

Monitoreo de Redes Sociales en Honduras:

Dinámicas de toxicidad y
violencia digital.

REPORTE MENSUAL

MAYO, 2026



Copyright © PNUD 2026. Todos los derechos reservados.

Los contenidos, opiniones, conclusiones, análisis y recomendaciones aquí expresadas no reflejan las posiciones oficiales de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), la Unión Europea (UE), la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ni de los Estados Miembros de las Naciones Unidas que integran su Junta Ejecutiva. Tampoco reflejan necesariamente la postura de las personas, entidades u organismos mencionados en el texto o en los agradecimientos.

Ninguna de estas instituciones, asumen responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información contenida en esta publicación.

**Este reporte refleja las tendencias establecidas por el sistema eMonitor+. Los datos aquí presentados han sido recopilados de manera automática y no representan ningún posicionamiento u opinión de la institución.*

Índice

01

Siglas

02

Introducción

03

Resumen Ejecutivo

04

Panorama de las Narrativas Digitales

05

Dinámicas e interacciones digitales que influyen en la credibilidad y confianza ciudadana

08

Dinámicas de comunicación tóxica en entornos digitales

11

Formas de violencia basada en género presentes en los entornos digitales

13

Análisis de narrativas de comunicación tóxica digital en TikTok

14

Caso Chekiá

17

Conclusiones

18

Anexo: Metodología

Siglas

AECID	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
CEUTEC	Centro Universitario Tecnológico
CNE	Consejo Nacional Electoral
ENEE	Empresa Nacional de Energía Eléctrica
EUROELECT-H	Proyecto de Apoyo al Ciclo Electoral para Elecciones Transparentes y Pacíficas en Honduras
IA	Inteligencia Artificial
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
TJE	Tribunal de Justicia Electoral
UNITEC	Universidad Tecnológica Centroamericana

Introducción

eMonitor+, es un sistema de monitoreo y análisis de redes sociales, cuyo propósito es identificar y estudiar patrones de contaminación informativa. **Chekiá**, es un mecanismo de verificación de hechos orientada a la prevención y mitigación de la desinformación.

Ambos sistemas son implementadas por la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), con la participación de estudiantes y docentes.

Estas iniciativas son apoyadas por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), a través del Proyecto de Apoyo al Ciclo Electoral para Elecciones Transparentes y Pacíficas en Honduras (EUROELECT-H), financiadas por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Unión Europea (UE).

Sobre el proyecto EUROELECT-H: Apoyo al Ciclo Electoral en Honduras para Elecciones Transparentes y Pacíficas en Honduras.

El proyecto EUROELECT-H tiene como objetivo el fortalecimiento de la democracia y de procesos electorales transparentes, inclusivos y pacíficos en Honduras, bajo una lógica de ciclo electoral que abarca las etapas preelectoral, electoral y postelectoral. A través del desarrollo de capacidades técnicas, operativas e institucionales, promueve una mayor confianza ciudadana, participación inclusiva y acceso a información confiable.

Asimismo, el proyecto apoya esfuerzos orientados a la prevención de conflictos y la promoción de entornos democráticos más seguros y participativos, incluyendo el acompañamiento a iniciativas de diálogo, monitoreo de dinámicas digitales y análisis de riesgos que puedan afectar la convivencia democrática.

Resumen Ejecutivo

Este reporte presenta las principales tendencias del monitoreo de redes sociales durante el mes de mayo de 2026. Las narrativas se centran en contenido sobre comunicación tóxica y violencia digital en redes sociales.

En el análisis de las publicaciones se identificó que el 97.1% de las observaciones presenta un sentimiento negativo, lo que representa un incremento de 3.8 puntos porcentuales respecto al mes anterior, mientras que las menciones neutrales y positivas representan el 2.6% y el 0.3%, respectivamente. Las narrativas predominantes giran en torno a tres ejes: la divulgación de presuntas grabaciones de audio con la participación de figuras políticas y funcionarios públicos del actual gobierno, intensificando los cuestionamientos sobre la transparencia; el anuncio de la Empresa Nacional de Energía Eléctrica sobre la reducción del plazo de pago de la factura eléctrica a 15 días; y los hechos violentos registrados en el norte de Honduras, presuntamente vinculadas a disputas del crimen organizado, que derivaron calificativos negativos sobre la incapacidad estatal frente a la violencia.

Del total de 733 publicaciones analizadas, se identificaron 683 casos de comunicación tóxica, equivalentes al 93% de la muestra monitoreada, lo que

evidencia una alta presencia de lenguaje ofensivo y dinámicas confrontativas en el ecosistema digital analizado.

El 71% de las publicaciones tóxicas provienen de perfiles masculinos, frente al 7% originado en perfiles femeninos, mientras que en un 22% no fue posible determinar el género del emisor. Este patrón sugiere que se mantiene una mayor participación de perfiles masculinos en interacciones digitales caracterizadas por confrontación y polarización política.

El análisis evidencia una concentración significativa de ataques dirigidos al Partido Nacional, acumulando el 44% de las menciones tóxicas registradas, seguido por Julia Talbott (9%). Asimismo, el Partido Libertad y Refundación (5%), Nasry Asfura (5%) y la institucionalidad del Gobierno de Honduras y el Partido Liberal (4% cada uno).

El 20% de las publicaciones evidencia una alta incidencia de violencia política basada en género (VBG), dirigida principalmente a mujeres (57%), hombres (39%), además de un 4% orientado a instituciones con el uso de lenguaje homofóbico. Este tipo de violencia proviene mayoritariamente de usuarios regulares y refleja tanto dinámicas de discriminación de género como de confrontación política en entornos digitales.

PANORAMA DE LA NARRATIVA DIGITAL

MAYO, 2026

+683

Publicaciones con
Comunicación Tóxica

+143

Publicaciones
con VBG



57

Actores/Instituciones
mencionadas



58

Cuentas verificadas que
emiten discurso tóxico en
Facebook y X

Sexo del emisor de discurso tóxico:



71%

Masculino



7%

Femenino



22%

No es posible
determinar

Formato y contenido de las publicaciones:



35

Imágenes
Algunas generadas
por IA



723

Textos



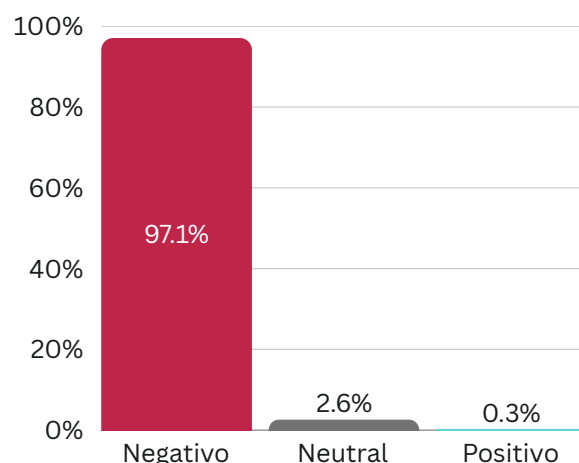
24

Videos

Principales Resultados

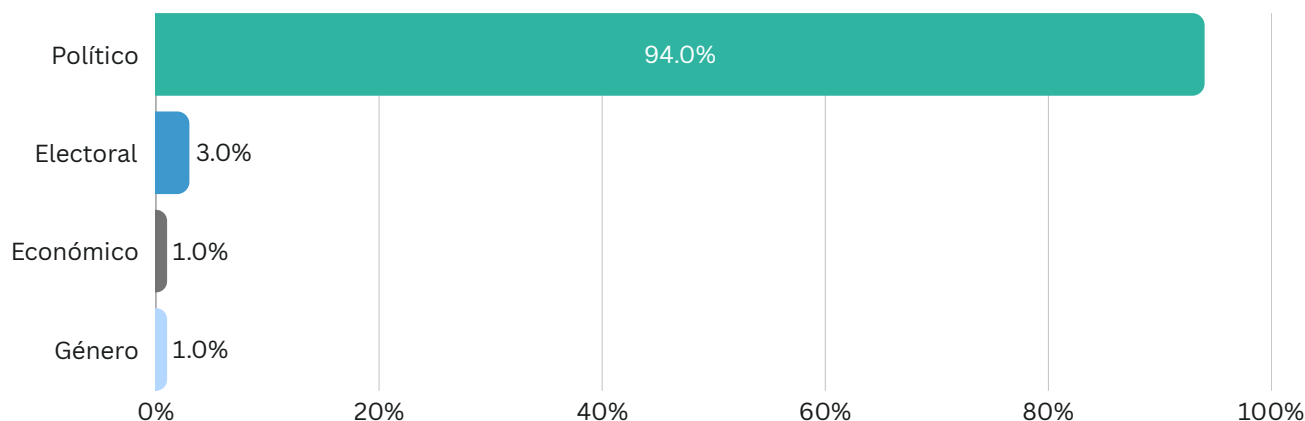
1 Dinámicas e interacciones digitales que influyen en la credibilidad y confianza ciudadana hacia las instituciones públicas.

Del total de publicaciones analizadas durante el mes de mayo de 2026, la **valoración negativa** incrementó a un **97.1%** reflejando una diferencia de 3.8 puntos porcentuales al mes anterior, el 2.6% corresponde a publicaciones neutrales y el 0.3% refleja una apreciación positiva (Gráfica 1). El predominio de expresiones negativas constituye el principal hallazgo del monitoreo y sirve como punto de partida para analizar las narrativas que marcaron la conversación digital durante el período evaluado.



Gráfica 1. Sentimiento de las publicaciones.

Dentro de las publicaciones con sentimiento negativo, el **94%** de las menciones corresponden a **temas políticos**. Seguidos por menciones sobre temática electoral con el 3%, la temática económica y de género con un 1%, cada una.



Gráfica 2. Principales temáticas de las publicaciones con sentimiento negativo.

Principales narrativas encontradas en la conversación digital en el análisis de las publicaciones:



La divulgación en redes sociales de una serie de audios que involucran a varias figuras públicas políticas y funcionarios públicos de la actual administración del Gobierno de Honduras.

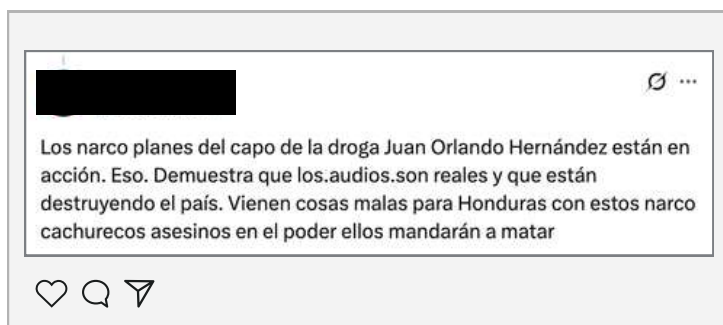
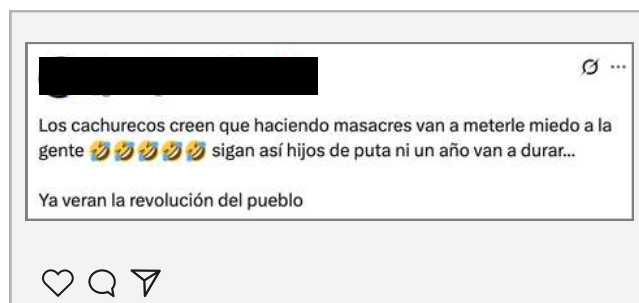
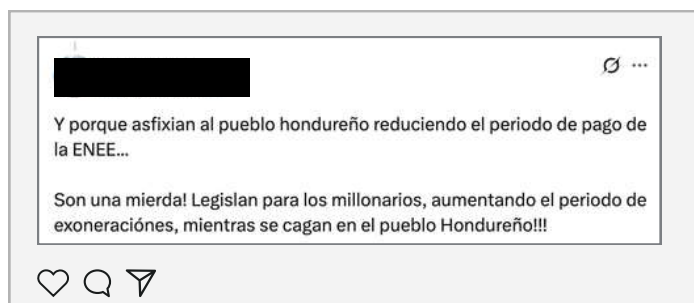


El anuncio de La Empresa Nacional de Energía Eléctrica (ENEE) sobre un cambio en el plazo para el pago de la factura del servicio eléctrico, reduciéndolo a 15 días a partir de la fecha de entrega del recibo, con vigencia desde mayo de 2026.

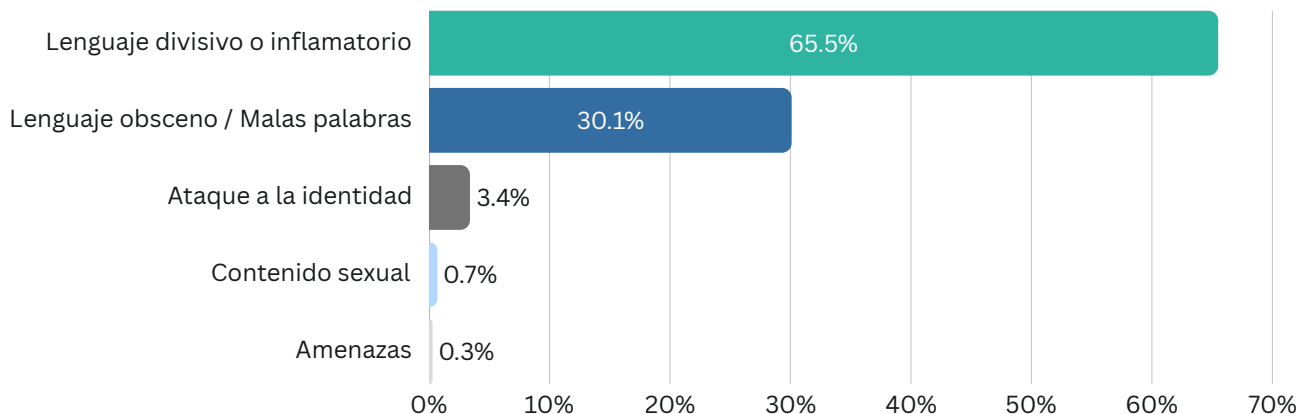


Los hechos violentos múltiples registrados en la comunidad de Rigores, municipio de Trujillo, departamento de Colón, y un punto fronterizo con Guatemala cerca del municipio de Omoa, Cortés, con víctimas civiles y agentes policiales.

Ejemplos de publicaciones:



Respecto a las categorías del tipo de lenguaje utilizado en las publicaciones con sentimiento negativo, se identificó que la principal categoría es lenguaje divisivo o inflamatorio, representando un 65.5% del total, seguido por el lenguaje obsceno o malas palabras (30.1%), lo que indica que la conversación digital se caracteriza predominantemente por la polarización y el uso de insultos como vehículos de expresión del descontento. Le siguen las categorías de ataques a la identidad (3.4%), contenido sexual (0.7%) y amenazas (0.3%), que si bien, registran porcentajes menores, su presencia evidencia que la toxicidad en redes sociales traspasa la discrepancia política para instrumentalizar vulnerabilidades personales.



Gráfica 3. Categorías de Comunicación Tóxica.

Las palabras violentas más frecuentes encontradas en las publicaciones, ofrece un mapa del vocabulario recopilado de la conversación digital donde se expresa desconfianza institucional, incluyendo nuevos términos o expresiones como: “Criminales”, “Basura/s” y “Masacres”.

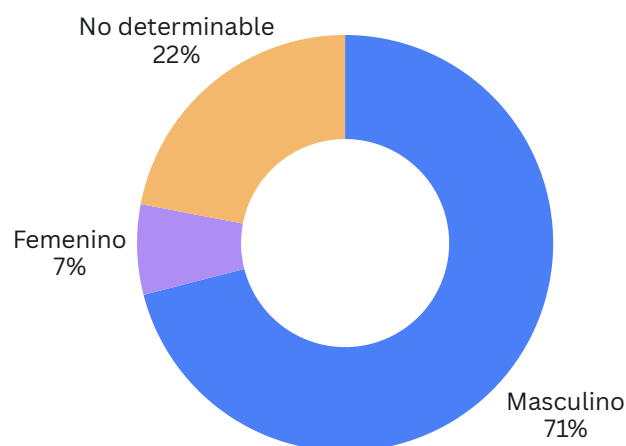


Ilustración 1. Nube de palabras de términos ofensivos identificados en las publicaciones monitoreadas.

2 Dinámicas de comunicación tóxica en entornos digitales.

Durante el mes de mayo se registraron **683 casos de comunicación tóxica**, representando un **93%** del total de la muestra, valor que se mantiene relativamente comparado con el mes anterior (91%).

Durante este período, se registró un incremento notable en las publicaciones provenientes de perfiles masculinos, las cuales pasaron del 64% al **71%**, consolidándose como la principal fuente de interacciones tóxicas. Por su parte, la participación de perfiles femeninos en este tipo de contenidos se redujo casi a la mitad, descendiendo del 13% al **7%**. Asimismo, el volumen de publicaciones cuyo sexo del perfil de origen no pudo ser determinado mostró una estabilidad casi absoluta, situándose en un 22% (frente al 23% del mes pasado). Este análisis comparativo refleja una profundización en la brecha de género vinculada a la emisión de lenguaje ofensivo y tóxico en el entorno digital.



Gráfica 4. Comunicación tóxica según el perfil emisor.

La marcada concentración de publicaciones con comunicación tóxica provenientes de perfiles masculinos denota una persistencia en el uso de dinámicas confrontativas y agresivas como forma de interacción digital, mientras que la reducción en el segmento femenino podría sugerir una disminución o una menor exposición de las usuarias en los debates políticos públicos de alta polarización. Este comportamiento demuestra que la tendencia identificada en el mes de abril no solo se mantiene, sino que se agudiza.

La distribución del contenido tóxico según el tipo de cuenta evidencia una alta concentración en **usuarios regulares**, quienes **representan el 64,82%** del total de publicaciones clasificadas con lenguaje tóxico, lo que sugiere que las publicaciones con comunicación tóxica registradas responden principalmente a dinámicas orgánicas dentro del ecosistema digital.

Tabla 1. Distribución de niveles de comunicación tóxica según tipo de cuenta (%)

Origen de la publicación	Intermedio	Leve	Severo	Crítico	Total
Usuarios Regulares	31,21%	16,74%	15,32%	1,56%	64,82%
Cuenta con influencia digital (con seudónimo)	10,64%	4,96%	5,67%	0,85%	22,13%
Otros	2,84%	1,84%	0,99%	0,14%	5,82%
Influencer	1,84%	1,70%	0,43%	0,00%	3,97%
Partido Políticos y /o movimientos	0,57%	0,28%	0,14%	0,28%	1,28%
Periodista/Medios de comunicación	0,57%	0,43%	0,14%	0,00%	1,13%
Activistas y otros líderes sociales	0,14%	0,00%	0,28%	0,00%	0,43%
Líder de opinión política	0,00%	0,14%	0,14%	0,00%	0,28%
Diputados/as	0,14%	0,00%	0,00%	0,00%	0,14%
Total	47,94%	26,10%	23,12%	2,84%	100,00%

Clasificadores en los niveles de toxicidad:

*Nivel Leve = 1 término ofensivo en la publicación.

**Nivel Intermedio = 1 – 3 términos ofensivos en la publicación.

***Nivel Severo = 4 o más términos ofensivos en la publicación.

****Nivel Crítico = Publicaciones con discurso de odio en la publicación.

Sin embargo, la naturaleza de su comportamiento discursivo se ha vuelto sustancialmente más agresiva, mientras que el mes pasado la toxicidad concentrada en interacciones comunes se mantenía mayoritariamente en niveles moderados (con una frecuencia previa del 38,06% en nivel intermedio), en este periodo se observa una **disminución del nivel intermedio a un 31.21%** y dispersión hacia los otros niveles. El indicador más crítico es el notable incremento en las publicaciones tipificadas como nivel crítico (discurso de odio), que **aumentó** de un 0,30% a un **1,56%**. Este repunte de más de cinco veces su valor anterior sugiere un proceso de radicalización en las cuentas de usuarios regulares durante este mes, donde los ataques basados en factores identitarios fueron mas recurrentes.

Respecto a las cuentas con influencia digital bajo seudónimo, este grupo experimentó un crecimiento exponencial en la generación de comunicación tóxica en el ecosistema digital, pasando del 9,40% detectado el mes anterior a un 22,13%. El análisis de su comportamiento demuestra que no corresponden a ataques aislados, por el contrario, su actividad se distribuye mayoritariamente en los niveles intermedio (10,64%) y severo (5,67%), superando los registros de distribución del mes abril. Este comportamiento confirma que el anonimato y la nula trazabilidad de estas cuentas sigue siendo utilizado de manera estratégica para saturar la conversación pública con narrativas altamente ofensivas y acumulativas.

Por el contrario, los perfiles con alta visibilidad pública identificados como influencers mostraron una tendencia a la moderación o disminución en términos de violencia digital explícita, disminuyendo su incidencia del 5,37% al 3,97% global. Si bien esta reducción disminuye el riesgo de amplificación masiva de violencia digital, problemática latente advertida en el reporte anterior debido al alcance de estos actores, la persistencia de insultos o términos despectivos incluso en niveles leves en sus cuentas continúa legitimando un clima de debate público.

Actores e Instituciones más atacados.

El Partido Nacional de Honduras durante el mes de Mayo continua siendo el principal blanco de ataques en las redes sociales, pasando de un 28% en abril a un 44%. Este incremento de 16 puntos porcentuales evidencia un agudo proceso de desgaste en la percepción pública y una fiscalización ciudadana agresiva, canalizando casi la mitad de la comunicación tóxica analizada de la muestra hacia el partido de gobierno. Por su parte, los ataques hacia la oposición a través del Partido Libre se mantuvieron en un 5% y un 4% para el Partido Liberal.

Respecto a las figuras individuales, Julia Talbott continúa siendo la más afectada con un 9%, lo que mantiene su alta exposición a interacciones hostiles. Seguido por el presidente Nasry Asfura con un 5% (frente al 4% previo), mientras que el expresidente Juan Orlando Hernández registra un 4%, igualando el volumen de agresiones de la estructura institucional del gobierno actual (4%).

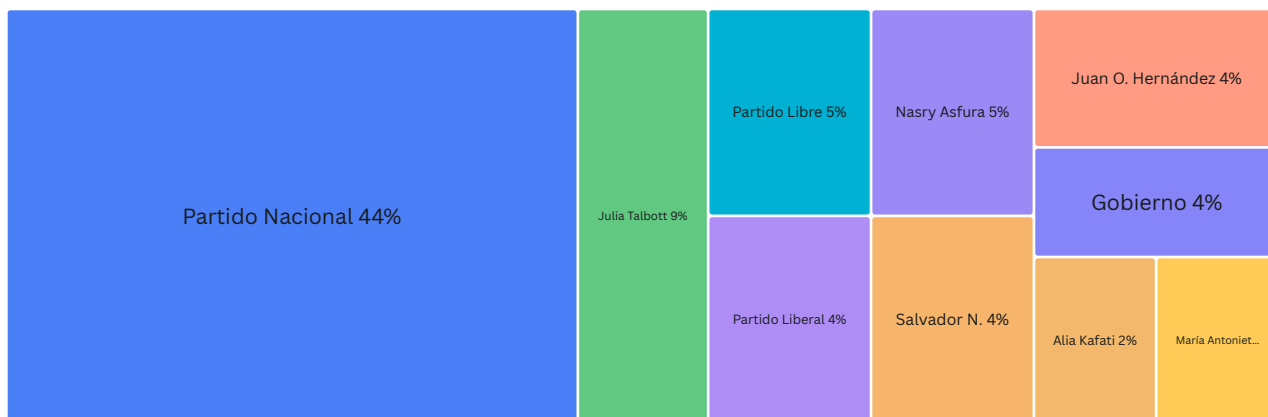


Ilustración 2. Principales actores e instituciones atacados en las publicaciones analizadas.

Finalmente, se registraron ataques hacia Salvador Nasralla (3%), Alia Kafati (2%) y la incorporación de María Antonieta Mejía (2%) a los principales actores más atacados. En su conjunto, los datos demuestran que el descontento en redes sociales este mes dejó de distribuirse de forma homogénea entre las instituciones, desapareciendo este mes de la lista el Congreso Nacional, y concentrándose mayoritariamente sobre el partido político gobernante y sus figuras con mayor exposición.

3 Formas de violencia política digital, con énfasis en la violencia basada en género, presentes en los entornos digitales.

Del total de publicaciones analizadas, el **20% contiene expresiones de violencia digital basada en género**. De estas, el 57% está dirigido a mujeres y el 39% a hombres, lo que indica que este tipo de violencia trasciende las agresiones dirigidas exclusivamente a las mujeres y también se utiliza como herramienta de ataque político o desacreditación contra figuras masculinas. El 4% restante se orienta a instituciones (partidos políticos y Gobierno) mediante el uso de lenguaje homofóbico, evidenciando que estas prácticas también alcanzan a actores organizacionales.

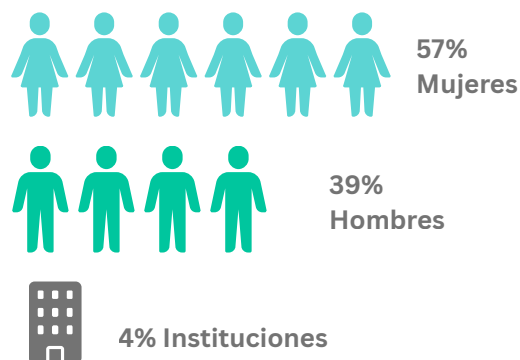
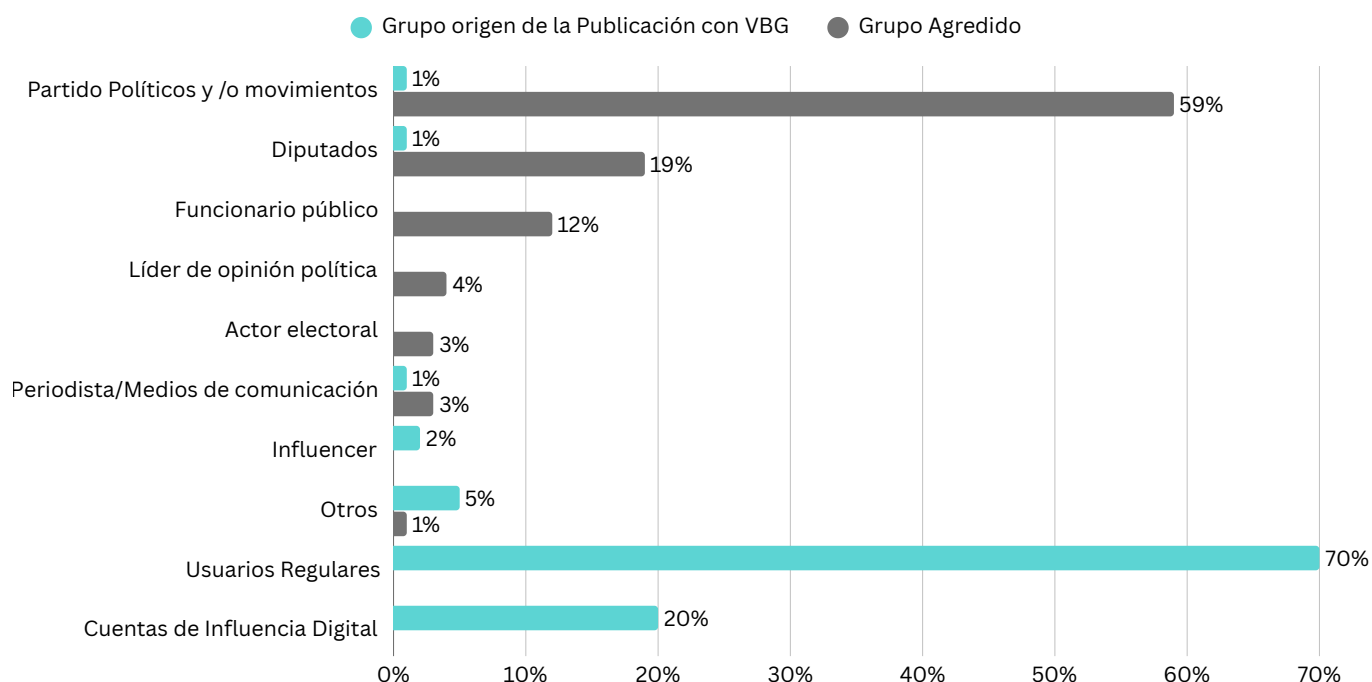


Ilustración 3. Distribución del lenguaje de violencia digital basada en género según destinatario.

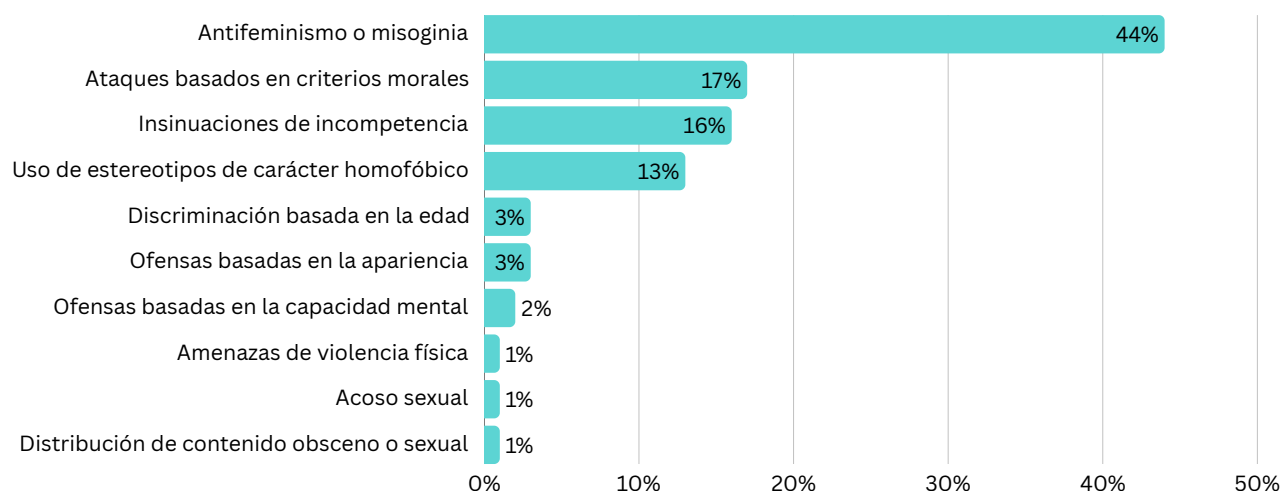
Respecto al origen de las publicaciones que generan este tipo de contenido, predominan las cuentas de usuarios regulares (70%), lo que sugiere una interacción de carácter orgánico. En segundo lugar, se encuentran las cuentas de influencia digital que utilizan seudónimos o carecen de una identidad verificable (20%). En cuanto al sexo de las cuentas emisoras, el 72% corresponde a hombres, mientras que en el 21% de los casos no fue posible determinar el sexo de la persona usuaria. Por su parte, las cuentas identificadas como pertenecientes a mujeres representan el 5%.



Gráfica 5. Categorías del origen de la publicación versus actores agredidos en VBG.

Con relación a los actores agredidos, estas expresiones se dirigen principalmente a personas vinculadas o relacionadas con movimientos políticos y los mismos partidos políticos (59%), seguidas por diputados/as (19%) y otros funcionarios/as públicos/as (12%). Este patrón evidencia que se orienta principalmente hacia figuras con exposición pública dentro de la esfera política.

En cuanto a las formas de expresión de la violencia basada en género, destacan las siguientes categorías: (a) antifeminismo o misoginia, mediante términos como “puta”, “perra”, “vieja” y “zorra”; (b) ataques basados en criterios morales, con expresiones como “corrupta”, “vendida” y “delincuente”; (c) insinuaciones de incompetencia, mediante calificativos como “idiota”, “tonta” y “ridícula”; (d) uso de estereotipos de carácter homofóbico, con términos como “lesbiana”, “marimacha” y “loca”; y (e) discriminación basada en la edad, a través de expresiones como “vieja puta”, “vieja estúpida” y “vieja mensa”, entre otras categorías.



Gráfica 6. Expresiones de violencia basada en género en las publicaciones analizadas.

El análisis muestra tres tendencias centrales: (1) una mayor afectación hacia las mujeres, aunque con una presencia relevante de ataques dirigidos a hombres; (2) una producción de contenido principalmente desde usuarios comunes, lo que podría indicar una normalización social del discurso violento en entornos digitales; y (3) los partidos y personas asociadas a movimientos políticos constituyen los principales objetivos de estas agresiones.

Análisis de narrativas de comunicación tóxica digital en TikTok¹

Durante mayo de 2026, en la plataforma TikTok predominó el sentimiento neutral (75 %), seguido por un 17 % de menciones positivas y un 8 % de menciones negativas. Aunque estas últimas representaron una proporción menor del total de publicaciones, concentraron parte importante del contenido con mayor alcance e interacción, así como de las narrativas más confrontativas de la plataforma.

Entre las principales narrativas del mes destacaron: la divulgación de una serie de audios que involucran a diversas figuras políticas y funcionarios públicos de la actual administración, la evaluación de los primeros 100 días de gobierno; la paralización en el sistema de salud; el conflicto magisterial; el hecho violento múltiple en la comunidad de Rigores, Colón. El periodo comprendido entre el 22 al 28 de mayo registró el mayor número de narrativas tóxicas, coincidiendo con el suceso violento en Rigores, Colón y la intensificación del conflicto magisterial.

El análisis de las menciones negativas evidencia patrones diferenciados de discurso entre sectores críticos y oficialistas. Entre las expresiones identificadas se encuentran: *“gobierno desastroso”*, *“Criminalizar la pobreza”*, *“No le cumpliste al pueblo”*, *“presidente mal informado y pobre”* y *“Ñángaras jamás volverán”*. Por otra parte, el presidente del Congreso Nacional, mantuvo una presencia activa y predominantemente favorable en TikTok, principalmente a través de su cuenta oficial @tommyzambbranodice.

Estos comportamientos evidencian que las narrativas digitales continúan siendo altamente reactiva a acontecimientos coyunturales, donde los temas relacionados con seguridad, gobernabilidad y conflictividad social concentran el mayor potencial de movilización, debate y amplificación de contenidos políticos.

[1] Brand24 es una herramienta de escucha social y monitoreo de medios impulsada por inteligencia artificial que permite rastrear menciones en redes sociales.

Chekiá

De las publicaciones analizadas durante el mes de mayo, destacan los siguientes casos que fueron remitidos al Sistema Chekiá como solicitudes de verificación.

VERIFICACIÓN 1

AFIRMACIÓN:

15 de Mayo de 2026. Circuló una publicación² en Facebook que afirmaba que el gobierno de Nasry Asfura otorgaría un “Bono 10,000” para las familias hondureñas; sin embargo, el Partido Nacional de Honduras emitió un comunicado desmintiéndolo.

VERIFICACIÓN DE HECHOS:

El Sistema Chekiá verificó este contenido y determinó que es **FALSO**.

Mediante una búsqueda inversa de la imagen, encontró varias publicaciones similares, que despertaron alegría en usuarios y simpatizantes del Partido Nacional; no obstante, estos procedían de perfiles con indicios de baja credibilidad.

El Partido Nacional emitió un comunicado³ afirmando que era falsa la entrega del «Bono 10,000» y recordó que «el Estado cuenta con mecanismos legales establecidos para la implementación y entrega de cualquier beneficio social». Asimismo, la designada presidencial, María Antonieta Mejía, confirmó que la noticia que circulaba en redes sociales era falsa.

El “Bono 10,000” hace referencia al programa implementado por el gobierno de Porfirio Lobo Sosa, dirigido a familias en situación de pobreza, con el objetivo de incentivar la asistencia escolar y el acceso a servicios de salud. El programa fue cancelado en 2014. Toda la información oficial sobre la entrega de este bono fue publicada hace 12 años.



FALSO

La información es incorrecta o fabricada.

[2] Publicación origen: <https://www.facebook.com/share/p/18NwDDwmip/>

[3] Comunicado oficial del Partido Nacional de Honduras: https://www.instagram.com/p/DO0yLplkncy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=NTc4MTIwNjQ2YQ==

VERIFICACIÓN 2

AFIRMACIÓN:

24 de Mayo de 2026. Circuló en Facebook una publicación⁴ que aseguraba que el gobierno del presidente Nasry Asfura proponía fabricar tortillas utilizando láminas de zinc para ahorrar energía eléctrica. La publicación incluía una imagen de una mujer cocinando tortillas sobre una lámina de zinc y un texto que afirmaba que esta sería una “innovadora iniciativa” para reducir costos en la producción de tortillas, aprovechando el calor ambiental y solar.

VERIFICACIÓN DE HECHOS:

El Sistema Chekiá ha verificado este contenido y ha determinado que es **FALSO**.

La descripción del contenido dice que la propuesta es para aprovechar las altas temperaturas, sin recurrir al uso de combustibles o energía eléctrica. En la imagen aparece el presidente Nasry Asfura junto a una mujer elaborando tortillas sobre láminas de zinc. No obstante, el contenido fue identificado como generado mediante la inteligencia artificial⁵, según corroboró Chekiá.

La desinformación surgió en el contexto del debate público por el alto costo de la energía eléctrica y tras recomendaciones de ahorro energético difundidas por el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP) y autoridades gubernamentales.

El Gobierno de Honduras ha impulsado medidas para promover el ahorro de energía, entre ellas campañas de concientización, recomendaciones para reducir el consumo en horas pico y el uso de tecnologías eficientes como bombillos LED. También ha promovido el fortalecimiento de la generación mediante fuentes renovables y la implementación de subsidios para usuarios de bajo consumo. Sin embargo, no ha sugerido fabricar tortillas en láminas de zinc.



FALSO

La información es incorrecta o fabricada.

[4] Publicación origen: <https://www.facebook.com/share/p/1DeaByd4Ni/>

[5] Herramienta para detectar IA: <https://deepai.org/ai-image-detector>

Conclusiones

El análisis de mayo de 2026 evidencia una dinámica digital en la que la desconfianza ciudadana se profundiza, como lo confirma el incremento del sentimiento negativo en 97.1% de las publicaciones analizadas. El vocabulario recurrente incorpora nuevos términos asociados a violencia como: *"asesinos"*, *"criminales"* y *"masacres"*, sumados a expresiones persistentes de denuncia como *"narco"*, *"corrupto"* y *"fraude"*, reflejando un descontento que se extiende hacia temáticas de seguridad ciudadana, el manejo de la crisis energética y la transparencia en el ejercicio del poder.

Los hallazgos respecto a las dinámicas de comunicación tóxica reflejan que la hostilidad en las plataformas analizadas ha alcanzado un punto de estabilización al representar el 93% del volumen total evaluado, similar al mes anterior. Los datos exponen un comportamiento discursivo asimétrico donde los perfiles masculinos se consolidan como el principal emisor de interacciones confrontativas (71%), sugiriendo que la alta polarización en redes sociales genera desincentivo de participación para las mujeres en el debate político, cuyo registro disminuyó al 7%. Asimismo, la prevalencia absoluta de usuarios comunes (64,82%) en la emisión de estos contenidos sugiere que la intolerancia registrada es orgánica, sostenida de manera paralela por un número constante de cuentas no identificables (22%) que aprovechan la falta de trazabilidad para producir comunicación tóxica y discurso de odio.

El análisis revela tres tendencias principales en la violencia digital basada en género: una mayor afectación hacia las mujeres, aunque con una presencia significativa de ataques dirigidos a hombres; una producción de contenido impulsada mayoritariamente por usuarios regulares y una concentración de las agresiones a partidos y movimientos políticos y actores y funcionarios públicos, donde la violencia opera como una herramienta de confrontación, deslegitimación y disputa del poder en los espacios digitales.



Anexo:

Metodología

Metodología

El enfoque metodológico se sustenta en el uso integrado del sistema eMonitor+ como herramienta principal para el monitoreo y análisis de dinámicas digitales de toxicidad y violencia digital que influyen en la confianza hacia las instituciones en Honduras. Mediante eMonitor+, se realiza la recolección y el análisis automatizado de tendencias, narrativas y riesgos en redes sociales (Facebook y X), completándose con herramientas de *social listening*⁶ (Tiktok). Por su parte el sistema Chekiá integra un proceso de verificación de información de contenidos engañosos encontrados en el monitoreo de redes sociales.

¿Qué es eMonitor+?

eMonitor+ es un sistema de monitoreo y análisis de redes sociales, su propósito es identificar y estudiar patrones de contaminación informativa, como comunicación tóxica, discurso de odio, y violencia basada en género en entornos digitales utilizando inteligencia artificial (IA).



Ilustración 4. Ciclo del Sistema eMonitor+.

[6] Monitoreo y análisis de redes sociales para detectar opiniones y patrones de conversación digital.

Análisis de datos por eMonitor+

eMonitor+ analiza las publicaciones mediante modelos de Inteligencia Artificial (IA) que operan de forma automatizada, incluyendo algoritmos de detección de comunicación tóxica, discurso de odio y violencia basada en género. Estos modelos se complementan con filtros especializados como DETOXIFY y GPT-TFGVB, que fortalecen el proceso de depuración inicial.

eMonitor+ realiza una recolección automatizada de publicaciones del entorno digital. A partir del universo de datos obtenido, se aplican los filtros especializados DETOXIFY y GPT-TFGVB para depurar la información, eliminando registros duplicados y excluyendo aquellos que no cumplen con los criterios definidos para el análisis. Posteriormente, se extrae una muestra aleatoria de publicaciones para su revisión.

La muestra analizada no pretende representar la totalidad de las conversaciones del ecosistema digital hondureño, sino un subconjunto específico de menciones asociadas a expresiones de discurso de odio o toxicidad dirigidas contra actores políticos.

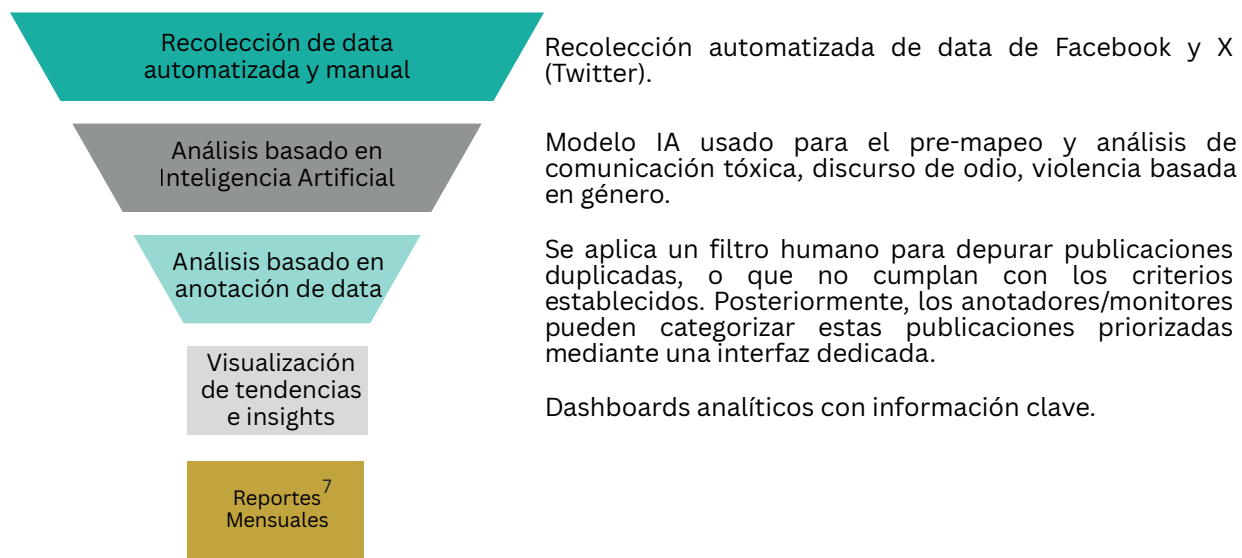


Ilustración 5. Flujo del análisis de la información.

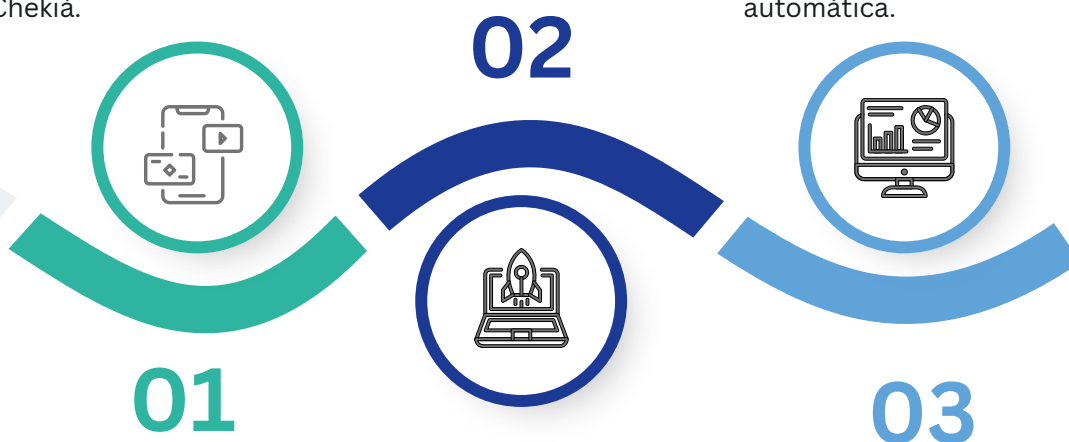
[7] Los valores presentados en este informe pueden variar (± 1 puntos porcentuales) respecto al total debido a procesos de redondeo.

¿Qué es Chekiá?

El Sistema Chekiá es una iniciativa de verificación de hechos que se articula en tres objetivos específicos: la prevención y/o mitigación de la desinformación en Honduras; la formación de estudiantes y personal de UNITEC/CEUTEC de las licenciaturas de Relaciones Internacionales, Comunicación Estratégica y Audiovisual, Derecho y Periodismo.; y la educación y resiliencia ciudadana frente a la desinformación.

Identificación y recepción de solicitudes: a través de la ciudadanía en general y el equipo de monitoreo de Chekiá, se identifican contenidos que requieren verificación. Las solicitudes se reciben por medio de la página web o las cuentas de redes sociales oficiales de Chekiá.

Difusión de verificaciones: los informes se publican en la página web y redes sociales de Chekiá. Si el ciudadano que envió la solicitud de verificación lo indicó, la información verificada le será compartida como respuesta de manera automática.



Análisis y verificación de hechos: los contenidos identificados pasan por una metodología que incluye: revisión del contenido a verificar, consulta de fuentes confiables y verificación por parte de dos miembros del equipo de Chekiá para asegurar objetividad e imparcialidad. Al finalizar, se elabora un informe con los hallazgos encontrados.

Ilustración 6. Ciclo de análisis de Chekiá.

Clasificación temática

Las publicaciones recolectadas se organizan en tres grupos clave, prioritarios para el contexto político de Honduras:



Comunicación Tóxica

Mensajes que usen formas violentas del lenguaje para excluir, deslegitimar o generar división.



Violencia Basada en Género

Diversos tipos de violencia basados en la identidad de género, orientación sexual, sexo biológico o expresión de género de las personas.

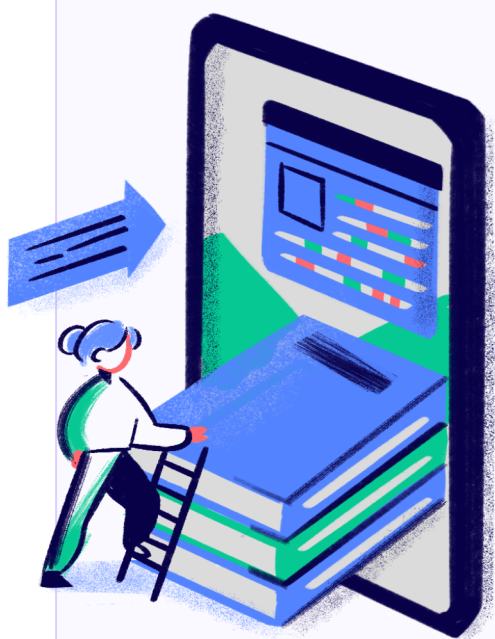


Discurso de Odio

Cualquier acto de comunicación textual, verbal o visual, que ataque a una persona o grupo por su identidad, su ascendencia racial o étnica, género, condición migratoria y afiliación ideológica o religiosa, entre otras características.

CURSO VIRTUAL

Te invitamos a participar del curso virtual gratuito “**Democracia, inteligencia artificial e integridad de la información**”.



¿Qué aprenderás?

- Módulo 1. **Contaminación informativa.**
- Módulo 2. **La práctica del fact-checking o verificación de datos para contrarrestar la desinformación.**
- Módulo 3. **Democracia e inteligencia artificial.**

Inscríbete en el siguiente enlace o escanea el código QR:

<https://escuelapnud-honduras.org/course/view.php?id=42>



