

LA LEY ELECTORAL Y LOS MECANISMOS DE CONTROL DEL CLIENTELISMO Y COMPRA DE VOTOS

Octubre 2021

Thelma Mejía

CEDOH
Centro de Documentación de Honduras

 **NDI**
INSTITUTO
NACIONAL
DEMOCRATA



Documentos de Análisis



Centro de Documentación de Honduras

Octubre 2021

LA LEY ELECTORAL Y LOS MECANISMOS DE CONTROL DEL CLIENTELISMO Y COMPRA DE VOTOS

Thelma Mejía



INSTITUTO
NACIONAL
DEMOCRATA

CONTENIDO

1. El contexto político-electoral.....	01
2. El clientelismo y la compra de votos: ¿Qué dice la ley electoral?.....	02
3. Conclusiones.....	07
4. Perspectivas.....	07
5. Bibliografía	08



Centro de Documentación de Honduras



LA LEY ELECTORAL Y LOS MECANISMOS DE CONTROL DEL CLIENTELISMO Y COMPRA DE VOTOS

Las ideas y opiniones expuestas en esta publicación son responsabilidad exclusiva de sus autores y no necesariamente reflejan la opinión de los cooperantes.

Esta publicación puede ser reproducida total o parcialmente, en cualquier forma o por cualquier medio, siempre y cuando se cite la fuente.

Edición y diagramación:

Centro de Documentación de Honduras,
CEDOH

LA LEY ELECTORAL Y LOS MECANISMOS DE CONTROL DEL CLIENTELISMO Y COMPRA DE VOTOS

Thelma Mejía¹

1. El contexto político-electoral

Tras una larga espera de casi una década, el 25 de mayo de 2021, el Congreso Nacional aprobó finalmente la nueva Ley Electoral de Honduras, en año electoral, y a dos días de la convocatoria oficial a comicios generales del 28 de noviembre para elegir un nuevo gobierno, diputados al parlamento, gobiernos locales y diputados al Parlamento Centroamericano. Su aprobación, a la carrera, y sin mayor debate, obedeció a presiones sociales e internacionales orientadas a dar al país una nueva normativa que diera certidumbre y legitimidad a las elecciones a las que se verán abocados los hondureños.

Los primeros artículos de la ley se aprobaron entre los meses de septiembre y octubre de 2020, luego los parlamentarios hicieron una prolongada pausa, que fue suspendida días después de la visita que hiciera al país, el director para Centroamérica del Departamento de Estado de Estados Unidos, Patrick Ventrell, el 12 de mayo de 2021.

“Queremos que haya observación, que mejore el sistema. Han tenido mucho tiempo para aprobarlo, es algo que la comunidad internacional ha pedido hace largo rato y es tiempo de hacerlo.

¹ Thelma Mejía es periodista, investigadora, columnista y actualmente es coordinadora de información del noticiero

Los Estados Unidos están interesados en que haya reforma electoral y que haya condiciones para elecciones en noviembre”, dijo Ventrell, tras reunirse con miembros del parlamento hondureño. Días después, el presidente de ese poder del Estado, Mauricio Oliva, anunció que se retomaba la discusión de la ley electoral para su aprobación y publicación. Y así fue.

La nueva Ley Electoral sería parte de un paquete de reformas electorales e institucionales necesarias en el país para evitar una reedición de la conflictividad política del 2017, tras la ilegal reelección de Juan Orlando Hernández, de la mano del Partido Nacional (PN), en el poder, desde hace tres periodos consecutivos. El PN aspira, en los comicios del 28 de noviembre, a retener el poder.

Las anheladas reformas electorales quedaron inconclusas. Lo nuevo fue la sustitución del Tribunal Supremo Electoral (TSE) por un Consejo Nacional Electoral (CNE) y la creación del Tribunal de Justicia Electoral (TJE) como ente responsable especializado en la resolución de conflictos electorales, no obstante, la ley de justicia procesal electoral con que deberá operar este ente de control electoral, no fue aprobada por los congresistas, obligando al TJE a emitir un reglamento especial para dirimir los conflictos post electorales. Las ansiadas reformas, terminaron en “ajustes electorales”, que contemplan, un nuevo censo electoral, una nueva cédula de identidad y la aplicación de un sistema biométrico y de huella dactilar que se instala contrarreloj la víspera de los comicios.

Las reformas dejaron de lado la figura de la segunda vuelta electoral o balotaje, la ciudadanía de las mesas electorales, el voto por distrito electoral, el voto electrónico, entre otras demandas de reclamo hechas por la sociedad y la cooperación internacional.

TN5 estelar de la Corporación Televicentro; es investigadora asociada del CEDOH y de Siencomunicaciones.

Las elecciones del 28 de noviembre, consideradas como las elecciones del bicentenario, van precedidas de una multicrisis política y social acentuada por la pandemia del coronavirus, la galopante corrupción, pronunciada en la emergencia sanitaria, las secuelas de los fenómenos naturales Eta y Iota de fines de 2020, los efectos del cambio climático, la ralentización de la economía, el desempleo y una crisis migratoria que no disminuye, al contrario, se agudiza. Todo ello, sin dejar de lado, los escándalos ligados a la narcoactividad en los juicios que se desarrollan en las cortes de Estados Unidos, de los que no se escapa el gobernante Juan Orlando Hernández, al ser señalado como objeto de interés en las investigaciones que realiza la fiscalía por suponerlo conectado a importantes redes transnacionales de narcotráfico.

Ocurren también en un contexto en donde los últimos datos del Latinobarómetro 2021², destacan la fragilidad en que se encuentra la democracia hondureña, cuyos indicadores son cada vez más preocupantes: apenas un 30% de los ciudadanos apoyan la democracia; un 62% de los consultados no le importaría que hubiera un gobierno no democrático que llegara al poder, si éste le resuelve los problemas, y un 42% estaría de acuerdo en dar su apoyo a un gobierno militar, aunque esta idea sea rechazada en la mayoría de los países latinoamericanos.

Honduras, según el Latinobarómetro 2021 cayó cuatro puntos porcentuales en el apoyo a la democracia, al pasar de 34% a 30%, y es junto a Guatemala y El Salvador, el núcleo de países centroamericanos con sus democracias en aprietos. A esta señal de alerta se suma otro elemento no menos preocupante: la confianza en las instituciones. De los órganos que conforman el Estado, ninguno alcanza la media de confianza, el porcentaje más alto lo tienen las Fuerzas

Armadas (32%), la Policía Nacional (27%), la Corte Suprema de Justicia (16%), el presidente (13%), la institución electoral, en este caso el CNE (13%), el Congreso Nacional (12%); el Gobierno (11%) y los Partidos Políticos (9%).

Bajo este contexto se realizarán los comicios generales, con una institucionalidad extremadamente frágil, en donde el ente rector responsable de conducir el actual proceso electoral, como es el CNE, no ha podido, en poco tiempo, consolidarse a lo interno, arrancar con un proceso confiable, y dar certidumbre de tener elecciones seguras, al margen de los contratiempos sorteados, entre ellos, los retrasos en la aprobación del presupuesto, la formalización de contratos con los proveedores tecnológicos y la falta de información sobre los resultados de las pruebas y ensayos del sistema responsable de la transmisión de resultados electorales preliminares.

2. El clientelismo y la compra de votos: ¿Qué dice la ley electoral?

En la historia de los procesos electorales hondureños, el clientelismo y la compra de votos ha sido un factor que siempre ha estado presente, pero nunca ha sido regulado, es algo así, como pactos discretos entre las cúpulas partidarias que prefieren obviarse en cualquier ley destinada a regular los comicios electorales.

Para el presente trabajo, se hizo una lectura y análisis de la actual Ley Electoral para identificar si existen en la misma dispositivos orientados a regular este tipo de prácticas que riñen con los valores por los cuales se rige una democracia; si existen sanciones, en qué consisten y quién las aplica.

² Latinobarómetro: Informe 2021:
<https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

En la literatura, el clientelismo se reconoce como una forma en que se entretajan vínculos entre el personal político y su electorado. El doctor en ciencias políticas, Carlos Meléndez, investigador y catedrático de la Universidad de Notre Dame, en Estados Unidos, ha sido un estudioso del clientelismo y la compra de votos, sus últimos trabajos sobre Honduras para el Centro de Documentación de Honduras (CEDOH) y otras instancias académicas, ha revelado un patrón de comportamiento de estas formas prácticas, más no reglamentadas en el país, como parte de la cultura política no democrática.

Meléndez, citando a Susan Stokes (2007) señala que el clientelismo consiste en la distribución de un bien indivisible y acondicionado a un apoyo político. El origen de este bien puede ser público o privado, pero siempre sujeto a una hipotética acción de reciprocidad, cuyo cumplimiento no necesariamente es observado, pero sí esperado. Para asegurar dicho cumplimiento, se pueden emplear acciones de monitoreo coercitivas o prohibitivas que vulneran los principios de elecciones limpias, libres y justas.

Una de las modalidades del clientelismo es la “*compra de votos*”, que se trata de un intercambio muy específico: el intercambio directo de algún bien material (no solo dinero) o un favor (por ejemplo, protección) a cambio del voto por el partido/candidato que ofrece la transacción, explica Meléndez citando a Stokes.

Otra forma de clientelismo, cita Meléndez, es el “*patronazgo*”, en el que el bien a reciprocarse proviene de los recursos públicos (normalmente un empleo en la administración estatal). Aquí la figura del “*patronazgo*” está vinculado al poder.

El Centro de Documentación de Honduras, en su investigación “*Honduras Elecciones 2017: legitimidad del proceso electoral, clientelismo e identificaciones partidarias*”, elaborada por Meléndez,

define la compra de votos, entendida en su sentido más estricto, como una transacción directa y privada entre un actor político, el llamado “*intermediario*”, y un ciudadano elector, que involucra pago de dinero o entrega de bienes materiales a cambio del voto.

Según el CEDOH, en la encuesta aplicada por ellos en 2013, el porcentaje de compra de votos como promedio a nivel nacional fue de 10, 2 %, el más alto en América Latina en aquel momento. Pero en 2017, los datos fueron diferentes: la compra de votos, entendida como una transacción directa entre el comprador (vale decir el activista o reclutador político) y el elector, en la cual se paga una suma determinada para obtener el voto favorable a tal o cual candidato, presentó una reducción sensible con respecto a la medición anterior. El porcentaje fue de 4,7 %, lo que indica una disminución de más de cinco puntos y un cambio importante en la forma y el método de las prácticas clientelares de los partidos políticos.

“*Esto quiere decir que estamos asistiendo a una sutil y silenciosa mutación en los métodos del clientelismo político en Honduras. Se trata de una novedosa transformación que habrá de tener consecuencias indudables en futuros procesos electorales y que, por lo mismo, amerita la atención de los analistas políticos y académicos estudiosos de los fenómenos de la política electoral en nuestro país*”, señala en su investigación el CEDOH. Estas nuevas formas de evolución, se relacionan ya no solo a la compra de votos, sino a mecanismos más sofisticados de “*control*” de las redes clientelares a través de programas sociales, bonos u otros beneficios que utilizan los partidos políticos, en particular los que ejercen el poder, para agenciarse “*lealtades*” partidarias más allá del voluntariado o la doctrina partidaria.

Con la aprobación y vigencia de la nueva Ley Electoral una de las aspiraciones de la sociedad, se relacionaba con la inclusión de mecanismos

de control del clientelismo y la compra de votos para evitar que esta práctica que riñe con la democracia se siguiera afianzando en el país, como parece ser la tendencia.

No obstante, del total de 328 artículos que contempla la nueva Ley Electoral, no existen mecanismos explícitos que permitan controlar el clientelismo y la compra de sufragios. Apenas se encontraron 16 artículos relacionados con el voto, el derecho ciudadano a ejercerlo, su secretividad y las prohibiciones en campaña política. Las acciones más relevantes encontradas en la Ley Electoral fueron las siguientes:

Artículo 3: Se refiere a los Principios que rigen la ley electoral, destacando para los propósitos del presente trabajo los numerales 7 y 9. El numeral 7 se refiere a la Equidad: *“En la interpretación y aplicación de la presente ley se debe garantizar la igualdad de los competidores y electorado, garantizando que no se tergiverse la fuerza electoral de los competidores, ni se altere el peso de la voluntad del electorado; atendiendo las circunstancias particulares del contexto mediante la acciones de afirmación positiva”*.

El numeral 9 aborda la Secretividad del Voto: *“Principio orientado a garantizar la libertad de los electores, constituyendo un presupuesto necesario para acreditar la validez del voto, busca certificar que el voto refleje verdadera y auténticamente la voluntad de los electores, lo querido o preferido por ellos, y no que este sea producto de una manipulación abierta y evidente de sus preferencias electorales”*.

El artículo 5: Jerarquía de Aplicación. Se refiere al ordenamiento jurídico electoral, que hace referencia en su numeral 5 a la Ley de Financiamiento, Transparencia y Fiscalización de Partidos Políticos y Candidatos, conocida como la *“Ley de Política Limpia”*.

Los artículos 6, 7 y 8, describen las funciones y objetivos del Consejo Nacional Electoral (CNE), relacionados con el respeto de los derechos políticos de los ciudadanos de elegir y ser electos, en elecciones periódicas y auténticas, realizadas por libre sufragio universal e igualitario y por *“voto directo y secreto”* que garantice la libre expresión de la voluntad de los electores (...). Asimismo, corresponde al CNE, *“garantizar el respeto a la soberanía popular, el libre ejercicio del sufragio y el fortalecimiento de la democracia”*, entre otros de sus objetivos.

El artículo 21 de la ley electoral, destaca las atribuciones del CNE, entre ellas el fomento de los principios y valores cívicos y democráticos, resaltando para fines de este trabajo los incisos d) y e). El inciso d) se refiere a la promoción del desarrollo de *“prácticas democráticas”* en la juventud y la participación política de la mujer; y el inciso e) habla de *“realizar campañas de educación cívica, formación y orientación ciudadana”*.

Otro de los artículos que llama la atención para los fines de esta lectura de la ley electoral, el clientelismo y la compra de votos, son los números 59 y 60, relacionados con el Instituto Nacional de Formación Político Electoral, su finalidad y funciones, destacando los numerales 5, 8, 9 y 10 que contempla la organización de programas de formación para informar a la población sobre sus derechos político electorales, promover los principios de una cultura democrática, valores democráticos y el rol de los funcionarios públicos de elección popular.

El artículo 65 se refiere a los Derechos de los Ciudadanos y, dentro de ellos, contempla en el numeral 8, el derecho de *“recibir educación, capacitación y formación cívica, político electoral y de participación ciudadana”*, mientras el numeral 2 especifica el derecho a participar en elecciones libres, honestas y transparentes.

La ley electoral en su artículo 115 se refiere a las Prohibiciones a los Partidos Políticos, destacando en su numeral 4 la prohibición de *“recurrir a la violencia o a cualquier acto ilícito, que tenga por objeto alterar el orden público, perturbar el goce de los derechos de los demás o impedir el funcionamiento regular de las instituciones estatales”*.

El artículo 166 contempla lo relacionado con el Uso Indevido de los Recursos del Estado, en el cual se *“prohíbe la utilización de los recursos del Estado fuera del financiamiento que el mismo otorga y los programas debidamente aprobados por el Consejo Nacional Electoral (CNE). Todo lo relativo a la aplicación de este artículo y sus efectos, se regula conforme a lo establecido en la Ley de Financiamiento, Transparencia y Fiscalización de Partidos Políticos y Candidatos”*.

En el capítulo que aborda la Campaña y Propaganda Electoral, destaca el artículo 215 sobre Actividad Política de los Partidos, en el cual se establece que estos pueden desarrollar en todo tiempo, actividades políticas con el propósito de fortalecer su organización, capacitarse, dar a conocer por cualquier medio su declaración de principios y programas de acción política, así como *“fortalecer los procesos de fomento a los principios y valores cívicos y democráticos...”*.

Mientras, los artículos 216, 217 y 218, consignan lo que se entiende por campaña electoral, propaganda electoral y el monitoreo y seguimiento de la campaña y la propaganda electoral. Los mismos se refieren a los mecanismos a usar para convencer e incidir en el electorado, así como el papel del CNE en el monitoreo, seguimiento y la investigación en casos de denuncias sobre violación a las prohibiciones que contempla la ley electoral.

El artículo 233 sobre Prohibiciones a funcionarios y Empleados Públicos. Sanción: señala en su numeral 3 que es prohibido *“utilizar la autoridad, medios e influencias de sus cargos para favorecer a personas y partidos políticos, sus movimientos internos, sus alianzas, candidatos, candidaturas independientes”*, mientras el numeral 4 prohíbe también *“utilizar los actos de gobierno para hacer propaganda partidista de cualquier tipo”*, en tanto el numeral 5 señala dentro de las prohibiciones, *“utilizar recursos financieros o bienes del Estado para hacer propaganda electoral”*. A nivel de los reglamentos emitidos para aplicar la ley electoral por parte del Consejo Nacional Electoral, se encuentra el No. 14-2021. Reglamento para la Supervisión y Control de la Campaña y Propaganda Electoral, Encuestas y Sondeos de Opinión³, emitido el 10 de septiembre de 2021. Este en su artículo 24 se refiere a lo siguiente:

Prohibiciones a funcionarios y empleados públicos. Sanción. Queda prohibido a los funcionarios y empleados públicos:

- a. Asistir a reuniones de carácter político durante los días y horas hábiles.
- b. Realizar actos de proselitismo político al interior de la institución estatal donde labora.
- c. Utilizar la autoridad, medios e influencias de sus cargos para favorecer a personas y partidos políticos, sus movimientos internos, sus alianzas, candidatos, candidaturas independientes.
- d. Utilizar los actos, proyectos y programas de gobierno para hacer propaganda partidista de cualquier tipo.
- e. Utilizar recursos financieros o bienes del Estado para hacer propaganda electoral.
- f. Durante los sesenta (60) días anteriores a la fecha de las elecciones generales,

³ https://www.cne.hn/documentos/Reglamentos-2021/Certificacion_1450_Reglamento_de_control_de_campana_y_propaganda_electoral.pdf

quedan suspendidos los actos de inauguración de obras públicas y su difusión en medios de comunicación. Los que contravengan las disposiciones contenidas en este artículo, están sujetos al pago de una multa equivalente a dos (2) veces el salario mensual y en caso de reincidencia, con el doble de esta sin perjuicio de la destitución de su cargo.

Los artículos encontrados en la Ley Electoral que pueden relacionarse con los mecanismos de control del clientelismo y la compra de votos, son muy vagos, sin mención directa a este tipo de prácticas, y uno de ellos, el 166, relacionado con el uso indebido de recursos del Estado, se remite a las regulaciones que contempla la Ley de Financiamiento, Transparencia y Fiscalización de Partidos Políticos y Candidatos, conocida como “*Ley de Política Limpia*” que busca controlar la procedencia del dinero en el financiamiento de campañas, pero no contempla el clientelismo ni la compra de votos.

El otro artículo que más se acerca al clientelismo y la compra de votos es el 233 relativo a las prohibiciones a funcionarios y empleados públicos, así como las sanciones a las que se ven expuestos si violan esas determinaciones de la ley. Los servidores públicos según la ley electoral y el reglamento que al respecto elaboró el CNE en septiembre de 2021, tienen prohibido: utilizar la autoridad, medios e influencias de sus cargos para favorecer a personas y partidos políticos, sus movimientos internos, sus alianzas, candidatos, candidaturas independientes. También, utilizar los actos, proyectos y programas de gobierno para hacer propaganda partidista de cualquier tipo; y, utilizar recursos financieros o bienes del Estado para hacer propaganda electoral.

Los otros artículos analizados se refieren a los principios de la ley electoral, la secretividad del voto, la importancia que los partidos y el CNE,

como órgano rector, deben dar al desarrollo de los valores democráticos, la cultura democrática y el civismo que debe regir entre los electores. Esos artículos encierran el espíritu de una ley que busca, de un lado, fortalecer la participación electoral, la confianza del elector y el rol democrático en los partidos políticos, pero sin renunciar a la discrecionalidad que permita a las cúpulas partidarias de mayor peso electoral, mantener el control del clientelismo y su modalidad de la compra del voto. Tal es así que las sanciones que contempla el reglamento aprobado por el CNE para aplicarlo al artículo 233 de las prohibiciones a los servidores públicos, apenas es de una multa equivalente a dos (2) veces el salario mensual y en caso de reincidencia, con el doble de esta sin perjuicio de la destitución de su cargo.

La ley electoral señala en su artículo 115 que los partidos políticos tienen prohibido recurrir a la violencia o a cualquier “*acto ilícito*”, siendo que la compra de votos o el uso indebido de prácticas antidemocráticas es un ilícito, la ley debería contemplar ese aspecto de forma específica en alguno de sus articulados, pero ello no se encuentra, solo se coloca de forma suelta, sin relacionarlo con el clientelismo y la compra de votos.

La ley electoral destaca la secretividad del voto, habla de su protección y la responsabilidad que el CNE debe tener en su tutelaje, pero siendo la compra de votos una de las modalidades utilizada por las redes clientelares de los partidos políticos, en especial los que ostentan el poder, una de las prácticas más utilizadas para condicionar al elector, la ausencia de regulación sobre este mecanismo, es un vacío que el ente rector debe subsanar para cumplir con el mandato y espíritu de la ley que son garantizar comicios honestos, transparentes y creíbles.

3. Conclusiones

- La nueva Ley Electoral, más que una normativa que apueste a la profundización de la democracia y garantías reales de participación y generación de confianza y certidumbre en el elector y la ciudadanía, es un instrumento que contiene pocos cambios, deja de lado las grandes reformas electorales, y evade incluir en su articulado lo referente al clientelismo y la compra de votos. Los artículos encontrados que pudieran relacionarse a esta temática son genéricos y con vacíos legales.
- Los vacíos en cuanto al clientelismo y la compra de votos, que contiene la normativa electoral vigente, es un riesgo en términos de garantía a la secretividad del voto, el respeto de los derechos políticos de los ciudadanos y las garantías de libre expresión de la voluntad de los electores, como lo establece la Ley Electoral y la finalidad del Consejo Nacional Electoral (CNE).
- Los “ajustes electorales” que contiene la nueva Ley Electoral, evidencian, de fondo, que luego de tres décadas de retorno formal a la democracia, las cúpulas partidarias protegen el significado que para sus estructuras partidarias tienen las redes clientelares y la modalidad de compra de votos o estímulos bajo la figura de los programas sociales, bonos y otros mecanismos, al dejarlos fuera de cualquier regulación que altere el ejercicio de estas prácticas que riñen con la democracia y el libre ejercicio del sufragio.
- Las sanciones estipuladas para quienes infrinjan la ley electoral en lo relacionado con la prohibición a funcionarios y empleados públicos en época de campaña electoral, son tibias y a discreción de la investigación que pueda realizar el ente rector, en este caso el Consejo Nacional Electoral.

- Las elecciones del 28 de noviembre van precedidas de una multicrisis política y social que se suma a los bajos indicadores de apoyo a la democracia en Honduras que destaca el último Informe del Latinobarómetro 2021, además de la fragilidad institucional con bajos niveles de confianza con que inicia sus funciones el CNE, apenas del 13%, de acuerdo al Informe. El CNE, de momento, no ha podido ser capaz de dar mensajes colegiados y unificados a la población.

4. Perspectivas

- Promover una reforma a la Ley Electoral para llenar los vacíos en torno a la ausencia de mecanismos de control del clientelismo, la compra de votos y otras modalidades que se desprenden de esa figura bajo la cual los partidos políticos de mayor peso electoral, han alimentado sus estructuras partidarias como un factor que les genera una falsa percepción de lealtad partidaria.
- Reformar la Ley de Financiamiento, Transparencia y Fiscalización de Partidos Políticos y Candidatos, para incorporar la figura del clientelismo, la compra de votos y otras modalidades, dentro de sus funciones de control al origen del dinero de las campañas políticas y otras prácticas que riñen con la democracia y sus valores.
- El riesgo de que el clientelismo y la compra de votos, lejos de disminuir, prevalezca bajo otros mecanismos más sutiles, lleva al CNE a dar mayor impulso a las funciones del Instituto Nacional de Formación Político Electoral para que se respete la secretividad del voto y la libre expresión del elector, promover los principios de una cultura y los valores democráticos que caracterizan una democracia.

- Los comicios del 28 de noviembre de 2021, traerán consigo la conformación de un nuevo Congreso Nacional y de su integración dependerá que tan rápido avancen las reformas político-electorales pendientes y las nuevas reformas a la Ley Electoral y la Ley de Financiamiento, Transparencia y Fiscalización de Partidos Políticos y Candidatos.
- Las elecciones generales del 28 de noviembre de 2021, traerá consigo una reconfiguración de las fuerzas políticas en el sistema de partidos políticos en el país, y ese nuevo escenario permitirá identificar qué fuerzas dentro de los partidos políticos apuestan, de forma y fondo, a una modernización y democratización interna en donde las redes clientelares no sean una moneda de curso a cambio del voto, o prefieren seguir apostando a esta práctica que les terminará desgastando en el tiempo.
- Centro de Documentación de Honduras: Honduras Elecciones 2017: legitimidad del proceso electoral, clientelismo e identificaciones partidarias, Tegucigalpa, marzo 2018. <https://www.cedoh.org/resources/Boletines/Boletin-Elecciones-2017.pdf>
- Consejo Nacional Electoral (CNE): “Acuerdo No. 14-2021. Reglamento para la Supervisión y control de la Campaña y Propaganda Electoral, Encuestas y Sondeos de Opinión”, resolución tomada el 10 de septiembre de 2021. https://www.cne.hn/documentos/Reglamentos-2021/Certificacion_1450_Reglamento_de_control_de_campana_y_propaganda_electoral.pdf
- Latinobarómetro: Informe 2021: <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>
- Ley Electoral de Honduras, Diario Oficial La Gaceta, número 35,610, Tegucigalpa, Honduras, mayo 2021.

5. Bibliografía

- Autores varios, Encrucijadas de la Democracia en Honduras y América Central, IUDPAS-UNAH, NDI, Comunica, Tegucigalpa, 2019.



INSTITUTO
NACIONAL
DEMOCRATA

CEDOH

Centro de Documentación de Honduras

*Centro de Documentación de Honduras
Apartado Postal 1882
Tegucigalpa, Honduras*

*correo: info@cedoh.org
www.cedoh.org*