad, o no viven en condiciones adecuadas. Las jóvenes asumen responsabilidades para las cuales no están listas, porque es la vida de las mujeres la mayormente afectada. En el país hay una condición de feminización en la responsabilidad del embarazo precoz. Por último, la dificultad para conseguir empleo aumentan y la relación intrafamiliar se ve trastocada.

VIH: Educación para prevenirlo y educación para sobrellevarlo

No se puede tapar el sol con un dedo. Los jóvenes están comenzando a ser sexualmente activos cada vez a más temprana edad. Aunque la mentalidad de los adultos hondureños sea muy tradicional, es necesario ver las cosas de frente en lugar de ignorar la sexualidad juvenil, para así poder actuar de forma competente ante problemas como el embarazo precoz o el VIH.

Los jóvenes son el sector poblacional mayormente afectado por el VIH. Para el mes de septiembre de 2012, acorde a la Secretaría de Salud de Honduras en el país se registraron, acumulados desde 1985, un total de 8,807 casos de VIH asintomático, de los cuales 4,572, más de la mitad del total, se encuentran en personas entre los 15 a 29 años. Las infecciones en estado avanzado también desde 1985 hasta septiembre de 2012, fueron 21,959 en total, de los cuales los casos comprendidos entre las edades de 15 a 29 años fueron 7,703.

Hay muchos casos de jóvenes infectados con esta epidemia que por su temor o vergüenza no lo notifican, por lo que las cifras reales podrían variar un considerablemente. Es importante para poder dar frente a esta problemática, que los jóvenes reciban educación adecuada, clara y precisa acerca de la prevención; la abstinencia es una manera viable para muchos de ellos, pero para otros la opción es la práctica de una sexualidad responsable, que además de conocer deben entender en todo sentido. De igual forma, a los jóvenes que ya conviven con la enfermedad, se les debe instruir en como sobrellevar su vida de la manera más normal y cuidadosa posible. La educación sobre estos temas es la única manera de que los jóvenes puedan combatir al VIH, educación que debe incluir a los demás miembros de la sociedad para evitar dudas y errores que marquen la gran diferencia de sus vidas.

H. Juventud y Política

La visión general que se tiene acerca de los jóvenes es de apatía y pasividad respecto a temas políticos, "no les interesa porque sienten que es un mundo totalmente ajeno a ellos o porque los políticos no son honestos" (Peñaloza, 2010,

pág. 113). Si bien hasta cierto punto esto puede ser cierto, también se debe considerar que para los jóvenes posiblemente las prácticas políticas y de participación ciudadana tradicionales, no sean las de su preferencia, y así como todo en la vida, estas se han ido modificando y trasladando a distintos intereses paralelos a la actualidad y prioridades desde su particular punto de vista. "Varios estudios han concluido que los jóvenes están más presentes en las formas de participación no convencional, mientras que si bien respetan las instituciones democráticas tradicionales, son más críticos sobre el funcionamiento de las mismas" (Corduneanu, 2012, pág. 84).

Aquí se trata de comprender qué es lo que sucede con los jóvenes, su relación con las instituciones del Estado, partidos políticos, formas de participación ciudadana etc. Es importante conocer lo que ellos sienten, lo que ellos ven, para poder entender su comportamiento político. Para esto, lo que sucede en otros países Latinoamericanos puede dar una fotografía contrastante.

Según un estudio realizado por Echeverría y Garay (2011), la juventud mexicana toma como equivalentes a la política y la corrupción, la ambición de la clase política, la deshonestidad por ejemplo, de candidatos que no cumplen sus promesas consiguiendo así un descrédito generalizado. Los jóvenes en México, además perciben a los políticos como conflictivos. En el caso de Colombia, Alvarado, Botero y Ospina (2010) luego de realizar un mapeo de 61 experiencias con vinculación de jóvenes en acción política, descubren que la juventud colombiana no es indiferente a la participación, al contrario, es muy activa y se envuelve mucho en las convocatorias no gubernamentales, pero muestran rechazo a las convocatorias gubernamentales.

En Argentina, Bonvillani, Palermo, Vásquez y Vommaro (2008), observaron la importancia que ha tenido la participación de los jóvenes en espacios organizativos, caracterizados por mecanismos de toma de decisiones asamblearios, la deconstrucción de las relaciones de jerarquía y el impulso de otras más horizontales, la participación en la escena pública a partir de la acción directa y sin mediaciones y, finalmente, la definición de los colectivos como

“autónomos”, es decir, independientes del estado, los partidos políticos, los sindicatos y la iglesia. Por último, en un reciente artículo, Vázquez y Vommaro (2008) plantean que durante el periodo presidencial que Néstor Kirchner (2003-2007), se observó una paulatina pero fuerte reactivación del protagonismo juvenil que, a diferencia de la década anterior, se produjo en gran medida a través de las vías tradicionales de implicación pública y política.

Por otro lado, en Chile, Gonzales y otros (2005), recopilan datos que muestran un alto porcentaje de participación electoral, particularmente cuando las elecciones son significativas y sus resultados son inciertos (1988 un 96,6% y 2001 un 86,6%), pero desde la recuperación de la democracia, la población inscrita en los registros electorales se ha reducido en la proporción de jóvenes que contiene de 2 millones 677 mil a 1 millón 51 mil. Por su parte, datos de la Cuarta Encuesta Nacional de Juventud del 2003 indican que un 72,7% de los jóvenes no estarían inscritos en los registros electorales. Los datos anteriores muestran un envejecimiento del padrón electoral, el que ha pasado de una situación donde un tercio de los inscritos en 1988 eran jóvenes a otra donde la población juvenil sólo representa, trece años más tarde, un 13% del electorado.

En cuanto a la juventud hondureña, existe un alto nivel de desconfianza y desconocimiento con respecto a las instituciones. Lógicamente esto afecta el nivel de participación ciudadana en ellos, pero el lado positivo, es que no hay una actitud de conformismo, ellos saben que las cosas no funcionan y confían en que se pueden mejorar. No son un segmento desinteresado ni individualista aislado a lo que acontece a su alrededor.

La juventud no confía en las instituciones que dirigen al país. Los tres poderes del Estado (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) no representan seguridad y claridad en sus gestiones. El Gobierno Central se enfrenta a un índice de desconfianza de 56.2% entre la población joven, el Congreso Nacional no se queda muy atrás, ya que un 54.7% de los jóvenes no confía en esta institución y en el Sistema Judicial un 42.4% no confía. Los partidos políticos, seguramente por la mala gestión de los

gobiernos, caen en un elevado índice del 72.7% de jóvenes que no confían en ellos (PNUD, 2009).

Los jóvenes sí están al tanto de su entorno político, no tienen credibilidad en los actores tras este entorno y esto puede estar relacionado con que el 93.7% de ellos creen que hay mucha o bastante corrupción en el país. Muy a pesar de este dato, la juventud hondureña no es pesimista y sabe que constituye un eslabón social fundamental para que este panorama cambie, buscan el bienestar común y exigen a las autoridades poder ejercer participación ciudadana a su estilo y formas de acción, libres de manipulación. El 58.3% de los jóvenes afirma que participa en algún tipo de organización, asociación social o política, y un 37.2% no lo hace pero le gustaría (PNUD, 2009).

La labor es fuerte, y los organismos gubernamentales así como los partidos políticos con aspiraciones a llevar las riendas del país, deben trabajar arduamente por limpiar la mala imagen que tienen ante la juventud. Deben velar por dar propuestas tangibles que les devuelva a los jóvenes la confianza perdida en las instituciones que deberían representar la seguridad y estabilidad para ellos.

La juventud hondureña se muestra cansada ante una política obsoleta llevada a cabo por los partidos de siempre, sienten que no les beneficia, que no tiene capacidad para dar respuesta a sus necesidades, la relacionan directamente con la corrupción y no se sienten como parte real de los planes políticos, pero sí utilizados por actores políticos que los buscan para sacarles ventaja. Es momento en el que ellos sienten la necesidad de ser incluidos como actores protagónicos de los procesos sociopolíticos, en lugar de ser receptores pasivos.

Otra Forma de Participar

Los jóvenes hondureños pueden no tener confianza en la clase política de su país, pero si confían en si mismos y en el poder que tienen para poder fomentar cambio positivos en su sociedad.

Mannarini, Legittimo y Taló (2008), confirman que en efecto los jóvenes se han distanciado de la participación política tradicional, (como el voto) y de participación indirecta, (como la colaboración en campañas políticas, afiliación partidista, interpelaciones directas a los políticos). Pero, estos se incorporan a los procesos políticos sobre todo a través de actividades sociales y civiles; la participación de los jóvenes no es sólo social o sólo política, sino que es socio-política.

El equilibrio entre derechos, deberes y el desarrollo de ciudadanía juvenil encuentra un espacio perfecto en las labores, por ejemplo, de voluntariado. Si bien muchos jóvenes se pueden sentir sin oportunidades dentro del espectro político, las nuevas generaciones ven al voluntariado como una oportunidad de inclusión y de mejoramiento de su imagen ante el mundo adulto.

El 33.6% de jóvenes en Honduras ha trabajado en voluntariado en beneficio de su comunidad, el 39.2% no ha participado en voluntariado pero le gustaría hacerlo, esto refleja un gran índice de buena intención juvenil por participar de manera activa en sus comunidades; y un 27.1% no lo ha hecho ni le interesa hacerlo, este es un índice de apatía considerable, pero que puede revertirse en el momento que las actividades de voluntariado sean mayormente fomentadas y apoyadas, y los jóvenes de buenas intenciones tomen la decisión de llevarlas a la realidad para servir de ejemplo y crear tendencia participativa (PNUD, 2009).

Con la llegada de la tecnología, las formas de participación política han encontrado en las redes sociales, un aliado para la construcción de un nuevo espacio en el cual los jóvenes pueden participar de formas distintas, a través de movimientos sociales que muchas veces trascienden de las pantallas de dispositivos tecnológicos hacia la realidad de las calles. Tal es el caso de movimientos globales como la Primavera Árabe, los movimientos estudiantiles chilenos, los Indignados de España y #YoSoy132 de México, que en las redes sociales encontraron su origen, difusión y la posibilidad de involucramiento que en el pasado era impensable o muy complejo.

En Honduras, si bien no tan organizados o etiquetados, algunos movimientos tomaron vida en las redes sociales, esta nueva forma de participación política se observó específicamente en el 2009, donde Facebook comenzaba a tener mucho auge entre los jóvenes hondureños, y sucedería uno de los acontecimientos políticos más relevantes en la historia del país: el Golpe de Estado, en donde militantes ideológicos de la extrema derecha emprenderían un enfrentamiento voraz contra los militantes de la ideología extremadamente izquierdista. Esto fue llevado a la esfera virtual por jóvenes que además supieron sacar la mayor utilidad de esta, para unirse a aquellos, ya sea de un lado u otro, que realizaban sus movimientos en las calles.

II. Contexto Sociopolítico en Honduras

A. Marco Legal Sobre Sufragio

Honduras es un país democrático en donde elegir a las autoridades gubernamentales a través del sufragio cada cuatro años, es función pública, derecho y deber de todos los ciudadanos. La Constitución de la República, toma legalmente como ciudadano a todo aquel mayor de dieciocho años de edad, quien a partir de ese momento puede elegir y ser electo; optar a cargos públicos; asociarse para constituir partidos políticos; ingresar o renunciar a ellos, entre otros (1982, Artículos 36-37).

La Constitución establece que el voto de cada ciudadano es universal, obligatorio, igualitario, directo libre y secreto y se declara punible todo acto por el cual se prohíba o limite la participación del ciudadano en la vida política del país (1982, Artículos 44-45). Absolutamente nadie puede limitar a los ciudadanos en la toma de decisiones relacionadas al presente y futuro político del país en donde todos los sectores se ven afectados o beneficiados.

La ley ampara al voto, así como es derecho es también un deber que ha ido decreciendo en cada proceso de elección en la vida democrática de Honduras, con excepción de las elecciones de 2013 donde se recuperó, considerablemente el índice de participación. De acuerdo a datos del Tribunal Supremo Electoral, desde 1981, las elecciones de 1985 tuvieron la mayor cantidad de electores con un 84% de participación y solo un 16% de abstencionismo. En los siguientes seis procesos electorales, lejos de incrementarse la participación de los pobladores, la misma fue decreciendo al extremo que en las elecciones de 2009, luego del Golpe de Estado, apenas decidió votar el 49.1% de los convocados. Para el proceso electoral de 2013, el 61% de los electores convocados asistió a las urnas. Estaban registrados en el padrón electoral, 5,355,000 electores, de esta cifra votaron 3,266,000 , lo que supera con creces la participación de 2009.

Entes Reguladores

En Honduras, se han creado instituciones específicas que garantizan las funciones electorales y llevan el control cuantitativo de los ciudadanos, de esta manera la regulación y organización es más viable en actividades que representan tanta importancia para toda la sociedad. No puede existir margen de error, al menos no de manera legal.

Para todo lo relacionado con los actos y procedimientos electorales hay un Tribunal Nacional de Elecciones, autónomo e independiente, con jurisdicción y competencia en toda la República, cuya organización y funcionamiento son establecidos por la Constitución y la Ley, las que fijan igualmente lo relativo a los demás organismos electorales. Por otro lado se encuentra el Registro Nacional de las Personas; organismo estatal encargado del Registro Civil, de extender la Tarjeta de Identidad única a todos los hondureños y de elaborar de oficio y en forma exclusiva el Censo Nacional Electoral, que da los datos exactos de los ciudadanos aptos para votar (1982, Artículo 51-55).

B. Marco Legal Sobre Campañas Políticas

Campaña Electoral

Dentro del proceso electoral, los partidos políticos deben ser muy ingeniosos al momento de crear sus campañas políticas, pues de estas depende gran parte de su éxito en las urnas. Sin embargo, en Honduras existen ciertos lineamientos legales que regulan estas campañas para que no rompan ningún orden social y den iguales oportunidades a los candidatos y sus propuestas, de darse a conocer, la forma en que ellos decidan dentro de ese marco legal, ya es decisión propia y de acuerdo a sus intereses específicos.

La Ley Electoral y de las Organizaciones Políticas y sus Reformas explica que se debe entender como campaña electoral, al conjunto de actividades llevadas a cabo por los actores del proceso con el propósito de dar a conocer sus principios ideológicos y programas de gobierno así como de promover los candidatos que

han postulado a los cargos electivos con la finalidad de captar las preferencias de los electores (2004, Artículo 140). Entre esas actividades están la propaganda electoral, las reuniones públicas y las manifestaciones políticas.

Propaganda Electoral

Propaganda electoral, indica la Ley Electoral, es la actividad que persigue ejercer influencia en la opinión y en la conducta de los ciudadanos para inducir el voto a favor de determinado candidato, partido político, alianza o candidatura independiente, utilizando principalmente los medios masivos de comunicación. Con esto último queda muy claro que los medios de comunicación estatales no deben ser utilizados para fines propagandísticos electorales (2004, Artículo 141-143).

La propaganda electoral tendrá un contenido que será responsabilidad de quienes la contraten y este contenido debe mantenerse dentro de los límites de la moral y la ética. No debe ser de forma anónima ni debe promover el abstencionismo electoral, el incumplimiento de la ley o el irrespeto a las instituciones políticas y la dignidad de las personas (2004, Artículo 146).

Las prohibiciones permanentes dentro de la propaganda electoral contemplan el no fijar o pintar carteles, rótulos, dibujos u otros anuncios similares en edificios, mobiliario o equipo utilizado por o de propiedad del Estado, monumentos públicos, templos religiosos, señales de tránsito, rótulos y demás objetos en las vías públicas u otros espacios dentro del derecho de vía; exhortar a los ciudadanos a que apoyen, se adhieran, o separen de los partidos políticos, alianzas, movimientos internos o candidaturas independientes; valiéndose de creencias o motivos religiosos; fijar propaganda sobre la ya colocada en lugares autorizados; obstaculizar el tránsito o la visión de personas o de vehículos; y la propaganda política impresa sin pie de imprenta (2004, Artículo 148).

En cuanto al aspecto cronológico, la campaña y propaganda electoral debe realizarse dentro de los tiempos establecidos por la ley hondureña. En el caso de la propaganda electoral, sólo podrá ser realizada dentro de los cincuenta (50) días

calendarios anteriores a la práctica de las elecciones internas y primarias de donde salen los candidatos de cada partido; y noventa (90) días calendario anteriores a la celebración de las elecciones generales en donde se eligen a las autoridades definitivas (2004, Artículo 144).

Dentro de los cinco (5) días calendarios anteriores a las elecciones primarias y generales, quedan prohibidas las manifestaciones públicas, toda propaganda política, la divulgación de resultados totales o parciales de encuestas o sondeos de opinión pública, material impreso, audiovisual, electrónico, radiofónico magnético o de cualquier índole. En dicho término, los candidatos(as), dirigentes y líderes de los partidos políticos, las alianzas y de las candidaturas independientes, sólo podrán hacer uso de los medios de comunicación, para explicar, divulgar y difundir sus programas de gobierno (2004, Artículo 149).

Reuniones Públicas y Manifestaciones Políticas

El Tribunal Supremo Electoral o Tribunal Electoral Municipal en su caso, es el ente encargado de dar autorización para la realización de concentraciones, desfiles, manifestaciones u otro tipo de reuniones públicas que efectúen los partidos políticos, alianzas o candidaturas independientes en lugares abiertos como parte de sus campañas electorales. Estas actividades no podrán ser impedidas, reprimidas ni obstaculizadas en su desarrollo por ninguna autoridad mientras las mismas se realicen en forma ordenada y pacífica (2004, 150-154).

C. Partidos Políticos

Como se expuso antes, todo ciudadano que así lo desee, tiene la libertad de asociarse en la formación de partidos políticos. Estos cuando son legalmente inscritos, son instituciones de derecho público, cuya existencia y libre funcionamiento garantiza la Constitución de la República y la Ley, para lograr la efectiva participación política de la ciudadanía. Pero estos partidos políticos no deben atentar de ninguna forma contra el sistema republicano, democrático y representativo de gobierno. El Estado es quien da el financiamiento, conforme con

la ley, para los gastos de los partidos, quienes no deben recibir de ninguna manera subvenciones o subsidios de gobiernos, organizaciones o instituciones extranjeras (1982, Artículos 47-50).

Las Opciones de Hoy

La política hondureña, en sus primeros tiempos estaba dividida en ideologías liberal y conservadora, se hablaba de Jefes de Estado entre 1824 y 1839. Es a partir de mediados de los 1920s que el país comenzó a tener mandato por presidentes provenientes de dos partidos protagónicos y también los más antiguos: Partido Liberal y Partido Nacional, aunque estos han sido los que han ido rotándose el gobierno del país, a lo largo del camino han ido surgiendo otras opciones que aunque no han alcanzado la presidencia, han logrado un grado de participación en otras instituciones y poderes estatales.

Partido Liberal: de ideología enmarcada en el liberalismo social, en el centro-derecha del espectro político, el Partido Liberal existe como tal desde el 5 de febrero de 1891.

Es el partido político más antiguo de Honduras y ha llegado al poder presidencial, tomando como punto de partida la Constitución de la República de 1982, a través de los siguientes personajes y períodos:

Roberto Suazo Córdoba 1982-1986; José Azcona del Hoyo 1986-1990; Carlos Roberto Reina 1994-1998; Carlos Roberto Flores 1998-2002; José Manuel Zelaya Rosales 2006- 28 de junio 2009 (período presidencial suspendido por golpe de estado); Roberto Micheletti Bain 29 junio 2009-26 enero 2010 (presidente de facto, de hecho, sin reconocimiento jurídico).

Candidato para elecciones presidenciales del 24 de noviembre 2013: Mauricio Villeda Bermúdez

Partido Nacional: partido conservador y de humanismo cristiano, de derecha en el espectro político, existe desde el 27 de febrero de 1902.

El Partido Nacional ha tenido representantes en la presidencia de Honduras, a partir de la existencia de la Constitución de la República de 1982, a través de :

Rafael Leonardo Callejas 1990-1994; Ricardo Maduro Joest 2002-2006; Porfirio Lobo Sosa 2010-2014.

Candidato para elecciones presidenciales del 24 de noviembre 2013: Juan Orlando Hernández Alvarado.

Partido Innovación y Unidad (PINU): es socialdemócrata, de centro-izquierda en el espectro político y fue fundado desde abril de 1970 constituyéndose como partido el 4 de diciembre de 1978.

Candidato para elecciones presidenciales del 24 de noviembre 2013: Jorge Rafael Aguilar Paredes.

Democracia Cristiana (DC): su ideología demócrata cristiana surgió como movimiento el 10 de septiembre de 1968, inscrito como partido político por el Tribunal Nacional de Elecciones el 15 de julio de 1980.

Candidato para elecciones presidenciales del 24 de noviembre 2013: Orle Aníbal Solís Meraz.

Unión Democrática (UD): partido de izquierda en el espectro político, se formó por la unión de varios partidos izquierdistas clandestinos en el país. Existe como partido a partir del 29 de septiembre de 1992. En mayo de 2013, formó alianza con el partido independiente Frente Amplio Político Electoral en Resistencia (FAPER).

Candidato para elecciones presidenciales del 24 de noviembre 2013: Andrés Pavón Murillo.

Alianza Patriótica: partido fundado en el 2011, inscrito como tal el 26 de marzo de 2011 por el Tribunal Supremo Electoral.

Candidato para elecciones presidenciales del 24 de noviembre 2013: Romeo Orlando Vásquez Velásquez.

Libertad y Refundación (LIBRE): con ideología social demócrata y de posición izquierda en el espectro político, fue fundado el 26 de junio de 2011, inscrito el 13 de marzo de 2012 por el Tribunal Supremo Electoral. Este partido político tiene como líder al Ex Presidente José Manuel Zelaya Rosales, derrocado en el Golpe de Estado de 2009 y nació del movimiento conocido como el Frente Nacional de Resistencia Popular (FNRP).

Candidato para elecciones presidenciales del 24 de noviembre 2013: Iris Xiomara Castro Sarmiento (Ex Primera Dama, esposa de José Manuel Zelaya Rosales).

Partido Anticorrupción (PAC): demócrata y de centro en el espectro político, PAC fue fundado en el año 2011 e inscrito por el Tribunal Supremo Electoral el 6 de marzo de 2012.

Candidato para elecciones presidenciales del 24 de noviembre 2013: Salvador Alejandro César Nasralla Salum .

D. Golpe de Estado del 2009 y sus Repercusiones

América Latina y su Tradición Golpista

Históricamente, la democracia en muchos de los países de Latinoamérica se ha visto truncada debido a las reiteradas dictaduras y regímenes totalitarios que han existido en la región. El siglo XX de América latina podría ser definido por la marca de sus golpes de estado, algo muy útil para comprender la nueva realidad política latinoamericana.

"Si hacemos la cuenta del total de pronunciamientos militares documentados, entre 25 países, desde 1902 hasta la última jugarreta de golpista en Venezuela (2002), resultarán 327 golpes de estado, contando los que se estabilizaron como dictaduras por meses o años y aquellos que duraron pocos días, como fue el caso de los repetidos golpes de estado en Bolivia" (Guerrero, 2006).

A manera de resumen de de los Golpes de Estado que se han vivido en diferentes países de América Latina, se observa que Bolivia ha encabezado esos acontecimientos con 56, desde el golpe a Salamanca en 1934, en plena Guerra del Chaco hasta 1985. Le sigue Guatemala, con 36 golpes, desde 1944; Perú, con 31, Panamá con 24 (aquí se registra el que fue, posiblemente, el primero del siglo XX en América latina, porque ocurrió en 1902). En Ecuador se cuentan 23, Cuba tuvo 17 hasta 1958, Haití 16 hasta 1995. Santo Domingo 16, Brasil 10 golpes típicamente latinoamericanos. Chile tuvo 9, Argentina con 8 desde el golpe contra Hipólito Irigoyen en 1930 hasta el último del coronel Mohamed Seineldín en diciembre de 1991, sin embargo, entre 1959 y 1969, Argentina conoció una treintena de planteos militares, de los cuales algunos tuvieron características tan golpistas como cualquiera de los otros, sólo que muchas veces terminaban en las “renuncias”, lo que alguien definió como “golpes fríos”. México vivió sólo un golpe militar en 1929. En Venezuela sucedieron 12 golpes desde 1908 hasta noviembre de 2002 (el segundo atribuido a Chávez, que estaba preso), pero entre 1993 y 1998 se supo públicamente de 9 conspiraciones, todas abortadas. También debe ser considerada una acción golpista, la paralización de Petróleos de Venezuela (PDVSA) entre diciembre de 2002 y febrero de 2003. En Colombia hubo apenas 8 golpes y la más larga violencia rural del continente, y al sur, en Uruguay sólo 5, con una de los más largos períodos de libertades públicas, junto con Chile. En las pequeñas Islas-Nación de Surinam, Jamaica, Guyana, Granada y Trinidad & Tobago se dieron, desde 1965, unos 15 cuartelazos para voltear regímenes democráticos y militares (Guerrero, 2006).

Como el autor Felipe Victoriano Serrano ha detallado, durante las décadas de 1960 y 1970, América Latina vivió, de manera sistemática y estratégica, un proceso de militarización, el cual utilizó como acto político de expresión, la forma del Golpe de Estado. La literatura política definió este término como la irrupción de gobiernos de facto asociados a un tipo específico de autoritarismo, pero en el camino este término ha ido adquiriendo la particularidad de expresar la captura del Estado por instituciones militares a partir de un acto material y simbólico (2010, p. 176).

Honduras: Golpes del pasado

Como se ha venido relatando, los Golpes de Estado han sido parte de la historia política de gran cantidad o la mayoría de países latinoamericanos, Honduras no es la excepción a esta regla.

En este país de Centro América, ubicado justo en el corazón del continente americano, la experiencia en Golpes de Estado se remonta al 21 de octubre de 1956, y su actor protagónico fueron las Fuerzas Armadas. Este Golpe fue dado a Julio Lozano Díaz quien como vicepresidente pasó a presidente de la república en ausencia por motivo de salud del presidente Juan Manuel Gálvez. Lozano Díaz, embriagado por el deseo de poder y continuismo, tomó el mando de todos los poderes del Estado, por lo que las Fuerzas Armadas se vuelven contra el.

El 3 de octubre de 1963, sucede el Golpe de Estado más sangriento en la historia de Honduras dado al gobierno del presidente Ramón Villeda Morales, con la justificación de que este presidente estaba apoyando una infiltración comunista en contra de los preceptos democráticos del país. Dicho Golpe de Estado fue dirigido por el General Oswaldo López Arellano quien mediante elecciones de dudosa transparencia se convierte en presidente de Honduras de 1965 a 1971.

Luego, en marzo de 1971, pasaría a ser presidente Ramón Ernesto Cruz, gobierno que recibió Golpe nuevamente encabezado por López Arellano en diciembre de 1972, esta vez mediante una modalidad menos represiva que la de 1963 mediante el impulso de un periodo llamado "reformista militar". A partir de este momento se desencadenan una serie de golpes militares al interior del mismo gobierno militar. López Arellano es derrocado en abril de 1975, sustituido por el también militar Juan Alberto Melgar Castro, quien estuvo al frente de la presidencia de Honduras hasta agosto de 1978, cuando recibió otro Golpe Militar esta vez por un triunvirato militar conformado por Policarpo Paz García, Domingo Álvarez Cruz y Amílcar Zelaya Rodríguez. Todo este período de Golpes tras Golpes culmina el 20 de abril de 1980, fecha en la que se celebran elecciones para formar una Asamblea Nacional Constituyente en la cual se aprueba la

Constitución vigente hasta la actualidad y mediante la cual se restablece el orden de derecho (Hernández Fuentes, 2009). Así comienzan los período de elecciones cada cuatro años, dentro de los lineamientos democráticos en el país, en donde el bipartidismo Liberal y Nacional ha venido rotándose el gobierno, o al menos así venía pasando hasta el año 2009.

Golpe de Estado del 2009: Rojos contra Blancos

La madrugada del 28 de junio de 2009 marcaría un suceso muy importante en la historia de la política hondureña. El presidente José Manuel Zelaya Rosales quien se encontraba a sólo siete meses de entregar el mandato, es sacado del país por fuerzas militares, esto debido a que muchos sectores empresariales, políticos y militares de Honduras argumentaban que los deseos de Zelaya de hacer un referéndum para consultar a la población su acuerdo o desacuerdo con la creación de una Asamblea Nacional Constituyente, era realmente para reformar los artículos pétreos dentro de la Constitución de la República, y así lograr la reelección y poder perpetuarse en el poder, además de verse amenazados por el fantasma del comunismo propiciado por la estrecha relación de Zelaya con el fallecido ex presidente de Venezuela, Hugo Chávez Frías y la inserción de Honduras a la Alianza Bolivariana de las Américas (ALBA).

La idea inicial de Zelaya, la que desde antes del día del Golpe tenía muy inquieto a los sectores de su oposición, era colocar la "Cuarta Urna" (además de las usuales para votar por presidente, alcalde y diputados) durante las elecciones generales a llevarse a cabo en noviembre de 2009, al no lograrlo ya que la iniciativa fue tildada como inconstitucional por los tribunales nacionales, gracias al apoyo de una gran parte de la sociedad hondureña, Mel Zelaya realizaría la consulta popular de si esta urna especial debería de incluirse o no en el próximo proceso electoral, el 28 de junio de 2009, día en que para evitar ese hecho, se le da Golpe de Estado y es sacado de su casa de habitación en la ciudad de Tegucigalpa, en horas de la madrugada, aun vistiendo su ropa para dormir, y es llevado hacia Costa Rica. Roberto Micheletti Baín, político de reconocida trayectoria y uno de los fuertes impulsores del Golpe de Estado, se convertiría

en presidente de facto hasta el 27 de enero de 2010 cuando tomó posesión el ganador de las elecciones celebradas en noviembre de 2009, Porfirio Lobo Sosa, unas elecciones con una histórica baja asistencia por parte de los votantes a las urnas, en las que se cree que el Partido Nacional opuesto al Liberal de Zelaya y en su mayoría de quienes estuvieron tras el Golpe de Estado, ganó como resultado del "voto castigo" a esta crisis provocada. Lobo Sosa empezaría su mandato en un ambiente de dudas, desconfianza y debilidad política.

Muchos países y organizaciones del mundo estuvieron en contra de la forma en como Zelaya fue despojado de su posición como presidente y la situación económica, política y social en Honduras se vio alta y negativamente alterada a nivel interno y externo. Dentro del país, la polarización era extrema, la sociedad en general, familias, grupos de amigos, se vieron dividida entre los simpatizantes de Zelaya (Resistencia / Rojos, por ser el color que los identificaba en las manifestaciones) y los que apoyaban el Golpe (Golpistas / Blancos, quienes al salir a realizar sus marchas usaban este color para identificarse), dentro de un ambiente de incertidumbre, toques de queda y miedo al no saber qué pasaría en el país.

Después del Golpe: ¿Dónde estamos ahora?

Toda la población consciente o inconscientemente, estaba sumergida dentro del debate político en el tiempo del Golpe de Estado o la Crisis Política, como preferían llamarlo los detractores de Zelaya quienes no aceptaban haberlo destituido de forma ilegal. El sector de la juventud hondureña, no pasaría desapercibida. La marchas de ambos bandos, Resistencia y Golpista, eran muy concurridas por jóvenes comprometidos con lo que creían correcto. Por un lado, muchos estudiantes de las universidades públicas, Universidad Nacional Autónoma de Honduras y Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán, eran muy relacionados con las manifestaciones realizadas por la Resistencia, defensores de Mel Zelaya, y por el otro, jóvenes más ligados al sector privado de la educación, defendían lo que consideraban el orden constitucional que dio vida al Golpe de Estado. Se debe subrayar, que en ambos casos habían excepciones,

pero lo importante aquí radica en que la juventud estaba activa y pendiente de lo que ocurría, algunos saliendo a las calles, otros debatiendo entre sus círculos sociales y las redes sociales virtuales, para los que tenían acceso a las mismas.

En el año 2009, la red social Facebook, tenía una considerable fuerza entre los cibernautas jóvenes hondureños. Dicho medio fue aprovechado por muchos para poder dar a conocer su forma de pensar respecto al Golpe de Estado o Crisis Política, según fueran sus inclinaciones. Algunos convirtieron sus páginas personales en una especie de diarios informativos, compartiendo noticias al respecto, generando debates y algunos hasta llegaron a crear grupos especiales para dedicarle un espacio específico al tema, que sirvió además para dar una muestra al mundo de lo que pasaba dentro de Honduras, desde el punto de vista de ciudadanos locales.

Casi cinco años se cumplirán luego del Golpe de Estado, las repercusiones que se pueden deducir en el sector social representado por la juventud son varias. Calculando, los jóvenes que cumplían con la edad apta para ejercer el sufragio durante las elecciones del 24 de noviembre de 2013, tenían 14 años en el 2009, aunque talvez no contaban con la madurez analítica, ya contaban con la consciencia necesaria para entender lo que estaba pasando y recordarlo, y de esta forma, talvez en su subconsciente, ver afectada su percepción de la política.

En el 2012, Víctor Meza, ex ministro en el gabinete de Zelaya y actual analista político, a través de la publicación de un informe especial sobre la crisis vivida en Honduras debido al Golpe de Estado, intentó dar algunas tendencias y escenarios posibles de lo que pasaría en las siguientes elecciones presidenciales de 2013, segundas después del Golpe, pero tomando en cuenta que las anteriores fueron dentro del período crítico, estas nuevas realmente reflejarían las consecuencias de lo ocurrido en el 2009.

Para comenzar, el sistema bipartidista (Liberal y Nacional) base y sustento del antiguo equilibrio político en Honduras, se rompió con la inscripción de nuevos partidos a la contienda, que sí dieron muestras de representar fuerzas políticas

reales y amenazantes. Con esto se abrieron más opciones a la sociedad hondureña "lo que permitirá reducir los niveles del desencanto democrático y de la desafección política, sobre todo entre los jóvenes (Honduras es un país joven, en donde poco más de la mitad de su población está compuesta por jóvenes menores de 18 años)" (Meza, 2012, págs. 31-32). Con lo anterior se confirma que luego del Golpe de Estado, la juventud hondureña estaba en un estado de alta desconfianza y poca credibilidad en los partidos políticos tradicionales, en el sistema gubernamental y sus representantes y es ahí donde estamos ahora y frente a nuevas elecciones presidenciales.

Se ha descrito el contexto legal que envuelve al sufragio, las campañas y los partidos políticos en contienda para el proceso electoral 2013. Además, se ha hecho una breve mención de la tradición de Golpes de Estado en Latinoamérica, llegando al ocurrido en Honduras durante el 2009 y lo que este significa para la acción política de los jóvenes de ahí en adelante. Ahora se entra en los datos electorales previos y posteriores al 24 de noviembre de 2013, día de las elecciones presidenciales en Honduras, y el contraste con lo ocurrido en el mundo virtual constituido por las redes sociales Facebook y Twitter, antes de las elecciones, con los resultados obtenidos en las urnas y publicados por el Tribunal Supremo Electoral de Honduras.

III. Proceso Electoral 2013

A. Electorado

Los Aptos Para el Ejercicio del Sufragio

El Censo Nacional Electoral, es el contenedor de todos los datos numéricos acerca de las personas aptas para votar, cumpliendo con todas las características que la ley hondureña exige para poder tener este derecho y cumplir el deber como ciudadano.

En el proceso electoral del año 2013, el censo reflejó los siguientes datos acerca del total de votantes, sus respectivas cantidades por género, grupo etario juvenil y nuevos votantes.

Total	Mujeres	Hombres	Jóvenes (18-25 años)	Nuevos Votantes
5,355,112	2,724,004	2,631,108	1.2 millones	755,112

Elaboración propia con datos de fuente: Censo Nacional Electoral

B. Mundos contrastantes: Redes Sociales y Resultados Oficiales

Una Voz de Peso: Intención de Voto de la Población General de Honduras según CID-Gallup

En Latinoamérica, la empresa encuestadora CID-Gallup goza de mucho prestigio y credibilidad, a pesar de que en el proceso electoral de Honduras los datos ofrecidos por esta empresa tuvieron mucha crítica y desconfianza por parte de un grupo de la población, varios medios de comunicación los ofrecían en diferentes momentos para conocer las tendencias de la intención de voto de los hondureños.

En la siguiente tabla, se encuentran los datos obtenidos a través de las encuestas de CID-Gallup en períodos de los meses de enero, mayo, septiembre octubre de 2013. De ocho candidatos compitiendo por la presidencia de Honduras, la encuestadora emitía datos de los cuatro más relevantes por representar las fuerzas políticas más fuertes entre los encuestados.

Candidato / Partido Político	Enero 2013	2-8 mayo 2013	6-12 de septiembre 2013 Muestra: 1,220	9 -15 de octubre 2013 Muestra: 1,525
Juan Orlando Hernández / Partido Nacional	23%	18%	27%	28%
Mauricio Villeda Bermúdez / Partido Liberal	18%	14%	15%	17%
Salvador Nasralla / Partido Anti Corrupción (PAC)	18%	21%	11%	9%
Xiomara Castro / Partido Libertad y Refundación (LIBRE)	25%	28%	29%	27%
No sabe o No respondió		19%	17%	3%

Elaboración propia con datos de fuentes: Diario El Heraldo, Diario La Prensa y CID-Gallup Latinoamérica

Las Voces Independientes³: Sondeos Realizados por Jóvenes

Como se expresó anteriormente, en esta ocasión, mucha población sobretodo juvenil, quiso contrastar y corroborar los datos de las encuestas oficiales, ya fuese por desconfianza o experimentación generada por simple curiosidad. Aquí el internet, las TIC y las redes sociales aparecieron como herramientas fundamentales, nuevas y características en este proceso electoral.

Gracias a la facilidad de alcance y rapidez de las redes sociales, varias personas, como cinco jóvenes tomados como muestra para este estudio, realizaron sus propios sondeos entre sus contactos de Facebook, Twitter y alguno en Instagram.

A continuación, las siguientes capturas de pantalla realizadas a las páginas personales de Facebook y Twitter de estos jóvenes, demuestran el momento en el que lanzaron sus consultas y en el que compartieron los resultados con sus seguidores, recibiendo retroalimentación no solo a través de la participación, sino también de comentarios acerca de los candidatos para presidente.

³ Al decir Sondeos Independientes, se hace referencia a sondeos realizados por cinco civiles y por motivación propia de informarse y contrastar con los datos oficiales, tomando en cuenta que dos de ellos son figuras públicas dentro de los medios de comunicación, que pueden ser influenciados en las opiniones vertidas dentro de sus redes sociales.

Carmen Boquín, 27 años, Lic. en Comunicación y Publicidad graduada de la Universidad Tecnológica de Honduras, UNITEC, presentadora de deportes en canal de televisión Beln Sport.



En esta captura del Instagram de Carmen, ella emite una pregunta a sus seguidores el día 6 de noviembre de 2013. De igual manera se puede observar la participación de algunos de sus contactos



Esta imagen muestra los resultados del sondeo, publicados en su cuenta de Twitter el mismo 6 de noviembre de 2013.

Eduardo Reyes, 26 años, Lic. Administración de Empresas graduado de la Universidad Católica de Honduras, UNICAH, administrador en Sherwin Williams.



Captura de la pregunta hecha en Facebook por Eduardo, el 24 de octubre del 2013.



Resultados del sondeo durante unas horas el 24 de octubre.

Kilvett Bertrand, 26 años, Abogado graduado de la Universidad Católica de Honduras, UNICAH, presentador de deportes en programa de televisión Vistazo Deportivo.



Kilvett publicó su pregunta el 30 de octubre de 2013 en su perfil de Facebook.



Resultados publicados por Bertrand, el mismo 30 de octubre.

Omar Ponce, 30 años, estudiante de Banca y Finanzas en la Universidad Autónoma de Honduras, UNAH, transcriptor en el Régimen de Aportaciones Privadas



Omar hizo su consulta a través de Twitter el 24 de octubre de 2013, dando tres horas a sus seguidores para contestar.



Tres horas después de planteada la pregunta, son publicados los resultados.

Para conocer un poco más acerca de la iniciativa de estos cinco jóvenes, la siguiente tabla muestra las preguntas que se les fueron realizadas a modo de entrevista y sus respuestas; en estas se da a conocer la red específica que usaron para su sondeo, las razones que los llevó a hacerlo, sus resultados, conclusiones, relación con los datos oficiales y perfil tentativo de sus participantes. Además, se encuentra también un breve perfil sobre ellos y su presencia en las redes sociales.

Información sobre el encuestador	¿Qué fue lo que le hizo realizar una encuesta electoral por su propia cuenta?	¿A través de qué red social hizo su encuesta?	¿Cuáles fueron los resultados que obtuvo y qué concluyó gracias a ellos?	Sus resultados obtenidos, ¿coincidieron con los proporcionados por encuestas oficiales?	Más o menos, ¿Qué rango de edad y nivel educativo cree que tienen las personas que respondieron en su encuesta?
<p>Carmen Elena Boquín, 27 años</p> <p>Lic. en Comunicación y Publicidad, UNITEC</p> <p>Presentadora de deportes en Beln Sport</p> <p>Facebook 89,607 "me gusta"</p> <p>Twitter 89,465 seguidores</p> <p>Instagram 10,000 seguidores</p>	<p>Soy hondureña, creo en la importancia y valoro el poder votar. Por estar fuera del país, no podré hacerlo y me da pena por no cumplir con mi deber y derecho como ciudadana que soy. Pero, al ser comunicadora, es también mi deber poder hablar sobre el tema y guiar un poco, ayudar de una manera u otra. Todo el día pasé haciendo mandados y pensando "Si estuviera en Honduras, ¿por quién votaría?"...simple, no lo sé. Y fue por esa razón que decidí preguntarle a la gente.</p>	<p>Facebook</p> <p>Twitter</p> <p>Instagram</p>	<p>1011 personas participaron. 92 en Twitter, 138 en Instagram y 781 en Facebook.</p> <p>Nasralla 766 , Xiomara 120 , JOH 63 , Villeda 60 Vásquez 1 , Orle 1</p> <p>Es una muestra mínima, hecha en redes sociales, en menos de dos horas de participación. Y que para acceder hay que tener internet y demás. Pero, creo que mi conclusión es simple, la gente ya no cree en los partidos tradiciones, PUNTO. PAC es la opción a lo nuevo, al cambio, es la esperanza de mejorar y salir adelante.</p>	<p>No fue así, ni lo será. Son encuestas pagadas por partidos o personas afines a ellos. No se puede confiar en ellas. La gente dice lo contrario. Los votos hablarán el día de las elecciones, ahora, todo dependerá de la transparencia con la que se realicen, eso es lo que preocupa. Ese es el gran problema.</p>	<p>La mayoría estará entre los 20 y 40 años, estudiantes universitarios y titulados.</p>

<p>Eduardo Reyes, 26 años</p> <p>Lic. Administración de Empresas, UNICAH</p> <p>Administrador en Sherwin Williams</p> <p>Facebook 1592 amigos</p> <p>Twitter 1211 seguidores</p> <p>Instagram 390 seguidores</p>	<p>Curiosidad de ver a quien favorecen como candidato presidencial mis contactos.</p>	<p>Facebook</p>	<p>Nasralla con más del 70% de simpatizantes, de un total de 64 votos. Nasralla es candidato firme a ganar estas elecciones.</p>	<p>No coinciden con la última encuesta "oficial".</p>	<p>Nivel universitario, entre 19 a 30 años.</p>
<p>Kilvett Bertrand, 26 años</p> <p>Abogado, UNICAH</p> <p>Presentador de deportes en Vistazo Deportivo</p> <p>Facebook 4988 amigos</p> <p>Twitter 3934 seguidores</p> <p>Instagram 401 seguidores</p>	<p>El querer conocer el pensamiento de las personas que utilizan las redes sociales entorno a las elecciones del próximo 24 de noviembre.</p>	<p>Facebook</p>	<p>Salvador Nasralla 45 votos, Juan Orlando Hernández 22 votos, Mauricio Villeda 15 votos, Xiomara Castro 5 votos.</p>	<p>No coinciden en lo más mínimo con las encuestas que se publican en el país.</p>	<p>Diferentes edades, y el nivel educativo también es variado, no conozco a muchas de las personas que respondieron a la encuesta.</p>
<p>Omar Fernando Ponce Casas, 30 años</p> <p>Estudiante universitario de Banca y Finanzas, UNAH</p> <p>Transcriptor en el Régimen de Aportaciones Privadas</p>	<p>Lo principal fue por curiosidad y para demostrar que el pueblo está cansado de lo mismo.</p>	<p>Twitter</p>	<p>PAC 17, Liberal 1 y LIBRE 1, concluí que Honduras quiere salir de esta oscuridad en la que nos tienen sumergidos los políticos tradicionales y que quiere un verdadero cambio.</p>	<p>No, nada que ver, salieron totalmente diferentes a las encuestas oficiales.</p>	<p>Una edad promedio de 22 o 24 años con un nivel educativo universitario.</p>

Facebook 611 amigos Twitter 1140 seguidores Instagram 384 seguidores					
Ricardo Irías Mejía, 35 años Lic. En Mercadeo y Ventas Ejecutivo de Cuentas Corporativas en Columbus Business Solutions Facebook 400 amigos Twitter 666 seguidores Instagram 81 seguidores	Comprobar que la información que publican a diario los medios de comunicación a favor de un candidato, es falsa y manipulada.	Facebook	Que en Honduras hay un deseo real de terminar con el bipartidismo, que las elecciones del 2018 serán ganadas por un candidato que no será Nacionalista o Liberal. Que los simpatizantes de LIBRE son apáticos al momento de participar y es algo que he expuesto siempre, los de LIBRE no van a llegar a las urnas. En mi encuesta no participo nadie por LIBRE teniendo entre mis contactos más de 20 simpatizantes con esa corriente política. Que si las elecciones son manejadas con transparencia, Salvador Nasralla será el próximo presidente.	No, fueron totalmente a la inversa, las encuestas oficiales dan primero al Partido Nacional, segundo a LIBRE, tercero al Partido Liberal y por último a PAC. Mi encuesta dio, PAC, Liberal, Nacional y por último LIBRE (con cero votos)	Rango de edad entre 22 y 60 años en un 90% nivel educativo es graduados universitarios.

Elaboración propia. Datos de contactos en Facebook, Twitter e Instagram obtenidos el 18 de noviembre de 2013.

Un ejemplo más de sondeos independientes realizados en el país para medir la intención de voto, lo realizó la Universidad Tecnológica de Honduras, UTH, a través de su página de Facebook. La encuesta fue realizada del 24 al 25 de septiembre de 2013 y estos fueron sus resultados:

Intención de voto elecciones 2013 realizada en el Facebook Oficial de UTH



A 60 días de que ocurran las elecciones presidenciales en Honduras, los resultados finales fueron los siguientes en base a 640 votos:

1. PAC: 440 votos
2. Libre:..... 140 votos
3. Partido Nacional:.....36 votos
4. Partido Liberal:..... 21 votos
5. UD:.....2 votos
6. PINU:..... 1 voto

(Cuento finalizado a las 10:50 pm del 25/09/2013)

Redes Sociales: el fenómeno PAC

Retomando lo dicho acerca de jóvenes, educación y brecha digital, solo un poco más del 16% de la población juvenil de Honduras tiene acceso a internet, de este porcentaje el 78.5% tiene educación superior y son del grupo de más alto ingreso económico en un 35%. Evidentemente, se habla de jóvenes de clase media e incluso alta, con preparación académica superior, en su mayoría.

Dentro del internet hay muchas actividades e intereses, pero uno de los mayores atractivos en la actualidad es el uso de las redes sociales como Facebook y Twitter. Honduras no es la excepción, a paso lento pero seguro, la juventud hondureña, al menos aquellos con el perfil de interés para esta tesis, se adentran en este universo virtual que les permite crear un nuevo espacio para la formación de opinión pública, que pasando por un momento políticamente clave como las

elecciones generales, no debe de pasar desapercibido por candidatos, analistas y los mismos usuarios. Así, de alguna manera se puede sondear lo que una considerable porción de jóvenes cree, necesita o busca.

Los aspirantes a cargos de elección popular tienen la gran necesidad de ser escuchados por la mayor cantidad de electores posibles, por otro lado, los electores quieren acercarse más a los candidatos, necesitan expresarse y ser tomados en cuenta y las redes sociales brindan esa posibilidad de comunicación un poco más directa.

Honduras presenta una comunidad virtual mucho más cuantiosa en Facebook, siendo esta de aproximadamente 1,680,000 usuarios dentro de los cuales el 66% se encuentran en el rango de edad de 18 a 35 años. En cuanto a Twitter, la cantidad es más o menos de 200,000 usuarios en su gran mayoría jóvenes profesionales también (Jimenez, 2013).

Las redes sociales, conjunto a las páginas web oficiales de los candidatos presidenciales, se han convertido en una fuerte herramienta propagandística para ellos, dándoles la ventaja del bajo costo y el carácter persuasivo que al menos en las redes, puede ser muy incisivo. El buen manejo de estas herramientas, es decir el dotarles de la mayor interacción y retroalimentación posible por parte de los candidatos hacia sus electores, genera reconocimiento, afinidad con el electorado al sentirse escuchados, o en este caso leídos, lo que bien puede traducirse en la intención de voto de los jóvenes atentos a la mejor propuesta para ejercer el sufragio.

En este sentido, durante el camino hacia las elecciones presidenciales de Honduras en el año 2013, de los ocho candidatos en contienda, cuatro son los que han logrado posicionarse en la cúspide de la batalla. Por primera vez en la historia política del país los candidatos de los dos partidos tradicionales, Liberal y Nacional, compiten fuertemente con dos nuevos e independientes rivales, LIBRE y PAC. Aunque los cuatro candidatos no son los únicos con presencia en las redes sociales, son los que más simpatizantes han logrado.

El proceso electoral en Honduras en esta ocasión, presenta un candidato que sin lugar a dudas domina las redes sociales de forma arrasadora en contraste con sus rivales. Se trata del candidato por el Partido Anti Corrupción, PAC, el Ingeniero Salvador Nasralla, quien además goza de mucha fama nacional por ser un comunicador con muchos años de trayectoria dentro de los medios. Se puede establecer una relación directa entre la numerosa comunidad virtual que es "amiga", "le gusta" o "sigue" a Nasralla y los resultados que personas de manera individual, universidades, medios de comunicación, etc., valiéndose de la libertad brindada por la redes sociales, han obtenido en sondeos independientes, en donde este candidato siempre ocupa el primer lugar. Como se muestra en la siguiente tabla, el representante del PAC aventaja absolutamente al resto de postulantes a la presidencia de Honduras en su presencia virtual.

Candidato / Partido Político	Facebook (Me gusta)	Twitter (Seguidores)	Sitio Web
Juan Orlando Hernández / Partido Nacional	4 de nov. 61,636 24 de nov. 71,132	4 de nov. 15,609 24 de nov. 17,577	http://juanorlando.com/
Mauricio Villeda Bermúdez / Partido Liberal	4 de nov. 38,774 24 de nov. 49,427	4 de nov. 12,503 24 de nov. 13,611	http://www.mauriciovilleda.com/
Salvador Nasralla / Partido Anti Corrupción (PAC)	4 de nov. 89,503 24 de nov. 116,506	4 de nov. 96,090 24 de nov. 101,937	http://www.salvadornasralla.com/
Xiomara Castro / Partido Libertad y Refundación (LIBRE)	4 de nov. 99,394 24 de nov. 111,468	4 de nov. 17,652 24 de nov. 19,014	http://xiomara.hn/

Elaboración propia con datos obtenidos el 4 y 24 de noviembre 2013 de fuentes: Facebook, Twitter, Web.

En comparación con el resto de los candidatos que en general utilizan las redes sociales para decir algo en una sola vía más que establecer una comunicación en doble vía, Nasralla asegura estar consiente de su popularidad e incidencia entre los jóvenes y su interacción personal con el electorado, como lo dijo en entrevista al diario hondureño, La Prensa:

“No sólo soy popular en las redes sociales sino en todo el país, es lo mismo que veo en las calles, la popularidad que tengo con la juventud es de un 80%, que son los que más usan las redes sociales... Los quintuplico en las redes a los demás candidatos. Nunca he comprado un seguidor,

solo he escrito 1,530 veces, casi no entro a Twitter pero cuando lo hago soy yo quien escribe, en cambio el candidato del Partido Nacional tiene un equipo de personas que se lo manejan y a Libre también, a la candidata de Libertad y Refundación le manejan su cuenta en Twitter 10 personas" (Nasralla, 2013).

El fenómeno de popularidad virtual de Nasralla es visible y ha atraído a los jóvenes que poco o nada confían en los resultados de las encuestas oficiales en donde el panorama es muy distinto y que relacionan con la compra de resultados. Abogando por la transparencia, por el cansancio y decepción ante los partidos tradicionales, en los sondeos independientes realizados por los cinco jóvenes profesionales en sus redes sociales, algunos con más contactos que otros y siendo una pequeña muestra de muchos otros que han tenido la misma iniciativa, si las elecciones se hubiesen basado en los votos de los jóvenes clasemedios dentro de Facebook y Twitter, con un nivel académico superior, el candidato presidenciable por el Partido Anti Corrupción, Salvador Nasralla, hubiese sido el presidente de la República de Honduras.

La Voz Oficial: Resultados del TSE de las Elecciones Presidenciales

El día marcado en el calendario para realizar las elecciones llegó. El 24 de noviembre de 2013, los ciudadanos hondureños salieron a realizar el sufragio desde las 5:00 de la mañana hasta las 5:00 de la tarde. Aparentemente, según la mayoría de los medios de comunicación, no se reportaron disturbios, sin embargo en algunos medios si se habló de irregularidades como la presencia de representantes de algún partido en las mesas receptoras electorales, portando credenciales de otro partido, el no sellado de las papeletas como requisito para su validez, problemas con el fluido eléctrico en centros de votación, entre otros. La asistencia a las urnas, según lo publicado por el TSE, fue del 61% del padrón electoral, un dato positivo tomando en cuenta que en las polémicas elecciones del 2009 solo se atrajo la participación del 49% del electorado.

Las tendencias de resultados oficiales comenzaron a darse a través de cadenas de radio y televisión dirigidas por el TSE a partir de las 9:00 de la noche del 24 de noviembre. La juventud hondureña se mostró muy atenta y activa en las redes

sociales, queriendo influenciar a que las personas no dejaran de votar y de vigilar resultados y al conocer resultados parciales, muchos celebraban pero la gran mayoría mostraba su descontento con lo que iba pasando.

Al 26 de noviembre, 1:30 de la tarde, aun no se tenían todas las urnas escrutadas, pero la tendencia inquebrantable daba como vencedor al candidato por el Partido Nacional, Juan Orlando Hernández. Como segunda fuerza política, sorpresivamente, el partido independiente y nuevo LIBRE, la fuerza política tradicional, Partido Liberal en tercer lugar y en cuarto lugar PAC.



Resultados publicados por el TSE en su página web oficial hasta el 26 de noviembre de 2013, 1:30 de la tarde.

Finalmente, los resultados del escrutinio total de las urnas fueron revelados, el ganador de la presidencia fue el candidato por el Partido Nacional, Juan Orlando Hernández con el 36,89% (1,149,302 votos), Xiomara Castro de LIBRE en segundo lugar en cantidad de votos obtenidos con el 28,78% (896,498), Mauricio

Villeda del Partido Liberal en tercera posición con 20,30% (632,320 votos) y Salvador Nasralla del PAC con 13,43% (418,443 votos)



Resultados oficiales del TSE, revisados el 14 de junio de 2014.

Los resultados de las elecciones en contraste con la intención de voto reflejada en las encuestas independientes en redes sociales hechas por los cinco jóvenes y la realizada por la Universidad Tecnológica de Honduras son totalmente a la inversa, sin embargo, los datos del TSE terminaron siendo como los que CID-Gallup obtuvo.

En este capítulo se han dado a conocer todos los datos que formaron parte del proceso electoral del 2013 en Honduras: el padrón electoral, cuántos jóvenes y nuevos votantes se esperaban en las urnas, las tendencias en la intención de voto de los hondureños en general dada en distintos momentos por la empresa medidora CID-Gallup, los hallazgos, motivos y conclusiones de cinco jóvenes clasemedieros y con educación superior, en sus respectivas encuestas sobre intención de voto entre sus contactos de Facebook y Twitter , al igual que el pequeño ejercicio de la UTH para finalmente llegar a los datos oficiales de los resultados de las elecciones presidenciales.

El fenómeno del comportamiento político de un sector poblacional, conlleva a la investigación teórica de importantes conceptos que serán descritos a continuación.

IV. Política, Jóvenes y Redes Sociales

Democracia y Opinión Pública

En la actualidad, como parte del mundo de la política, el término *Democracia* es utilizado en discursos como el máximo propósito tanto de quienes buscan llevar las riendas gubernamentales como de quienes los eligen en esas posiciones, sin embargo, este es un término complejo que debe ser verdaderamente comprendido para poder observar su existencia o no en los sistemas de hoy. Democracia es “un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos” (Bobbio, 1984, p. 14).

De acuerdo a Bobbio, en esta visión de democracia "no son los individuos sino los grupos los protagonistas de la vida política en un sociedad democrática, en la que ya no hay un solo soberano, ni el pueblo o la nación, compuesto por individuos que adquirieron el derecho de participar directa o indirectamente en el gobierno, el pueblo como unidad ideal, sino el pueblo dividido objetivamente en grupos contrapuestos" (1984, p. 18).

Por otro lado, al hablar de Democracia, en su acepción básica y popular, viene a la mente un sistema de *gobierno del pueblo*. A detalle de acuerdo a Patrick Champagne esto "puede significar actuar como un mandatario que se limita a cumplir estrictamente la voluntad de sus mandados (...) pero esta expresión puede significar también actuar en lugar del pueblo, en el sentido en que se dice de un representante legal que actúa en representación de una persona menor de edad o incapacitada y, que por tanto, no sabe lo que quiere o lo que es bueno para ella" (1996, p. 107).

De aquí parte la división de la democracia en dos tipos, directa o representativa: "la diferencia básica entre una democracia directa y una representativa es que en esta última el ciudadano sólo decide quién decidirá por él (quién le representará), mientras que en la primera es el propio ciudadano quien decide las cuestiones: no elige a quien decide sino que es el decisor" (Sartori, 1999, p. 6).

Ahora, sobre Opinión Pública, también un concepto que puede ser visto con mucha simpleza y al mismo tiempo mucha profundidad y desde distintos enfoques, se dan un par de estos para comprenderlo, no se pretende llegar a la formulación de un concepto absoluto, pero si de ver desde dónde se puede observar el fenómeno. Su complejidad parte de puntos de vista muy vastos que cuestionan la manera de usar este concepto.

Portillo (2000), lleva a la discusión acerca de la opinión pública, los enfoques de dos grandes autores: Habermas y Noelle-Neumann, que para iniciar con la exposición de miradas a este concepto, marcarán el punto inicial. Habermas propone que la opinión pública no es sólo un problema científico, es un problema práctico moral. Partiendo de ahí, su objetivo es analizar bajo qué condiciones comunicativas, se constituye la opinión pública en las sociedades actuales. De acuerdo a Habermas, y dentro del modelo normativo, la comprensión de la opinión pública sólo puede ser posible desde la perspectiva de la teoría crítica de la sociedad.

Por otro lado, para la autora de la "Espiral del Silencio", Noelle-Neuman, la opinión pública "es esa especie de censura que se observa a través del control social que de manera natural todos los individuos de una sociedad tienden a reconocer intuitivamente. El supuesto de fondo es que las personas suelen reaccionar ante el conjunto del que forman parte. La hipótesis de la Espiral del Silencio señala que los individuos realizan una constante supervisión del entorno, de tal suerte que son plenamente conscientes acerca de cuáles opiniones son "políticamente correctas" o van "ganando terreno". Esta supervisión del entorno se da de manera intuitiva y natural, permite al individuo adherirse a la opinión de las "mayorías" " (Portillo, 2000).

Siguiendo con la revisión de otros autores, la opinión pública, según Price (1987), es concebida como un proceso social, o más aun como un proceso comunicativo. Para este autor, la opinión pública es un conjunto de procesos comunicativos que comprenden múltiples relaciones que se dan entre distintos niveles a través del

tiempo y el espacio, donde la gente, los grupos y las organizaciones juegan roles diferenciados.

Otro autor experto en la materia, Manuel Mora y Araujo explica: "podemos concebir entonces a la opinión pública como una napa de tejido social que se sitúa entre el tejido estructural y la cultura, los valores y las instituciones. Es un tejido cuya materia es la comunicación, que puede ser más o menos denso, y más o menos permeable, dependiendo de las circunstancias" (2012, p. 46)

Sobre opinión, Mora y Araujo describe que es lo que la gente piensa y dice, los juicios que formula cada individuo acerca de objetos o situaciones del mundo externo. La opinión puede estar informada o no, puede ser fundada o infundada, puede o no tener consistencia interna o congruencia con otras opiniones, puede ser sostenida con intensidad (o convicción) o superficialmente u ocasionalmente (2012, pág.60).

En cuanto a lo público, Mora y Araujo indica que como adjetivo, puede entenderse en tres significados distintos:

- a) Relativo al ámbito de las decisiones públicas o colectivas, esto es a todo aquello que concierne o afecta a todos los miembros de la colectividad, o que es o puede ser accesible a todos.
- b) Relativo a un nivel de análisis colectivo. Opinión pública en este sentido es equivalente a opiniones agregadas de muchos individuos. Aquí público se opone a individual.
- c) Finalmente hay una tercera acepción del público (Piénsese en el público que asiste a un espectáculo. Los actores no forman parte de él, los críticos tampoco aunque estén sentados en la platea). Este significado remite a la división de la sociedad en dos categorías (emisores y receptores, líderes y seguidores, poderosos y comunes, actores y espectadores), categoría que tienen, por supuesto, innumerables connotaciones y correlatos) (2012, págs. 60-61).

En cuanto a la relación de democracia y opinión pública en la actualidad, el constante uso de los sondeos de opinión en el campo de la política ha transformado las relaciones de fuerza en los regímenes democráticos. "Los gobiernos tienden a guiarse a partir de los resultados obtenidos en las encuestas, asociando así el concepto de opinión pública con los sondeos de opinión. A través de esta práctica, hoy tan generalizada, se pretende medir de una manera científica y, por tanto, indiscutible en su veracidad, la opinión pública" (Portillo, 2000).

Los procesos democráticos van siempre de la mano de la opinión pública, sobretudo en el contexto político en donde lo que dice esta última, a través de los sondeos es lo que, aparentemente, dirige el destino de quienes llegan a la cúpula del poder gubernamental. La transparencia y credibilidad de estos procesos son un asunto aparte de discusión, pero desde una perspectiva ideal, democracia y opinión pública se complementan, esta última convirtiéndose en una especie de garantía de la primera, y esto ha venido siendo así desde hace mucho tiempo.

Actualidad en las Campañas Electorales

"Cada ciudadano mayor de edad se enfrenta en cada campaña a dos elecciones: si votar o no y, en caso de hacerlo, a quién". (Martín Salgado, 2002, p. 129)

Las campañas electorales significan mucho para la política, desde que el interés por la misma se ve grandemente incrementado en períodos vigentes de estas, funcionando como medio informativo de la población en lo referente a partidos políticos, candidatos y temas. Por esta razón, las estrategias para llevar a cabo campañas electorales son tan repensadas y significan mucha inversión de tiempo y fondos.

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" (Beaudoux García, D'Adamo, &

Slavinsky, 2005, p. 20), las informaciones provenientes de las campañas electorales modifican la perspectiva, actitudes y opiniones de los espectadores. Dentro de ellas participan como actores: los políticos, los ciudadanos y los medios de comunicación, estos últimos comprendidos en la actualidad, en su concepto tradicional y digital.

De manera fundamental, las campañas cumplen con cuatro funciones: "una función de persuasión, una de prueba para las candidaturas, otra de legitimación en tanto el proceso de campaña en sí mismo y sus rituales proveen una prueba de que el sistema político está funcionando, y una función cognitiva que permite al electorado aprender información acerca de los candidatos y las elecciones" (Beaudoux García, D'Adamo, & Slavinsky, 2005, p. 31)

Ahora las funciones de las campañas políticas se enfrentan con grandes retos. La tradición corrupta que ha manchado a la política latinoamericana, ha convertido al electorado en un ente desideologizado, desalineado políticamente hablando. Ya no es tan fácil la realización de campañas convincentes. Se vota o no por una persona, no por un partido o programa. Por lo que las campañas se han volcado mas ahora, a la creación de una imagen personal e individual de los candidatos que de la organización a la que representa en sí. Estrategias de marketing han invadido esta actividad.

Lo anterior se ve ligado a otras consecuencias de la era mediática de la política, en donde quienes trabajan en los medios son un tipo de árbitros políticos con mucho poder, tanto que llegan a seleccionar candidatos, temas y tonos de campaña. La cobertura mediática es el centro alrededor del cual gira la campaña.

Intención y Decisión de Voto

En períodos electorales, un ciudadano experimenta dos etapas en cuanto al voto. La primera es la de su intención y la segunda es la de su decisión, que no siempre es coincidente, lo que revela la gran importancia de la persuasión de las campañas electorales y el ambiente previo a las elecciones. "Toda elección del individuo y por tanto también la decisión de voto, está condicionada por la

información de la que éste dispone y hace uso" (García, Herrero Crespo, Rodríguez, & Agudo, 2005, pág. 172), además de sus experiencias políticas.

Esta idea última, se ve puesta en debate, cuando los mismos investigadores, a través de un estudio de caso, descubren que, en la práctica real, los individuos cuando se enfrentan a una decisión de voto, no evalúan toda la información disponible, sino que únicamente determinados aspectos adquieren relevancia y son tenidos en cuenta para decidirse por una u otra alternativa. En concreto, de acuerdo a este enfoque, la mayor fuerza en la decisión de un votante, la tienen los valores ideológicos y la percepción global, tanto de la situación de la región como de la actuación del gobierno, ante aspectos específicos como el bienestar personal del individuo y el sentimiento regionalista.

Hay distintos factores, según Lourdes Martín Salgado (2002), que determinan el voto de una persona, Por un lado, los factores sociales: la clase, la renta, la profesión, la religión y el hábitat (urbano y rural). Por otro lado, las actitudes, percepciones, valores y creencias, especialmente la lealtad de partido. Desde el punto de vista de García y otros (2005), estos serían factores económicos ligados a la gestión del gobierno saliente y la situación de la economía en ese momento, y lo ideológico. Baldassarri y Shadee (2006), por su lado, señalan a la heurística rápida y frugal como la forma más apropiada para explicar el comportamiento electoral, debido a que los votantes tienen capacidad y tiempo limitados para razonar respecto a su decisión, ya que su objetivo consiste en la satisfacción, no en la optimización.

Existe la teoría racional, (que tiene como precedente teórico el trabajo de Anthony Downs en 1957 y su teoría económica del voto), donde el voto es analizado como una toma de decisión no determinada por la pertenencia a grupos sociales o actitudes previas. Aquí, lo que influye en el voto es la posibilidad de elegir, la información, la incertidumbre y el modo en que los votantes relacionan su voto con el de los demás y con la labor del gobierno. En este enfoque, la comunicación y la información generada por los medios y las campañas, cobran mayor peso.

Retomando la idea de los factores sociales, se debe recalcar que un ciudadano apto para ejercer el sufragio, no es un ser aislado, al contrario, este tiene distintas relaciones dentro de la sociedad a la que pertenece. "Las personas que están más vinculadas a un grupo son las que menos se dejan influir por mensajes que provienen de otras fuentes y/o chocan con las normas del grupo (creencias, valores, actitudes y conductas que se derivan de la pertenencia al grupo) y, esas normas del grupo tienen una influencia sobre la forma de percibir e interpretar información por parte de sus miembros" (Martín Salgado, 2002, p. 135). Lo que significa la adhesión consciente pero también inconsciente de individuos con igual o similar visión política.

Aunque los colectivos sociales no actúan de forma unánime y uniforme, los sondeos y resultados electorales muestran cierta pautas comunes, determinadas por tres tipos de grupos que dividen la estructura de la sociedad "los grupos primarios (familia y amistades), los grupos secundarios (como los partidos políticos y los sindicatos), y los grupos de referencia (la clase, el origen étnico y la religión, entre otros)" (Martín Salgado, 2002, p. 136).

En cuanto a los grupos primarios, la familia incide en las inclinaciones políticas de un individuo a través del "voto hereditario", que se puede ver afectado por las diferencias entre las experiencias y acontecimientos generacionales. En el caso de los jóvenes, pese a que la influencia de los padres es mayor que la de los amigos, en estos últimos la influencia es ejercida apelando al sentimiento de aprobación y temor al aislamiento.

Los grupos secundarios, aun afectados por un declive en la lealtad a los partidos políticos, siguen siendo muy influyentes al ser fuente para la percepción de información para el voto, aunque, la relación también puede darse a la inversa, es decir, que la información influya en la identificación.

Finalmente, los grupos de referencia, son importantes para la intención y decisión de voto, ya que también influyen con la identificación con un partido. Pero para que esto funcione, el individuo debe tener conciencia de pertenencia a un

grupo. En el caso de la edad y el género, estos sirven para la elaboración de la estrategia electoral en la medida que son tomadas como un estrato demográfico de preferencias mayoritarias avaladas por la historia. Sobre la clase social, esta no es determinante en sociedades altamente desarrolladas (Estados Unidos, por ejemplo), pero si es incidente en los países latinoamericanos subdesarrollados (como Honduras). "Los candidatos se esfuerzan por enfatizar las similitudes en su retórica y su estética, ya que los grupos de referencia tienden a favorecer a quien se parezca más a ellos, en un sentido demográfico, socioeconómico, cultural o ideológico" (Martín Salgado, 2002, p. 141).

Según observaciones realizadas por consultores políticos, la edad, el género, ocupación o profesión y el nivel académico, se relacionan estrechamente con la intención y decisión de voto. La relación entre edad y la intención o decisión de voto, de acuerdo a Harrop y Miller (1987) es que la juventud tiene tendencia izquierdista, su atención es atraída por los extremos, los partidos políticos nuevos y dan más respuesta a los acontecimientos. El nivel educativo elevado hace al electorado menos persuasible, aumenta su capacidad analítica y de discusión y aumenta la seguridad en sus opiniones.

Modelo de comunicación política: ¿Cómo se está llegando a los jóvenes?

La juventud, tiende a ser calificada de tener falta de interés en los asuntos públicos, en este caso en específico en la política. Colocando a los medios de comunicación al centro de la discusión, esto debe llevar a preguntarse cuál sería la razón para que esto suceda: la falta de compromiso de los jóvenes con la democracia, o los medios como el verdadero problema, que con la baja calidad de sus contenidos, ha alejado a este sector de la población de lo importante de la vida pública.

Los índices de baja participación electoral o de participación dentro de los partidos políticos, sumado al desconocimiento sobre acontecimientos políticos, pueden confirmar que el consumo mediático de contenidos mediocres sea una posible causa de esta imagen desinteresada de la juventud.

Pero, tildar a la juventud de políticamente apática en su totalidad es generalizar. "Los jóvenes necesariamente desarrollan una posición frente al Estado y mediante ella de manera crítica, al sistema político, aún para darles la espalda" (Echeverría & Garay, 2011, p. 184).

Los medios de comunicación han tomado una gran importancia en la juventud como sustituto de la función de la familia como agente de socialización. Este factor ha impulsado muchos estudios sobre los patrones de consumo de información política en los jóvenes que, según lo recopilado por Echeverría y Garay (2011) lleva a las siguientes conclusiones:

Los jóvenes tienen hábitos de bajo consumo de información política, en sus selecciones mediáticas se inclinan por los contenidos de entretenimiento, tanto así que hasta en los géneros informativos, prefieren aquello que tenga esa cualidad. Esta recepción es caracterizada tanto por el descrédito de la poca información a la que se exponen, en parte porque dudan del sistema político en general, como por el limitado entendimiento de ella, como consecuencia de sus hábitos de consumo y el limitado lenguaje en los medios.

Tomando en cuenta todo lo anterior, relacionado a la juventud y su consumo de información política a través de los medios, se puede explicar mediante qué formas la clase política está llegando a los jóvenes. Como se explicó, los contenidos de entretenimiento son los preferidos por este sector poblacional en general, en la selección de noticias, por ejemplo, como criterio relevante para seleccionar un programa, es el de la "amenidad" o capacidad de entretener por parte de los presentadores, e incluso de las figuras políticas.

Los medios de comunicación tradicionales son vistos con desconfianza y distancia. Echeverría y Garay (2011) indican que, particularmente entre los jóvenes de clase media, se perciben con mucha claridad, las relaciones de conveniencia entre el Gobierno y los medios de comunicación, generando esta mala percepción de sus contenidos al considerarlos sesgados.

El entorno tecnológico, en el que si bien se debe pensar en la brecha digital, ha obligado a los políticos a implementar dentro de sus estrategias de comunicación política, el uso de internet y herramientas como las redes sociales virtuales. En el caso de los jóvenes universitarios (tomando en cuenta un estatus socioeconómico favorable), las horas invertidas en internet son muchas al día y de estas, en gran cantidad se invierten en redes sociales como Facebook, Twitter y de otros intereses como You Tube e Instagram. Por esto, la figuras políticas como los candidatos presidenciales y candidatos a otros cargos públicos, se han visto en la obligación de crear presencia dentro de estos espacios digitales para poder acercarse al electorado joven, y además llevar sus mensajes de manera digerible a la juventud, "en su idioma".

Jóvenes y Política en Redes Sociales

Internet ha supuesto una verdadera revolución en las comunicaciones y en diferentes aspectos de la vida humana. "Si bien es cierto que la brecha tecnológica sigue imprimiendo diferencias brutales entre la población que no accede a la tecnología y la que sí, es innegable también el hecho de que amplios sectores de la población, sobre todo en sectores urbanos, están conectados" (Portillo, Urteaga, Gonzáles, Aguilera, & Feiza, 2012, p. 163). Esta conexión representa una manera práctica, fácil y directa de observación del entorno y el poder compartir opiniones, hay una mayor libertad de información.

En el caso de los jóvenes, los sectores privilegiados con el acceso a las TIC representan mucho peso dentro de sus sociedades, puesto que son los líderes no solo del futuro, sino de un presente que ya, a su forma y desde sus trincheras, éstos van trazando.

Según estudios que se han desarrollado en países como España y México (Guaderrama & Gómez, 2012), los mayores porcentajes de usuarios de internet los ocupan los jóvenes urbanos, de clase media, universitarios entre 20 y 35 años, que pueden ser considerados como *e-población*, que han implementado el uso de la tecnología no solo en su vida académica, sino también en sus actividades cotidianas varias. Indudablemente ha habido una "implantación masiva de internet

y su influencia en la organización de la economía, la política o la producción cultural" (González de Requena Redondo, 2012, p. 230).

La nueva generación, llamada 2.0, (Portillo, Urteaga, et al., 2012), han encontrado en herramientas como las redes sociales, medios con "potencial democratizador en tanto que facilitan la participación y la creación de contenido por parte del público y los usuarios" (González de Requena Redondo, 2012, p. 238). Facebook y Twitter, como las redes de mayor penetración entre los jóvenes, han constituido una manera de entretenimiento, obtención y mantenimiento de relaciones personales, pero también, se han convertido en sitios de mucha utilidad para la actividad política, que muchas veces complementan y refuerzan sus actividades offline, de esa índole.

La generación 2.0 "está desarrollando en las redes sociales nuevas formas de organización, participación y conformación gregaria" (Portillo, Urteaga, et al., 2012, pág. 167). Una novedosa forma de ejercer ciudadanía, que como Hermes (2006) indicó, se ha visto impactada por las tecnologías de la información y la comunicación, viene dando sus muestras de existencia y consolidación como los casos de nuevas formas de participación política suscitadas en Egipto y Túnez (Primavera Árabe), España (15-M), Chile (Pingüinos) y México (Yo Soy 132).

La juventud quiere hacerse escuchar de distintas formas "sus motivaciones tienen que ver con sus experiencias en la vida cotidiana, sus ideologías, sus contextos vecinales y sociales, sus encuentros políticos, así como sus lealtades y compromisos emocionales" (Padilla de la Torre & Flores Márquez, 2011, p. 113). Facebook y Twitter son la válvula de escape de esta juventud deseosa de participar, de maneras distintas, pero con el objetivo de generar cambios reales.

Las nuevas prácticas políticas y el ejercicio de una renovada ciudadanía por parte de los jóvenes, dentro de las redes sociales y facilitadas por las tecnologías de la información y comunicación, deben de mantenerse al centro de la observación, puesto que es un fenómeno joven que apenas viene iniciando y que seguramente generará mucho más por analizar.

La teoría con la cual se explica el fenómeno político estudiado en esta tesis, ha descrito desde varios puntos de vista, conceptos clave como: democracia, opinión pública y la relación entre ellas, las campañas electorales actuales y los métodos de comunicación política para llegar a la intención y decisión de voto del electorado, en este caso, de los jóvenes; y el uso que estos están dando a las redes sociales como nuevo espacio de expresión y desarrollo de su personalidad política. Con estas herramientas se pasa a analizar los resultados de una encuesta que generó datos sobre el comportamiento político previo a las elecciones presidenciales del 2013 en Honduras.

V. Análisis de Encuesta "Panorama Previo a Elecciones Presidenciales en Honduras: Juventud, Redes Sociales y Medios"

Intención de voto de los jóvenes vs. Resultado Final

De acuerdo a lo reflejado en la encuesta⁴, de 601 participantes que contestaron a la pregunta sobre intención de voto, esta se perfilaba de la siguiente forma: Salvador Nasralla del PAC 46,09% (277), en segundo lugar se ubicó Mauricio Villeda del Partido Liberal 25,79% (155), Xiomara Castro de LIBRE alcanzó el tercer lugar con el 15,31% (92) de la intención de voto y por último Juan Orlando Hernández del Partido Nacional con 10,98% (66). Del los participantes restantes 1,83% (11), 7 indicaron que darían voto nulo, 2 no sabían para ese momento por quién votar y 2 jóvenes indicaron que votarían por Jorge Aguilar, candidato del PINU.

Los resultados oficiales del TSE, luego de las elecciones el 24 de noviembre de 2013, se dieron de la siguiente forma: Juan Orlando Hernández 36,89% (1,149,302), Xiomara Castro 28,78% (896,498), Mauricio Villeda con el 20,30% (632,320) de los votos y Salvador Nasralla con 13,43% (418,443) de un total de 3,115,448 de votos válidos.



⁴ Consultar encuesta en disco de anexos.

Curiosamente, los datos previos generados con la encuesta a través de las redes sociales, demuestran que la tendencia predominante en estos espacios digitales era totalmente a la inversa de lo que sucedió en el contexto real. Quien resultó como presidente del país fue Juan Orlando Hernández, candidato que entre los cuatro partidos fuertes se ubicaba en cuarto lugar de la encuesta.

No existe ninguna concordancia entre la intención de voto expresada en la encuesta hecha para este estudio, y los resultados oficiales publicados por el Tribunal Supremo Electoral de Honduras. Sin embargo, el comportamiento de los jóvenes en cuanto a su intención de voto en la encuesta es totalmente coincidente con los resultados proporcionados por los cinco jóvenes y el centro de estudios UTH, quienes hicieron sus propios sondeos a través de las mismas redes sociales, en donde el candidato por el PAC, Salvador Nasralla, era el que siempre ocupaba el primer lugar como candidato a la presidencia, con una ventaja muy considerable ante quien ocupara el segundo lugar que varió en estos sondeos.

Por otro lado, los resultados finales dados por el TSE, sí coincidieron con lo que publicaba la última encuesta realizada por CID-Gallup entre el 9 y 15 de octubre de 2013, en donde de un total de 1,525 participantes que contestaron por quién votarían para presidente en las próximas elecciones, el 28% indicó que por Juan Orlando Hernández, el 27% por Xiomara Castro, 17% por Mauricio Villeda y 9 % por Salvador Nasralla.

Partiendo del significado básico y popular de democracia: "gobierno del pueblo", para el sector poblacional representado por los jóvenes clasemedios, con educación superior, acceso a las TIC y de zonas urbanas, este no es su gobierno; al contrario de sus deseos, tienen como mandatario al candidato con el que menos simpatizaban, esto puede significar muchas cosas: como que la juventud hondureña es idealista y tiende a creer tanto en sus ideales que pierden el contexto de la realidad , o por otra parte, que el proceso electoral no fue transparente y confiable, tal como la visión negativa que los jóvenes suelen tener de las instituciones y agentes políticos.

Observando estos datos, se puede saber que la opinión pública de los jóvenes hondureños, basada en el uso del sondeo, es que estos desean salir del tradicionalismo político, se inclinan por lo novedoso y en su mayoría ven con malos ojos a quienes han tenido un pasado político improductivo. No quieren dar segundas oportunidades.

Nasralla: la opción de la juventud hondureña

Según datos de la encuesta hecha en este estudio y las encuestas hechas por los jóvenes y la UTH en las redes sociales, el candidato presidencial favorecido en primer lugar por la intención de voto era Salvador Nasralla. Esta percepción se torna aun más sólida al revisar el por qué los jóvenes votarían por ese candidato como presidente de Honduras. Entre los calificativos que se le daban, y que prueban que el candidato generaba mayor simpatía ante la juventud y que tenía una imagen positiva ante ésta, estaban los siguientes: *alguien nuevo, no parte del bipartidismo, sin relación con corrupción, con propuestas claras, el cambio para el país, no ha estado en la política antes, diferente, honesto, educado, inteligente, preparado, capaz.*

Lo anterior está muy relacionado con lo que algunos de los jóvenes que hicieron sus propios sondeos entre sus contactos de redes sociales concluían y que denota la credibilidad y buena percepción que tenían de Nasralla:

"La gente ya no cree en los partidos tradiciones, punto. PAC es la opción a lo nuevo, al cambio, es la esperanza de mejorar y salir adelante". - Carmen Boquín

"Nasralla es candidato firme a ganar estas elecciones". - Eduardo Reyes

"Honduras quiere salir de esta oscuridad en la que nos tienen sumergidos los políticos tradicionales y queremos un verdadero cambio". - Omar Ponce

"En Honduras hay un deseo real de terminar con el bipartidismo...Si las elecciones son manejadas con transparencia, Salvador Nasralla será el próximo presidente". - Ricardo Irías

Un hallazgo importante de la encuesta, es que al igual que en la intención de voto, en cuanto a percepción Mauricio Villeda también ocupa el segundo lugar con calificativos tan positivos como los de Nasralla, aun siendo de uno de los partidos

tradicionales, tales como: *no corrupto, propuestas claras, honesto, no ha ocupado puesto político antes, educado, inteligente, preparado, con principios morales y religiosos, ha mantenido postura, hombre de familia*. De esta forma se visualiza una estrecha relación entre la imagen personal que un candidato pueda generar ante los jóvenes, y su intención de voto, aunque en este caso en particular la afinidad entre Nasralla y la juventud va más allá de una simple imagen, se trata de una identificación muy fuerte con sus causas, propuestas y forma de trabajo. Según lo observado, Nasralla era visto como la solución a los problemas del país. De ambos candidatos lo poco negativo fue: *ser "lo menos peor", debilidad de su partido, poca o nula experiencia política*.

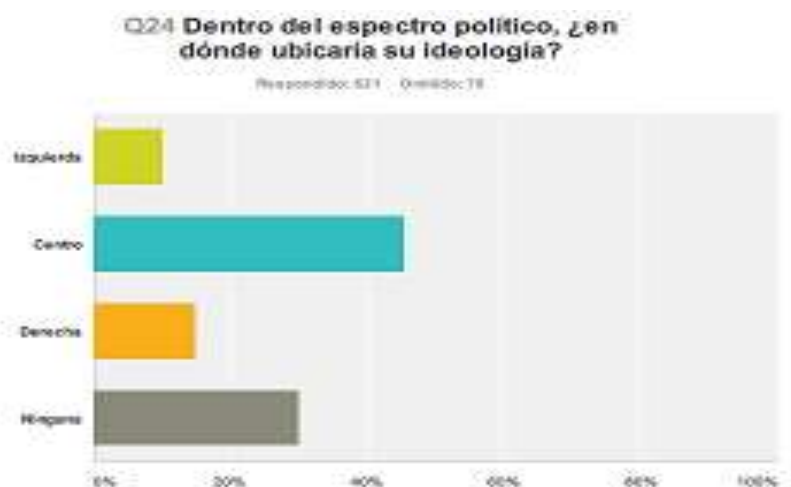
Cabe mencionar que aunque muy poco, los candidatos Xiomara Castro y Juan Orlando Hernández, fueron quienes generaron una percepción negativa entre algunos jóvenes dentro de la encuesta, quienes miraban a uno como la opción para que el otro no quedara en el poder, por una especie de miedo a una dictadura socialista por parte de Castro y sin denotación ligada al espectro ideológico por Hernández, pero dictadura al fin. Entre los simpatizantes de Castro, *la necesidad de una Asamblea Nacional Constituyente para la reformación de leyes constitucionales, el sentirla más cerca del pueblo y sus necesidades*, además de considerar que *daría soluciones para una distribución equitativa de la riqueza en el país*, eran las razones más comunes que daban para su inclinación política hacia ella. En cuanto a Hernández, *su preparación académica y un arraigado tradicionalismo partidista* eran las razones más expresadas por sus simpatizantes.

De acuerdo a esto, lo que Martín Salgado (2002) explica como grupo primario de influencia en la intención y decisión de voto, conformado por la familia, amigos, etc., que conlleva al "voto hereditario", se rompe en lo expresado por los jóvenes hondureños como razones para votar o no por uno de los candidatos. Los jóvenes parecen relacionarse más con su grupo de referencia. Estos jóvenes se identificaban como tales, y en el caso de Nasralla, su estrategia electoral iba dirigida a ellos. En cuanto a la clase social, aquí se torna significativa, ya que son

jóvenes clasemedieros residentes de áreas urbanas, constatado por las zonas en las que viven (y que dieron a conocer por una pregunta de la encuesta), con educación superior y que veían en el candidato del PAC a una persona con una estética y retórica, en un sentido demográfico, socioeconómico, cultural o ideológico, similar a ellos.

Jóvenes e Ideología

De 621 jóvenes que respondieron al cuestionamiento sobre dónde ubicarían su ideología dentro del espectro político, el 45,09% (280) dijo ubicarse en el centro, 29,95% (186) en ningún lado, 14,98% (93) se ubican en la derecha y el 9,98% (62) en la izquierda.



Opciones de respuesta	Porcentaje	Cantidad
Izquierda	9,98%	62
Centro	45,09%	280
Derecha	14,98%	93
Ninguna	29,95%	186
Total		621

Basándose en los datos generados por la encuesta, no hay una ideología política enmarcada en los preceptos tradicionales, predominante en los jóvenes, bien puede ser por desconocimiento de lo que cada lado del espectro político realmente representa, o porque un lado u el otro no concreta sus convicciones. Sumado a esto, a raíz del golpe de estado dado al gobierno del Ex Presidente Manuel Zelaya Rosales en el 2009 en Honduras, por sus planes de realizar una

Asamblea Nacional Constituyente para reformar leyes en la Constitución de la República, en donde presuntamente el buscaría su reelección y la imposición de un gobierno socialista, versión que se apoyaba en que a Zelaya Rosales y sus simpatizantes se les ligaba con una extrema izquierda por sus fuertes relaciones con representantes de ideologías socialistas como ser el fallecido presidente de Venezuela, Hugo Chávez, Daniel Ortega presidente de Nicaragua, Rafael Correa presidente de Ecuador, entre otros; la sociedad hondureña se vio muy dividida entre los de izquierda y los de derecha, asunto que provocaba grandes conflictos, por lo que es presumible que esto haga que los jóvenes en la actualidad se mantengan al margen en ese sentido, al menos de forma convencional. Aquí surge la observación de que la juventud hondureña puede poseer un nuevo tipo de ideología aun no identificable, pero en proceso de construcción y reforzamiento.

Jóvenes Ante Resultados

A partir del mismo 24 de noviembre de 2013, día de las elecciones, la actividad de los jóvenes en las redes sociales era muy notable. Su labor era incitar al ejercicio del sufragio, pero al ir conociendo los informes del Tribunal Supremo Electoral, en donde Juan Orlando Hernández, aun candidato a la presidencia, llevaba la delantera, el descontento no se hizo esperar. Se comenzó a hablar de fraude electoral al observar que los resultados no reflejaban lo que ellos en su mayoría deseaban o creían que sucedería. Los jóvenes no estaban contentos y cuestionaban los resultados. Nasralla por su parte fue el único candidato que durante el día de votaciones exigió transparencia y habló de actos fraudulentos en las mesas electorales desde primeras horas del día, utilizando las redes sociales como medio de difusión de sus denuncias al igual que a los medios de comunicación que se le acercaban pendientes del momento en el que realizaría su sufragio.

Es así como ese día, en Facebook se creó la página "JOH no es mi presidente", que para el 28 de enero de 2014, día después de la toma de posesión, contaba con 23,103 "me gusta".



Captura de pantalla del perfil de la página de Facebook "JOH no es mi presidente".

Por otro lado, también a partir del día 24 de noviembre de 2013, los simpatizantes de Juan Orlando Hernández crearon en Facebook la página "JOH si es mi presidente", la cual para el 28 de enero de 2014, un día después de la toma de posesión, contaba con la cantidad de 1,558 "me gusta".



Captura de pantalla del perfil de Facebook de la página "JOH si es mi presidente".

De esta manera se confirma que la juventud hondureña en las redes sociales, tenían una postura en contra y desconfiada de los resultados electorales presentados por el TSE. Para 23,103 Juan Orlando no es su presidente y para 1,558 si es su presidente. Retomando los estudios sobre la percepción de la juventud y la política, hechos en países como México, Colombia, Argentina y Chile (Echeverría y Garay, 2011; Alvarado, Botero y Ospina, 2010; Bonvillani, Palermo, Vásquez y Vommaro, 2008; Gonzales y otros, 2005), el fenómeno es el mismo: hay desconfianza en las instituciones y los políticos (quienes son relacionados con la corrupción y deshonestidad).

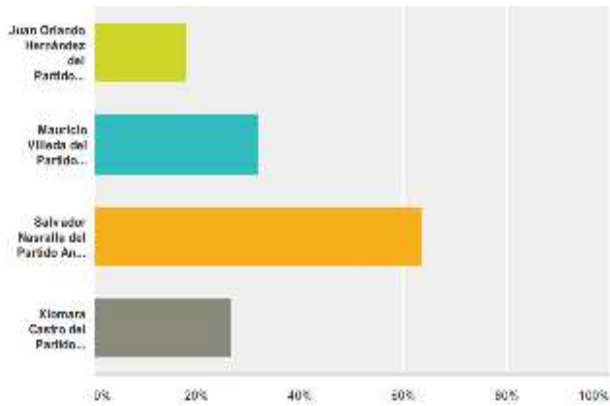
Facebook, Twitter y Comportamiento Político de los Jóvenes

Las redes sociales sirvieron como medio de expresión y monitoreo para los jóvenes durante el proceso electoral. Dentro de las mismas, se creó un mundo en el cual el voto sería consciente, por el bien común, buscando un cambio que diera soluciones a los grandes problemas enfrentados por la sociedad hondureña.

Uno de los cuatro candidatos fuertes en la contienda electoral, supo utilizar estos medios a su favor. Salvador Nasralla, siendo el más popular en este mundo virtual, es casualmente al que la gran mayoría de jóvenes visualizaban como el futuro presidente de Honduras. Nasralla sabía muy bien su posición en las redes sociales y en el gusto de la juventud:

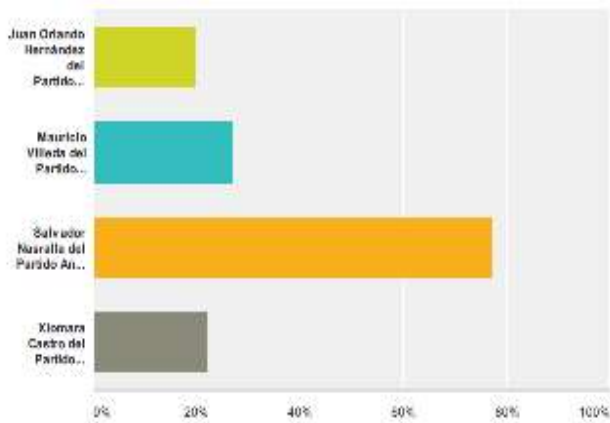
"No sólo soy popular en las redes sociales sino en todo el país, es lo mismo que veo en las calles, la popularidad que tengo con la juventud es de un 80%, que son los que más usan las redes sociales". (Nasralla, 2013)

Tanto en Facebook como en Twitter, de 621 jóvenes que contestaron al cuestionamiento de si seguían o le habían dado "me gusta" a la página de un candidato, 60,87% (378) indicaron que si y 39,13%(243) que no en Facebook, en cuanto a Twitter 54,59% (339) siguen a un candidato y 45,41% (282) no siguen a un candidato. Al especificar a quienes les habían dado "me gusta" o seguían en Facebook o Twitter, estos fueron los resultados:



Esta gráfica refleja la respuesta a la pregunta sobre de quiénes de los candidatos, los jóvenes eran "amigos" o habían dado "me gusta" en sus páginas de Facebook.

Opciones de respuesta	Respuestas
Juan Orlando Hernández del Partido Nacional	17.85% 60
Mauricio Villalón del Partido Liberal	31.56% 120
Salvador Nasralla del Partido Acción Ciudadana (PAC)	63.52% 242
Xiomara Castro del Partido Libertad y Refundación (LIBRE)	28.25% 100
Total de encuestados: 381	



Esta gráfica, da los datos acerca de la respuesta a quiénes de los candidatos seguían los jóvenes en Twitter.

Opciones de respuesta	Respuestas
Juan Orlando Hernández del Partido Nacional	19.49% 69
Mauricio Villalón del Partido Liberal	26.84% 95
Salvador Nasralla del Partido Acción Ciudadana (PAC)	76.84% 277
Xiomara Castro del Partido Libertad y Refundación (LIBRE)	22.03% 78
Total de encuestados: 354	

Acorde a los resultados, sin lugar a duda, Salvador Nasralla aventajaba a sus rivales de manera abismal en presencia en las redes sociales, medios que respaldando su fama como comunicador social de mucha trayectoria, sirvieron a los jóvenes para conocer más sobre el candidato e interactuar con él.

La presencia en las redes sociales, en países de mayor desarrollo, está marcando la pauta de comportamiento político "es una cuestión de cambio social. En cualquier momento nos encontramos ahora con personas pegadas a su móvil. Unos estarán con WhatsApp; otros leyendo una web informativa, algunos se habrán bajado una aplicación con un juego y muchos estarán en su red social, escribiendo, leyendo y redifundiendo los mensajes que les llegan. Por ahí fluye la información, también la política, en la era digital y no tanto ya en un debate televisivo que aburre a los pocos que lo ven o en un mitin al que sólo acuden los ya convencidos" (Lozano García, 2014).

Aunque lo ocurrido en Honduras podría negar este postulado anterior, también desde otro punto de vista son los primeros pasos a que en un futuro si exista una relación directa entre presencia en redes sociales y los resultados electorales, obviamente con el aminoramiento de la brecha digital.

Candidato / Partido Político	Facebook (Me gusta)	Twitter (Seguidores)	Resultados Electorales
Juan Orlando Hernández / Partido Nacional	71,132	17,577	1,149,302
Mauricio Villeda Bermúdez / Partido Liberal	49,427	13,611	632,320
Salvador Nasralla / Partido Anti Corrupción (PAC)	116,506	101,937	418,443
Xiomara Castro / Partido Libertad y Refundación (LIBRE)	111,468	19,014	896,498

Elaboración propia con datos de Facebook y Twitter al 24 de noviembre y resultados difundidos por el TSE.

Durante este proceso electoral, sucedió algo que no se había visto de forma tan contundente: el intercambio de información al instante acerca de resultados,

posibles pruebas de fraude como ser imágenes de actas de votos notablemente manipuladas, etc. Si bien las redes sociales fueron el medio de una minoría, esta estaba realmente empoderada y dispuesta a defenderse a través de estas herramientas que incluso, llegaron a tener gran alcance fuera de las fronteras hondureñas para que todo aquel, nacional o no, pudiese monitorear detenidamente lo que pasaba dentro del país.

Campañas Políticas y Percepción de los Jóvenes

Los candidatos de los partidos políticos en contienda, presentaron diferentes campañas acordes a sus presupuestos y necesidades de comunicación. A continuación se detalla la percepción que los jóvenes tuvieron de estas campañas.

Con respecto al carácter propositivo de las campañas, de 621 jóvenes que respondieron a esta pregunta, el 42,35% (263) indicaron que la del candidato por el PAC, Salvador Nasralla es la más propositiva entre las campañas, 29,31% (182) indicaban que la de Mauricio Villeda del Partido Liberal, 16,26% (101) que era la campaña de Xiomara Castro de LIBRE y el 9,50% (59) indicaban que era la de Juan Orlando Hernández del Partido Nacional. La contraparte de esta pregunta, refuerza los resultados anteriores, solo con una leve variación entre Nasralla y Villeda, ya que el orden en el cual los jóvenes ubicaron a las campañas por ser "la que no dice nada" fue: Juan Orlando Hernández en primer lugar con 46,05% (286), Xiomara Castro en segundo lugar con 33,01% (205), Salvador Nasralla en tercer lugar con 8,53% (53) y Mauricio Villeda en cuarto lugar con 7,41% (46).

En cuanto al carácter conflictivo de las campañas, 50,89% (316) percibió a la de Juan Orlando Hernández como la más conflictiva, la de Xiomara Castro por detrás con un 44,44% (276), Salvador Nasralla en tercer lugar con 3,86% (24) y en el caso de Mauricio Villeda únicamente 0,32% (2) percibió su campaña como conflictiva.

Las campañas trataban de llegar a la población a través de los medios que les fuera posible. Los mensajes estaban a la orden del día, y los jóvenes hondureños decidían en qué creer o no. Lo convincente o no de cada campaña se reflejó en

los siguientes resultados: la campaña política más convincente fue la de Salvador Nasralla con el 40,74% (253), Mauricio Villeda se ubicó luego con el 32,53% (202), Xiomara Castro con el 14,49% (90) y finalmente la menos convincente, según este estudio, la de Juan Orlando Hernández con 9,82% (61). En la otra cara de la moneda, las respuestas coinciden con las anteriores a la inversa, la campaña menos convincente fue la de Juan Orlando Hernández con un 51,05% (317), Xiomara Castro 32,37% (201), Mauricio Villeda con 8,05% (50) y Salvador Nasralla con 6,92% (43).

Estos resultados, finalmente indican que la percepción hacia la campaña de Salvador Nasralla es la más favorable en los sentidos evaluados, en segundo lugar se observa una posición considerablemente positiva para el candidato Mauricio Villeda, sobre todo al figurar como el candidato que en su totalidad fue percibido como no conflictivo, lo que brinda una buena imagen de su persona. Xiomara Castro no tiene una imagen favorable, al contrario, se ve más ligada a los aspectos negativos. En el caso de Juan Orlando Hernández, de manera clara y contundente posee la peor percepción en cuanto a su campaña por parte de los jóvenes, ubicándose siempre en primer lugar en aspectos negativos según la encuesta.

Medios de comunicación, Política y Jóvenes: Programa de Radio "La Hora de Escucharte"

Según la encuesta, de 651 jóvenes, el 66,97% (436) escuchan radio y de ellos en su mayoría mencionaron a Vox FM como la estación que más o de las que más escuchan. Vox FM, es una estación de radio parte del grupo Emisoras Unidas, la empresa radial más influyente de Honduras. Vox está destinada para un público juvenil, clase A y B (de altos ingresos), hombres y mujeres de 12 a 30 años. Su rotación musical está constituida por lo más nuevo de la música popular en inglés y su programación con presencia de locutores es puramente de entretenimiento.

El programa especial de radio "La Hora de escucharte" fue una iniciativa tomada por el equipo del programa original estelar "La Hora del Té" que se transmite en

esta estación juvenil, siendo líder en rating radial en el horario de 6 a 8 de la noche de lunes a viernes. "La Hora del Té" es un programa que existe desde hace cinco años, y ha logrado posicionarse tan bien entre la juventud por su formato fresco, cargado de mucho sentido del humor, hecho por jóvenes para jóvenes, ya que los dos conductores, Carlos Acosta y Fernando Varela, tienen 33 años de edad respectivamente. En este programa, uno de los ingredientes principales es la participación directa de los oyentes, a través de llamadas telefónicas y Twitter, llegándose a convertir, muchos de estos oyentes, en personajes del programa.

Volviendo a la iniciativa de realizar "La Hora de Escucharte", esta fue pensada para invitar a los candidatos presidenciales de los partidos predominantes para las elecciones prontas a celebrarse, y de esa forma realizarles entrevistas al estilo del programa, sin tanta formalidad y con el objeto de dar a conocer a la audiencia, los aspectos personales y políticos de los invitados en cuestión, de manera individual. Este programa logró conectar a los candidatos con los jóvenes a través de preguntas que los conductores leían directamente del Twitter.

El primero en visitar el programa fue el candidato por el PAC, **Salvador Nasralla**, quien por su experiencia en medios, manejó todo de manera muy fluida y cómoda, utilizando también el sentido del humor y la seriedad en los momentos y temas indicados. Durante su entrevista, resaltó ser un convencido de la corrupción imperante en los partidos tradicionales, su independencia presupuestaria como partido para realizar su campaña y la importancia de la profesionalización de los aspirantes a cargos públicos en su partido. Los oyentes cuestionaban acerca de sus valores y proyectos, a lo que el contestó ser un hombre de valores cristianos que buscaba libertad pero con exigencias. Nasralla, explicó como la seguridad sería una de sus prioridades, apoyando una policía militar con una preparación mínima de seis meses para palear la crisis delincriminal en el país, luego que se lograra controlar la situación, los militares deberían regresar a sus cuarteles, y la policía preventiva debería seguir velando por el bienestar de la población. Creía necesaria la implementación de un gobierno electrónico que garantizara el acceso a la información de las actividades

gubernamentales por parte de la población para que así esta se enterará paso a paso en qué se invertía cada centavo del presupuesto estatal. En temas laborales, respondió que su propuesta incluía que la juventud diera más importancia a las carreras técnicas para ser laboralmente activa de forma más rápida e independiente. Apoyaba la no discriminación participativa por sexo, preferencia sexual, edad y discapacidad física o mental. A pesar de declararse como un no homofóbico que respetaba y creía en dar oportunidades a los homosexuales, personalmente por sus preceptos cristianos no estaba a favor del matrimonio entre personas del mismo sexo. En materia cultural, por su carrera mediática, reconoció su cercanía con el medio artístico nacional, por lo que proponía un presupuesto digno para el desarrollo del arte, además del deporte, como una manera de forjar identidad nacional.

El candidato respondió acerca de su postura ante sus rivales, dejando muy claro que consideraba a todos como corruptos. En el caso de LIBRE por estar encabezado por personas que ya habían estado en el poder. En el caso del Partido Liberal, respetaba a su candidato Mauricio Villeda considerándolo una buena persona, pero rodeado de malas personas que no lo dejarían hacer obras en pro del país sin acudir a la corrupción para beneficio de ellos. Respecto al Partido Nacional y su candidato Juan Orlando Hernández, su oposición fue mucho más fuerte, tildándolo de ser la peor opción porque buscaría la dictadura y por esa razón recurría a la utilización de campaña sucia en su contra, en la cual lo acusaba de una alianza con LIBRE únicamente por estar ambos partidos de acuerdo con el voto electrónico.

La percepción del candidato por parte de los jóvenes, fue mayormente favorable, pese a que algunos criticaron un exceso de sentido del humor que restaba seriedad al asunto, pero en general la audiencia se sintió conforme con sus declaraciones.

El segundo candidato que visitó "La Hora de Escucharte" fue **Mauricio Villeda** del Partido Liberal. Aunque el programa se prestó para que fuera un poco bromista y juvenil, el candidato mantuvo su actitud seria y formal, lo que no impidió que de

igual manera los jóvenes conocieran sobre él como persona y figura política. Villeda compartió ser católico Opus Dei, que pretendía que su equipo de trabajo fuera como el: vertical y de una sola pieza. Recalcó ser un hombre de familia con valores tradicionales, aunque en temas como la homosexualidad se mostró tolerante, respetuoso de la dignidad y lo que las personas hicieran con su libertad, sin estar de acuerdo con eso y con situaciones como el matrimonio entre ellos. Lo mismo en el caso del aborto, no estaba de acuerdo.

Al ser cuestionado acerca de estrategias de seguridad, el candidato dijo estar de acuerdo con la formación de la policía militar propuesta por el gobierno actual y el Partido Nacional, siempre y cuando esta se disolviera luego de cumplir su labor de retornar el orden a las calles. El apostaba más por una reorganización de la policía preventiva existente, con agentes educados al nivel de cualquier otro agente policial en el mundo, consideraba que el orgullo policial debía volver.

La audiencia hizo preguntas que reflejaron su interés y preocupación por el alto índice de desempleo, a lo que Villeda respondió con claridad que sabía que el gobierno no era el generador directo de empleo, si embargo debía ser facilitador para que la empresa privada si pudiera generarlo. El país debía dar las condiciones para la existencia de esa empresa además de generar la confianza para la inversión tanto extranjera como local. También expresó que el joven no tenía entrenamiento de cómo salir de la universidad y ser independiente para montar sus propios proyectos, había falta de imaginación y de saber cómo se hacía. Sobre ciertos "obstáculos" que presentan los empleadores al momento de buscar personal, el proponía que no se podía pedir al que fuera a trabajar por primera vez, constancias de trabajo, lo que debía pasar es que las empresas pidieran certificados de estudio y a cambio el estado diera un incentivo fiscal. Además, en temas de edad, expresó que los mayores de 35 años tenían experiencia para ser empresarios, el estado debía proveer el microcrédito y promover la cadena para llevar esos productos a los clientes finales. El servicio exterior de Honduras debería hacer trascender lo que el país produce y podría llegar a producir. Finalmente sobre este tema, Villeda declaró que en un país

corrupto y violento no se generan oportunidades, razón por la que los que mantenían la economía de Honduras, eran los muchos hondureños en el extranjero.

Sobre otro de los temas que tiende a causar conflictos en el país, las relaciones con el magisterio y el Estatuto del Docente, consideraba que había que revisarlo, pero buscar un compromiso con maestros, con pagos puntuales, diciendo no a la imperante unidocencia, poniendo orden en Honduras porque se necesitaba la educación para salir del subdesarrollo.

Políticamente hablando, al ser cuestionado sobre su posición ante el partido LIBRE, en donde tanto la candidata Xiomara Castro, como el coordinador del partido, el ex presidente Manuel Zelaya Rosales, fueron militantes del Partido Liberal, Villeda aclaró que para él participar en la contienda no era una lucha ideológica, sino de honestos contra corruptos, no se encasilló en derecha o izquierda dentro del espectro ideológico. Para él, el político era representante del pueblo, debía conocer los problemas del pueblo, dar soluciones. Creía fielmente en que los gobiernos, para los jóvenes debían ser como extensiones de sus familias, y que ellos en este proceso político marcarían la diferencia.

La percepción de los jóvenes sobre el candidato del Partido Liberal, fue muy buena, respetuosa y con muy poca oposición, lo percibieron como una persona seria, propositiva y sobretodo alejado del conflicto.

Una semana después de la visita del candidato del Partido Liberal, llegó el turno para la candidata de LIBRE, **Xiomara Castro de Zelaya**. De igual forma que los candidatos anteriores, Castro se notó cómoda y abierta a un diálogo más informal. Compartió aspectos de su vida personal como madre, esposa y abuela, que dividían su tiempo entre la familia y la labor política encabezando un partido nuevo pero fuerte y con altas posibilidades de llegar a la presidencia del país.

Hasta ese momento, era la candidata que más preguntas generaba por parte de los oyentes. Primero, fue cuestionada de si sería ella quien gobernaría al llegar al poder, o sería su esposo Manuel Zelaya Rosales, a lo que ella respondió que esa

creencia era parte del machismo predominante en Honduras, aseguró que era no creer e irrespetar las capacidades de una mujer para poder desempeñar ese tipo de funciones, y que ella y solamente ella gobernaría, por ser capaz de hacerlo y saber muy bien cómo hacerlo.

Una de las más grandes dudas entre los oyentes, era si llegando LIBRE al poder, buscarían imponer un gobierno socialista siguiendo las bases del chavismo con el cual se les relaciona fuertemente. La candidata respondió que eso era parte de una campaña de temor, miedo y odio que se había hecho contra su partido, y aseguró que no pasaría así, de llegar al gobierno, no se expropiarían nada, si no lo habían hecho en el momento que su esposo fue presidente, no lo harían ahora, llamó a la confianza total a su partido. Además, aseguró que no se crearía ni un solo impuesto más ni la devaluación de la moneda, así como tampoco buscaría una reelección.

La historia del pasado en la que a su esposo Manuel Zelaya le dieron Golpe de Estado, los había marcado como un partido de resentidos, según lo que los jóvenes decían en sus *tuits*, Xiomara Castro argumentó que en su partido habían personas de todos los sectores, gente que pertenecían a otros partidos, por lo que no había resentimiento, que no se trataba de una lucha entre pobres contra ricos, sino la búsqueda de la justicia social y equidad de oportunidades de salud, educación y empleo.

En cuanto a seguridad, la propuesta de LIBRE era la creación de una policía comunitaria, en donde la comunidad trabajara conjuntamente con la policía, se conocieran y unieran fuerzas en contra de la delincuencia. Se mostró realmente preocupada de que la ola de violencia estuviera arrebatando vidas de jóvenes en su mayoría y esperaba que no se tratase de una "limpieza social", ya que los jóvenes eran estigmatizados.

La audiencia cuestionó el que ella no tuviera un grado académico superior, a lo que ella respondió que cumplía con los requisitos legales para poder participar como candidata a la presidencia del país: ser hondureña y mayor de 33 años de

edad. Indicó que lo más importante no era un título universitario sino conocer la realidad del pueblo, teniendo claras las respuestas y acciones para resolver las problemáticas de Honduras.

Sobre los temas de homosexualidad y aborto, dijo ser respetuosa de la diversidad y libertad, sin estar de acuerdo con el matrimonio gay ni el aborto a menos que este fuera terapéutico.

Finalmente, la candidata concluyó con un mensaje para los jóvenes que ya no creían en la política, invitándoles a ser parte de la reconstrucción del país, ya que el futuro de Honduras era responsabilidad de todos, para ella los jóvenes tomarían las riendas en un futuro y debían acompañar a los gobernantes en el esfuerzo. Dijo que en LIBRE los jóvenes eran el motor de la revolución pacífica, y que debían ser promotores e impulsores de la Honduras que todos querían, no solamente espectadores.

La percepción de los jóvenes en este caso era compartida, había muchos a favor de la candidata pero también muchos en contra que daban a conocer su desaprobación en la red social.

El último invitado en llegar al programa fue el candidato del Partido Nacional **Juan Orlando Hernández**. Con el la entrevista fue muy balanceada entre el sentido del humor y la formalidad. El candidato se tomó la tarea de averiguar previamente acerca de los entrevistadores, llevándoles sus comidas favoritas y preguntándoles acerca de sus proyectos personales para con esto lograr más cercanía y dar una mejor impresión a la audiencia.

Se consideraba el candidato de la juventud por ser el más joven entre los demás, teniendo 45 años de edad, para el sería la oportunidad de que un joven los representara en el poder. Expresó que en su partido los jóvenes se habían tomado la plaza ya que eran el 50% del mismo.

La audiencia cuestionó sobre temas algo polémicos a los que el candidato trató de contestar de manera un tanto irónica, por ejemplo, acerca de unas

declaraciones hechas por él en el pasado, en donde aseguró haber congregado a más de 130mil personas en una de sus concentraciones políticas dentro de un recinto deportivo con una capacidad máxima de hasta 30mil personas, el candidato reconfirmó argumentando que el había visto como las paredes del lugar se expandían para dar cabida a sus simpatizantes. Al ser repreguntado en varias ocasiones al respecto, dijo que también consideraran a los partidarios que talvez no estaban en persona pero si en espíritu. También trató de dar una explicación sobre el apodo que muchos le habían puesto, "Juan Robando", donde dio la razón de este al hecho de que él le "robó" a quienes estaban robando en el magisterio para devolvérselo a los maestros, y también a los banqueros que mediante altas tasas impuestas a las tarjetas de crédito, "robaban" a los tarjetahabientes y que él mediante leyes siendo presidente del Congreso Nacional, también evitó que esto pasara mas.

La audiencia cuestionó sobre su intromisión en otros poderes cuando era presidente del congreso, con asuntos relacionados con la destitución de funcionarios de sus cargos, para ubicar personas de su corriente política cuando aun no era momento de cambios. El candidato defendió sus acciones argumentando que había que "sacudir" para ordenar, y que de igual forma no todos los que estaban en esos cargos eran afines a su partido. Este tipo de acciones le generaron una imagen de excesivo control, que vino a ser remarcado con su lema de campaña "hare lo que tenga que hacer" sobre lo cual comentó que consideraba una malinterpretación por parte de los ciudadanos, ya que a lo que realmente quería referirse era a hacer lo que tuviera que hacer para retornar la paz al país.

Tanto el candidato por el PAC como la de LIBRE, se sentían atacados por campañas sucias en su contra por parte del Partido Nacional, acusándolos de tener una especie de alianza clandestina, y en el caso de LIBRE, de ser partidarios de un socialismo extremo, a lo que Juan Orlando Hernández contestó que el no atacaba a nadie, que respetaba a sus rivales y que solo contrastaba ideas.

Entre sus propuestas, sobre seguridad defendió la creación de la policía militar para contrarrestar la inseguridad. Sobre empleo, propuso el empleo por hora con derechos similares al de tiempo completo, había que dar beneficios que hacían falta, esto sería para él, modernizar y ponerse a lado del mundo.

La percepción de la joven audiencia en el caso del candidato del Partido Nacional no fue en su mayoría positiva, ya que con sus declaraciones irónicas muchos jóvenes se sintieron tan molestos que incluso atacaron a los conductores por no leer todos sus *tuits* con quejas hacia Hernández. Por otro lado, los jóvenes acordes a sus planteamientos lo apoyaron fielmente. El pidió a los que no les agradaba, que se dieran el tiempo de conocerlo en todos sus ámbitos ya que consideraba injusto el prejuicio ante alguien o algo desconocido.

Los diferentes programas de "La Hora de Escucharte" tuvieron un gran éxito de rating tanto en radio como en televisión, ya que de las dos horas de duración de las emisiones, la primera se transmitía en ambos medios de manera simultanea, y en Twitter el *hashtag* #lhtpregunta, que debían usar los oyentes para formular sus preguntas, logró ser tendencia principal en la red social a nivel de Honduras. El proyecto fue un éxito y logró comunicar de manera más directa a los jóvenes con los aspirantes presidenciales, además de conocerlos un poco más allá de su papel político.

Cumpliendo con las preferencias de consumo mediático de la juventud, como Echeverría y Garay (2011) confirmaron, llegar a los jóvenes con temas de relevancia informativa, en este caso política, debe llevar matices de entretenimiento, informalidad y personalización a su estilo y por medio de sus canales de comunicación como el Twitter, muy popular entre ellos para la generación de debates y discusiones. Los medios de comunicación convencionales, siguen siendo muy influyentes en la formación de sentido político de los jóvenes, y la complementación con las redes sociales virtuales, está generando una nueva forma de comunicación en dos vías, en donde los espectadores dejan de ser pasivos para formar parte de las discusiones y contenidos.

Conclusiones

El comportamiento político de un sector de la juventud hondureña caracterizada por ser clasemediera, de zonas urbanas, con educación superior y acceso a las TIC, fue un fenómeno observable a lo largo del camino electoral en el año 2013. El nuevo espacio público representado por las redes sociales Facebook y Twitter, ofreció un panorama en el que las expectativas fueron casi uniformes y totalmente inversas a los resultados oficiales después del 24 de noviembre. Fuera por lo que en verdad creían y mantuvieran hasta el final ante las urnas; lo que seguían por las tendencias dentro de sus comunidades virtuales y que tal vez a la hora de votar no fuera acorde a su decisión de voto, al menos previo a las elecciones y la lectura que las redes sociales permiten, este comportamiento era heterogéneo.

En cuanto a la concordancia de la intención de voto de la juventud hondureña, no solo constatada por lo que dijeron los cinco jóvenes, la universidad privada y los datos de la encuesta propia en esta tesis, una mayoría arrasadora daba como ganador al candidato por el Partido Anti Corrupción, Salvador Nasralla, con el que se identificaron fácilmente por ser un candidato nuevo, sin historial político ni relación con actos corruptos ni deshonestos; en segundo lugar en simpatía y buena percepción estaba en candidato del Partido Liberal, Mauricio Villeda, en tercer lugar la representante del otro partido político nuevo en la contienda, LIBRE, Xiomara Castro, que a pesar de ser nueva en el proceso, los jóvenes tomaban como fuerza tradicional al ser la esposa del ex Presidente Manuel Zelaya Rosales, quien recibió el histórico Golpe de Estado de 2009, que significó un suceso crucial en la política general del país y entre los jóvenes ya que sucedió en un momento donde las redes sociales despuntaban y empezaban a servir de trinchera para la expresión política de los jóvenes. Finalmente, el candidato menos favorecido y de percepción negativa, Juan Orlando Hernández, se convertiría en el presidente de Honduras. No hubo concordancia alguna entre la intención de voto de los jóvenes aquí reportados y los resultados; sin embargo, los sondeos previos realizados por la empresa CID-Gallup, a la población general de Honduras, sí dibujaban la tendencia tal y como resultaron las cosas luego de las elecciones.

Dicho lo anterior, ¿qué nos podemos concluir al contrastar los resultados electorales respecto de nuestros datos? ¿qué nos dice lo ocurrido en las redes sociales?, ¿al final de cuentas, el comportamiento político sigue las pautas tradicionales a la hora de votar?, ¿expresarse en redes sociales es diferente a votar?, ¿habrán estado los jóvenes embriagados por una falsa realidad en la que creyeron, llegando a perder la noción de lo que en verdad pasaba a su alrededor?, ¿se debe cuestionar la transparencia de un proceso electoral que despertó sospechas y muchas acusaciones de ser fraudulentas?. Estas vendrían a ser preguntas de las que derivan muchas otras para un futuro análisis de lo que llega a influir en el comportamiento político de los jóvenes como ser: tradicionalismo familiar, compromisos políticos, corrupción en el sistema político, etc.

Esta tesis comprobó que en la actualidad, a diferencia de los adultos que han vivido una realidad política marcada por las dictaduras, golpes de estado y situaciones similares que marcan el rumbo de sus preferencias y decisiones políticas con definidas inclinaciones ideológicas, los jóvenes hondureños se desmarcan de filiaciones ideológicas tradicionales. Esto no quiere decir que no tengan ideología, al contrario, nos enfrentamos a la construcción de nuevas ideologías que posteriormente merecen ser identificadas y estudiadas a profundidad.

También se debe ir observando más profundamente el papel de las redes sociales, que en este proceso electoral empezaron a resonar y llamar la atención de los candidatos quienes no las obviaron para poder llegar a los jóvenes votantes, quienes en las redes encontraron una vía libre y hasta cierto punto directa para ser escuchados y tener más acercamiento con los candidatos. Si bien la medición dentro de las redes sociales es compleja ya que solo se cuenta con conocer datos duros de presencia en redes, también se puede hacer un análisis de contenido de lo que en ellas circula, lo que se convierte en *trending topics*, o temas de tendencia, teniendo la oportunidad de saber qué piensa la población.

Las campañas electorales llegaron a estos espacios (Facebook y Twitter) algo nuevo en los procesos electorales hondureños. Además, los candidatos en esta

ocasión, trataron de acercarse a los jóvenes en su estilo y dentro de su zona de confort, participando en espacios mediáticos inusuales como el programa de radio "La Hora de Escucharte", donde la comunicación candidatos-jóvenes, fue en un tono informal y bastante incisiva por los oyentes quienes al fin tuvieron la oportunidad de cuestionar clara y directamente a las figuras políticas. En esto, los medios de comunicación jugaron un papel fundamental, no sólo con espacios como éste, sino también a través de la incidencia de líderes de opinión como dos de los cinco jóvenes que hicieron sondeos pre- electorales en sus comunidades virtuales, y que son reconocidos comunicadores, al mismo tiempo, esta misma característica le dio mucho peso al candidato Salvador Nasralla, quien como reconocido comunicador a nivel nacional, logró una conexión muy fuerte con sus seguidores. Así se demuestra como las redes sociales y los medios de comunicación van forjando una alianza, lejos de la sustitución de los medios por las redes, esto significa una transformación del protagonismo mediático que ahora empieza a ser compartido.

Cabe destacar que las formas tradicionales de campaña electoral no pasaron desapercibidas por los jóvenes, como pudo observarse en la encuesta del panorama previo a las elecciones, estas si provocaron percepciones a favor o en contra, por parte de los jóvenes hacia los candidatos, su estética y retórica.

En cuanto a la hipótesis de la tesis, se confirma que los jóvenes hondureños, dirigidos en sus intenciones y decisiones por su grupo de referencia mediante factores como edad, nivel socioeconómico, educativo y zona de residencia, sí son un grupo influenciado en su comportamiento político, por las tendencias que en las redes circulan. La gran mayoría era PAC. Pero esto no significó influencia alguna en los resultados finales de las elecciones, solo dentro de ese mundo digital (las redes sociales) en donde el alto índice de brecha digital existente en el país así como la duda en la transparencia misma del proceso electoral, podrían ser las razones de su baja incidencia. Esta tesis no mide lo ocurrido después de las elecciones, que sería importante para entender un poco más lo sucedido previamente.

Respecto al objeto de estudio, aunque se trata de un sector minoritario de la población hondureña, cabe resaltar que generalmente, estudios de este tipo no se centran en las "élites" que en este caso en particular, representan los jóvenes hondureños analizados, quienes merecen seguimiento al tratarse de los líderes políticos y de opinión en el futuro.

Algo sumamente importante como hallazgo de este estudio es que aunque la brecha digital en Honduras es abismal, se sabe que las sociedades latinoamericanas van siguiendo las tendencias globales, a paso lento pero seguro, esto quiere decir que lo que está pasando ahora en otras latitudes, por ejemplo en la política europea donde hay una relación directa entre la alta presencia de los candidatos en redes sociales y el triunfo electoral de estos, puede ocurrir en un futuro, y es ahora el momento de voltear la atención a estos procesos e ir observando cómo gradualmente se va transformando la cultura política de los jóvenes en Honduras.

Como recomendación final para estudios posteriores de esta índole, se debe resaltar las complicaciones en cuanto a la realización de la encuesta, en la que se tuvo ciertas dificultades técnicas, fuera de nuestras manos, al tratarse de un sondeo realizado mediante una herramienta virtual en la que hubo fallas que permitieron un cierto margen de variación en la captación de respuestas en varias de las preguntas. Al mismo tiempo, algunas de las preguntas, luego de analizar los resultados, dejaron ver que pudieron ser formuladas de mejor forma para obtener información más útil y rica.

Bibliografía

- Alvarado, S. V., Botero, P., & Ospina, H. F. (2010). Subjetividades Políticas: sus emergencias, tramas y opacidades en el marco de la acción política. Mapeo de 61 experiencias con vinculación de jóvenes en Colombia. *Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, 39-55.
- Asamblea Nacional Constituyente. (1982). Constitución de la República de Honduras. Tegucigalpa, Francisco Morazán, Honduras.
- Baldassarri, D., & Schadee, H. (2006). Voter Heuristics and Political Cognition in Italy: An Empirical Typology. *Electoral Studies*, 448-466.
- Beaudoux García, V., D'Adamo, O., & Slavinsky, G. (2005). *Comunicación Política y Campañas Electorales. Estrategias en Elecciones Presidenciales*. Barcelona: Gedisa.
- Bobbio, N. (1984). *El futuro de la democracia*. Turín: Giulio Einaudi.
- Bonvillani, A., Palermo, A. I., Vásquez, M., & Vommaro, P. A. (2008). Juventud y política en la Argentina (1968-2008). Hacia la construcción de un estado del arte. *Revista Argentina de Sociología*, 44-73.
- Champagne, P. (1996). "Los sondeos, el voto y la democracia" . *Voces y Culturas Revista de Comunicación*.
- Congreso Nacional. (16 de Enero de 2006). Ley Marco para el Desarrollo Integral de la Juventud . *Diario Oficial La Gaceta*, pág. A2.
- Congreso Nacional. (15 de Mayo de 2004). Ley Electoral y de las Organizaciones Políticas y sus Reformas. *Diario Oficial La Gaceta*.
- Corduneanu, V. I. (2012). Jóvenes "¿un lujo de clase?". Juventud y actitudes políticas hacia el 2012. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 77-95.
- Diario La Tribuna. (2013 йил 8-October). *Diario La Tribuna*. From Diario La Tribuna: <http://www.latribuna.hn/2013/10/08/en-1-8-por-ciento-se-redujeron-los-homicidios-observatorio-de-la-violencia/>
- Echeverría Victoria, M., & Garay Hernández, M. (2011). Los jóvenes no saben de política: Patrones de consumo y recepción de la información política y gubernamental en jóvenes. In N. Pareja Sánchez, & S. Molina y Vedia, *Comunicación Política en México: Retos y desafíos ante el proceso democratizador global* (pp. 183-203). Zamora: Comunicación Social.
- Fuentes Hernández, H. (2009 йил 18-October). La Historia de Honduras y los Golpes de Estado. Tegucigalpa, Francisco Morazán, Honduras.

- García, M. d., Herrero Crespo, Á., Rodríguez, I., & Agudo, Á. (2005). Determinantes de la intención de voto y el apoyo al gobierno saliente: aproximación empírica desde la teoría del procesamiento de la información. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 171-184.
- González de Requena Redondo, F. (2012). Política Digital y Nuevas Prácticas Tecnológicas. In N. García Canclini, F. Cruces, & M. Urteaga, *Jóvenes, Culturas Urbanas y Redes Digitales* (pp. 230-251). Barcelona: Ariel - Fundación Telefónica.
- Gonzales, R., Manzi, J., Cortés, F., Torres, D., De Tezanos, P., Aldunate, N., . . . Saíz, J. L. (2005). Identidad y actitudes políticas en jóvenes universitarios: el desencanto de los que no se identifican políticamente. *Revista de Ciencia Política*, 65-90.
- Guaderrama, M., & Gómez, J. I. (2012). Prácticas Digitales en España y México: un cuestionario online. In N. García Canclini, F. Cruces, & M. Urteaga, *Jóvenes, Culturas Urbanas y Redes Digitales* (pp. 274-297). Barcelona: Ariel - Fundación Telefónica.
- Guerrero, M. E. (2006 йил 30-marzo). Memoria del golpe de Estado en América latina durante el siglo XX. Red Voltaire. From Voltairenet: <http://www.voltairenet.org/article137304.html>
- Harrop, M., & Miller, W. (1987). *Elections and voters: A comparative introduction*. Nueva York: New Amsterdam Books.
- Jimenez, R. (2013 йил 17-noviembre). Políticos conectados con los electores. *Diario El Heraldo*, p. <http://www.elheraldo.hn/csp/mediapool/sites/EIHeraldo/AIFrente/story.csp?cid=566577&sid=300&fid=209>. From Diario El Heraldo: <http://www.elheraldo.hn/csp/mediapool/sites/EIHeraldo/AIFrente/story.csp?cid=566577&sid=300&fid=209>
- Lozano García, V. (2014 йил 28-mayo). #Twitterinfluye en las elecciones. *El Mundo*, p. <http://www.elmundo.es/espana/2014/05/28/5385909eca474116758b456a.html>.
- Mannarini, T., Legittimo, M., & Taló, C. (2008). Determinants of social and political participation among youth. A preliminary study. *Psicología Política*, 95-117.
- Martín Salgado, L. (2002). *Marketing Político. Arte y ciencia de la persuasión en la democracia*. Barcelona: Paidós.
- Meza, V. (2012). *Honduras: crisis política y solución democrática*. Tegucigalpa: Centro de Documentación de Honduras CEDOH.
- Mora y Araujo, M. (2012). *El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública*. Buenos Aires: La Crujía.

- Nasralla, S. (2013 йил 20-septiembre). Si Twitter y Facebook decidieran, Nasralla gana la presidencia. (M. Mendez, Interviewer)
- Organización Iberoamericana de la Juventud. (2007). *La juventud en Iberoamérica: Tendencias y Urgencias*. Santiago de Chile: CEPAL, Naciones Unidas.
- Organización Internacional del Trabajo. (2011). *Políticas y regulaciones para luchar contra el empleo precario*. Suiza: OIT.
- Padilla de la Torre, M. R., & Flores Márquez, D. (2011). El Estudio de las Prácticas Políticas de los Jóvenes en internet. *Nueva Época*, 101-122.
- Peñaloza, J. P. (2010). *La Juventud Mexicana: una radiografía de su incertidumbre*. México: Porrúa.
- Portillo, M. (2000). Opinión pública y democracia. Dos miradas: El modelo normativo de Habermas y el modelo psicosocial de Noelle-Neumann. *Razón y Palabra*.
- Portillo, M. (2004). Reflexiones en Torno a una Propuesta Metodológica para Abordar el Estudio de la Opinión Pública como un Proceso Comunicativo desde una Perspectiva Multinivel. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 73-93.
- Portillo, M., Urteaga, M., Gonzáles, Y., Aguilera, O., & Feiza, C. (2012). DE LA GENERACIÓN X A LA GENERACIÓN @. TRAZOS TRANSICIONALES E IDENTIDADES JUVENILES EN AMÉRICA LATINA. *Última Década*, (37) 137-174.
- Price, V., & Roberts, D. (1987). Public Opinion Processes . In C. R. Berger, & S. Chaffee, *Handbook of Communication Science*. Beverly Hills: Sage.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2009). *Informe sobre Desarrollo Humano, Honduras 2008/2009*. San José: PNUD Honduras.
- Sartori, G. (1999). En defensa de la representación política. *Claves de Razón Práctica*.
- Serrano, F. V. (2010). Estado, golpes de Estado y militarización en América Latina: una reflexión histórico política. *Argumentos*, 175-193. From sitio web Scielo.
- UNESCO. (2005). *United Nations*. Retrieved 2014 йил 4-Mayo from un.org: <http://www.un.org/es/events/observances/alfabetizacion/youthandeducation.html>
- Vanguardia. (2010 йил 1-septiembre). *Vanguardia*. From sitio Web Vanguardia: <http://www.vanguardia.com.mx/universitariosninisbajolalupa-544136.html>