

# Operación Desinformación

El impacto de los bots, las noticias falsas y la  
propaganda estatal en las elecciones en Honduras



**TOMO III: LA RED DIGITAL DE DESINFORMACIÓN, SUS  
CARACTERÍSTICAS, SU FUNCIONAMIENTO E IMPACTO**



INSTITUTO DE  
LA JUSTICIA





© 2025. Instituto de la Justicia  
Tegucigalpa M.D.C.; Honduras  
Teléfono: (504) 2257-3287  
[www.institutodelajusticia.com](http://www.institutodelajusticia.com)

**Coordinador de la investigación:** Andreas Daugaard

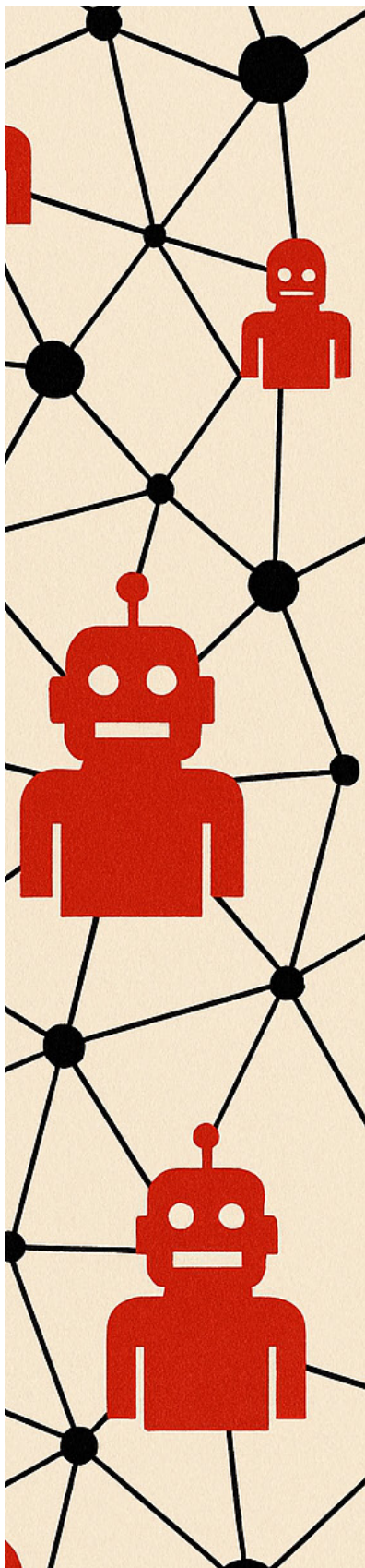
**Autor:** Héctor Corrales

**Edición:** Andreas Daugaard, Ángel Rodríguez, Carmen Mejía

**Diagramación:** Jorge Coello

Se permite la reproducción total o parcial de este informe,  
citando la respectiva fuente.

# CONTENIDO



- 05** RESUMEN EJECUTIVO
- 06** INTRODUCCIÓN
- 07** METODOLOGÍA
- 09** LA ARQUITECTURA DE LA DESINFORMACIÓN: PLATAFORMAS Y PÁGINAS PROXY 11
- 13** COORDINACIÓN, SINCRONIZACIÓN Y LA MAQUINARIA DE LAS "TROPAS DIGITALES"
- 15** TIKTOK
- 18** X (TWITTER)
- 23** ANÁLISIS DE OLAS DE CREACIÓN DE CUENTAS
- 24** CASOS DE ESTUDIO: ATAQUES GABRIELA CASTELLANOS Y ALICE SHACKELFORD
- 27** CONCLUSIONES
- 29** BIBLIOGRAFÍA



# SOBRE ESTA PUBLICACIÓN

**E**ste documento es el tercero de tres tomos que resultan del proceso investigativo titulado “**Operación Desinformación: El impacto de los bots, las noticias falsas y la propaganda estatal en las elecciones en Honduras**”, liderado por el Instituto de la Justicia.

La pregunta central que guio la investigación fue: **¿Cómo se está utilizando la desinformación para influir de manera indebida en elecciones democráticas en Honduras?** De manera complementaria, también se exploró: **¿Qué lecciones podemos aprender de ello y de experiencias en otros países?**

para mitigar el efecto negativo de la desinformación en la democracia?

El proceso culminó en tres tomos que, aunque pueden leerse de manera independiente, se complementan entre sí. Al abordarlos en conjunto, ofrecen una visión integral del fenómeno de la desinformación en Honduras.



## TOMO I

**Desinformación y su impacto en la democracia:** presenta la conceptualización de la desinformación, analiza casos de impacto alrededor del mundo y propone una ruta para reducir sus riesgos.

## TOMO II

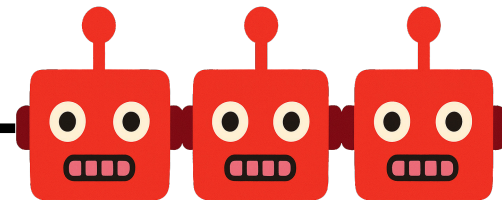
**Tropas digitales de desinformación en Honduras:** resultado de un trabajo periodístico investigativo, con entrevistas a empleados actuales y pasados de secretarías del gobierno. Este tomo expone desde adentro el funcionamiento de las redes de desinformación y propaganda estatal.

## TOMO III

**La red digital de desinformación gubernamental, sus características,** funcionamiento e impacto. Ofrece un análisis de las redes digitales de desinformación en Honduras, describe sus dinámicas y evidencia cómo se crean y difunden contenidos manipulados en redes sociales.

Nuestra esperanza es que estas investigaciones contribuyan a una mejor comprensión de la desinformación y su impacto en la democracia, particularmente en el contexto electoral hondureño actual. Deseamos que estas obras puedan encender una conversación informada y que motiven tanto a tomadores de decisión como a la sociedad civil a actuar frente a este desafío. Creemos firmemente que para combatir la desinformación se necesita conocimiento, valentía y acción ciudadana.

# I. RESUMEN EJECUTIVO



Una red de propaganda digital opera en Honduras -al menos- desde 2022 en múltiples plataformas de redes sociales. Esta maquinaria combina páginas falsas que se disfrazan como medios orgánicos, miles de cuentas automatizadas, operadores humanos profesionales y el uso experimental de inteligencia artificial para generar contenido propagandístico y desinformativo.

La escala de la operación es significativa. El sistema incluye al menos 317 cuentas "locutoras" <sup>1</sup> en TikTok que generan contenido original y aproximadamente 5,700 cuentas "amplificadoras" <sup>2</sup> redistribuyen ese material; y también, dos comunidades principales en X que abarcan miles de cuentas adicionales. Diez páginas falsas y proxies de gobierno en Facebook e Instagram han invertido L 1.6 millones en publicidad pagada desde junio de 2024, con un costo operativo estimado de L 400,000 mensuales para mantener todo el ecosistema funcionando.

La coordinación es deliberada y jerárquica. Los datos revelan patrones de posteo concentrados en horarios de mayor impacto, sincronización exacta entre declaraciones oficiales del gobierno, ataques digitales, y el uso de marcos narrativos predefinidos que se replican a través de todas las plataformas. El ministro de Planificación Estratégica, Ricardo Salgado, ha reconocido públicamente la existencia de un equipo de 30 personas en su oficina dedicadas a monitorear

redes sociales, respaldado por una red nacional de 7,000 a 8,000 activistas que reciben "línea" y contenido preparado para difundir (Contracorriente, 2024).

Los ataques tienen consecuencias reales, los casos de Gabriela Castellanos, directora del Consejo Nacional Anticorrupción (CNA) y Alice Shackelford, excoordinadora residente de la Naciones Unidas en Honduras, demuestran cómo esta maquinaria se activa contra figuras críticas. Castellanos fue forzada al exilio tras una campaña coordinada que incluyó amenazas físicas, mientras que Shackelford enfrentó ataques sistemáticos por expresar solidaridad con esfuerzos anticorrupción. Estos casos ilustran un patrón más amplio que ha afectado a embajadores, candidatos políticos, periodistas y líderes de sociedad civil.

La operación trasciende la propaganda política tradicional y representa un uso estratégico del poder estatal para: manipular el espacio de información pública, silenciar

críticas legítimas y crear un ambiente hostil hacia cualquier forma de escrutinio o rendición de cuentas.

El uso de recursos públicos para financiar operaciones de propaganda, la participación directa de funcionarios de alto nivel en campañas de difamación y la instrumentalización de instituciones estatales para atacar a opositores representan una desviación fundamental de los principios democráticos y de libertad de expresión.

La metodología del análisis se sustentó en tres pilares técnicos clave. Primero, se realizó una recopilación sistemática de datos públicos de las plataformas TikTok y X. Se mapearon las relaciones entre las cuentas para identificar a los actores más influyentes y las comunidades que se forman en torno a estos. Finalmente, se utilizó inteligencia artificial para analizar y clasificar contenido a gran escala, permitiendo detectar temas dominantes y narrativas claves.

<sup>1</sup> En TikTok: aquellas que son las principales productoras de contenido y cuyo contenido es exclusivamente de propaganda y desinformación.

<sup>2</sup> En TikTok: aquellas cuentas que contienen poco o ningún contenido personal y cuya actividad se centra en compartir, comentar y dar "me gusta" al contenido producido por las locutoras.

## II. INTRODUCCIÓN

Las elecciones primarias de 2025 en Honduras marcaron un punto de inflexión en el uso de la propaganda digital del país. Mensajes urgentes con sellos rojos de "¡ATENCIÓN HONDURAS!" comenzaron a circular masivamente. Figuras periodísticas aparecían falsamente presentadas como candidatas (ver imagen 1); se acusaba a rivales políticos de financiarse con el dinero del narcotráfico (ver imagen 2) y en bots de Twitter se reproducían respuestas automáticas de inteligencia artificial que rechazaban peticiones "que inciten a la violencia" mientras promovían "líderes honestos" sin aportar evidencia verificable.

Estos contenidos no surgieron de manera espontánea. Representan la evolución de una estrategia que comenzó en 2022 y que ha transformado el espacio de información pública hondureño. Lo que inició como

**imagen 1.** Campaña de desinformación contra periodista.



**Fuente:** Contenido compartido por WhatsApp.

operaciones básicas de trolls y bots ha evolucionado hacia un ecosistema integrado que combina páginas falsas que simulan medios de comunicación, cuentas automatizadas, operadores profesionales y experimentos con inteligencia artificial para generar contenido propagandístico cada vez más sofisticado.

La transformación del paisaje informativo hondureño tiene implicaciones que trascienden la competencia política tradicional. Cuando el Estado utiliza recursos públicos para manipular sistemáticamente la percepción ciudadana, atacar a sus críticos y silenciar voces independientes, se erosionan los fundamentos mismos de la democracia. El análisis que sigue documenta no sólo cómo funciona esta maquinaria, sino también, las consecuencias tangibles que ha tenido para los defensores de derechos humanos, periodistas y organizaciones de la sociedad civil que han osado cuestionar al poder.

Este capítulo, explica el funcionamiento de grupos de propaganda y desinformación que operan en las principales redes sociales. Así mismo, expone cierta evidencia que apunta a una estructura centralizada, amplia y coordinada con los mensajes de gobierno, tanto en su contenido como en su temporalidad. Finalmente, el estudio demuestra que estos grupos funcionan como una extensión

de la maquinaria de propaganda del gobierno que ejecuta acciones desinformativas (ver imagen 1), campañas de desprestigio (ver imagen 2) y promoción a la candidata presidencial oficialista.

**imagen 2.** Campaña de desinformación contra candidatos de oposición



**Fuente:** Cuenta en X de @bellmejia354



Quando el Estado utiliza recursos públicos para manipular sistemáticamente la percepción ciudadana, atacar a sus críticos y silenciar voces independientes, se erosionan los fundamentos mismos de la democracia"



# III. METODOLOGÍA

El objetivo principal de la investigación es comprender el rol que juega la desinformación en el ambiente electoral de Honduras. El capítulo, pone el foco en las plataformas de Meta (Facebook e Instagram), TikTok y X (antiguamente Twitter) para entender ¿Cómo se configuran las tropas digitales?, ¿qué tipo de contenido se impulsa?, ¿quién coordina esos contenidos? y ¿cuál es su relación con los actores gubernamentales?

Para responder esas preguntas, se siguió un método propio de tres pasos, diseñado para analizar tanto el contenido de los mensajes como las conexiones entre quienes los publican.

## PASO 1

### Recolección de información pública en las redes sociales

Se identificó y recopiló datos públicos masivos de cuentas en TikTok y X que participan activamente en la conversación política.

Punto de partida: Empezamos con un grupo de cuentas conocidas por difundir contenido político o propagandístico a favor del gobierno, sin rastro de contenido personal y con rasgos de cuentas creadas específicamente para esparcir y amplificar narrativas.

Expansión "bola de nieve": A partir de esas cuentas iniciales, se amplió la muestra de búsqueda para analizar también a sus seguidores y a las cuentas que ellas siguen. Esto ayudó a descubrir redes más amplias que no son evidentes a primera vista.

¿Qué datos miramos?

La información pública como estadísticas sobre sus publicaciones, relación de seguidos/seguidores, los hashtags usados, horarios de publicación, etc.



## PASO 2

### Creación del "mapa de la conversación" (análisis de redes)

Una vez obtenidos los datos, se creó un mapa de las conexiones entre las cuentas para descubrir agrupaciones o clusters de cuentas. Cada cuenta de usuario es un punto y cada "seguir" es una línea que los conecta. Ese mapa permite visualizar:

**Comunidades:** Grupos de cuentas que interactúan frecuentemente entre sí, formando "burbujas".

**Cuentas clave:** Identificación de los actores más importantes:

- **Voceros o locutores:** Cuentas que originan contenido.
- **Amplificadores:** Cuentas que actúan como "puentes",

conectando diferentes grupos y difundiendo los mensajes a una audiencia mayor.

**Coordinación:** Se buscó patrones de comportamiento que sugieren una estrategia grupal, como publicar mensajes similares al mismo tiempo o usar los mismos hashtags de forma masiva.

## PASO 3

### Análisis del contenido con Inteligencia Artificial (IA)

Para entender de qué se habla y cómo se habla, se usaron herramientas de Inteligencia Artificial (IA) que ayudaron a procesar miles de publicaciones de forma eficiente. Ese ejercicio permitió:

**Identificar temas:** Descubrir los principales asuntos, narrativas y palabras clave en la conversación.

**Detectar el tono:** Clasificar automáticamente si el sentimiento de un mensaje es positivo, negativo o neutro.

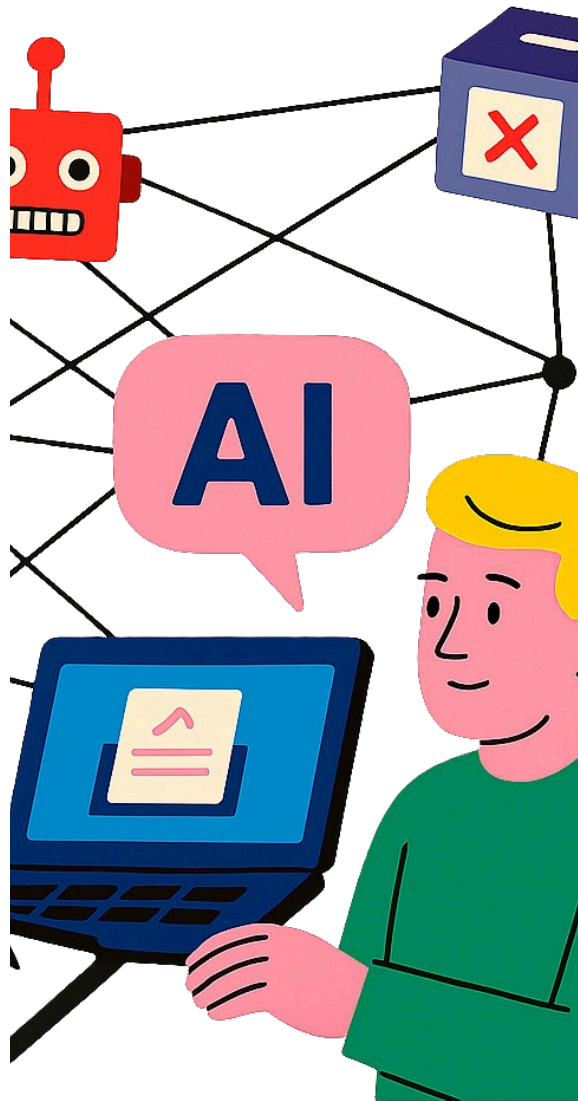
**Encontrar "copy-paste":** Localizar publicaciones idénticas o muy parecidas. Esto es un fuerte indicador de campañas coordinadas para repetir un mensaje hasta que parezca verdad. La implementación de estos pasos permitió generar un análisis integral sobre las formas y el contexto en las que se desarrollan, a través de:

Un **mapa claro** de cómo se organizan y operan los grupos que difunden información y propaganda en TikTok y X.

La **identificación de las cuentas más influyentes** en la difusión de estas narrativas.

Un mejor entendimiento de las estrategias y tácticas utilizadas para manipular la conversación pública.

**Evidencia concreta** para ayudar a periodistas, verificadores de datos y a la ciudadanía a reconocer y combatir la desinformación de manera más efectiva.





# IV. LA ARQUITECTURA DE LA DESINFORMACIÓN: PLATAFORMAS Y PÁGINAS PROXY

La investigación revela que existen páginas “punta de lanza” o páginas que sirven como proxies para difundir mensajes y ejecutar campañas de propaganda. En ellas se invierte una cantidad considerable de recursos, a través de la producción de contenido profesional; la difusión de este, por medio de las principales redes sociales y el pago de pautas que permiten masificar la difusión de ese contenido propagandístico.

El ejemplo más visible de estas plataformas proxy es la operación denominada como MiNotaHN. Esa cuenta inició como una copia del portal de noticias TuNota.com, que forma parte de la Corporación Televisión. MiNotaHN adoptó la misma línea gráfica y estableció su presencia con un portal web y cuentas en Facebook, Instagram, X, TikTok y YouTube.

A mayo de 2025 el portal web de minotahn.com contaba con 3,558 notas o artículos en formato periodístico, el más antiguo publicado en septiembre de 2023. A su vez, MiNota había asignado más de L 650 mil de pauta en las plataformas de Meta, distribuidos en más de 700

anuncios en Instagram y Facebook.<sup>3</sup>

De igual forma, a través de Facebook e Instagram, se detectó al menos 9 páginas que se hacen pasar por medios semi-periodísticos o páginas orgánicas que defiende el gobierno y su liderazgo.

Esas páginas invierten cantidades considerables para pautar mensajes (aproximadamente L 1.9 millones desde junio de 2024 a mayo 2025, un promedio de L 158,000 al mes, contabilizando solo Facebook e Instagram). Sin embargo, hay que tomar en cuenta que la mayor inversión y trabajo de esas páginas se centra en la producción del contenido audiovisual que requiere talento en diseño gráfico, manejo de las páginas en las diferentes redes, producción

de video y el uso de estudios de grabación equipados con materiales y equipo profesional. A través de cotizaciones y entrevistas a profesionales se puede estimar que, en promedio, los costos de personal son:

- 1. Diseñador gráfico (15 piezas de contenido por mes) – L 4,500
- 2. Community manager (20 piezas de contenido por mes) – L12,000
- 3. Edición de video (4 piezas de contenido por mes) – L 4,000

Tomando en cuenta que MiNotaHN ha producido 3,558 piezas de contenido desde septiembre de 2023, un promedio de 160 piezas por mes, se estima que los costos mensuales de dicho volumen de productos son:

| Puesto                     | Costo mensual    |
|----------------------------|------------------|
| Diseñador(es) gráficos     | L 48,000         |
| Community manager(s)       | L 96,000         |
| Edición de video           | L 160,000        |
| Ads (Facebook e instagram) | L 55,000         |
| <b>Total</b>               | <b>L 359,000</b> |

<sup>3</sup> La data citada en estudio relacionada a las plataformas de Meta (Facebook e Instagram), fueron extraídas del Reporte de Biblioteca de Anuncios de Meta.

En síntesis, el costo promedio para la operación de una página de ese tipo es de L 359,000 mensuales. Sumados a lo anterior, muchas de esas páginas han pautado anuncios

en las plataformas de Meta <sup>4</sup> (ver tabla 1), demostrando que estas son parte de la misma estructura de propaganda del gobierno.

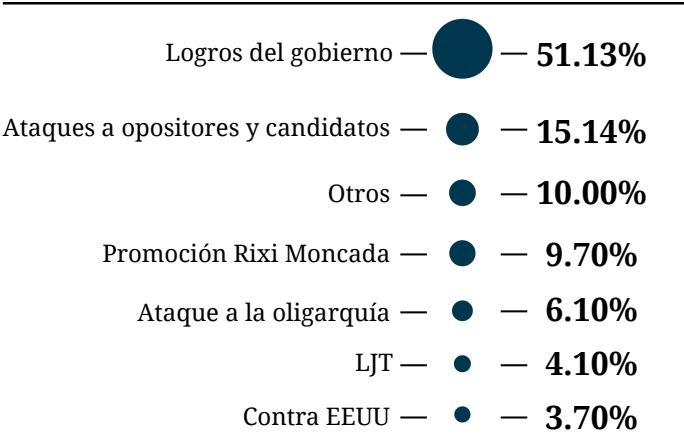
Tabla 1: Información de descargo de responsabilidad de páginas proxy

| Página                        | Número de Teléfono | Correo Electrónico       | Gasto en Pauta |
|-------------------------------|--------------------|--------------------------|----------------|
| Pijazo al Pecho               | 8774 0423          | elpijazo@zohomail.com    | 78,777         |
| Me Cayó el 20                 | 8774 0423          | notipoli2024@gmail.com   | 62,792         |
| No te lo dicen                | 3333 0800          | notelodicenhnd@gmail.com | 219,177        |
| MiNotaHN                      | 9570 2616          | minotahn@gmail.com       | 654,793        |
| No Somos Iguales              | 8774 0423          | elpijazo@zohomail.com    | 41,486         |
| Tupodcasthn                   | 3326 4625          | info@tupodcasthn.com     | 10,147         |
| El Bunker 504                 | 8774 0423          | info@ahn.hn              | 644,772        |
| Agencia Hondureña de Noticias | 9564 3387          | info@ahn.hn              | 107,896        |
| El Dardo HN                   | 8774 0423          | notipoli2024@gmail.com   | 106,681        |

Fuente: : Informe de biblioteca de anuncios de Meta, a mayo 2025.

Analizando el contenido que esas páginas priorizan pautar para amplificar su difusión, se encontró que sus principales categorías se centran alrededor de: la promoción de los logros del gobierno actual (ver imagen 6), la promoción de la candidatura de Rixi Moncada y ataques a la oposición en la política (ver gráfico 1), medios de comunicación, sociedad civil, entre otros (ver imagen 4 y 5).

Gráfico 1: Composición de narrativas impulsadas con pauta en Facebook e Instagram



Fuente: Informe de la biblioteca de anuncios de META y clasificación de mensajes usando IA.

<sup>4</sup>Meta no se hace responsable del contenido publicado y traslada esa responsabilidad a la cuenta de las plataformas, sin embargo, les exige sus “datos personales en caso de que este contenga contenido que viole las reglas de la plataforma y se le pueda dar el debido seguimiento.



**Imagen 4 y 5:** Campañas de desprestigio en Facebook e Instagram



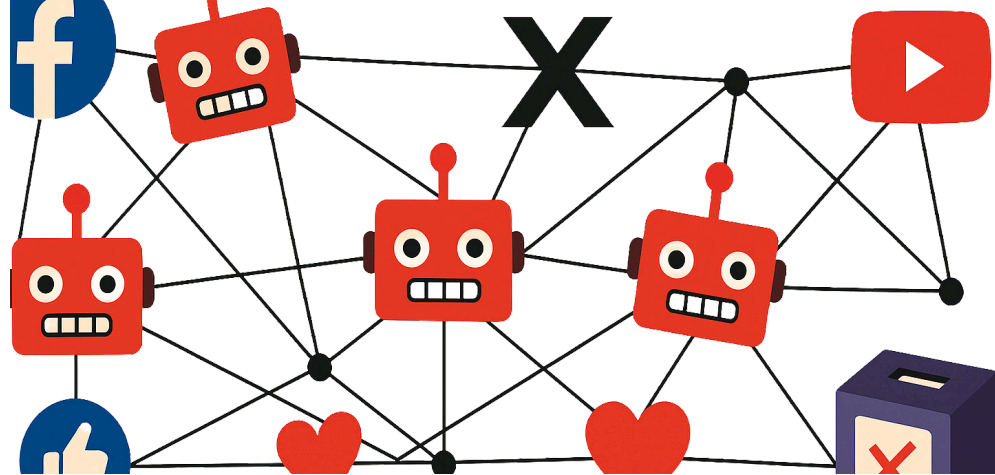
**Fuente:** : Informe de biblioteca de anuncios de Meta y perfiles de páginas alternativas al poder (Pijaso al Pecho, Bunker 504).

**Imagen 6.** Página alternativa reproduciendo contenido del gobierno

**Fuente:** : Informe de biblioteca de anuncios de Meta y perfiles de páginas alternativas al poder (Pijaso al Pecho, Bunker 504).



Uno de los signos más perturbadores de esas “operaciones” es la actividad relacionada con la réplica o amplificación de contenido oficial producido por instituciones gubernamentales, especialmente de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) y la Secretaría de Planificación Estratégica.



Junto a las páginas listadas arriba (ver tabla 1), que se enfocan principalmente en contenido visual, existen otras cuentas como Espacio Consciente y tupodcasthn”, que promueven una narrativa estratégica que va más allá de -pero no descuida- los ataques coyunturales a opositores. Estas cuentas se distinguen por tener personas al frente de su contenido construyendo narrativas al estilo de “minidocumentales” o de “editoriales de opinión” que se encargan de elaborar piezas que se enfoca predominantemente en amplificar narrativas polarizantes de ricos vs. pobres.

Por otro lado, se encuentra cuentas menos conocidas y sin la aparición de influencers, que se dedican a mantener el culto a la personalidad -principalmente- del expresidente Manuel Zelaya y Rixi Moncada, algunas de esas utilizan comparaciones que al exportador le pueden parecer absurdas o caricaturescas. Por ejemplo, la cuenta @megarednacional en TikTok produjo una serie de 3 capítulos cuya historia se

centraba en sugerir vínculos de Zelaya con civilizaciones extraterrestres benévolas

Para la mayoría, esta pieza de contenido puede desecharse inmediatamente como una broma o contenido humorístico. Sin embargo, la particularidad algorítmica de

TikTok se distingue por mostrarle al usuario contenido al que está más propenso a mantener su atención y reforzar sus creencias existentes. Por lo tanto, este contenido le aparecería con mayor probabilidad en la intersección a los usuarios que admiran a Mel Zelaya y de los usuarios que están abiertos (o ya convencidos) a la teoría de que hay una influencia extraterrestre sobre la tierra.



Para muchos, Zelaya sigue siendo un líder con ideas visionarias. Para otros, es el embajador de una civilización lejana, observándonos y guiándonos desde las sombras. Así, la pregunta persiste en los corazones de los hondureños: ¿Es Manuel Zelaya simplemente un hombre de su tiempo, o un visitante de las estrellas con una misión más allá de nuestra comprensión?

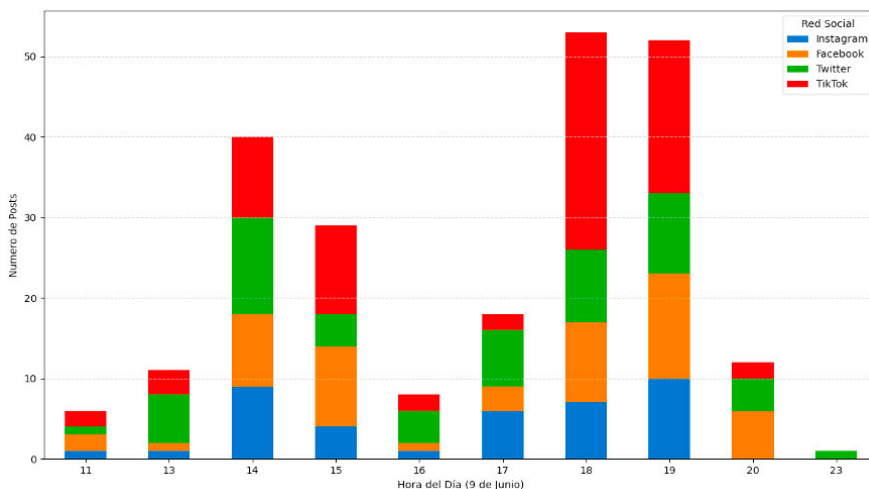
**"Existen otras cuentas como Espacio Consciente y tu podcast HN que promueven una narrativa estratégica que va más allá de -pero no descuida- los ataques coyunturales a opositores".**

## V. Coordinación, sincronización y la maquinaria de las "Tropas digitales"

Un aspecto clave de esa estrategia es la sincronización de los mensajes entre esas páginas y la participación de autoridades oficialistas en conflictos políticos entre el gabinete de gobierno y opositores. Basta con ver la frecuencia con la que autoridades gubernamentales comparten las publicaciones de esas páginas, borrando la línea entre la autoría intelectual y la amplificación de este contenido. Por ejemplo, desde septiembre de 2024 a junio 2025, el excanciller Eduardo Enrique Reina y el ministro Ricardo Salgado retuitearon contenido de MiNotaHN y de la página Agencia Hondureña de Noticias, exactamente en 190 ocasiones cada uno.

La estrategia también contempla la sincronización con las tropas digitales que, a su vez, utilizan hashtags y piezas visuales (ilustraciones, caricaturas o mensajes de desinformación) logrando un incremento repentino en una ventana corta de tiempo. Un ejemplo notable es el posicionamiento del hashtag #NoEsOdioEsLaVerdad en las diferentes plataformas. Solo el 9 de junio de 2025 se realizaron 230 posts con esa etiqueta, distribuidos entre las 4 redes sociales principales (ver gráfico 2). La campaña fue dirigida principalmente a señalar fracasos del Partido Nacional en gobiernos pasados como justificación del discurso de odio.

**Gráfico 2:** Posts por hora en campaña #NoEsOdioEsLaVerdad

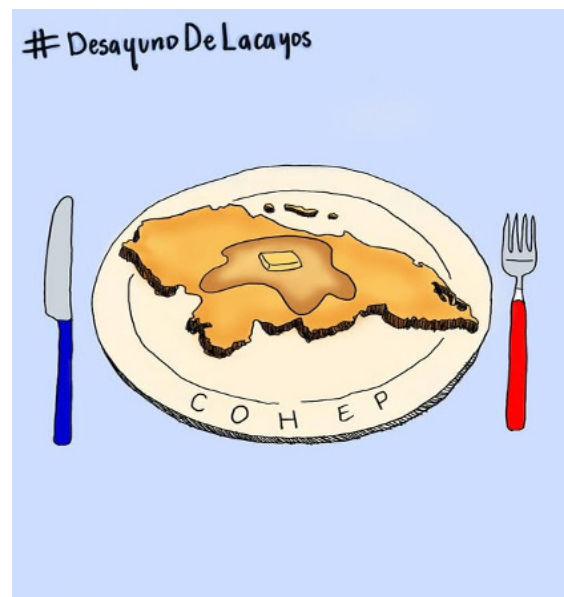


**Fuente:** : Elaboración propia con data recolectada vía scraping

Otro ejemplo, es la campaña de rechazo a la invitación de un desayuno hecho por el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP) los precandidatos presidenciales como una antesala a los debates presidenciales de las elecciones primarias. Muchos candidatos accedieron a la invitación, pero no Rixi Moncada. En cambio, las tropas promocionaron el hashtag #DesayunoDeLacayos (ver imagen 6 y 7).



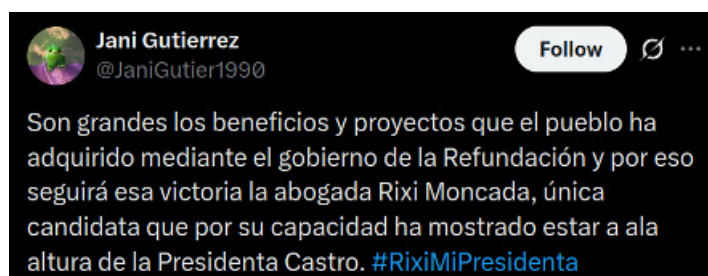
**Imagen 6 y 7:** Campaña #DesayunoDeLacayos



**Fuente:** Cuentas en X de Núñez, M. [@nunezmarisol513]. (2025, enero 15) y Gutiérrez, J. [@JaniGutier1990, (2025, enero 15)

La sincronización y coordinación de cuentas evidencia no solo la ejecución de campañas, sino también, la presencia de mensajes idénticos al estilo copy-paste (*ver imagen 8*):

**Imagen 8:** Difusión de contenido idéntico



**Fuentes:** Cuentas en X de Jani Gutiérrez, Sandy Luz,

## VI. TikTok

TikTok ocupa un lugar único dentro del ecosistema de propaganda gubernamental hondureño. Su formato centrado en videos breves y virales, combinado con una audiencia mayoritariamente joven y algoritmos de recomendación altamente personalizados, lo convierten en el terreno ideal para la experimentación de narrativas extremas y

contenido desinformativo que sería demasiado arriesgado en plataformas más reguladas y monitoreadas (*ver imágenes de 9 a la 11*).

En TikTok se encuentran los ejemplos más audaces de manipulación: desde contenido que sugiere vínculos extraterrestres con líderes políticos hasta el uso masivo de plantillas sonoras simulando

noticias de última hora que buscan dar legitimidad a la propaganda y desinformación. La naturaleza algorítmica de TikTok, diseñada para reforzar las creencias existentes del usuario, lo convierte en un laboratorio para probar los límites de la receptividad del público a diferentes tipos de mensaje.

**Imagen 9, 10 y 11:** Contenido desinformativo y extremo en TikTok



**Fuentes:** cuentas en TikTok @revo\_libre01(Elon Musk), @política.libre (Salvador Nasralla) y @pibe359 (Cardenal Rodriguez)

### Estructura de la red

El análisis técnico de 29,000 cuentas TikTok revela una arquitectura en dos niveles claramente diferenciados que opera bajo una jerarquía. En el nivel superior, se ha identificado al menos 317

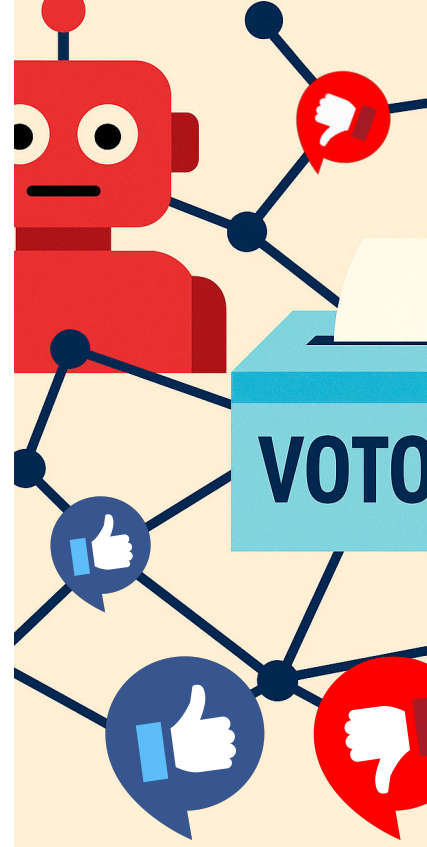
cuentas "locutoras" <sup>5</sup> (*ver tabla 2*) que funcionan como nodos de alto alcance y sirven como punto de origen para la mayoría del contenido propagandístico.

"El análisis técnico de 29,000 cuentas en TikTok revela una arquitectura en dos niveles claramente diferenciados que operan bajo una jerarquía".

Estas cuentas presentan características distintivas: publican contenido exclusivamente alineado con mensajes gubernamentales, no existe rastro de vida personal, mantienen un número alto de seguidores. Siguen a muy pocos usuarios y utilizan nombres genéricos, imágenes de stock o se presentan como páginas de medios pequeños. En este nivel también se encuentran influencers semi-independientes que producen y difunden desinformación y propaganda.

El segundo nivel está compuesto por aproximadamente 5,700 cuentas "amplificadoras" (ver **tabla 2**) cuya función principal es

compartir, comentar, replicar y postear como "nuevo" el contenido generado por las locutoras. Su comportamiento revela una estructura de ecosistema cerrado: siguen a las mismas cuentas y son seguidas por los mismos nodos, formando comunidades densamente interconectadas que buscan llegar a las cuentas periféricas (ver **tabla 2**). Es importante aclarar que realizar el scraping de toda la comunidad TikTok hondureña no es un ejercicio factible; por lo que, acotamos que es casi con certeza que los hallazgos presentados aquí no representan la totalidad de actividad de tropas digitales y de desinformación en Honduras.



**Tabla 2:** Clasificación funcional de cuentas en la red TikTok pro-gobierno

| Tipo de cuenta      | Volumen estimado | Función principal                           | Características clave                                                              |
|---------------------|------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Locutoras           | ~317             | Difundir contenido propagandístico original | Cuentas con muchos seguidores, pocos seguidos, sin contenido de vida personal      |
| Amplificadoras      | ~5,700           | Compartir y comentar contenido de locutoras | Repostean, dan «me gusta», comentan, comparten.                                    |
| Periféricas         | ~23,000          | Audiencia orgánica / simpatizantes sueltos  | Interacciones esporádicas, bajo volumen de publicaciones                           |
| Influencers aliados | --               | Narradores semi-independientes              | No son tropas directas, pero son replicados masivamente por cuentas amplificadoras |

## Contenido y tácticas

El contenido propagandístico en TikTok se distingue por su tono sensacionalista, confrontativo y vulgar, especialmente dirigido hacia figuras de oposición, líderes empresariales, periodistas críticos y hasta líderes religiosos. Esta agresividad narrativa aprovecha el formato de videos breves y virales de la plataforma, junto con su audiencia mayoritariamente joven, para circular mensajes polarizantes y ofensivos que frecuentemente se disfrazan como contenido noticioso legítimo.

**“El contenido propagandístico en TikTok se distingue por su tono sensacionalista, confrontativo y vulgar, especialmente dirigido hacia figuras de oposición, líderes empresariales, periodistas críticos y hasta líderes religiosos”**

<sup>5</sup> Se refiere a cuentas de alta influencia en una comunidad en el alcance de su contenido y como puente que conecta cuentas que no tienen conexión entre ellas.



Una táctica clave de esas redes de propaganda es usar sonidos de TikTok para hacer que sus videos parezcan noticias de última hora. Abusan de audios populares como "HCH-Último Momento", "Epic News" y "Noticias 24 Extra". De hecho, esa estrategia es tan central que 3 de los 5 sonidos más utilizados por estas cuentas son precisamente plantillas que imitan noticieros. El objetivo es claro: crear una falsa sensación de urgencia y engañar a los usuarios para que crean que la propaganda es una noticia real

El uso instrumental de elementos sonoros representa una sofisticación narrativa que va más allá de informar. Busca insertar propaganda y desinformación bajo el disfraz de "noticia de último momento", aprovechando la asociación psicológica que los usuarios tienen entre estos sonidos e información urgente y veraz.

## Patrones de comportamiento

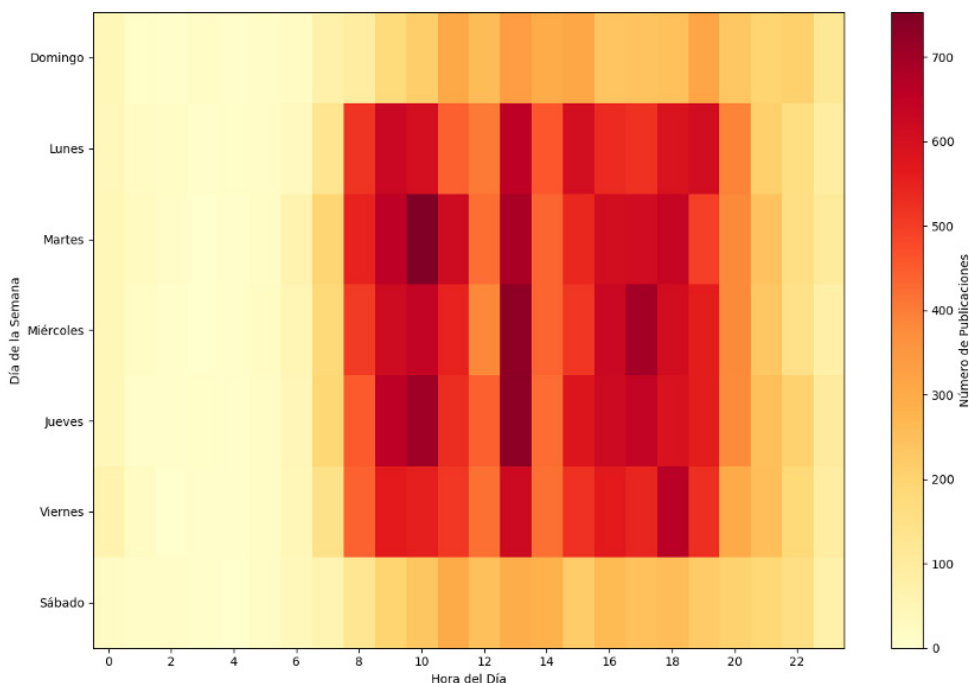
El análisis temporal de la actividad en TikTok revela patrones que confirman la naturaleza organizada y profesional de estas operaciones de propaganda. Al mapear las fechas y horas de publicación de videos de las cuentas locutoras y amplificadoras, emerge un patrón de posteo altamente concentrado

cuentas y durante períodos prolongados sugiere unacoordinación central que asigna turnos específicos y momentos de publicación, maximizando el impacto durante las horas de mayor tráfico en redes sociales.

**“La actividad de posteo se concentra de lunes a viernes de 08:00 a.m. a 06:00 p.m. y se reduce drásticamente los fines de semana”**

La actividad de posteo de videos se concentra de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. y se reduce drásticamente los fines de semana (ver gráfico 3). Este patrón refuerza la hipótesis de que detrás de estas cuentas hay operadores que no reflejan el comportamiento de un usuario normal, sino de alguien que conoce los horarios de mayor uso y alcance del contenido posteo (SproutSocial, 2025). La consistencia de estos horarios a través de miles de

**Gráfico 3:** Mapa de calor - horarios de posteo en TikTok



**Fuente:** Elaboración propia con data de 42,000 videos

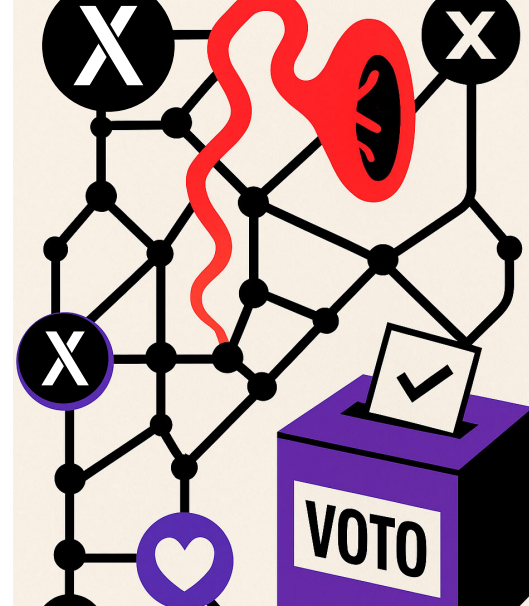
## X. (Twitter)

Si TikTok funciona como laboratorio de experimentación narrativa, X es donde se evidencia claramente la jerarquía de la red y los mecanismos de sincronización que convierten declaraciones oficiales en tendencias artificiales.

El análisis de las interacciones en X revela no solo la estructura organizacional de la maquinaria, sino que también cómo los mensajes son amplificados por funcionarios, creando la ilusión de un consenso

popular que en realidad es manufacturado.

El análisis de aproximadamente 22,000 cuentas hondureñas en X con actividad política recurrente durante el periodo 2022–2025, reveló que esas cuentas se organizan en grupos claramente diferenciados. Dos de esos grupos contienen un número desproporcionado de cuentas que apoyan al gobierno *(ver gráficos 4 y 5)*. Además, esos grupos digitales comparten características y comportamientos similares que evidencian una operación sistemática diseñada para

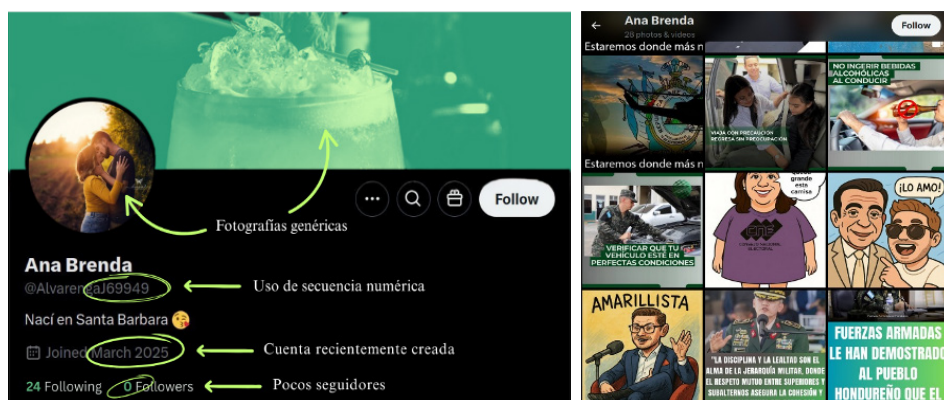


amplificar mensajes favorables al gobierno y atacar de manera coordinada a sus críticos.

Rasgos comunes y comportamiento en red

- Las cuentas identificadas en estos grupos muestran comportamientos que sugieren que son falsas o controladas artificialmente.
- Muchas de ellas comparten nombres genéricos y combinaciones de números sin significado aparente *(ver imagen 12)*.
- Fotos de perfil genéricas o copiadas de otros usuarios.
- Actividad centrada exclusivamente en defender al gobierno o atacar a sus críticos *(ver imagen 13)*.

**Imagen 12 y 13.** Ejemplo de cuenta y contenido de tropa digital



**Fuente:** Cuenta en X @alvarenga69949 ( Ana Brenda)

## Topología de la red en X y descubrimiento de comunidades <sup>6</sup>

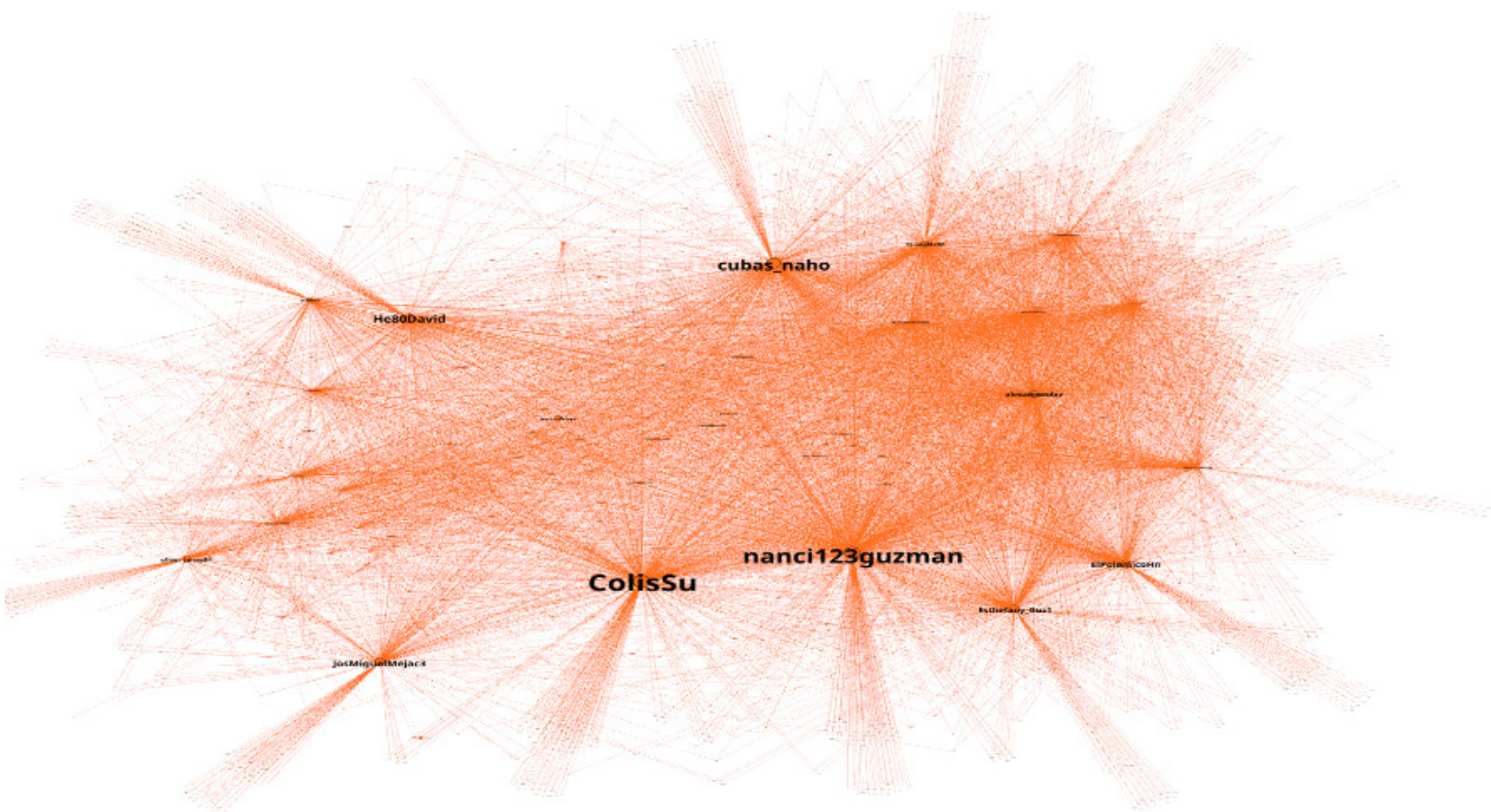
En un sentido académico, el análisis de redes sociales no se ciñe únicamente a redes sociales en internet, sino en su sentido más amplio. El análisis se centra en descubrir las conexiones entre dos actores en una red y cómo colectivamente, revelan la estructura de conexiones entre todos. Cuando se grafica esas redes se componen por puntos (nodos) que corresponden a una cuenta específica, mientras que las líneas (conexiones), representan una relación de seguidor/seguído.

<sup>6</sup> La data citada en estudio relacionada a las plataformas de Meta (Facebook e Instagram), fueron extraídas del Reporte de Biblioteca de Anuncios de Meta.

Para la investigación se analizó un universo de 22,000 cuentas de X, mapeando las relaciones entre ellas basado en la densidad de sus conexiones, es decir, la coincidencia entre seguidores y seguidos. Los resultados del análisis demuestran que existen una serie de “comunidades”, muchas de esas conformadas por cuentas reales. No obstante, se identificaron dos comunidades que se caracterizan por la participación de cuentas de tropas digitales.

El color -verde y naranja- de las líneas que conectan ambas comunidades demuestra la direccionalidad de la relación. Las gráficas 4 y 5 revelan que son comunidades “activas” y principales en el ecosistema de discusión política en Honduras. Además, evidencia que están altamente conectadas entre ellas mismas y frecuentemente tienen la participación de funcionarios e instituciones de gobierno (*ver gráfico 6*).

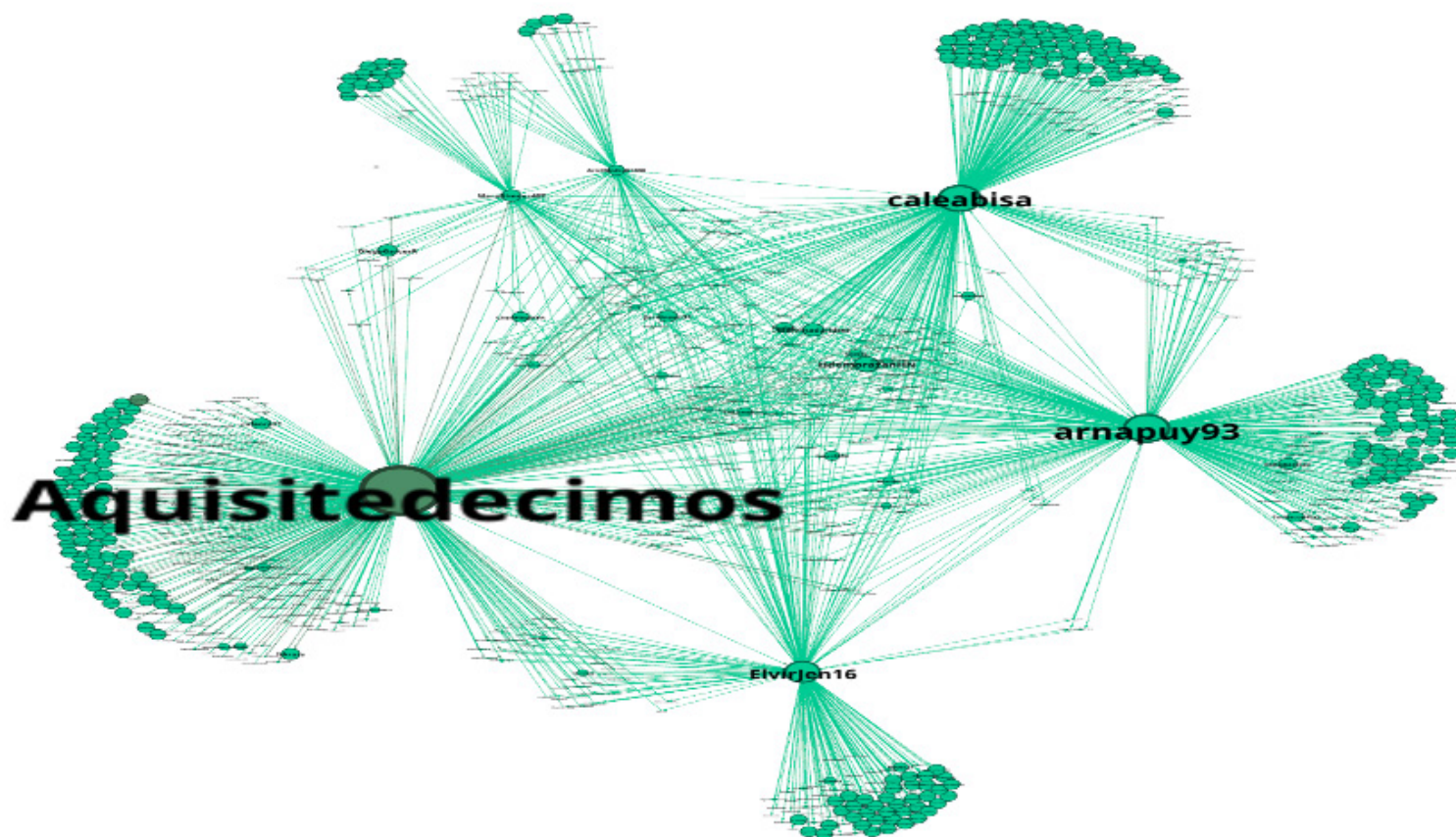
**Gráfico 4:** Comunidad de tropas digitales #1 (3,361 cuentas)



**Fuente:** Análisis de Redes Sociales a data recolectada vía scraping.



**Gráfico 5:** Comunidad de tropas digitales #2 (1,265 cuentas)



**Fuente:** Análisis de redes sociales a data recolectada vía scraping.

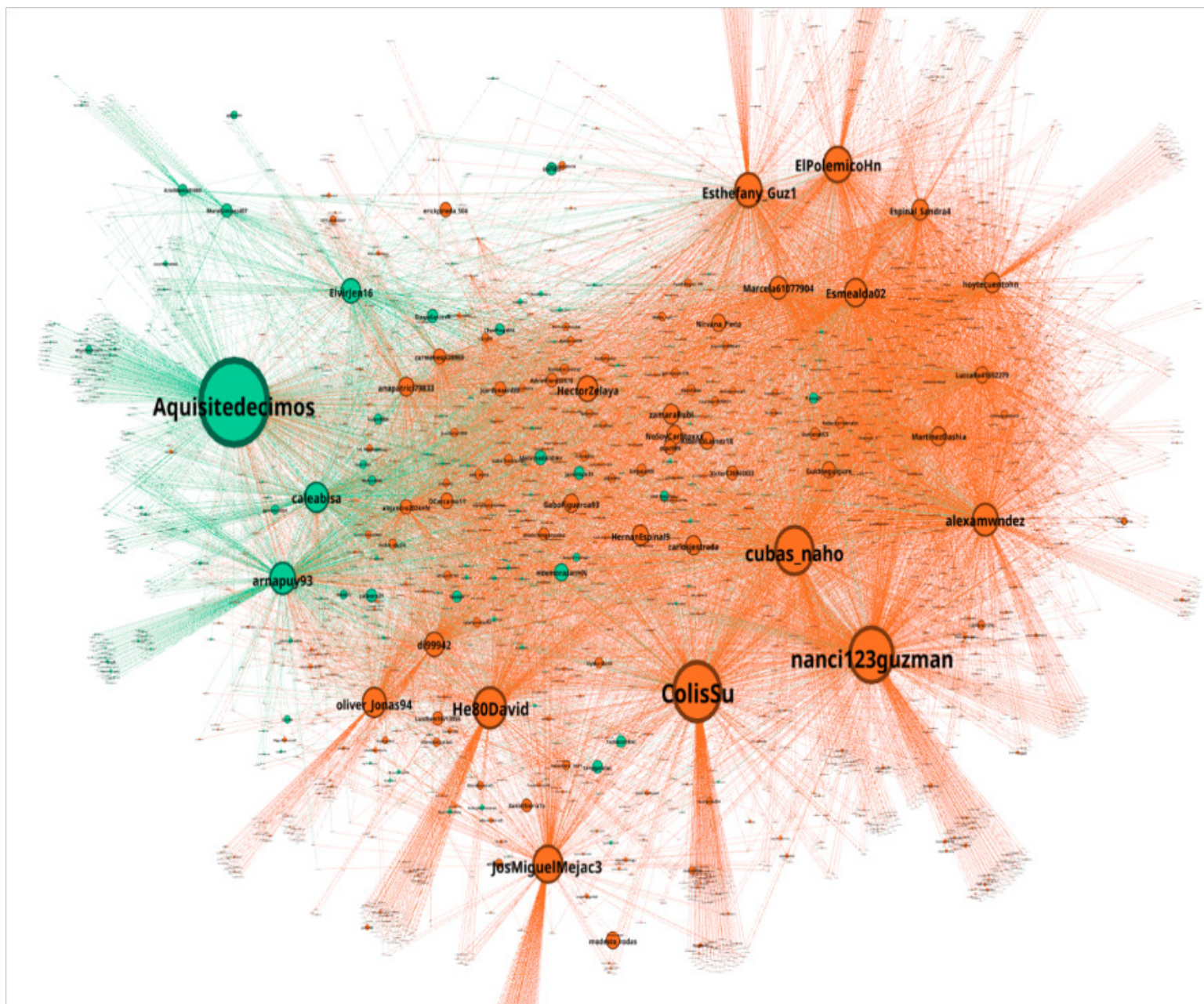
Los nodos más grandes de ambas redes **@ColisSu (ColisSu)** y **@Aquisitedecimos (Aquisitedecimos)** representan cuentas muy influyentes en el esparcimiento de contenido y las conexiones entre ellas, demuestran la relación seguido/seguuidor

Es importante destacar que, si bien, uno de los objetivos de las tropas digitales es amplificar y promover los

mensajes de funcionarios e instituciones, otras cuentas como Héctor Zelaya y José Carlos Cardona, aparecen como miembros de la comunidad virtual para servir como punto de referencia entre las tropas, aunque también, su participación se centra en la promoción de una narrativa impulsada artificialmente.

**“(...) cuentas como Héctor Zelaya y José Carlos Cardona, aparecen como miembros de la comunidad virtual para servir como punto de referencia entre las tropas”**

**Gráfico 6:** Conexiones entre las dos comunidades



**Fuente:** Análisis de Redes Sociales a data recolectada vía scraping.

## Patrones de comportamiento

El contenido compartido por esas cuentas tiende a adoptar un tono confrontativo, moralizante y despectivo, especialmente hacia opositores, líderes

empresariales, periodistas y organizaciones de sociedad civil. Las publicaciones suelen mezclar sarcasmo, afirmaciones sin fuente, imágenes editadas y memes,

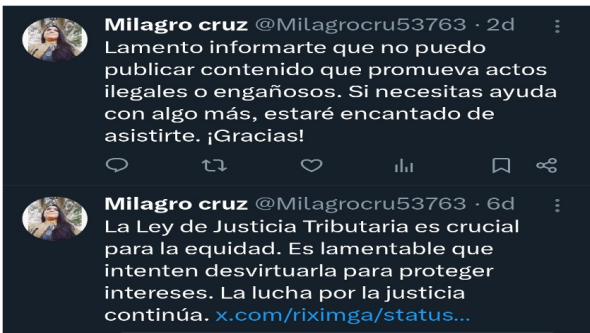
pero también frases reiterativas que refuerzan un mensaje central a través de la repetición.



Un hallazgo relevante de la investigación y que llama considerablemente la atención es la presencia de publicaciones con frases extraídas aparentemente de modelos de lenguaje, como ser:

un tipo de respuesta que normalmente aparece cuando un asistente de IA rechaza una solicitud indebida. El hecho de que esta frase fuera publicada idénticamente por múltiples cuentas distintas sugiere un posible uso (y fallo) de herramientas automatizadas basadas en inteligencia artificial (ver imagen 14). Esto abre la puerta a un análisis aún más complejo: el uso experimental de IA generativa como plataforma de producción de contenido político

**Imagen 14.** Rechazo de la Inteligencia Artificial para producir contenido engañoso o violento.



**Fuente:** Cuenta de X @MilagroCru53763

Finalmente, la investigación arroja un universo de cuentas funcionando (ver tabla 3) y el tipo de contenido que producen (ver tabla 4), evidenciando esa maquinaria que utiliza -en la mayoría de los casos- un mismo lenguaje para atacar indiscriminadamente a la oposición política, críticos y “disidentes” al gobierno en turno.



Lamento informarte que no puedo publicar contenido que contenga información no verificada...”

automatizado. Aunque los indicios son limitados, su sola existencia plantea interrogantes sobre el grado de sofisticación técnica de estas operaciones y sobre la capacidad futura de estos actores para escalar sus tácticas.

**Tabla 3.** Tipos de cuentas identificadas en X

| Tipo de cuenta             | Función principal                                                   | Características observadas                              |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Trolls de ataque           | Atacar periodistas, opositores, ONG, empresa                        | Sin foto real, lenguaje ofensivo, nombres genéricos     |
| Retuiteadores              | Amplificar contenido oficial o de trolls                            | Publican poco, retuitean mucho, siguen a pocos          |
| Proxy influyentes          | Interfaz semi-oficial (ej. MiNotaHN, Agencia Hondureña de Noticias) | Marca editorial, estilo noticioso, muchas interacciones |
| Simpatizantes amplificados | Reales pero usados como portavoces                                  | Figuras con engagement medio-alto, replicados por red   |

**Fuente:** Análisis de Redes Sociales a data recolectada vía scraping.

**Tabla 4.** Clasificación del tipo de contenido

| Categoría                | Ejemplo de Hashtag      | Observación                                |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------------------------|
| Ataque                   | #GabrielaNoMeRepresenta | Coordinado en campaña contra CNA           |
| Campaña Política         | #RixiEsRevolución       | Narrativa de precandidatura                |
| Institucional            | #JusticiaTributariaYa   | Identidad política, eje de legitimación    |
| Simpatizantes Propaganda | #XiomaraCumple          | Eslóganes a favor de gestión gubernamental |

**Fuente:** Análisis de Redes Sociales a data recolectada vía scraping.



# VIII. Análisis de olas de creación de cuentas

El análisis sobre las fechas de creación sobre las cuentas identificadas en las dos comunidades de propaganda, muestra que se pueden identificar olas específicas de creación masiva de cuentas, con picos que coinciden con momentos políticos significativos como: la toma de posesión de Xiomara Castro en enero 2022, la crisis en el Congreso Nacional por nombramiento de una nueva Corte Suprema de Justicia y la crisis sobre el

nombramiento del Fiscal General en febrero y octubre 2023 respectivamente (*ver gráfico 7*).

Las características de esas olas de creación son:

- **Más del 60% de cuentas creadas en olas presentan sufijos numéricos automáticos** (ej. Alejand81895141)
- **Patrones de seguimiento artificiales:** La mayoría muestran cuentas que siguen a muchos, pero tienen pocos seguidores.

- **Identificadores internos:** Aproximadamente 19 por ciento de las cuentas creadas en las 10 olas más grandes incluyen emojis relacionados a flores (principalmente 🌺 - un emoji distintivo asociado a Rixi Moncada)

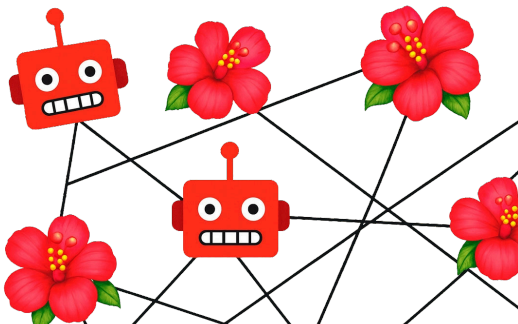
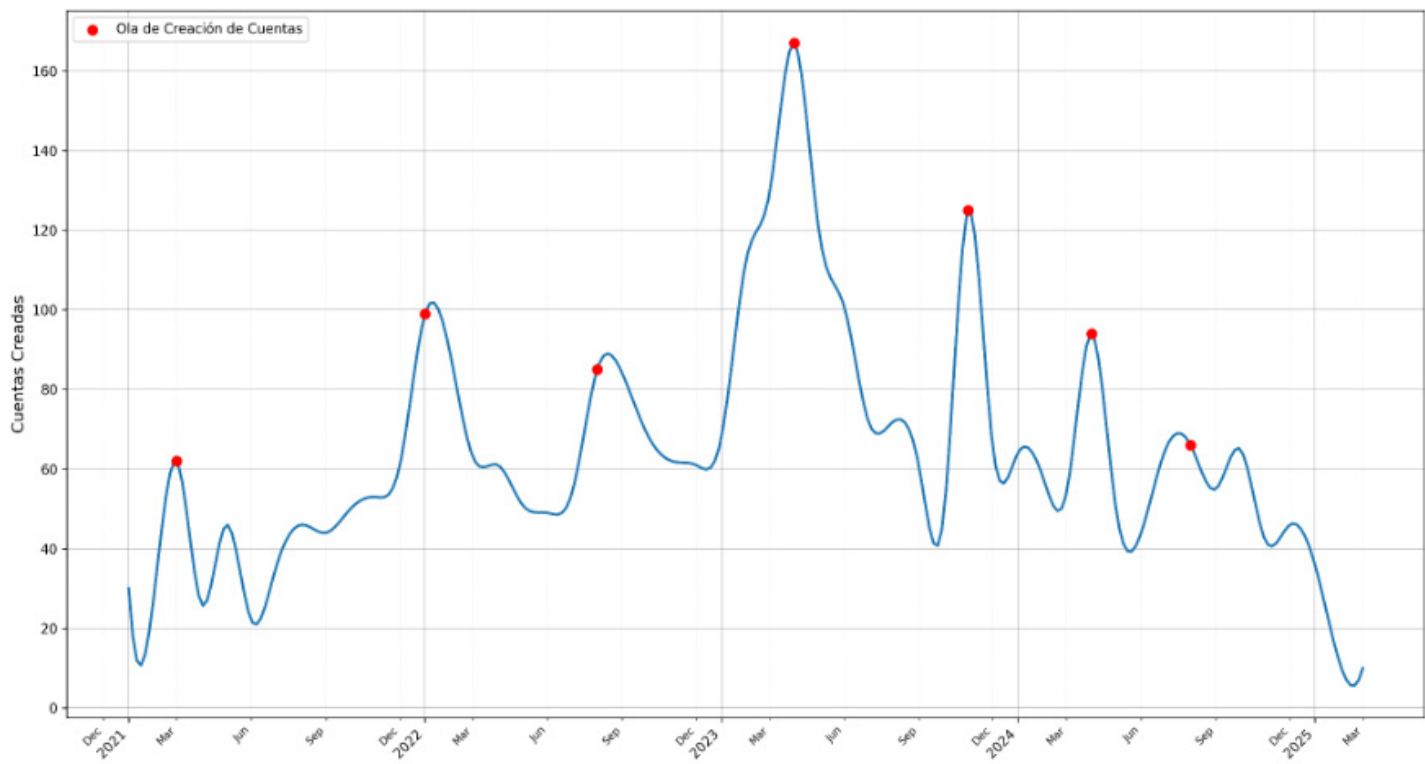


Gráfico 7. Olas de creación de cuentas



Fuente: Elaboración propia con data recolectada vía scraping.

# IX. Casos de estudio: Ataques contra Gabriela Castellanos y Alice Shackelford

Los patrones identificados en el análisis de redes sociales cobran vida a través de casos concretos que demuestran las consecuencias reales de esa maquinaria de propaganda. Los ataques contra figuras específicas no son eventos aislados, sino, operaciones calculadas que siguen protocolos establecidos y revelan la verdadera naturaleza política de la red.

Los casos que se presentan a continuación ilustran cómo la coordinación entre declaraciones oficiales y campañas digitales puede escalar desde la difamación en línea, hasta amenazas físicas reales. Forzando al exilio a los críticos del gobierno y creando un ambiente de intimidación que trasciende el espacio digital.

Las campañas de difamación contra Gabriela Castellanos, directora del CNA y Alice Shackelford, excoordinadora residente de las Naciones Unidas en Honduras ilustran cómo funciona la maquinaria de propaganda cuando se activa contra figuras que desafían al poder y quienes respaldan esos esfuerzos.

**Gabriela**

## Castellanos: Ataques tras el informe "Concentración de poder 2022-2026"

Como directora ejecutiva del CNA, Gabriela Castellanos se convirtió en objetivo gubernamental tras la publicación del informe "Concentración de Poder 2022-2026", que denunció de manera contundente el nepotismo en el gobierno de Xiomara Castro. El documento detalla cómo familiares directos de la presidente y su esposo, Manuel Zelaya, ocupan puestos clave en la administración, replicando patrones de abuso de poder que el gobierno había prometido erradicar.

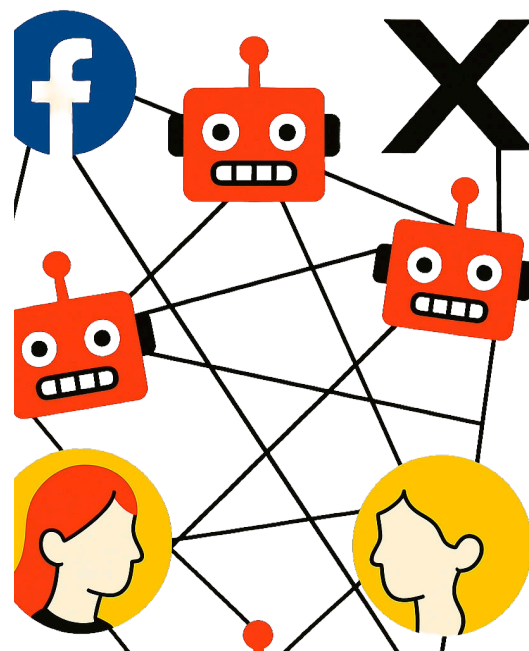
En lugar de abordar las preocupaciones legítimas del CNA, el gobierno respondió con una campaña agresiva de difamación que se desplegó simultáneamente en canales oficiales y redes sociales. Los ataques se centraron en tres narrativas principales:

- **Resentimiento personal:** funcionarios del gobierno insinuaron que Castellanos actuaba por despecho al no recibir apoyo para una supuesta candidatura al puesto de Fiscal General.
- **Hipocresía selectiva:** Se le acusó de no haber criticado la corrupción durante la administración de Juan Orlando Hernández,

sugiriendo que su activismo era oportunista.

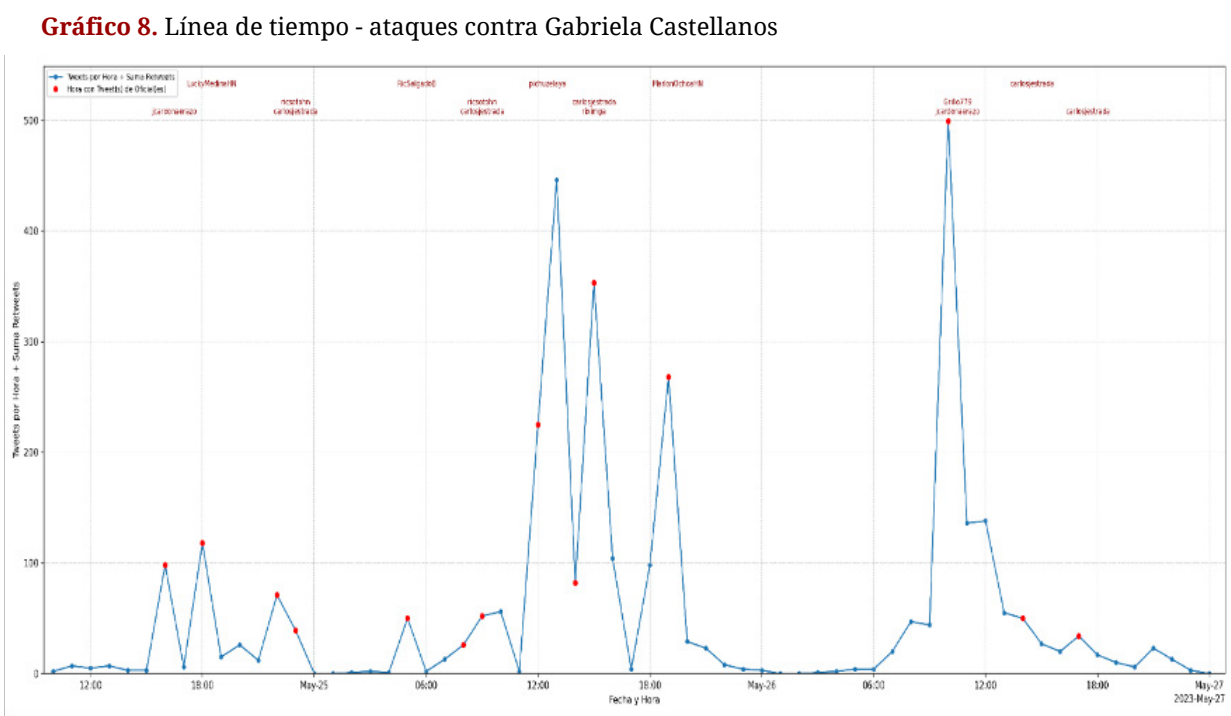
- **Agente extranjera:** La narrativa más recurrente presentaba a Castellanos como instrumento de intereses estadounidenses para desestabilizar el gobierno.

El análisis en X revela un patrón claro, después de la publicación del informe "Concentración de Poder", hubo un aumento exponencial en los mensajes negativos contra Castellanos. Los datos muestran picos de actividad que coinciden exactamente con declaraciones oficiales del gobierno. Términos como "traidora" y "agente extranjera" se volvieron hashtags recurrentes, amplificados por las mismas cuentas identificadas en la red de propaganda.



La coordinación y sincronización es evidente, cuando funcionarios publicaban declaraciones contra Castellanos, las tropas digitales replicaban inmediatamente estos mensajes, creando la falsa impresión de un rechazo masivo y espontáneo.

Los ataques escalaron más allá del ámbito digital. En las semanas posteriores a la publicación del informe, Castellanos comenzó a recibir amenazas contra ella y su familia (ver gráfico 8), lo que la llevó a abandonar el país por temor a su seguridad.



**Fuente:** Elaboración propia con data recolectada vía scraping

**Alice Shackelford:  
Ataques tras su  
solidaridad con  
Gabriela Castellanos**

Alice Shackelford, excoordinadora residente de las Naciones Unidas en Honduras, se convirtió en objetivo tras expresar apoyo público a Gabriela Castellanos durante una conferencia de prensa en julio de 2023 que coincidió con el regreso de Castellanos al país. Shackelford, con más de 25 años de experiencia en desarrollo y derechos humanos, se hizo presente para mostrar solidaridad con los esfuerzos anticorrupción de la sociedad civil.

El gobierno interpretó este apoyo como interferencia indebida en asuntos internos. La presidente Xiomara Castro y Manuel Zelaya criticaron abiertamente a Shackelford, calificando su intervención como politización de la ONU. Esta reacción oficial activó inmediatamente la maquinaria de propaganda digital.

**La campaña digital  
coordinada**

El análisis de la actividad en X en torno al caso de Shackelford revela un patrón de sincronización deliberada. La conferencia de prensa y participación de Shackelford

ocurrió aproximadamente a las 10:30 a.m. hubo menos de 10 tweets críticos durante todo el día. Será a partir de las 07:00 p.m. cuando el canciller Enrique Reina emitía el primer ataque público tras concluir una reunión con la misión exploratoria de la CICIH en Casa Presidencial que se desató la campaña coordinada contra Shackelford.



La secuencia de eventos muestra una clara jerarquía de activación: Manuel Zelaya amplifica el tweet de Enrique Reina; Xiomara Castro se suma al ataque de Zelaya, y esto activa una reacción en cadena donde diversos funcionarios responden, citan o retuitean los ataques. Detrás de toda esta actividad oficial, las tropas digitales amplifican sistemáticamente cada mensaje, multiplicando el alcance y la intensidad del ataque.

**Patrones de coordinación**  
Los ataques contra Castellanos y Shackelford forman parte de un patrón más amplio de rechazo sistemático a la crítica y a cualquier forma de escrutinio percibido como interferencia externa. Ambos casos, aunque representativos de las tácticas empleadas, no constituyen ejemplos aislados. Figuras como la exembajadora Laura Dogu, el candidato presidencial Salvador Nasralla, el candidato a diputado Rashid Mejía, y las consejeras del Consejo Nacional Electoral Cosette López y Ana Paola Hall

han sido víctimas de ataques coordinados similares, algunos de mayor duración y con diferentes niveles de exposición mediática.

Esa serie de casos revelan un patrón sistemático en el funcionamiento de la maquinaria de propaganda:

1. Activación desde arriba: Los ataques se inician con declaraciones oficiales de funcionarios de alto nivel.
2. Amplificación inmediata: Las tropas digitales replican y expanden estos mensajes en

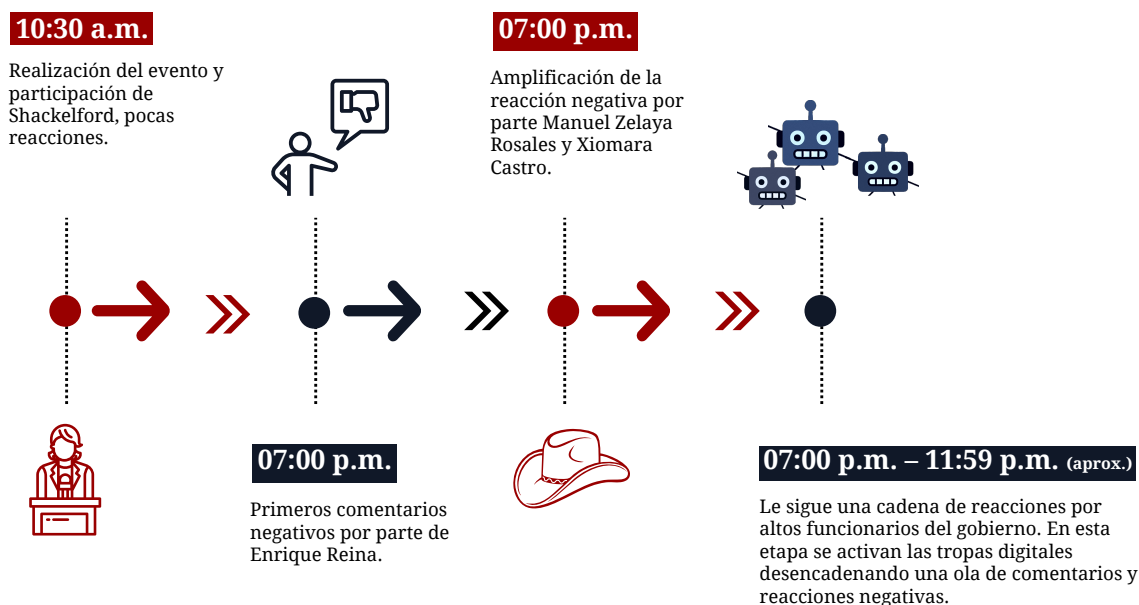
cuestión de horas.

3. Narrativas predefinidas: Se utilizan marcos narrativos consistentes ("agentes extranjeros", "desestabilizadores")

En resumen, los casos demuestran que la red de propaganda no opera de manera independiente, sino como una extensión digital del aparato gubernamental, activándose estratégicamente para defender al poder y atacar a sus críticos más efectivos.

## Cronología de ataques a Shackelford

**Jueves 20 de julio del 2023**



## X. Conclusiones

La investigación demuestra cómo opera esa red de propaganda orquestada desde el gobierno, que sistemáticamente ataca a todos aquellos que no son afín a su régimen. Dicha red tiene una serie de características que socavan la opinión pública, tales como:

### **Erosión democrática por desinformación estatal**

La operación de desinformación digital documentada en Honduras representa una amenaza directa a los principios democráticos, utilizando recursos públicos para manipular sistemáticamente la percepción ciudadana y silenciar voces críticas mediante campañas coordinadas de difamación y propaganda engañosa

### **Escala de la operación**

La red de tropas digitales y desinformación no solo combina páginas falsas y cuentas automatizadas, sino que también incorpora técnicas avanzadas de inteligencia artificial para producir contenidos propagandísticos a gran escala. Esto implica un riesgo elevado de futuras operaciones más sofisticadas y difíciles de detectar

### **Coordinación institucional y operativa**

Existe evidencia contundente que las campañas digitales son activadas desde los niveles más altos del gobierno, mostrando una sincronización precisa entre declaraciones oficiales y ataques digitales. Esta coordinación desdibuja la frontera entre actividad estatal legítima y la manipulación propagandística.

### **Consecuencias reales sobre individuos e instituciones**

La maquinaria de desinformación digital trasciende el espacio virtual y tiene consecuencias tangibles sobre defensores de derechos humanos, periodistas y figuras internacionales. Casos como los de Gabriela Castellanos y Alice Shackelford muestran cómo estas campañas pueden conducir al exilio forzado y al deterioro significativo de la seguridad personal.

## **Manipulación estratégica del espacio cívico**

---

El gobierno utiliza plataformas digitales como un espacio estratégico de manipulación política, afectando el debate público y debilitando la capacidad crítica de la sociedad para exigir rendición de cuentas. Esta instrumentalización del espacio digital reduce drásticamente la calidad del debate democrático.

## **Riesgo de institucionalización de la propaganda digital**

---

El reconocimiento explícito de autoridades gubernamentales sobre la existencia y financiamiento de equipos dedicados a estas actividades indica un riesgo real de institucionalización formal de la propaganda digital, consolidando su impacto nocivo sobre la transparencia y la democracia.

## **Necesidad urgente de mecanismos de defensa democrática**

---

El análisis evidencia la necesidad crítica de desarrollar mecanismos institucionales y sociales robustos para detectar, denunciar y combatir activamente las campañas digitales de desinformación. Sin respuestas efectivas y rápidas, estas prácticas pueden generar daños irreversibles en el tejido social y político de Honduras.



# XI. Bibliografía

**Contracorriente. (19 de Enero de 2024).**

Cuentas falsas, mensajes coordinados y tropas digitales: así fue la campaña de desprestigio contra Gabriela Castellanos que inició JOH y continuó el gobierno de Castro. Contracorriente. Obtenido de <https://contracorriente.red/2024/01/19/cuentas-falsas-mensajes-coordinados-y-tropas-digitales-asi-fue-la-campana-de-desprestigio-contragabriela-castellanos-que-inicio-joh-y-continuo-el-gobierno-de-castro/>

**Contracorriente. (Enero de 2024).**

Cuentas falsas, mensajes coordinados y tropas digitales: Así fue la campaña de desprestigio contra Gabriela Castellanos que inició JOH y continuó el Gobierno de Castro. Obtenido de contracorriente.red: <https://contracorriente.red/2024/01/19/cuentas-falsas-mensajes-coordinados-y-tropas-digitales-asi-fue-la-campana-de-desprestigio-contragabriela-castellanos-que-inicio-joh-y-continuo-el-gobierno-de-castro/>

**Contracorriente. (Enero de 2024).**

Cuentas falsas, mensajes coordinados y tropas digitales: Así fue la campaña de desprestigio contra Gabriela Castellanos que inició JOH y continuó el Gobierno de Castro. Obtenido de contracorriente.red: <https://contracorriente.red/2024/01/19/cuentas-falsas-mensajes-coordinados-y-tropas-digitales-asi-fue-la-campana-de-desprestigio-contragabriela-castellanos-que-inicio-joh-y-continuo-el-gobierno-de-castro/>

**Keutelian, M. (28 de March de 2025).**

Best Times to Post on TikTok in 2025 [Updated March 2025]. Sprout Social. Recuperado el 13 de June de 2025, de <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-tiktok/>

# Operación Desinformación

El impacto de los bots, las noticias falsas y la  
propaganda estatal en las elecciones en Honduras



INSTITUTO DE  
LA JUSTICIA



institutojhn



institutodelajusticia



@InstitutodelaJusticia



instituto-de-la-justicia-honduras



<https://institutodelajusticia.com>