

Original

Exploración de las preferencias temáticas de los ciudadanos en cuanto a campañas de sensibilización en democracia

Exploring citizens' thematic preferences regarding awareness-raising campaigns in democracy

Jimena García Merino¹, Karla Barahona², Ramón Jiménez Jiménez², Alex Canales², Fernando Salas^{2,3}, Saúl Flores², Guillermo E. Valle Marichal², Gisele Coto⁴, Irán Lisser⁵, Jorge René Hernández⁴, Reyna M. Durón^{*2,6}

¹ Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Universidad Tecnológica Centroamericana, Tegucigalpa, Honduras

² Proyecto Defensores de la Democracia, Frente Nacional para Elecciones Limpias, Honduras

³ Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Tegucigalpa, Honduras

⁴ Proyecto Defensores de la Democracia, Frente Nacional para Elecciones Limpias, Estados Unidos

⁵ Silver School of Social Work, New York University, New York, Estados Unidos

⁶ Dirección de Investigación, Universidad Tecnológica Centroamericana, Tegucigalpa, Honduras

*Autor correspondiente: reyna.duron@unitec.edu.hn



Este trabajo está bajo una licencia internacional Creative Commons Attribution 4.0 BY, NC.

Recibido: 26 de julio de 2025 / Aceptado: 28 de julio de 2025 / Publicado: 12 de agosto de 2025.

Cita: García Merino, J., Barahona, K., Jiménez Jiménez, R., Canales, A., Salas, F., Flores, S., y Durón, R. M. (2025). Exploración de las preferencias temáticas de los ciudadanos en cuanto a campañas de sensibilización en democracia, *Tekné: Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2), 1-8. <https://doi.org/10.69845/tekn.v3i2.501>

Resumen. Introducción. Las campañas de sensibilización dirigidas a los votantes deben ayudar a mejorar la participación ciudadana electoral. El Frente Nacional Para Elecciones Limpias (FRENAEL) realiza capacitaciones y campañas en redes sociales, por lo cual propuso un sondeo a la población como línea base para explorar sus percepciones y alinear así su comunicación estratégica y procesos de formación con las temáticas de mayor interés ciudadano. **Método.** Se usó una encuesta en línea a una muestra no aleatoria para conocer sobre los temas de mayor interés ciudadano y que deberían ser incluidos en campañas de sensibilización. **Resultados.** Participaron 138 personas de 16 departamentos de Honduras, incluyendo a 7 que residían en Estados Unidos. El 48% de los entrevistados eran menores de 50 años. Los temas vitales sugeridos fueron educación electoral (67%), lucha contra la corrupción (62%), transparencia (59%) y derechos ciudadanos (59%). Estos mensajes deberían circular como videos cortos (75%) o como publicaciones llamando a la acción (48%). Las redes preferidas para el grupo fueron WhatsApp (78%), Facebook (73%). **Conclusión.** Los resultados brindan tendencias útiles para los fines educativos de FRENAEL. **Palabras Clave:** Democracia, Sistema electoral, Participación cívica, Información política, Formación política

Abstract. Introduction. Voter awareness campaigns should help improve citizen participation in elections. Frente Nacional Para Elecciones Limpias (National Front for Clean Elections, (FRENAEL) conducts training and social media campaigns, so it proposed a survey of the population as a baseline to explore their perceptions and align its strategic communication and training processes with the issues of greatest citizen interest. **Method.** An online survey was used with a non-random sample to learn about

the issues of greatest citizen interest that should be included in awareness campaigns. **Results.** 138 people from 16 departments in Honduras participated, including 7 who resided in the United States. Forty-eight percent of those interviewed were under 50 years of age. Vital topics suggested were voter education (67%), the fight against corruption (62%), transparency (59%), and citizen rights (59%). These messages should be circulated as short videos (75%) or as call-to-action posts (48%). The group's preferred social media platforms were WhatsApp (78%) and Facebook (73%). **Conclusion.** The results provide useful trends for FRENAEL's educational purposes.

Keywords: Civic participation, Democracy, Electoral system, Political education, Political information

Introducción

Las democracias se fortalecen con el aumento de la participación ciudadana en temas electorales y de gobierno. Múltiples organizaciones realizan actividades de concientización o sensibilización ciudadana, pero se necesitan más estudios sobre su eficiencia en países como Honduras, que transita el camino de la democracia en su era moderna desde 1982. Los incidentes políticos ocurridos en el país en las últimas dos décadas han dejado secuelas importantes en la sociedad, entre las más latentes la fisura que polariza a la ciudadanía bajo intereses político partidarios, desplazando del foco de atención el desarrollo

social y económico de la nación (Mejía Rivera, 2010). Al abordar el tema democracia en campañas de sensibilización, se debe entender cómo la conceptualiza la población, si se entiende que es el arte de gobernar y de delegar la autoridad, aunque el concepto de democracia ha evolucionado desde los principios que Aristóteles y Platón presentaron inicialmente la antigua Grecia. Desde el siglo XVII se ha fortalecido el precepto de una democracia directa, en la cual gobierna el pueblo –aunque en algunas ocasiones, más en papel que en la práctica– (Carpizo, 2007).

La formación ciudadana en democracia está influida en primer lugar por cómo y desde donde se forman los individuos, esperando que en países como Honduras, la clase de educación cívica, normalmente recibida en el bachillerato, defina y dimensione la utilidad del conocimiento normativo para que el ciudadano lo vincule con los procesos de gobernanza, así como con la convivencia armónica (Thompson-Wint y Vignon-Martínez, 2016). La carencia de una educación cívica formal y de formación ciudadana en el hogar que cimienta las bases de una sociedad consciente e informada, resulta entre otras deficiencias, que la mayoría hondureños afirma desconocer los elementos básicos de la Constitución de la República (Varela-Erasheva et al., 2024).

En segundo lugar, los ciudadanos son formados por los medios de comunicación y las redes sociales, que democratizan el conocimiento sobre los procesos electorales, pero que incluye la exposición a contenido sensacionalista, no verificado, o incluso malicioso, que genera desinformación. Asimismo, se debe tener en consideración el acceso a internet de la población. En el 2024, aun cuando más del 88% de los hogares reportaron contar con telefonía celular, pero únicamente el 54.8% contaban con acceso a internet (Instituto Nacional de Estadística [INE], 2024a).

La participación ciudadana en Honduras tiene el reto de evolucionar paralelamente a las necesidades e intereses de una población mayoritariamente joven, carente de arraigo ante la premisa del incumplimiento de los políticos con sus deberes y promesas de campaña. Toda comunicación debe considerar las características del interlocutor, por lo cual debe llamar la atención de que un informe de la Secretaría de Educación para el 2024 estimó que el 40% de los adolescentes entre 15 y 17 años, no formaban parte del sistema educativo nacional (Zapata, 2024).

Las organizaciones de sociedad civil (OSC), juegan un rol preponderante en la formación de ciudadanos involucrados, conscientes y activos, para fortalecer los procesos de gobernanza de los países. En este contexto nace en julio del 2021 el Frente Nacional Para Elecciones Limpias (FRENAEL), como una organización independiente para fortalecer los procesos democráticos y electorales. Uno de sus pilares es la formación ciudadana, a través de capacitaciones y campañas digitales, en especial las redes sociales (RR. SS.). A ocho meses de las elecciones generales del 2025, el FRENAEL consideró

necesario realizar un sondeo de opinión sobre las preferencias de los hondureños sobre los temas que serían más interesantes para incluir en una campaña de sensibilización/ concientización. Este estudio será una herramienta estratégica institucional para educación ciudadana, contribuyendo a un semillero de conocimiento para el fortalecimiento de la conciencia democrática en Honduras.

Métodos

Se realizó un estudio transversal descriptivo colectando la información primaria con la ayuda de los voluntarios del FRENAEL, usando una encuesta anónima en formato de Google Forms, la cual constó de seis preguntas y fue distribuida mediante mensajería directa de WhatsApp a grupos ciudadanos residentes en Honduras y fuera de Honduras (diáspora en los Estados Unidos de América), según la metodología bola de nieve (Goodman, 1961).

El levantamiento de información se desarrolló durante los meses de marzo a mayo de 2025, como parte de las actividades del Proyecto “Defensores de la Democracia” patrocinado por EUROSELECT-HN, un programa financiado por la Unión Europea en Honduras e implementado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Los datos fueron utilizados para orientar la campaña de sensibilización de dicho proyecto.

Participaron 138 ciudadanos, suficiente para captar percepciones con un índice de confiabilidad aceptable (Memon et al., 2020). Es importante señalar que en respeto a la confidencialidad de la información y para garantizar imparcialidad y objetividad, la encuesta no solicitó a los participantes información personal, como nombre, número de teléfono, número de identidad, ni ningún otro dato que podría haber comprometido la libertad y confianza de los encuestados al emitir sus opiniones. El instrumento contó con consentimiento informado. El análisis estadístico se realizó en Excel, haciendo estadísticas descriptivas y cruces de variables para comparación entre grupos.

Resultados

La encuesta logró alcance en la mayor parte del territorio nacional, obteniendo respuestas de 16 departamentos de Honduras, y con representación de la diáspora (hondureños en el exterior). De los 138 encuestados, el 57% residía en el departamento de Francisco Morazán, el 11% en Cortés, y de la totalidad de los participantes el 53% fueron mujeres. El 52% de los ciudadanos que participaron de esta investigación superan los 50 años de edad (Tabla 1).

La Figura 1 muestra las respuestas dadas por los participantes a las cinco (5) preguntas torales de la encuesta. La pregunta uno trata de la percepción de los encuestados sobre el tipo de información o materiales sobre democracia que llaman más la atención para ser compartido

en redes sociales, se valoró en primer lugar la educación electoral (67%), seguido por la lucha contra la corrupción (62%) la transparencia y la rendición de cuentas (59%) y los derechos ciudadanos (59%).

Tabla 1. Aspectos demográficos de los participantes.

Aspecto	No.	%
Sexo		
Femenino	73	53%
Masculino	65	47%
Grupo de edad		
18 a 20	4	3%
21 a 30	14	10%
31 a 40	29	21%
41 a 49	19	14%
50 y más	72	52%
Departamento en que reside		
Atlántida	4	2.9%
Choluteca	8	5.8%
Colón	2	1.4%
Comayagua	3	2.2%
Copán	1	0.7%
Cortés	16	11.6%
Francisco Morazán	78	56.5%
Gracias a Dios	6	4.3%
Intibucá	1	0.7%
Islas de la Bahía	2	1.4%
La Paz	1	0.7%
Ocatepeque	1	0.7%
Olancho	2	1.4%
Santa Bárbara	1	0.7%
Valle	2	1.4%
Ocatepeque	1	0.7%
Yoro	2	1.4%
Diáspora en Estados Unidos	5	3.6%
Diáspora no Estados Unidos	2	1.4%

Como opción abierta para ampliar respuesta a la primera pregunta, los participantes sugirieron otros temas como: a) ciberactivismo político; b) participación de las mujeres en procesos electorales; c) detección de noticias falsas (fake news); d) antecedentes de fraude históricos y como prevenirlos, entre otros como facilitar información clave sobre el actuar de los políticos, mecanismos para implementación de mejoras en el proceso electoral y difusión de las propuestas de los candidatos.

La pregunta dos sobre el formato preferido para recibir mensajes sobre democracia y elecciones, confirmó la preferencia por los videos cortos informativos (75%), las publicaciones con llamados a la acción (48%) y las infografías (46%). Los participantes también sugirieron foros y conversatorios, mensajes de audio y testimonios.

En la pregunta tres, los entrevistados expusieron que las redes sociales y aplicaciones celulares son los medios más aceptados y propicios para leer y difundir la información, especialmente WhatsApp (78%) y Facebook (73%). La pregunta cuatro exploró sobre las cosas negativas que se deben combatir en una campaña de sensibilización electoral, resaltando la recomendación por incluir temas como el fraude (74%), la desinformación (70%) y la

deshonestidad en las mesas electorales (65%). La pregunta cinco exploró qué le haría sentir más confianza a los ciudadanos para compartir contenido sobre democracia en sus cuentas de redes sociales personales, a lo que refirieron valorar que el mensaje provenga de una fuente confiable (89%), que sea información clara y fácil de entender (80%) y que tenga un llamado concreto a la acción (47%). En otras recomendaciones, los participantes sugirieron el uso de videos con testimonios reales (45%), que la información se encuentre apegada a la verdad y orientada a valores, actualizada y “tropicalizada”, que provenga de grupos que promueven la democracia, que haga referencia a las fuentes y que puedan ser verificables.

Una pregunta adicional, encontró que al 68% le gustaría participar en concursos y enviar ideas de material para las campañas de sensibilización del FRENAEL.

Discusión

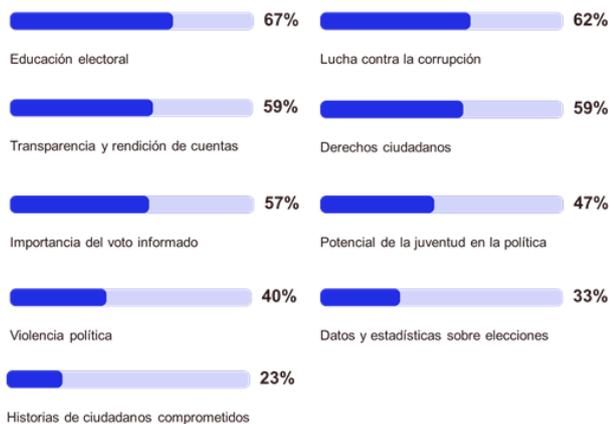
Este estudio encontró tendencias en las preferencias de los entrevistados sobre las campañas de sensibilización que FRENAEL debería considerando, incluyendo contenidos, estilos, tipos de redes a usar, temas a combatir y sentido de confianza para compartir la información a otros.

Preferencia de contenido y formato: escuchar para llegar

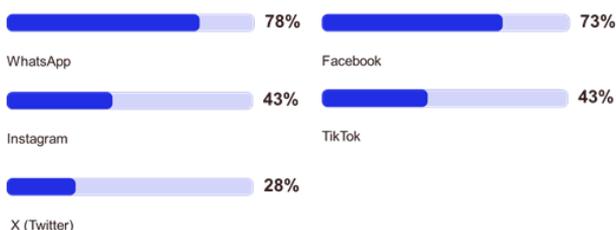
La mayoría de los encuestados tienen interés en formar parte de los procesos democráticos de forma directa e indirecta, desde su inclusión en proyectos puntuales promovidos por las OSC, hasta recibiendo información confiable, formativa e informativa, sobre el proceso electoral. Según diversos estudios sobre carga cognitiva, de forma intuitiva los participantes de la encuesta exponen su preferencia a que el material sea entregado en formato de videos cortos, los cuales tendrán mayor efectividad en correlación a la menor sobre carga de información compleja. La democracia y los procesos electores son complejos por la naturaleza de sus actores, la segmentación de la información en varias publicaciones favorece la comprensión y retención de la información en el público, especialmente si este es joven (Andrade Lotero, 2012).

Cuidar el contenido garantizando que este sea confiable, o incluso facilitando herramientas para la detección de noticias falsas atrae al público, generando seguidores y posibles efectos bola de nieve en la difusión del material, por lo cual, en correspondencia a las respuestas abiertas, se debe atender la sugerencia de los encuestado sobre abordar este tema en las campañas de sensibilización es tanto oportuno como necesario (Taxitari et al., 2025). Se debe reconocer la importancia de las mujeres, teniendo presente sus preferencias al momento de diseñar una campaña puede generar mejores resultados, bajo el entendido que ellas representan el 53.4% de la población hondureña y que tiene una gran capacidad de incidencia (Buvinic y Roza, 2004; INE, 2024a).

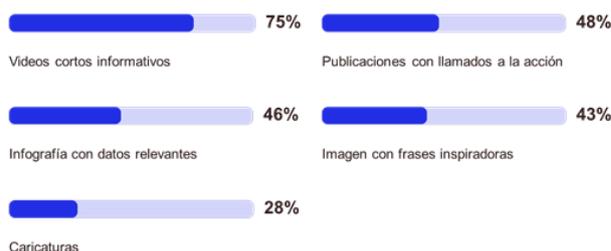
1. ¿Qué tipo de información o materiales sobre democracia llamaría más la atención y sería más compartido en redes sociales?



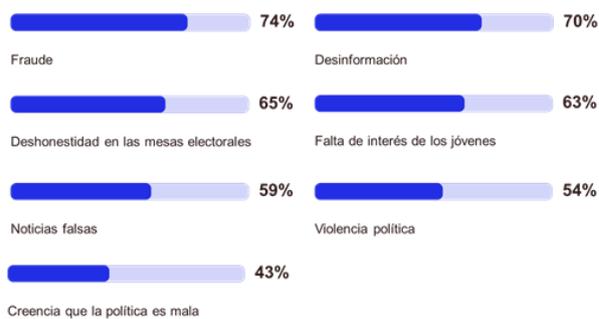
3. ¿En cuáles redes sociales acostumbras compartir contenido sobre temas de interés ciudadano?



2. ¿En cuál formato prefieres recibir mensajes sobre democracia y elecciones?



4. ¿Cuáles cosas negativas deberíamos combatir en una campaña de sensibilización electoral?



5. ¿Qué te haría sentir más confianza para compartir contenido sobre democracia en tus redes?

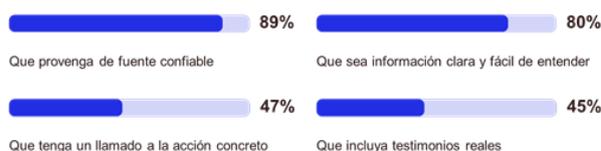


Figura 2. Respuestas a las 5 preguntas sobre las preferencias de los encuestados para una campaña de sensibilización adecuada por parte de FRENAEL.

Es importante señalar que los sesgos algorítmicos propios de las RR. SS., que determinan el tipo de contenido que los hombres y mujeres reciben, se basan en inteligencia artificial (IA), y tienden a favorecer a los hombres en las discusiones políticas y noticias de carácter económico y social, por lo cual al momento de diseñar campañas de sensibilización se debe incluir etiquetas que el algoritmo entienda que son de preferencia para las mujeres (Mikkelsen, 2021).

Los medios de comunicación utilizados a favor de la difusión de información, verás –verificada–, de valor en su contenido, son herramientas que organizaciones como el FRENAEL tienen a su disposición para fomentar la participación y fortalecer los procesos democráticos, como la observación electoral, los cuales deben ser explotados conforme a estrategias fundamentadas en la percepción de los públicos meta, fungiendo a su vez como un contrapeso a la influencia que los políticos ejercen sobre nuevos votantes, en especial sobre aquellos que carezcan de un

análisis crítico e independiente para discernir sobre la confiabilidad de la información (Zúñiga y García, 2023).

Participación ciudadana y democracia digital: el futuro de los estados fuertes

La participación ciudadana es el eje toral sobre el cual las OSC deben orientar sus acciones, a razón de sentar bases conductuales, bajo los principios del conocimiento, tanto desde la cátedra como desde la práctica en la promoción de valores democráticos (Somuano, 2007). Sin embargo, la materia que obtuvo menor puntuación en la encuesta fue la de historia de ciudadanos comprometidos con la democracia, lo que refleja una debilidad en la consciencia cívica de los hondureños, probablemente consecuencia con la mala percepción que existe sobre la política en general.

A través de una encuesta en línea, distribuida de manera orgánica, sin necesidad de invertir recursos económicos, se logró obtener información confiable para alinear los

esfuerzos institucionales con los intereses de ciudadanos, procurando mayores impactos en el corto plazo, representando a su vez un gran recurso para el desarrollo de nuevas líneas de investigación (Abundis Espinosa, 2016).

Conocer y reconocer las necesidades e intereses de la ciudadanía segmentando los temas y según los ámbitos de acción institucionales permite a las organizaciones, que sus esfuerzos logren mayores impactos para la construcción y fortalecimiento de la nación. Para el FRENAEL, este ejercicio es orientador en el diseño de futuras campañas de sensibilización a publicar en RR. SS., las cuales se pueden difundir tan personalmente como permiten ahora las aplicaciones de mensajería directa de los celulares.

El proceso de digitalización de las conversaciones que obedecen a las dinámicas sociales, en especial las relativas a las que hacen política desde la ciudadanía, son una realidad latente en todas las latitudes del mundo (Maldonado, 2016). Comprender el poder que estas herramientas tienen y diseñar estratégicamente campañas de comunicación orientadas a fortalecer la participación bajo los valores democráticos es para Honduras impostergable y alcanzable del brazo de organizaciones como el FRENAEL (De Haro, 2010).

En este contexto se debe tener especial acierto en el tipo de publicaciones que se realizan; el lenguaje juega un papel determinante para poder llegar a públicos específicos como los jóvenes, quienes aun cuando forman parte de la democratización de la información, también son víctimas de la inequidad generada por la falta de educación, tanto cívica como en el uso de las RR. SS. (Andrade-Vargas, et al., 2021). No obstante, este cuidado no le resta poder al uso de estas herramientas digitales para organizar, movilizar, y generar consciencia sobre la importancia de la participación ciudadana en los procesos de gobernanza (Castells, 2015).

Es importante analizar las tendencias según los datos demográficos. En el estudio actual, la mitad de los encuestados eran mayores de 50 años y sus preferencias se orientan al WhatsApp en sus celulares y a la red social Facebook. Esto indica que se debe segmentar el tipo de contenido para alcanzar a toda la población al momento de diseñar campañas de sensibilización. Es conocido que TikTok y WhatsApp son propicios para la diseminación de videos cortos, por su parte Instagram y X tiene una alta recepción cuando el contenido se presenta en infografías y son preferidos por los jóvenes.

Juventud y educación cívica: una deuda pendiente con la sociedad

En Honduras el 21% de la población son jóvenes entre 15-24 años, lo cual representan una importante masa de nuevos votantes, que corresponde a una generación que careció de recibir la clase de educación cívica, lo que constituye vacíos en la sociedad sobre la formación relativa a temas como la democracia y los procesos electorales. Por

ello, este segmento debe ser considerado como prioritario al diseñar contenidos de campañas de sensibilización sobre temas de interés nacional, proporcionándoles del tono y estilo que logre captar la atención (Secretaría de Estado en los Despachos de Trabajo y Seguridad Social [SETRASS], 2024).

Se ha identificado desafección por parte de los jóvenes en Latinoamérica, sobre temas de interés nacional a causa de la falta de una educación cívica, que más que robusta o dogmática debería ser esperanzadora, generando en este segmento poblacional la aspiración a ser parte de los cambios estructurales necesarios en estos países (PNUD, OIJ y CAF, 2024). Entender sus intereses particulares y cómo interactúan en las redes sociales, su interpretación de lo que les afecta y como estas situaciones se generan, permite abordar los temas de las campañas de sensibilización, desde una necesaria y funcional empatía, que invita a los jóvenes a formar parte de algo más grande que ellos, logrando captar más que su atención, su ánimo y disponibilidad para actuar (Pavez y Oyanedel, 2022).

Confianza y fuentes de información

La encuesta reflejó que los entrevistados tienen dudas razonables sobre la transparencia de la información, pues se sabe que en algunas ocasiones hay baja credibilidad en las fuentes y en los actores que suelen participar de la vida política pública, en la cual ya abundan las noticias falsas.

El Barómetro de Confianza de Edelman, aun cuando no incluyó a Honduras en su medición de 2024, en la evaluación realizada en 28 países, establece que las sociedades confían más en las empresas y en las organizaciones sin fines de lucro (ONG), que en las entidades gubernamentales y que en los propios medios de comunicación masiva (Edelman, 2024).

En este sentido el FRENAEL al ser una ONG de reciente creación y sin conflictos mediáticos que afecten su imagen, tiene la oportunidad de informar con mayor receptividad que otro tipo de instituciones. Es así que entender la importancia de lograr relaciones de confianza con los ciudadanos, a través de publicaciones sustentadas en la capacidad de las fuentes para garantizar la verificación de los datos, la imparcialidad y transparencia, es fundamental (Chaparro-Domínguez et al., 2023).

Corrupción e impunidad: el mal endémico a vencer que causa la muerte de la participación ciudadana

La corrupción continúa siendo para la población un tema de alta relevancia, correlacionando con la necesidad de los encuestados en este estudio, por conocer más sobre los mecanismos de transparencia y acceso a la información pública. El presente estudio reafirma los datos expuesto por Transparencia Internacional en el Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) 2024, publicados a principios de 2025. El mismo evalúa la percepción de la corrupción en 180 países, donde Honduras descendió de 23 a 22 puntos,

manteniendo su posición en el ranking global en el puesto 154 (Payes, 2025). Aun cuando las posiciones pueden variar por el deterioro del último año evaluado y por el estancamiento de los previos, debe recordarse que el ranking puede ser afectado por los países que sí han logrado avances significativos en su lucha contra la corrupción e impunidad, impactando positivamente en la percepción de sus habitantes.

Los altos estadios de corrupción impactan directamente en la confianza de los ciudadanos (Casar y Cejudo, 2023), generando desmotivación y una peligrosa inacción, por lo cual entre más altos son los niveles de corrupción e impunidad, es mayor la necesidad que desde las OSC se oriente y anime a la ciudadanía a participar, a ser contrapeso de quienes se benefician de políticas laxas para bien de sus intereses personales.

Vale considerar algunos casos de éxito donde la rendición de cuentas exigida por la sociedad civil sensibilizada ha fortalecido el Estado de derecho, contribuyendo al desarrollo de las naciones (Fukuyama, 2014). Entre dichos casos emblemáticos se encuentran:

- Costa Rica, cuyo sistema de contraloría ciudadana y transparencia institucional lo posiciona como líder en gobernanza en América Latina (Programa Estado de la Nación, 2022);
- Estonia, pionera en gobierno digital (*e-government*) con mecanismos de auditoría en línea que redujeron la corrupción (United Nations Office on Drugs and Crime [UNODC], 2021);
- Uruguay, reconocido por su alto índice de percepción de integridad en el sector público (Transparencia Internacional, 2023).

De la discusión a la acción: el deber de las OSC

Los cinco temas de mayor interés en la población encuestada en este estudio deben contener un llamado a la acción en las campañas de sensibilización y son una invitación para que organizaciones como el FRENAEL, de conformidad con su visión y su misión, diseñen y ejecuten campañas de sensibilización que formen e informen, motivando a la ciudadanía a la participación. Las campañas deben entonces orientar a la población sobre cómo realizar solicitudes de información a través de los portales de transparencia y acceso a la información pública, hasta la formación y conformación de núcleos de observación electoral, que permitan la vigilancia ciudadana para garantizar comicios libres de fraude.

Las OSC ameritan oportunidades, alianzas estratégicas y recursos humanos, materiales y económicos para incidir de forma directa y efectiva en la transformación social de Honduras. Una visión estratégica que aproveche los canales de difusión vinculando temas, formas y audiencias, garantizarían un alto impacto según públicos meta y coyuntura sociopolíticas.

En tal sentido, es importante involucrar a actores de la cooperación internacional, como fuentes de subsidio y

garantes de la organización cuyo objetivo es educar a la ciudadanía en democracia para lograr acciones concretas donde la sociedad logre ejercer su estatus de pueblo soberano y dirija a través de la vigilancia –en el marco de la ley– las políticas públicas y manejo del erario público a favor del bien común.

Ejercicios como éste de bajo costo, acercan a la población y a las organizaciones ciudadanas que promueven los diferentes elementos del Estado de Derecho, facilitando un proceso paulatino y lento, pero indiscutiblemente necesario para el desarrollo social y el fortalecimiento de la democracia basada en la participación informada.

Conclusión

Partir del acercamiento a la población a través de encuestas y sondeos cuyos resultados ayuden a diseñar más que una campaña digital, es una buena estrategia de acción a corto y mediano plazo. La participación ciudadana informada es un contrapeso pacífico y legítimo en una democracia. En base a lo aprendido en este estudio, las principales recomendaciones se plasman en la Figura 2.

	WhatsApp Videos cortos informativos y mensajes directos con fuentes confiables. Publico meta: mayores de 50 años.
	Instagram Infografías visualmente atractivas y testimonios de participación ciudadana. Publico meta: jóvenes, menores de 30 años.
	Facebook Contenido educativo sobre procesos electorales y lucha contra la corrupción. Publico meta: interesados en contenidos amplios sobre temas específicos.
	TikTok Contenido juvenil sobre el potencial de la juventud en política y participación. Publico meta: especialmente jóvenes.

Figura 2. Propuesta de estrategia segmentada por tipo de medio de difusión de información, temas y público meta.

Según este estudio, los ciudadanos reconocen la importancia de las campañas de sensibilización en materia democrática. Por lo cual, se deben promover campañas para el desarrollo de procesos electorales en el marco de la integridad ética, decisión informada y la adopción de nuevas tecnologías (Norris, 2014).

La aproximación metodológica en este estudio contribuye a una especie de acto de justicia social, donde el saber técnico, la academia, la investigación, se ponen al servicio del bien hacer, para construir escenarios donde como cita el Popol Vuh “Que todos se levanten, que nadie se quede atrás, que no seamos ni uno ni dos de nosotros, sino todos”, se vuelva una realidad, que reivindique al pueblo hondureño tras décadas de corrupción e impunidad que debilitan su democracia.

Contribución de los autores

Todos los autores participaron en el proceso de conceptualización, investigación, análisis de datos, redacción y aprobación de la versión final del artículo.

Conflictos de interés

Ninguno

Financiamiento

El Proyecto Defensores de la Democracia del FRENAL se desarrolló en el marco del Proyecto de Apoyo al Ciclo Electoral en Honduras Para Elecciones Transparentes y Pacíficas - EUROLECT-H, financiado por la Unión Europea en Honduras, bajo la ejecución técnica del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Aspectos éticos

Estudio exento de aprobación ética. Se usó consentimiento informado, pero no se recolectó datos identificadores de los participantes.

Uso de IA

No se utilizó.

Contribución de los autores

Todos los autores participaron en la investigación, prepararon el manuscrito y aprobaron su versión final.

Conflictos de interés

Ninguno.

Financiamiento

Ninguno.

Referencias

- Abundis Espinosa, V. M. (2016). Beneficios de las encuestas electrónicas como apoyo para la investigación. *Tlatemoani: Revista Académica de Investigación*, 7(22), 168-186.
- Albarello, F., Arri, F., Frezzotti, Y., y Martino, M. B. (2022). Jóvenes, medios y redes sociales: Representaciones, usos y prácticas antes y durante la pandemia. https://www.researchgate.net/publication/362743340_Jovenes_medios_y_redes_sociales_Representaciones_usos_y_practicas_antes_y_durante_la_pandemia
- Andrade Lotero, L. A. (2012). Teoría de la carga cognitiva, diseño multimedia y aprendizaje: un estado del arte. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 5(10). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.m5-10.tccc>
- Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D., y Yunga-Godoy, D. (2021). Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 29(69), 85-95. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-07>
- Buvinic, M., y Roza, V. (2004). La mujer, la política y el futuro democrático de América Latina. IDB Publications. <https://doi.org/10.18235/0009788>
- Carpizo, J. (2007). Concepto de democracia y sistema de gobierno en América Latina. *Boletín mexicano de derecho comparado*, 40(119), 325-384.
- Casar, M. A., y Cejudi, G. (2023). *Anatomía de la corrupción* (4.ª Ed.). Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad. <https://admin.lexikon.com.mx/modulos/archivos/Anatomia%CC%81a%20de%20la%20Corrupcio%CC%81n%20.pdf>
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet* (2.ª ed.). Alianza editorial.
- Chaparro-Domínguez, M.-Á., Mauri-de-los-Ríos, M., y Rodríguez-Martínez, R. (2023). Plataformas de 'fact-checking' y confianza: análisis de sus relaciones con las fuentes y audiencias. *Index Comunicación*. <https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/1569/1803>
- De Haro, J. J. (2010). Redes sociales en educación. *Educación para la comunicación y la cooperación social*, 27, 203-216.
- Fukuyama, F. (2014). *Political order and political decay: From the industrial revolution to the globalization of democracy*. Farrar, Straus and Giroux.
- Goodman, L. A. (1961). Snowball sampling. *Annals of Mathematical Statistics*, 32(1), 148-170. <https://doi.org/10.1214/aoms/1177705148>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2024a, octubre 21). *Resumen ejecutivo resultados LXXXI encuesta permanente de hogares de propósitos múltiples junio 2024*. <https://temp.ine.gob.hn/wp-content/uploads/2025/03/Resumen-ejecutivo-EPHPM-junio-2024.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2024b, octubre 21). *Conectividad en Honduras: Explorando el acceso y uso de las TIC en los hogares. junio 2024*. <https://ine.gob.hn/2024/10/21/conectividad-en-honduras-explorando-el-acceso-y-uso-de-las-tic-en-los-hogares-junio-2024/>
- Maldonado, M. A. (2016). La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia. *Revista de Estudios Políticos*, 173, 27-54. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.173.01>
- Mejía Rivera, J. A., y Fernández, V. (Coords.). (2010). *El golpe de Estado en Honduras desde una perspectiva de los Derechos Humanos*. Tegucigalpa: ERIC-SJ, MADJ, Editorial Guaymurás.
- Mejía Rivera, K. A. (2019) *El uso de las redes sociales para la medición de audiencias: El modelo de Honduras como una propuesta de paradigma global* (Tesis doctoral, Universidad Carlos III Madrid). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=254965>
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., y Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i-xx. [https://doi.org/10.47263/JASEM.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.4(2)01)
- Mikkelsen, S. (2021, noviembre 20). Sesgo de género en los datos y la tecnología. *Engineering for Change*. <https://www.engineeringforchange.org/news/gender-bias-data-tech/>
- Norris, P. (2014). *Why electoral integrity matters*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107280861>
- Payes, O. (2025, febrero 17). *Honduras y la caída en el Índice de Percepción de la Corrupción 2024*. Centro de Estudio para la Democracia (CESPAD). <https://cespad.org.hn/analisis-semanal-honduras-y-la-caida-en-el-indice-de-percepcion-de-la-corrupcion-2024/>
- PNUD, OIJ y CAF. (2024, abril). *Desafíos para las juventudes iberoamericanas: Inclusión, gobernabilidad y medioambiente* (Cuadernillo 2). https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-04/es_oij_dg_cuadernillo2_desafios_juventud_1.pdf
- Programa Estado de la Nación. (2022). *Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible* (No. 28). Consejo Nacional de Rectores (CONARE). <https://estadonacion.or.cr/wp-content/uploads/2022/08/Informe-2022-2023-2024.pdf>

- content/uploads/2022/11/PEN_informe_estado_nacion_completo_2022.pdf
- Secretaría de Trabajo y Seguridad Social (SETRASS). (2024, mayo). *Nota técnica sobre empleo juvenil*. https://www.trabajo.gob.hn/wp-content/uploads/2024/05/NOTA-TECNICA_EMPLEO-JUVENIL.pdf
- Sommano, M. F. (2007). *Sociedad civil organizada y democracia en México*. El Colegio de México AC.
- Taxitari, L., Sitistas, T. y Gavriil, E. (2025). “La desinformación busca engañar; la desinformación prospera en la ignorancia”: Perspectivas de expertos y no expertos en Chipre de habla griega. *Ciencias Sociales*, 14(3), 133. <https://doi.org/10.3390/socsci14030133>
- Thompson-Wint, H. C., y Vignon-Martínez, C. E. (2016). La educación cívica y la formación ciudadana en la educación de la personalidad. *EduSol*, 16(54), 79-89.
- Transparency International. (2023). *Corruption Perceptions Index 2023: Uruguay*. <https://www.transparency.org/en/countries/uruguay>
- United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC). (2021). *Estonia's e-governance system: A case study on preventing corruption through digital transformation*. <https://www.unodc.org/documents/southeasterneurope/UNODC-Strategy-WEB.pdf>
- Varela-Erasheva, M. (Coord.), Castellanos, J., & Mejía, T. (2024, noviembre). *Estudio de cultura cívica y convivencia en Honduras: Construcción de una sociedad democrática*. Fundación Internacional para Sistemas Electorales (IEFS). <https://www.ifes.org/sites/default/files/2024-11/Estudio%20de%20Cultura%20C3%A0Dvica%20y%20Convivencia%20en%20Honduras.pdf>
- Zapata, D. (2024, abril 26). *Miles de jóvenes quedan fuera del sistema educativo cada año en Honduras*. El Heraldo. <https://www.elheraldo.hn/honduras/jovenes-quedan-fuera-sistema-educativo-cada-ano-honduras-PD18937686>
- Zuniga, D. M., y García, L. F. S. (2023). *Influencia de las redes sociales en los nuevos votantes y como se puede utilizar para fomentar la participación* (Tesis doctoral). Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC).