

● PuntoCero

Revista de la Carrera de Comunicación Social - Bolivia

Discurso xenofóbico: El migrante venezolano en las publicaciones y comentarios de Facebook de Página Siete y El Deber durante el 2019-2020

48

Desigualdad de género en la red. Análisis semiótico del videoclip musical 'La cumbia feminazi'

121

CoupTube: framing mediático sobre la democracia a partir de los casos "Bolivia: Intento de Golpe" y "Corea del Sur: Ley Marcial" en CNN y BBC

29

FORMATO DE PRESENTACIÓN DE TRABAJOS PARA LA REVISTA PUNTO CERO

Requisitos para la presentación de los artículos:

-Los artículos (investigaciones, revisiones, artículos reflexivos) o ensayos deben tener una extensión mínima de 5000 palabras y máxima de 7000 palabras. Las reseñas deben tener una extensión mínima de 1000 palabras y máxima de 2000 palabras. Este conteo incluye todas las secciones del documento: título, resumen, desarrollo, conclusiones y referencias.

-La fuente debe ser Calibri de 11 puntos, con interlineado doble en hoja tamaño carta.

-El documento debe incluir en la primera página:

- Título
- Nombre y Apellido del autor o autores
- Breve reseña biográfica del autor o autores considerando la siguiente información y puntuación: Nacionalidad, grados académicos alcanzados. Filiación o cargo(s) que actualmente se encuentra desempeñando y lugar(es) en el que lo hacen. Código de registro ORCID.
- Resumen en español e inglés, mismo que no deberá exceder las 230 palabras (versión en español).

-El cuerpo central del trabajo debe ser escrito sin márgenes especiales o sangrías. El uso de mayúsculas sólo corresponde a nombres propios, inicios de títulos, párrafos o frases después de punto seguido.

-Los títulos y subtítulos deberán ser jerarquizados de acuerdo al sistema decimal de nomencladores (1., 1.1., 1.1.1, etc.) según corresponda.

-La consignación de fuentes en caso de citas textuales o paráfrasis debe hacerse en el mismo párrafo de acuerdo al siguiente formato: (Apellido, año, p. número de página), por ejemplo (Beltrán, 2002, p. 56). En caso de haber realizado una paráfrasis no debe consignarse ni comillas ni número de página, por ejemplo (Kaplún, 1998).

-Se recomienda verificar que toda fuente citada sea referenciada luego en la bibliografía, constatando que no existen modificaciones en el año, lugar, nombre, etc.

-Toda nota aclaratoria debe realizarse a través de una llamada numérica al final del trabajo (y no así a pie de página), justo antes de la bibliografía, bajo el título "Notas".

-La bibliografía con las respectivas referencias bibliográficas de los textos utilizados debe incluirse al final del trabajo, después del título "Notas", en orden alfabético y considerando el siguiente formato y puntuación:

Libros: Apellido, N. (año). Título del trabajo. Editorial.

Libro en Internet: Apellido, Inicial del nombre. (año). Título del libro. Editorial. DOI o URL

Revistas: Apellido, Inicial del nombre. (año). Título del artículo específico. Título de la Revista,

Volumen (número de la revista), número de Página inicio – número de página fin.

Doc. Electrónicos: Apellido, Inicial del nombre. (Año). Título de la página web. Nombre de la página. Recuperado el DÍA de MES del AÑO de URL.

-Si el trabajo incluyera Tablas o Figuras (fotografías o gráficas), las mismas deben enviarse por separado. La numeración de tablas y figuras se realiza por separado. Se debe indicar claramente su ubicación en el interior del texto de la siguiente manera:

- Tabla Figura (Según corresponda) N°, Título (ej. Figura 1 Comparación sobre las nociones de comunicación). Al pie de la ilustración, cuadro o gráfico en caso de no ser de elaboración propia debe indicarse la fuente siguiendo el siguiente formato: Recuperad
- Adaptado (Según corresponda) de "Título del documento" (p. Número de página), de Apellido, G., (Año de publicación).
- Ejemplo: Recuperado de "Introducción a la metodología de la investigación científica" (p.154), de Piura, J., (2000).

-Considerar que la digitalización de fotografías o ilustraciones, para ser incluida en el trabajo, deben ser realizadas con una resolución de 300 dpi al momento de realizarse el escaneado, en formato de archivos gráficos JPG, GIF o TIF.

-En cuanto al idioma, los artículos publicados hasta el momento en la revista han sido escritos en español, si bien esta es la preferencia, se aceptan artículos en portugués e inglés.

-Se sugiere el uso de un gestor de bibliografía para el manejo de la referencia bibliográfica (Algunos recomendados son: Mendeley o Zotero) y realizar el ajuste a normatica APA 7ma edición.

-El artículo enviado deberá ser preferiblemente inédito. En caso contrario, se deberá incluir el nombre y la fecha de la publicación en la que ha aparecido, la dirección del editor y una carta del autor o del editor en la que se autoriza su reproducción.

-El formato usado en la revista está basado en las normas APA en su 7ma edición. En caso de alguna duda particular que no se pueda resolver con esta breve guía sugerimos revisar la versión completa de la normativa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3sogPWH> o escaneando el siguiente código QR:



-Los criterios que guían la selección de los trabajos son los siguientes:
Prioridad para trabajos inéditos como ser

- Artículos que presenten hallazgos de una investigación y que incluyan una introducción, metodología, resultados y conclusiones.
- Sin embargo, también se acepta:
- Ensayos argumentativos, debidamente sustentados en una adecuada investigación documental;
- Artículos de reflexión basados en resultados de investigaciones;
- Artículos de revisión que muestren resultados, sistematizaciones y avances del campo de estudios y que presenten una revisión bibliográfica cuidadosa y exhaustiva.

Colaboraciones y/o consultas pueden ser enviadas a:

puntocero.cba@ucb.edu.bo (Favor indicar en ASUNTO: Punto Cero #)

El Director

● PuntoCero

Revista de la Carrera de Comunicación Social - Bolivia

Año 30 - N° 50 Junio de 2025

ISSN 2224-8838

SciELO



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA

ERIGIDA CANÓNICAMENTE
POR LA SANTA SEDE DESDE 2023

UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN PABLO"

SEDE COCHABAMBA

CUERPO DIRECTIVO

Mgr. Ruth Tania Riskowsky Arraya
Rectora Sede Cochabamba

Mgr. Pablo Camacho Badani
Directora Académico
Sede Cochabamba

Mgr. Javier Camacho Rodríguez
Director Administrativo y
Financiero Sede Cochabamba

Mgr. Sara Pellón Morel
Directora Pastoral Universitaria

Mgr. Gaby Grissel Bolívar Vallejo
Directora Dpto. Ciencias
Sociales y Humanas

Directora de la Carrera de
Comunicación Social

Dr. Luis Camilo Kunstek Salinas
Director Punto Cero

COMITE CIENTÍFICO

Dr. Raúl Rodríguez
(Universidad Nacional de
Córdoba – Argentina)

Mgr. José Luis Aguirre
(Universidad Católica
Boliviana "San Pablo")

Dr. Luis Ramiro Beltrán (+)
(ABOIC - Bolivia)

Mgr. Alvaro Hurtado
(Universidad Católica
Boliviana "San Pablo")

Mgr. Erick Torrico
(Universidad Andina Simón
Bolívar - Bolivia)

Dr. César Bolaño
(Universidad Federal de Sergipe – Brasil)

Dra. Círcula Peruzzo
(Universidad Metodista – Brasil)

Dra. Margarida Krholing
(Universidad de Sao Paulo - Brasil)

Dr. Guillermo Orozco
(Iteso - México)

Dra. Rossana Reguillo
(Iteso - México)

Dr. Valerio Fuenzalida
(Pontificia Universidad Católica
de Santiago - Chile)

Dr. Alejandro Barranquero
(Universidad Carlos III - España)

Dr. Fernando Andrade
(Universidad Católica
Boliviana "San Pablo")

Mgr. Rafael Loayza
(Universidad Católica
Boliviana "San Pablo")

Dr. Fernando Garcés
(Univesidad Mayor de San Simón)

Dr. Marcelo Guardia
(Universidad Católica
Boliviana "San Pablo")

Dr. Antonio Gómez
(ABOIC - Bolivia)

COMITÉ EDITORIAL

Mgr. Pablo Bustamante Salinas
(Universidad Católica Boliviana San
Pablo - UCB, Sede Cochabamba)

Mgr. Alfonso Alarcón Luján
(Universidad Católica Boliviana San
Pablo - UCB, Sede Cochabamba)

Mgr. Camila Jiménez
(Universidad Católica Boliviana San
Pablo - UCB, Sede Cochabamba)

EQUIPO EDITORIAL

Diseño y diagramación
José Carlos Zambrana Erquicia

Foto de portada
Carlos Estefan Estrada Claure

Redacción y estilo
Mgr. Gabriel Iriarte
Mgr. Carola Zenteno
Mgr. Camila Jiménez
Lic. Mirna Belén Encinas

Traducción
Lic. Silvia Barrón Torrico

ISSN 2224-8838 (on line)

Punto Cero es una revista de la
Carrera de Comunicación Social
de la Universidad Católica
Boliviana "San Pablo". Está indizada
en las redes Scielo Bolivia y Latindex.

Misión
Difundir la producción científica y
académica de docentes, estudiantes
e investigadores locales, nacionales y
extranjeros, en el área de comunicación
y cultura en particular y de las
ciencias sociales en general.

Criterio de originalidad
Punto Cero mantiene la exigencia
de ORIGINALIDAD de los artículos
científicos que publica, los mismos que
son responsabilidad de los autores.
Los ensayos académicos también
deben ser originales y no publicados
antes en otra revista similar.

ISSN 2224-8838 (on line)

PUNTO CERO

Dirección: Calle M. Márquez
esquina parque J. Trigo A.-
Cochabamba-Bolivia

Teléfono: (591) 4 4293100 (int. 228)
Fax: (591) 4 4291145
Apartado Postal: 5381

Scielo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_serial&pid=1815-0276&lng=es&nrm=iso

Redalyc: <http://www.redalyc.org>

OJS: <https://puntocero.ucb.edu.bo/>

e-mail: puntocero.cba@ucb.edu.bo

Bolivia

CONTENIDO

6	Presentación
8	Producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba en el primer trimestre de 2023 <i>María Fernanda Vargas Ramírez</i>
29	CoupTube: framing mediático sobre la democracia a partir de los casos “Bolivia: Intento de Golpe” y “Corea del Sur: Ley Marcial” en CNN y BBC <i>Hyunjin Park</i>
48	Discurso xenofóbico: El migrante venezolano en las publicaciones y comentarios de Facebook de Página Siete y El Deber durante el 2019-2020 <i>Diego Alexis Justiniano Guzman</i>
71	Discurso de odio en la interacción comunicacional de las comunidades virtuales de video jugadores “BDN” y “FOR MAGUS” en la plataforma Discord durante septiembre de 2023 <i>Gabriel Enrique Fernández Peredo Carlos M. Arroyo Goncalves</i>
87	“I’m bi, actually”: Heartstopper y los significados otorgados al salir del clóset <i>Nuria Gantier Badani Carol Angela Sarmiento Via Marisa Geovana Paredes Baltazar</i>
103	“Techo de cristal” en el periodismo boliviano: Segregación, discriminación y precarización en las condiciones laborales de las mujeres periodistas <i>Sandra Villegas Taborga</i>
121	Desigualdad de género en la red. Análisis semiótico del videoclip musical ‘La cumbia feminazi’ <i>Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco Luis Alberto Chávez Ramos Michelle Andrea Cubas Piscoya Cristhofer David Retamozo Quispe Rominna Brigitte Rosas Falcón</i>
137	Una aproximación a la divulgación de la ciencia en Bolivia <i>Teresa Avila Alba Luis Camilo Kunstek Salinas</i>
152	Convocatoria presentación de artículos revista Punto Cero n°51



● PuntoCero

Presentación

La Revista Punto Cero, espacio académico de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana sede Cochabamba, tiene el propósito de consolidarse como un espacio de intercambio, reflexión y difusión del conocimiento en los ámbitos de la comunicación, la investigación social y el análisis crítico de la realidad boliviana y latinoamericana.

En esta edición N° 50, publicada en junio de 2025, la revista reafirma su compromiso con la promoción de investigaciones inéditas, artículos de revisión, ensayos y reflexiones fruto del esfuerzo intelectual de investigadores, profesores y estudiantes dedicados al campo comunicacional. Las contribuciones aquí reunidas cumplen con rigurosos estándares científicos y formales, siguiendo la estructura recomendada para artículos académicos: introducción, metodología, análisis de resultados y discusión, así como la aplicación de la normativa APA en su séptima edición.

La revista presenta una diversidad de artículos; iniciando “I’m bi, actually”: Heartstopper y los significados otorgados al salir del clóset. Este artículo analiza cómo la serie “Heartstopper” aborda el proceso de salir del clóset y los significados que la identidad bisexual adquiere en el contexto de la cultura juvenil. El trabajo explora las representaciones mediáticas de la bisexualidad, desafiando estereotipos y mostrando la importancia de una narrativa inclusiva dentro de los productos culturales contemporáneos.

“Techo de cristal” en el periodismo boliviano: Segregación, discriminación y precarización en las condiciones laborales de las mujeres periodistas. Esta investigación examina las barreras estructurales que enfrentan las mujeres periodistas en Bolivia, como la segregación y la discriminación en el ámbito laboral. El estudio visibiliza la persistencia del “techo de cristal” y denuncia las condiciones de precarización, aportando datos relevantes para el debate sobre género y medios de comunicación en el país.

Producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa “El Mañanero” de red. El artículo realiza un análisis detallado de la producción y el lenguaje audiovisual en el programa televisivo “El Mañanero”, identificando sus recursos narrativos, estéticos y técnicos. Esta contribución esclarece la forma en que este espacio matutino construye su identidad comunicacional y conecta con las audiencias a través de estrategias visuales específicas.

Discurso de odio en la interacción comunicacional de las comunidades virtuales de video jugadores “BDN” y “FOR MAGUS” en la plataforma Discord durante septiembre de 2023. La investigación se adentra en los espacios virtuales de gamers bolivianos, estudiando las dinámicas y los discursos de odio en las comunidades “BDN” y “FOR MAGUS” en Discord. Aporta claves para entender la complejidad de las interacciones digitales y la necesidad de promover entornos más inclusivos en plataformas sociales y de juego en línea.

CoupTube: framing mediático sobre la democracia a partir de los casos “Bolivia: Intento de Golpe” y “Corea del Sur: Ley Marcial” en CNN y BBC. Este trabajo compara la cobertura mediática internacional sobre eventos que ponen en cuestión la democracia en Bolivia y Corea del Sur. Mediante el análisis de enmarcamiento (*framing*), el artículo evidencia cómo los grandes medios construyen relatos, influyen en la percepción pública y reconfiguran el sentido de los procesos políticos a nivel global.

La construcción del discurso xenofóbico sobre la migración venezolana en los comentarios de Facebook de los periódicos Página Siete y El Deber. El artículo examina los comentarios en redes sociales de dos de los principales periódicos bolivianos, explorando cómo se generan y amplifican discursos xenofóbicos sobre la migración venezolana. Aporta un análisis crítico sobre la participación ciudadana en el entorno digital y sobre la responsabilidad de los medios en la gestión del debate público.

Desigualdad de género en la red. Análisis semiótico del videoclip musical 'La cumbia feminazi'. Este aporte estudia el videoclip 'La cumbia feminazi' desde una perspectiva semiótica, desentrañando los mensajes explícitos e implícitos sobre la desigualdad de género presentes en el material audiovisual. El artículo ofrece herramientas para el análisis crítico de productos culturales y su influencia en las percepciones sociales sobre el feminismo y la equidad.

Invitamos a los lectores a explorar los aportes presentados en este número, que buscan enriquecer el debate académico, ampliar la perspectiva sobre los fenómenos comunicacionales contemporáneos y fortalecer los lazos entre investigadores y profesionales del ámbito de la comunicación.

La revista ratifica su compromiso con la calidad, la ética editorial y la promoción de la máxima difusión de los trabajos científicos, fomentando la construcción colectiva del conocimiento y el desarrollo interdisciplinario en beneficio de la sociedad.

Dr. Luis Camilo Kunstek Salinas

Director Punto Cero

Producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba en el primer trimestre de 2023

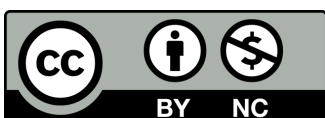
María Fernanda Vargas Ramírez

Boliviana. Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica “San Pablo”. Actualmente trabaja como Asistente en Coordinación de Unidades Académicas en la Fundación Educacional San Agustín.

fernandavargasramirez@gmail.com

Código ORCID: 0009-0000-1876-8884

La autora declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Vargas, M. (2025). Producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa “El Mañanero” de Red Uno- Cochabamba en el primer trimestre de 2023. Punto Cero, año 30 n°50, Junio 2025. Pp 8-27. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede Cochabamba.

Resumen

La presente investigación analiza la producción televisiva y el lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba. El estudio surge a raíz del diagnóstico realizado hace dieciséis años por Albert Bustamante (2008), que señala fallas en el cumplimiento de los criterios de producción televisiva. "Red Uno de Bolivia" es elegido por su relevancia como uno de los canales más sintonizados de Bolivia.

La metodología es cualitativa, de tipo descriptivo y diseño prospectivo. Se utilizan técnicas como entrevistas, análisis de contenido y observación participativa. El artículo científico se enfoca en uno de los objetivos específicos que es el lenguaje audiovisual en las producciones del programa «El Mañanero». Se proponen mejoras basadas en entrevistas al equipo de trabajo, y se observa el uso de diferentes planos, ángulos y movimientos de cámara.

Palabras clave: Producción televisiva, Lenguaje audiovisual, Programa de televisión, Red Uno Cochabamba.

TELEVISION PRODUCTION AND AUDIOVISUAL LANGUAGE OF THE PROGRAM "EL MÑANERO" OF RED UNO - COCHABAMBA IN THE FIRST QUARTER OF 2023

Abstract

This research analyzes the television production and audiovisual language of the program "El Mañanero" on Red Uno - Cochabamba. The study arises from the diagnosis made sixteen years ago by Albert Bustamante (2008), which points out failures in compliance with the television production criteria. "Red Uno de Bolivia" is chosen for it's relevance as one of the most tuned channels in Bolivia.

The methodology is qualitative, descriptive and prospective in design. Techniques such as interviews, content analysis and participatory observation are used. The scientific article focuses on one of the specific objectives, which is the audiovisual language in the productions of the program "El Mañanero". Improvements are proposed based on interviews with the work team, and the use of different shots, angles and camera movements is observed.

Keywords: Television production, Audiovisual language, Television program, Red Uno Cochabamba.

1. Introducción

Al investigar sobre el formato de programa "revista" o "magazine", Eddymery Bracamonte y Daniele Pasquale explican que este tipo de programas "busca aproximarse a la actualidad, sin llegar a ser un espacio periodístico" (Bracamonte y Pasquale, 2009:30). Esta definición es relevante para comprender el funcionamiento del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, ya que, al ser una "revista matutina", debería equilibrar la información con el entretenimiento. Sin embargo, al observar el contenido, se concluye que no cumple con estas características de manera eficiente. El programa presenta una fuerte inclinación hacia la información, asemejándose más a un noticiero. Por lo tanto, contradice la "teoría" de una revista que debe ser más orientada al entretenimiento.

Por otro lado, la carrera de Comunicación Social forma a los estudiantes en diversas áreas de la comunicación, desde el periodismo hasta la producción audiovisual. El año 2022 la materia de "Laboratorio de Producción" crea un programa en redes sociales titulado "La ComVerStation", que permite a los estudiantes explorar y comprender mejor la producción televisiva y el lenguaje audiovisual. La presente investigación, aborda estos aspectos del programa "El Mañanero". La misma es útil para los universitarios de esta carrera, pues ofrece definiciones claras y levantamientos de datos sobre la producción de contenidos televisivos y el uso del lenguaje visual en los medios.

De acuerdo con el diagnóstico de Albert Bustamante, la producción del programa "El Mañanero" no sigue adecuadamente los criterios del proceso de producción televisiva. Han pasado dieciséis años desde que se realizó este estudio, y es pertinente revisar si la producción ha mejorado o si persisten los mismos problemas. Esto permite evaluar si las observaciones de Bustamante siguen siendo relevantes y qué tipo de avances o retrocesos han tenido lugar en la estructura del programa.

Paralelamente, el alcance de la audiencia ha sido calificado como "bueno" por Ligia Portillo, encargada de redes sociales en Red Uno. En Cochabamba, específicamente en la zona norte la población de treinta años de edad consume más este programa, a diferencia de la zona sud. Sin embargo, a finales de 2021, se logró una mejor audiencia en dicho lugar, pero el alcance no logró las expectativas esperadas, ya que no llegaron ni al 50% del objetivo planteado. A pesar de los esfuerzos, el programa no logra mantener un crecimiento significativo en la zona sur de la ciudad.

En cuanto a su presencia en redes sociales, especialmente en la transmisión en vivo a través de Facebook, los resultados muestran una disminución en la audiencia. Mientras que, entre 2017 y 2020 alrededor de 1000 personas veían la transmisión en vivo, el cambio de horario en 2022 (de 6:00 - 9:00 a 7:00 - 10:00) provocó una caída en la cantidad de espectadores, reduciéndolos a 500, ya que los seguidores que inicialmente estaban acostumbrados a un horario "temprano" podrían no haber ajustado sus hábitos para este cambio. Además, la audiencia en línea se limita mayormente a personas mayores de 25 años, lo que resalta una falta de conexión con audiencias más jóvenes.

Red Uno, a pesar de estos desafíos, sigue siendo uno de los canales más sintonizados en Bolivia, lo que subraya su relevancia en el panorama mediático del país. Este dato es determinante para la presente investigación, ya que, aunque el programa "El Mañanero" enfrenta dificultades en cuanto a su formato y audiencia, sigue siendo un producto destacado dentro de la oferta televisiva matutina nacional. El análisis de su producción y su lenguaje audiovisual; por lo tanto, es una oportunidad para mejorar sus contenidos, identificar áreas de mejora y optimizar su impacto tanto en la televisión como en las plataformas digitales.

Este estudio detalla sobre cómo el programa "El Mañanero" ha evolucionado en términos de producción televisiva, adaptándose o no a los cambios tecnológicos y las demandas de la audiencia. Además, proporciona una reflexión crítica sobre la importancia de la adecuación

del formato de revista en un programa televisivo, en especial cuando se pretende alcanzar una mayor interacción con los espectadores y ofrecer un contenido más equilibrado entre información y entretenimiento. La investigación se basa en objetivos que responden al objetivo general que es analizar la producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba durante el primer trimestre de 2023. Para ello, se plantean los siguientes objetivos específicos: Identificar cuál es la estructura del programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba; detallar cómo son las rutinas de trabajo del equipo técnico antes, durante y después del programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba y describir las etapas de producción junto al lenguaje audiovisual del programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba durante el primer trimestre de 2023.

2. Metodología

La metodología de la presente investigación es cualitativa. Se emplea tres técnicas para el levantamiento de datos. Éstos son: Análisis de contenido, entrevistas y observación. En el caso del análisis de contenido, mediante una tabla se analiza los recursos técnicos como: planos, ángulos, movimientos de cámara, sonido, música, efecto de sonido, temperatura de color y la etapa de pre producción, la etapa de producción y la etapa de post producción. Por otro lado, las entrevistas sirven para que los expertos del equipo respondan colaborando a la investigación. Por último, la función de la observación es que mediante nuestra presencia y mediante anotaciones en el cuaderno y fotografías observemos al equipo de trabajo, al espacio y los equipos técnicos que ellos tienen para laburar. De esta manera, se describe las etapas de producción junto al lenguaje audiovisual del programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba durante el primer trimestre de 2023.

Paralelamente, el tipo de investigación es descriptivo. Catherine Martínez en su texto dice que este tipo de investigación “es usado para describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar” (Martínez, 2022: 1). En el programa se observa las rutinas de trabajo de los trabajadores del canal. Asimismo, se menciona la audiencia que tiene “El Mañanero” éste cuenta como población. También se describe las características de este producto comunicacional. Por otro lado, el estudio es correlacional, ya que en el título se investiga dos variables que son: La producción televisiva y el lenguaje audiovisual. Mari García y Manuel García mencionan que “la investigación correlacional también se enmarca dentro de la metodología no experimental, y su cometido es hallar explicaciones mediante el estudio de relaciones entre variables en marcos naturales, sin que exista la manipulación de variables” (García, M & García, M, 2023:104). En el caso de esta investigación, se requiere analizar estas dos variables mencionadas anteriormente porque una no funciona sin la otra en la realización del programa “El Mañanero” de Red Uno – Cochabamba.

En cuanto al diseño de investigación es cronológica, es decir, tiene un diseño prospectivo. Según los autores del artículo científico

Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño” indican que el diseño con prospectiva “se refieren principalmente al planteamiento de la dirección en el tiempo del estudio, progresiva (hacia delante) o regresiva (hacia atrás) en el tiempo desde el momento en que se inicia el estudio (Veiga, De la Fuente Díez y Zimmermann, 2008:7).

En este estudio se levantan datos del programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba durante el primer trimestre de 2023; es decir, enero, febrero y marzo. Es por este motivo que, el diseño es prospectivo. Asimismo, en cuanto al número de mediciones u observaciones, esta investigación es longitudinal. Esto se debe a que el objeto de estudio se enfoca en varias miradas. En otras palabras, se ve diferentes datos en cada mes.

3. Resultados

La investigación tiene tres objetivos que son: Identificar cuál es la estructura del programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba, detallar cómo son las rutinas de trabajo del equipo técnico antes, durante y después del programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba y describir las etapas de producción junto al lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba durante el primer trimestre de 2023. Por otro lado, el planteamiento de pregunta de investigación es ¿Cómo se desarrolla la producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba durante el primer trimestre de 2023? El equipo alista su producción televisiva un día antes, durante el programa no debe existir fallas y si las hay, deben ser mínimas para que el televidente no las note. En cuanto a su postproducción, es realizada por el equipo de operaciones y el graficador. Respecto a la hipótesis se cumple parcialmente. Esto debido a que se cree que la producción televisiva y el lenguaje audiovisual no tiene las características para cumplir con el formato de revista o magazine. En base al levantamiento de datos, se observa que evidentemente no existe una producción televisiva. Sin embargo, el lenguaje audiovisual del producto televisivo sí cumple con las características teóricas durante la etapa de producción. En esta ocasión, se aborda los resultados correspondientes al tercer objetivo, ya que existe más "riqueza" de información sobre las etapas de producción y el lenguaje audiovisual. Además, se ajusta exactamente con las teorías planteadas por los autores y textos investigados.

¿Qué se entiende por producción televisiva?

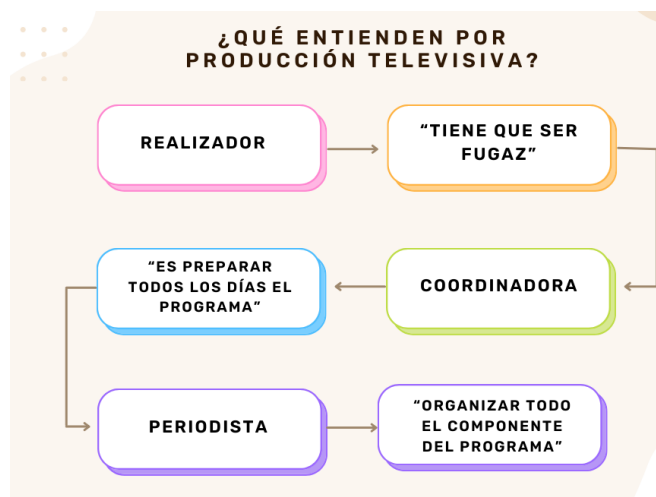
En este subtítulo se consulta a las fuentes que en este caso es el equipo de producción y técnico sobre la producción televisiva. Es importante que ellos sepan una definición básica para que los trabajadores puedan realizar de la forma correcta sus funciones. De esta forma, se hizo una comparación entre el autor de un texto investigado el cual se denomina "El Laboratorio de Televisión como espacio didáctico Manual para usuarios" con los laborantes de Red Uno. Se consulta ¿Qué entienden por producción televisiva? Es en este sentido que el experto indica que

La producción de televisión no es oficio de una persona, sino una labor conjunta que realizan de manera organizada un grupo de personas que trabajan en equipo, lo que exige de una cuidadosa planeación y una gran precisión en la función que realiza cada una de las partes involucradas; combina conocimientos, habilidades, talento, creatividad y disciplina para llegar a un objetivo común: la producción de televisión de calidad (Prado, 2011: 13)

Mientras que el equipo del programa "El Mañanero" de Red Uno – Cochabamba, respondieron de la siguiente manera

Figural

¿Qué entienden por producción televisiva?



Fuente: Elaboración propia, 2025

Se debe aclarar que se toma en cuenta las entrevistas más destacadas. En la figura se puede observar que, si bien no es la misma definición que el experto, pero el equipo tiene base y sabe lo que es la producción televisiva. Esto se debe a la experiencia que adquieren trabajando. El común denominador en las respuestas de los entrevistados son las ideas creativas para tener entretenimiento.

3.1. Mejoras en el programa "El Mañanero"

El programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba tiene 19 años al aire. Sin embargo, existen mejoras que se deben hacer. Las personas adecuadas para sugerir estos cambios son el equipo de producción y el equipo técnico. Es en este sentido que, se procede a realizar las entrevistas a las fuentes. Éstas se representan mediante una infografía.

Imagen 1

Sugerencias del equipo para el programa "El Mañanero"



Fuente: Elaboración propia, 2025

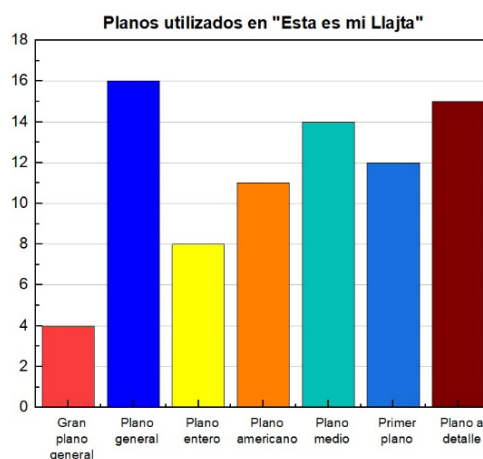
Se debe aclarar que se toma en cuenta las entrevistas más destacadas. De igual forma, se clarifica que no se coloca los nombres de las fuentes para guardar su identidad. Sin embargo, el común denominador son las mejoras en el equipo, asimismo en la comunicación que mantiene el grupo. De esta manera, se obtienen una mejor planificación. Por ende, se consigue mayor variedad en sus sectores priorizando el entretenimiento.

3.2. ¿Cómo manejan el lenguaje audiovisual?

En cada programa se maneja un lenguaje audiovisual específico. Además, esto parte desde las instrucciones del realizador y el jefe de operaciones. Sin embargo, existen ocasiones que la jefa de producción da indicaciones para ciertos planos, si es que amerita la situación.

Gráfico 1

Planos utilizados en el sector "Esta es mi Llajta"



Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector "Esta es mi Llajta", se utiliza el gran plano general cuando el equipo está en un lugar abierto o cuando hay paisajes para que el televidente pueda observar y describir dónde se encuentra el presentador o reportero. El plano general se usa cuando se abren las unidades móviles o cuando muestran comida. El plano entero, americano y medio se utiliza cuando la presentadora hace entrevistas. El primer plano y plano a detalle se usa cuando demuestran afiches, bebidas, artesanías.

Gráfico 2

Ángulos utilizados en el sector "Esta es mi Llajta"

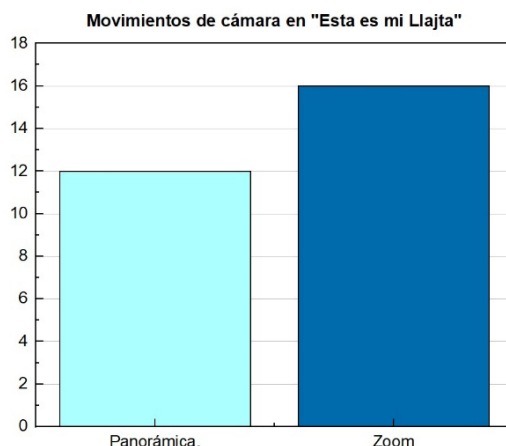


Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector “Esta es mi Llajta” se recurre con mayor frecuencia al ángulo contrapicado, especialmente al mostrar fachadas, estructuras elevadas o danzas tradicionales. No obstante, el ángulo contrapicado se utiliza con menos repeticiones al presentar alimentos, bebidas, flores o artesanías, debido a que estos productos suelen exhibirse sobre una mesa, lo que requiere una toma distinta que permita al televidente apreciarlos con claridad.

Gráfico 3

Movimientos de cámara en el sector “Esta es mi Llajta”

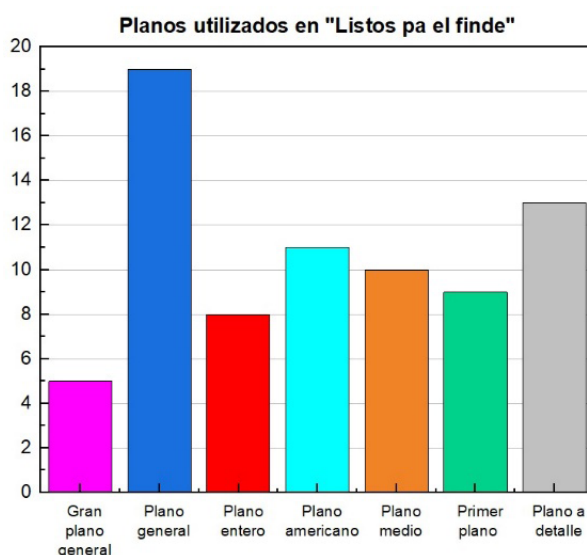


Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector “Esta es mi Llajta”, se utiliza mayormente el zoom. Esto se debe porque existen ocasiones que el camarógrafo quiere mostrar un detalle y está muy lejos. Entonces, procede a hacer este movimiento de cámara. También se usa cuando abren las móviles, para mostrar accesorios, entre otros. En cambio, el panorámico se usa menos porque los trabajadores utilizan al momento de enseñar al televidente paisajes, la variedad de gastronomía o artesanías que se alista e incluso para imágenes de apoyo.

Gráfico 4

Planos utilizados en el sector “Listos pa el finde”

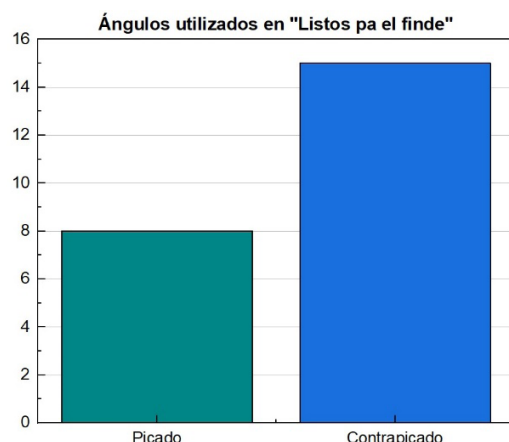


Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector "Listos pa el finde", se utiliza el gran plano general cuando se abre el sector. De esta manera, se muestra todo el set o el lugar donde se encuentran. El plano general se usa para mostrar a todos los bailarines o músicos. El plano entero, americano y medio se utiliza cuando la presentadora hace entrevistas. El primer plano y plano a detalle se usa cuando demuestran detalles en el rostro, zapateadas, manos.

Gráfico 5

Ángulos utilizados en el sector "Listos pa el finde"

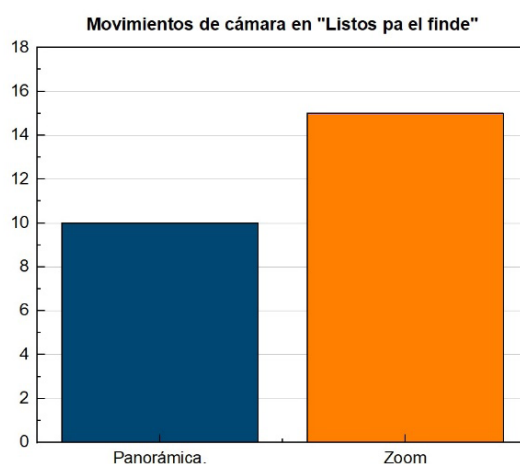


Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector "Listos pa el finde", se recurre con mayor frecuencia al ángulo contrapicado cuando se presentan grupos musicales o los danzarines van a bailar, la toma se ve más amplia. Además, los televidentes tienen la impresión que en el set hay muchas cámaras. En cambio, el ángulo picado se utiliza con menos repeticiones ya que podrían dañar la imagen y el equipo. Sin embargo, las pocas veces que se hace uso de este ángulo es cuando cantan solistas.

Gráfico 6

Movimientos de cámara en el sector "Listos pa el finde"



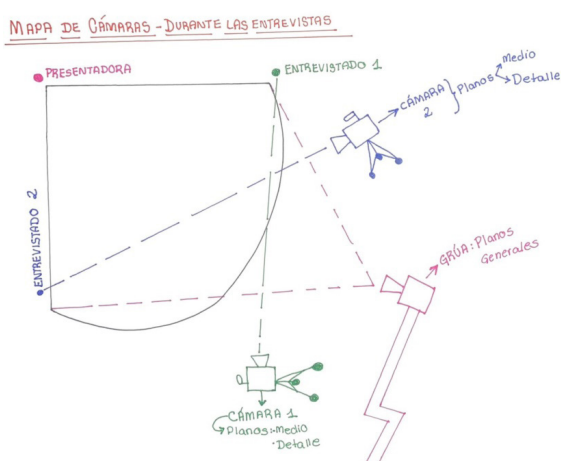
Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector "Listos pa el finde", se utiliza mayormente el zoom, ya que existen ocasiones que el camarógrafo quiere mostrar un detalle. Por ejemplo, el tipo de traje de los invitados, el pañuelo en una cueca, entre otros. Entonces, procede a hacer este movimiento de

cámara. Por otro lado, se usa el zoom cuando abren las unidades móviles, para mostrar los instrumentos de los músicos. En cambio, el panorámico se usa menos ya que los camarógrafos utilizan este movimiento para mostrar a los invitados para que el televidente los identifiquen. Se aclara que, si bien hay más sectores en el programa matutino, estos dos son los más destacados. Es por ese motivo que se decide desglosar en este artículo científico.

Imagen 2

Mapa de cámaras - Durante las entrevistas



Fuente: Elaboración Propia, 2022

Concluyendo la parte de los resultados, recordemos que éstos son datos específicamente del tercer objetivo. La variable es "fases de producción", se tiene como categorías: Pre producción, producción, post producción, lenguaje audiovisual y sugerencias para el programa. Los indicadores son los siguientes: mediciones en las etapas de producción, planos, movimientos de cámara, ángulos, temperatura de color, música, bueno, malo e indiferente.

De esta manera, se resalta el lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba. Es decir que, si bien se debe mejorar en la producción televisiva y el entretenimiento, el lenguaje audiovisual es muy bueno. Esto se sabe porque mediante el análisis de contenido que se realiza a los programas emitidos, se puede observar los diferentes tipos de planos (Gran plano general, plano general, plano entero, plano americano, plano medio, primer plano, plano a detalle), movimientos de cámara (Panorámica, traveling y zoom), tipos de ángulos (Picado y contrapicado), música y la

variedad de luces (Luces en parrilla, luces parlet, luces en barra, luces robóticas y luces en cinta), que usan durante la etapa de producción. Recordemos que el lenguaje audiovisual que engloba tipos de planos, movimientos de cámara, ángulos, música y temperatura de color depende el sector que están transmitiendo. Por ejemplo, en las entrevistas de 7:00 a 7:30 de la mañana se usa dos cámaras y una grúa donde utilizan planos medios, a detalle y general. También se destaca el desplazamiento del equipo técnico y equipo de producción.

4. Discusión teórica

La investigación aborda dos variables que son: producción televisiva y lenguaje audiovisual. Sin embargo, en el presente artículo científico se enfocó netamente en el lenguaje audiovisual, ya que corresponde al tercer objetivo del estudio. De esta manera, es importante conocer definiciones de expertos para saber si el programa "El Mañanero" de Red Uno – Cochabamba cumple con ello.

4.1. Aspectos morfológicos

Al momento de realizar el levantamiento de datos con la técnica de observación, se constata que en control central hay un espacio para el área de sonido e iluminación. Además, los conductores utilizan un tipo de voz para cada nota periodística. Por ejemplo, hay tonos felices, tristes y serios. Asimismo, el ingeniero en sonido se encarga de colocar una música distinta para complementar el tipo de nota periodística que están presentando. Algunos ejemplos son: canciones divertidas como "El bus de la alegría" que es característico de Red Uno ya que ellos tienen una campaña navideña, o canciones del género "folclore" cuando presentan el sector "Esta es mi Llaña". Es importante saber cuándo utilizar un tipo de música. El texto de Taller de Producción de Mensajes indica que los aspectos morfológicos se componen de los siguientes elementos: "Elementos visuales, por ejemplo, figurativos, esquemáticos, abstractos y elementos sonoros como ser voz, música, efectos, silencio" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:2). Por lo tanto, el equipo de operaciones cumple sus funciones a cabalidad según la teoría del experto. Añadiendo más datos sobre la observación que se realiza durante la transmisión del programa "El Mañanero" de Red Uno – Cochabamba, los conductores también usan diferentes tonos de voz en menciones comerciales según lo que el cliente requiera.

4.2. Aspectos sintácticos

Esta cita sirve para realizar una definición correcta sobre los aspectos sintácticos utilizados en la televisión. El realizador de Red Uno Cochabamba estudió sobre estos aspectos. De esta manera, sabe cómo manejar los elementos visuales de una mejor forma. Según el texto que se investiga menciona que los aspectos sintácticos son: "Planos, ángulos, composición, profundidad de campo, ritmo, continuidad, signos de puntuación, iluminación, colores, intensidad de sonido, textos, movimientos del objetivo: físicos, ópticos" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:2).

En los hallazgos de este estudio se pudo constatar que en el programa "El Mañanero" de Red Uno – Cochabamba, cumple con la mayoría de estos elementos porque utilizan todos los planos, ángulos, y entre otros aspectos sintácticos que fueron observados en la tabla de análisis de contenido. Cuando se elabora la herramienta para levantar datos, se toma en cuenta los siguientes aspectos sintácticos: Planos, ángulos, movimientos de cámara, sonido, música, efecto de sonido y temperatura de color. Éstos son usados por el equipo de operaciones al momento de realizar el programa.

4.2.1. Planos

Mediante la técnica de observación se constata que durante la transmisión del programa "El Mañanero" se utilizan diferentes planos como ser: Gran plano general, plano general, plano entero, plano americano, plano medio, primer plano y primer plano. El realizador se encarga de esta labor. Según el texto que se consulta, define a los planos como "la proximidad de la cámara a la realidad cuando se realiza una fotografía o se registra una

toma" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:4). Es importante que tengan cambios de planos cada cierto tiempo porque los televidentes se aburren. Además, tienen que hacer uso de su lenguaje audiovisual y aprovechar el número de cámaras que tienen en el set.

4.2.1.1. Planos descriptivos

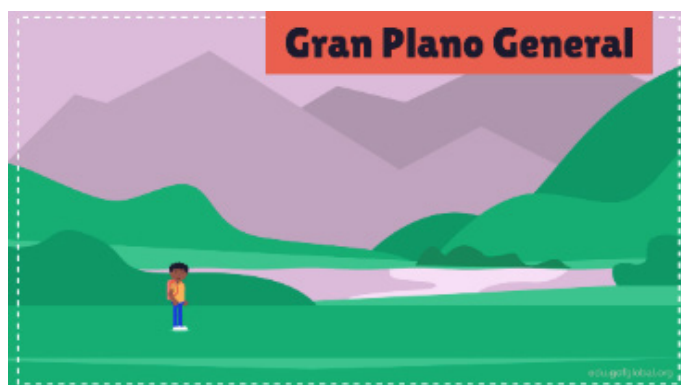
En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, se utilizan los planos descriptivos cuando se da paso a las unidades móviles como ser: El sector "Esta es mi Llajta", al momento que los danzarines bailan dentro del set o en exteriores. En el texto de Taller de Producción de Mensajes, explica que "su función principal es describir personajes o el entorno en el que se desenvuelve" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:4). Igualmente, el realizador junto a los camarógrafos utilizan estos planos descriptivos para presentar otros sectores, por ejemplo, al promocionar ferias gastronómicas fuera del set. Por lo tanto, los resultados de los planos descriptivos comparado con el texto consultado coinciden.

4.2.1.1.1. Gran Plano General

Durante la transmisión del programa, el realizador y los camarógrafos no utilizan con frecuencia el gran plano general, ya que al usar este plano el televidente se distrae con los objetos o decoraciones del set. Según el texto de Taller de Producción de Mensajes, dice que una de las características del gran plano general es que "hay mucha distancia entre la cámara y el objeto que se registra" (Taller de Producción de Mensajes, 2022: 4) Entonces, entre el resultado y la teoría de un experto tienen una coincidencia similar. No obstante, en el producto televisivo, se emplea este plano en sus sectores entretenidos. Uno de ellos es "Esta es Mi Llajta". Asimismo, también usan cuando hay programas especiales. De esta manera, el televidente puede describir dónde se encuentra el presentador o reportero.

Imagen 3

Gran Plano General



Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.1.1.2. Plano General

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, se utiliza este plano cuando existen bailes en el set o cuando abren una unidad móvil para el sector de "Esta es mi Llajta". En este estudio se usa este fragmento para conocer la teoría sobre el plano general. Es en este sentido que, según el texto de Taller de Producción de Mensajes, menciona que en el plano general "se puede distinguir los personajes. [...] Y permite apreciar bastante bien la acción que se desenvuelven los personajes [...]" (Taller de Producción de Mensajes, 2022: 4). Al igual que el gran plano general, al utilizar el plano general, el televidente puede describir dónde se encuentra el periodista o la presentadora

Imagen 4

Plano General



Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

En el producto televisivo se usa este tipo de planos cuando se inicia el programa. Sin embargo, son pocos los minutos a utilizarse. Posteriormente, es empleado en unidades móviles cuando hay bloqueos o se informa el clima y el congestionamiento vehicular e incluso en sectores donde hay entretenimiento. Por ejemplo, un "sketch" cómico, cuando los artistas presentan una nueva canción, entre otros.

4.2.1.2. Planos narrativos

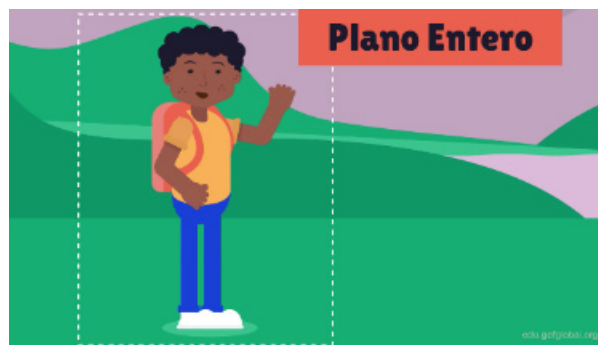
El realizador y los camarógrafos usan los planos narrativos cuando los conductores presentan noticias, o cuando están abriendo unidades móviles. Éstos van alternando según lo que el jefe de operaciones indica. El texto de Taller de Producción de Mensajes define a los planos narrativos a la "narración de la acción que se desenvuelve en el personaje" (Taller de Producción de Mensajes, 2022.: 5). En el producto televisivo, no solamente se debe mostrar el paisaje para describir dónde se encuentra el presentador o reportero, sino también mientras realizan las unidades móviles se narran historias. Esto se consigue con los diferentes planos que ayudan a dar un mayor énfasis a lo que se hace.

4.2.1.2.1. Plano entero

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba se usa el plano entero mayormente cuando abren las unidades móviles. En el texto de Taller de Producción de Mensajes, se indica que el plano entero "puede tener límites de la pantalla, la cabeza y los pies del personaje principal" (Taller de Producción de Mensajes, 2022.:5). En el set del producto televisivo, se emplea este plano cuando mandan a comerciales o propaganda. Asimismo, cuando graban avances.

Imagen 5

Plano Entero



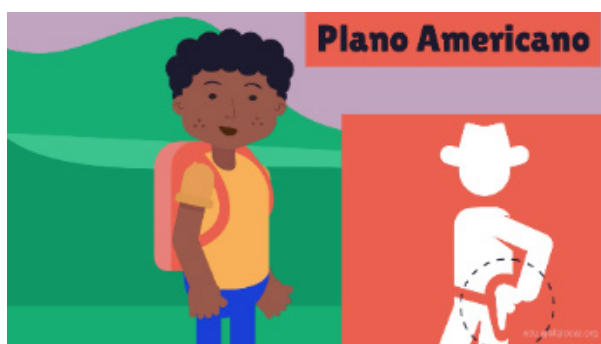
Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.1.2.2. Plano americano

En el programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba se utiliza el plano americano cuando realizan entrevistas en los sectores de entretenimiento. Por ejemplo, en “Esta es mi Llajta”, bailes en el set, presentaciones de grupos musicales como la Banda Municipal de Cochabamba. El texto de Taller de Producción de Mensajes, menciona que el plano americano “se muestra a los personajes desde la cabeza hasta las rodillas. [...] En este plano lo que interesa es mostrar la cara y manos.” (Taller de Producción de Mensajes, 2022: 5). En el producto televisivo para sacar provecho al plano americano, se emplea cuando los presentadores están en los sectores de entretenimiento. Por ejemplo, en “Esta es Mi Llajta”. Ellos pueden estar agarrando en su mano alguna artesanía o pueden estar con un sombrero artesanal y la cámara enfoca el objeto.

Imagen 6

Plano Americano



Fuente: Recuperado de “Planos fotográficos en función del protagonista” (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.1.2.3. Plano medio

En el programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba, se utiliza el plano medio cuando realizan entrevistas y cuando los presentadores están parados. Asimismo, cuando algún artista está tocando algún instrumento o cantando. Pocas veces usan cuando los bailarines danzan. El texto de Taller de Producción de Mensajes, dice que en el plano medio “se presenta el personaje de cintura para arriba” (Taller de Producción de Mensajes, 2022: 5). Los camarógrafos realizan este plano en varios momentos del producto televisivo. Incluso para que el televidente pueda tener el mismo sentimiento que se quieren transmitir. Por ejemplo, en los sectores de entretenimiento se transmite la alegría.

Imagen 7

Plano Medio



Fuente: Recuperado de “Planos fotográficos en función del protagonista” (s.p), GCF Global, (2022)

En el producto televisivo se utilizan estos planos narrativos cuando el presentador se dirige al público. Por ejemplo, en el caso del plano entero también se utiliza cuando envían a pausa. El plano americano y medio son los más utilizados cuando comentan notas periodísticas o cuando realizan menciones.

4.2.1.3 Planos expresivos

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, se utiliza los planos expresivos cuando las personas están demostrando emociones fuertes. Por ejemplo, el llanto, éste se puede ver en una entrevista en el set. Por otro lado, la felicidad, ésta se puede observar cuando bailan o cuando modelan los invitados. El texto de Taller de Producción de Mensajes, indica que la "función principal de los planos expresivos es mostrar las emociones de los personajes." (Taller de Producción de Mensajes, 2022:5). En el producto televisivo es importante no sólo mostrar imágenes, sino transmitir al televidente emociones. De esta manera, se puede ganar incluso hasta rating.

4.2.1.3.1. Primer plano

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba se utiliza el primer plano con poca frecuencia. Por ejemplo, cuando están bailando o tocando algún instrumento. El texto de Taller de Producción de Mensajes, indica que el primer plano, "sirve para destacar las emociones y los sentimientos de los personajes" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:6). En el producto televisivo, se emplea este plano cuando se quiere expresar algún sentimiento. Por ejemplo, como anteriormente se mencionó a los artistas, se realiza este acercamiento para denotar alegría.

Imagen 8

Primer Plano



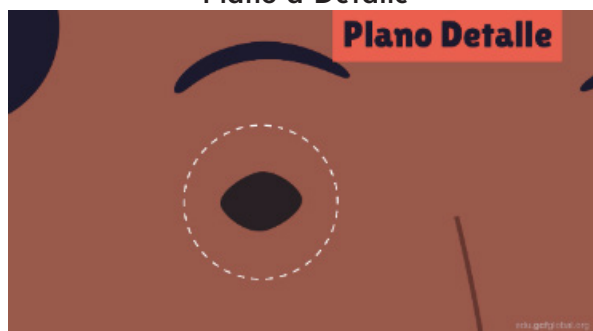
Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.1.3.2. Plano a detalle

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba se utiliza el plano a detalle cuando realizan los sectores: "Esta es mi Llajta", "El platito mañanero", "Del productor al consumidor", bailes dentro y fuera del set. El texto de Taller de Producción de Mensajes, se menciona que el plano a detalle "muestra un objeto o personaje." (Taller de Producción de Mensajes, 2022:6). Este tipo de plano es ideal cuando hay entrevistas de ferias artesanales o de gastronomía. Ya que se puede mostrar de mejor manera lo que se está promocionando. Además, es para hacer desear la gastronomía al televidente.

Imagen 9

Plano a Detalle



Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

Como todo producto televisivo se necesita utilizar planos expresivos. Esto es para demostrar emociones al televidente. En el programa "El Mañanero" se emplea el primer plano y plano a detalle cuando son noticias de ayuda o entrevistas comerciales entre otros casos.

4.2.2. Ángulos

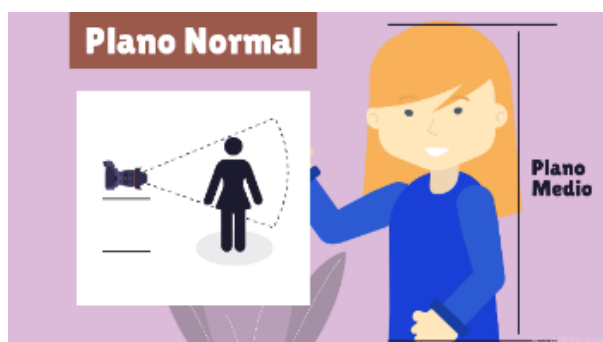
En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, utilizan diferentes ángulos cuando realizan la etapa de la producción. Éstos pueden ser sectores, entrevistas, entre otros. El texto de Taller de Producción de Mensajes, menciona que "el ángulo imaginario forma una línea que sale perpendicular al objetivo de la cámara y que pasa por la cara del personaje principal" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:6). El uso de los ángulos es importante en cualquier producción y no solamente televisiva. Al igual que los planos expresivos, hay ocasiones que mediante el uso de los ángulos pueden demostrar sentimientos al televidente.

4.2.2.1. Ángulo normal

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, utilizan el ángulo normal con más frecuencia cuando están en entrevistas serias, cuando mandan a una nota periodística o cuando mandan a pausa. El texto de Taller de Producción de Mensajes, dice que para el ángulo normal "la cámara estará situada aproximadamente a la altura de la mirada de la persona" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:6). En el producto televisivo si bien se utiliza con mucha frecuencia este ángulo, los camarógrafos procuran que no se quede con un ángulo normal porque aunque exista cambios de planos los televidentes no aprecian la variedad de lenguaje audiovisual.

Imagen 10

Plano Normal



Fuente: Recuperado de "Planos según el ángulo de la cámara" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.2.2. Picado

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, utilizan el ángulo picado al momento de usar la grúa para mostrar bailes o artistas que van al set. Por otro lado, se usa una cita sacada del texto de Taller de Producción de Mensajes, dice que el ángulo picado "se obtiene cuando la cámara realiza un encuadramiento desde arriba hacia abajo" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:7). Este tipo de ángulo también se emplea cuando muestran comidas, bebidas o artesanías. Es decir, cuando la producción alista utilería en mesa.

Imagen 11

Plano Picado



Fuente: Recuperado de "Planos según el ángulo de la cámara" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.2.3. Contrapicado

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, utilizan el ángulo contrapicado al momento de realizar tomas lejanas. Por ejemplo, la fachada de una iglesia donde quieren realizar un plano a detalle sobre la cruz que está en la parte más alta de esta construcción. El texto de Taller de Producción de Mensajes, explica que "se obtiene este ángulo cuando la cámara realiza un encuadramiento de abajo hacia arriba" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:7). También se emplea el contrapicado cuando hay bailes en el set o en el exterior. Al igual que cuando van a presentarse artistas en el canal.

Imagen 12

Plano Contrapicado



Fuente: Recuperado de "Planos según el ángulo de la cámara" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.2.4. El aire

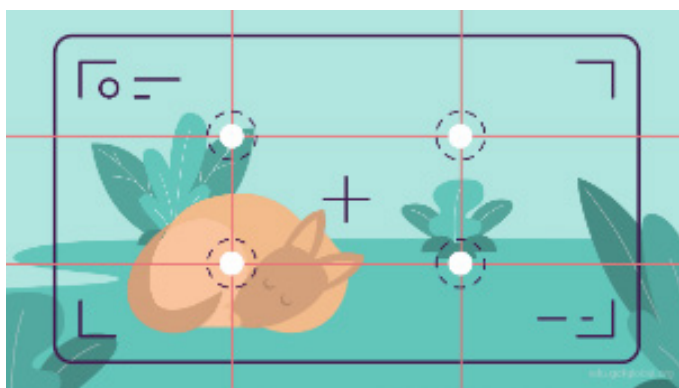
En el programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba, durante sus unidades móviles cuando tienen que encuadrar al periodista o presentador, mayormente no tienen el error que en la toma exista aire. El realizador se encarga de que los camarógrafos no cometan estas fallas durante la transmisión. El Taller de Producción de Mensajes define al aire como “al espacio más o menos vacío que se deja entre los sujetos principales que aparecen en una imagen y los límites del encuadre” (Taller de Producción de Mensajes, 2022:8). En el producto televisivo, cuando los presentadores están en el set, hay pocas ocasiones que existen aires. Sin embargo, éstos siempre respetan la regla de los tercios.

4.2.2.5. Regla de los tres tercios

En el programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba, los camarógrafos junto al realizador saben de este concepto. La mayoría tiene estudios en comunicación social y al personal que aún no tienen estudios en el área, brindan una capacitación. La regla de los tercios es importante saber su definición. De esta manera, saben dónde situar al personaje principal. Es en este sentido que, en el texto de Taller de Producción de Mensajes indica que “los personajes u objetos principales tendrían que estar colocados en las intersecciones resultantes de dividir la pantalla en tres partes iguales de manera vertical y tres de manera horizontal” (Taller de Producción de Mensajes, 2022:8). Sin saber la teoría o base de los tercios, no se puede emplear el uso de los planos. Es por este motivo que, es una de las primeras lecciones que se estudia en comunicación, producción, fotografía, entre otros.

Imagen 13

Regla de los tres tercios



Fuente: Recuperado de “Composición fotográfica” (s.p), GCF Global, (2022)

En el programa “El Mañanero” se cumple con la regla de los tres tercios al momento de utilizar planos y ángulos. Esto va de la mano en la composición de las imágenes. Por ejemplo, al momento de querer mostrar un accidente vehicular se tiene cuidado para que las imágenes no sean impactantes.

4.2.3. Sonido

Durante la etapa de producción se constata que la mayoría del equipo realiza sus funciones en control central. Debido a que el realizador y la jefa de producción dan órdenes al encargado de sonido. Un experto indica que “las operaciones relativas al audio se centralizan en un área próxima a la zona de realización, donde se localizan las fuentes de sonido auxiliar, los generadores de efectos de audio y la mesa de mezclas de audio digital” (Forcén. 2022: 13).

En el equipo del programa “El Mañanero” la mayoría tiene estudios y conocimientos en comunicación social. Sin embargo, el encargado de colocar música, efectos de sonido, entre otros; tiene experiencia en ingeniería de sonido. Es importante la labor que realiza el trabajador porque sin la práctica que él tiene en el área, las transmisiones serían

lineales. No obstante, Carlos Hornelas dice que el equipo de toma de sonido es "bajo la supervisión del técnico de audio. Jirafistas personales que sitúan los micrófonos, maneja los equipos sonoros de cintas y discos, etcétera." (Hornelas, 2001: 48). En cambio, en el caso del laburante en sonido se encarga de entregar micrófonos a los presentadores y a los coordinadores cuando tienen invitados en el set. Además, otra de sus funciones es realizar las pruebas de audio para la unidad móvil y posteriormente dar retorno a los periodistas o presentadores.

5. Conclusiones

En cuanto a las conclusiones, se tiene como planteamiento de pregunta ¿Cómo se desarrolla la producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba durante el primer trimestre de 2023? Ya que la hipótesis es que el programa no cumple como revista o magazine puesto que hay más información periodística que entretenimiento.

Respecto al primer objetivo, se constata que de los ocho sectores que tiene el programa que son para entretener al público, solamente se destacan: "Esta es mi Llaqta", "Bailes", "Listos pa el finde", "Del productor al consumidor" como los que tienen mayor producción televisiva. Sin embargo, durante el primer trimestre de 2023 el programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba no genera el suficiente entretenimiento al público. Esto se debe a que el sector más repetido es "Esta es mi Llaqta" que aparece cinco veces durante el mes de febrero. Pero para ser un programa magazine, debe existir mayor producción televisiva. El producto televisivo cuenta con 8 sectores. Éstos son: "Consultorio médico", "Tips", "Gabinete psicológico", "Platito mañanero", "Listos pa el finde", "Esta es mi Llaqta", "Del productor al consumidor" y "Reconociendo a". Pero, además, cuenta con espacios publicitarios.

En cuanto al segundo objetivo, en los resultados se obtiene que el equipo organiza y planifica el orden de su programa para que no exista errores al aire y si los hay, éstos son mínimos. Además, que, el equipo técnico tiene la tarea de que estas fallas no se hagan notorias para el televidente. Asimismo, los equipos técnicos como ser: cámaras, mesa de realización, set de televisión, entre otros; falta mejorar. Sin embargo, no es un impedimento para los trabajadores más al contrario, saben sobrellevar estas falencias.

Finalmente, en el tercer objetivo, se constata que tanto como el equipo de producción como el equipo técnico de operaciones si bien no definen los conceptos tal y como describen los textos que se consulta para la investigación, ellos tienen base y saben la definición de producción televisiva y lenguaje audiovisual. Por otra parte, como mejoras en el programa "El Mañanero", los laburantes coincidieron que se debe mejorar la comunicación como equipo para obtener una mejor planificación en el trabajo y que mantengan el equilibrio entre información y entretenimiento. En cuanto al lenguaje audiovisual, se considera como "muy bueno", ya que cumplen a cabalidad con la teoría de varios autores o expertos en el tema. Como se muestra en el análisis realizado, de acuerdo a la situación o necesidad de mostrar ya sea a los conductores, invitados y productos de ferias que se deben destacar, se utilizan los diferentes planos como ser: narrativos, descriptivos o expresivos. Asimismo, ocurre con los ángulos que ayudan a fortalecer o modificar el punto de vista del televidente. Se afirma este resultado porque se analiza el contenido a 32 programas emitidos. La muestra inicial son 66 programas. De ese total se elige para la muestra de la investigación las emisiones que tienen producción televisiva cumpliendo las tres etapas de producción. Es en este sentido que, se selecciona 32 programas emitidos. Sin embargo, se debe aclarar que por mes se toma en cuenta los siguientes programas: 9 en enero, 12 en febrero y 11 en marzo.

Referencias Bibliográficas

Fuente de textos:

- Bracamonte, E; Pascuale, D. (2008). El magazine televisivo y su producción. Universidad Central de Venezuela. Caracas. En: <https://docplayer.es/11255444-El-magazine-televisivo-y-su-produccion.html>
- Bustamante, A. (2008). Propuesta de mejoramiento del proceso de producción televisiva, en el programa el mañanero de canal 9, red uno de Bolivia. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Bolivia.
- Forcén, P. Emisora de televisión local. En: canal de television.pdf
- García, M; García, M. Los métodos de investigación. En: <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-135806/12%20metodologc3ada-1-garcia-y-martinez.pdf>
- Hornelas, C. (2001). Diplomado en Producción de TV y video educativos. Centro de entrenamiento de televisión educativa. México. En: Realizacion de Television en estudio.pdf
- Martínez, C. (2003). Investigación Descriptiva: Tipos y Características. En: <https://www.docsity.com/es/docs/metodologia-de-la-investigacion-bph/11087336/>
- Prado, J. (2011). El Laboratorio de Televisión como espacio didáctico Manual para usuarios. Universidad de Guadalajara. México. En: https://cuci.udg.mx/sites/default/files/adjuntos/manual_de_television.pdf
- Taller de Producción de Mensajes. (2022). Lenguaje audiovisual. En: https://www.academia.edu/10324959/Tpm_lenguaje_audiovisual
- Veiga, J; De la Fuente Diez, E; Zimmermann, M. (2008). Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. En: <https://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v54n210/aula.pdf>

Fuente de las entrevistas:

- Adriana Rodríguez. 2023. Comunicación personal. 4 de abril.
- Fernando Aguilar. 2023. Comunicación personal. 4 de abril.
- José Felipez. 2023. Comunicación personal. 24 de marzo.
- Marleny Ramos. 2023. Comunicación personal. 23 de marzo.
- Osvaldo Vargas. 2023. Comunicación personal. 4 de abril.

Fuentes de las imágenes:

- GCG GLOBAL. (2022). Planos fotográficos en función del protagonista. En: <https://edu.gcfglobal.org/es/curso-de-fotografia-digital/tipos-de-planos-fotograficos/1/#>
- GCG GLOBAL. (2022). Planos según el ángulo de la cámara. En: <https://edu.gcfglobal.org/es/curso-de-fotografia-digital/planos-fotograficos-angulo-de-la-camara/1/#>
- GCG GLOBAL. (2022). Composición fotográfica. En: <https://edu.gcfglobal.org/es/curso-de-fotografia-digital/composicion-fotografica/1/#>

CoupTube: framing* mediático sobre la democracia a partir de los casos “Bolivia: Intento de Golpe” y “Corea del Sur: Ley Marcial” en *CNN* y *BBC

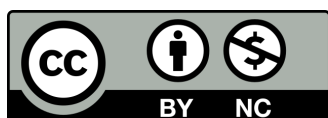
Hyunjin Park

Surcoreano, Licenciado en Comunicación Social, Comunicador Social.

Código ORCID: 0009-0008-1113-5599

parkhyunjin13@gmail.com

El autor declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Park, H. (2025). *CoupTube: framing* mediático sobre la democracia a partir de los casos “Bolivia: Intento de Golpe” y “Corea del Sur: Ley Marcial” en *CNN* y *BBC*. Punto Cero, año 30 n°50, Junio 2025. Pp 29-46. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede Cochabamba.

Resumen

La presente investigación descriptiva tuvo como objetivo establecer el *framing* mediático de *CNN* y *BBC* (incluidas sus versiones en español) en *YouTube* respecto a la democracia en Bolivia y en Corea del Sur a través de los casos de "Intento de Golpe" y "Ley Marcial". Esto tuvo el fin de contribuir al diálogo sobre la ciudadanía digital y el discurso global sobre la democracia, y conocer la representación de la democracia que ofrecen estas empresas periodísticas. Con una muestra intencional de ocho videos y sus comentarios, se aplicó una metodología mixta de análisis de contenido, considerando la interacción entre los *frames* mediáticos en los videos y los *frames* de audiencia en los comentarios. Los resultados mostraron que la representación de la democracia por parte de los medios y el público depende de: (1) El lenguaje y la cultura. (2) El discurso de "nosotros" vs. "ellos". Esto demuestra que el proceso comunicacional de *framing* se actualiza constantemente, basándose en el sesgo ideológico de los medios y la crítica del público, y exige un diálogo directo con quienes viven en estos mundos de referencialidad para su entendimiento.

Palabras clave: Democracia, *framing*, periodismo, *YouTube*

Abstract

The present descriptive investigation had the objective of establishing the media *framing* of *CNN* and *BBC* (including their versions in Spanish) in *YouTube* regarding democracy of Bolivia and of South Korea through the cases of "Coups Attempt" and "Martial Law". The purpose was to contribute to the dialogue regarding digital citizenship and global discourse of democracy, and to know the representation of democracy given by these journalistic enterprises. With a purposive sample of eight videos and their comments, a mixed methodology of content analysis was applied considering the interaction between the media *frames* in the videos and audience *frames* in the comments. The results showed the representation of democracy by the media and the public to be dependent upon: (1) Language and culture. (2) Discourse of "us" vs. "them". This shows the communicational process of *framing* to be constantly updated based on the ideological bias of the media and the criticality of the public and demands direct dialogue with people who live in these worlds of reference for its understanding.

Keywords: Democracy, *framing*, journalism, *YouTube*

1. INTRODUCCIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

"[L]a crisis es la forma clásica de la revelación o reconocimiento de la realidad del todo social" (Zavaleta Mercado, 2009, p. 214). En 2024, dos casos fueron cubiertos por los medios internacionales *CNN* y *BBC* en la red social digital de *YouTube* como "crisis democrática": (1) El caso del "Intento de Golpe de Estado" en Bolivia, el 26 de junio de 2024. (2) El caso de la "Ley Marcial" en Corea del Sur, el 3 de diciembre de 2024. En ambos casos, estas empresas periodísticas establecieron el problema, la causa, el juicio moral y el remedio de Bolivia y Corea del Sur, respectivamente, como en "crisis" (Entman, 1993, 2007, 2010). Y en ambos casos, esta idea de las naciones en "crisis" fue instrumentalizada por estos medios y sus públicos para promover sus representaciones sobre los países democráticos (Veltmer, 2013). El *framing*, o "los procesos de construcción social de la realidad y a la producción de sentido en el intercambio comunicativo" (Aruguete, 2017, p. 41), estaba claramente en juego a nivel global. Se requirió una investigación comunicacional para comprender el desarrollo de este "*CoupTube*" (tema periodístico de "golpe" + videos de noticias en *YouTube*).

La presente investigación se basó en dos premisas teóricas para su análisis. La primera premisa fue que no existe un periodismo "objetivo". Todas las noticias tienen sesgos ideológicos y riesgos de caer en la dramatización sensacionalista del hecho (Ortiz González et al., 2024; Rodrigo-Ginés et al., 2024). Esto ocurre debido a que la construcción de las noticias en sí misma es una "ventana al mundo" (Tuchman, 1983, p. 13). Estas ideas mediadas de la realidad se conocen como *frames* mediáticos y, en el contexto de la presente investigación, se encuentran en los videos de las noticias en *YouTube* (D'Angelo, 2017). Especialmente en periodismo digital donde se facilita la participación del público, existe una co-construcción entre los medios y su público de *frames* mediáticos que narran a los "héroes" y los "villanos" de la democracia, o qué país es "antidemocrático" y cuál es más "democrático" que el otro (Andrade et al., 2022; Ávila Sánchez, 2020). Son movimientos discursivos en fluidez dinámica según los intereses variados.

La segunda premisa de la presente investigación fue que no existen sujetos "pasivos". Todos los sujetos comentando en las noticias son críticos y presentan sus opiniones basándose en sus "fuentes de referencialidad" (Guardia Crespo, 2021, p. 36). Estas ideas por parte del público de los medios se denominan *frames* de audiencia y, en el contexto de esta investigación, se encuentran en la sección de los comentarios (Aarøe, 2017). Bajo la subjetividad del público, estos *frames* convergen o divergen colectivamente en sentidos, lo que a veces resulta en aparentes polarizaciones radicales de bandas sobre la convivencia democrática (Gracia Landaeta et al., 2022; Rodríguez Fuentes, 2021). Por ejemplo, aunque la realidad es mucho más compleja, los medios de comunicación polarizaron el caso boliviano como un grupo que pensaba "golpe de derechistas" versus un grupo que pensaba "autogolpe de Arce" (Centro de Documentación e Información Bolivia, 2024; Ministerio de Gobierno Bolivia, 2024), mientras que polarizaron el caso coreano como un grupo que quería "la destitución del presidente Yoon" versus un grupo que quería "la permanencia del presidente Yoon" (Lee & Lee, 2025; Sohn & Kang, 2025). Se trata de ejercicios de ciudadanía digital, que dan como resultado la comprensión y evaluación colectiva del estado de la democracia.

Figura 1.



Fuente: Elaboración propia con base en Entman (1993).

Cuando los *frames* mediáticos y los *frames* de audiencia interactúan entre sí, se establece un *framing* mediático (Ver Figura 1), o un proceso comunicacional con una nueva representación sintonizada (o desintonizada) entre los medios y el público en la cultura (Entman, 1993; van Hulst & Yanow, 2016). Este *framing* mediático representa la democracia de una nación desde una perspectiva específica en la cultura globalizada, lo que permite comprender la representatividad y la participación del medio y de la población (Votmer, 2013). Entonces, con el propósito de continuar los diálogos sobre el discurso global de la democracia y la ciudadanía digital, la presente investigación se propuso responder lo siguiente: ¿Cómo representan los medios internacionales (*CNN*, *BBC*) en *YouTube* junto con su público la democracia en Bolivia y en Corea del Sur a partir de los casos identificados como “crisis democrática”?

2. MATERIAL Y MÉTODOS

La presente investigación fue de tipo descriptivo, lo que significa que se limitó a identificar características y explicarlas con base en las dos premisas generales mencionadas en la introducción (Bernal Torres, 2016). Por lo tanto, se evidenció que los datos de la investigación eran referenciales, y no viables para la universalización del fenómeno comunicacional ni para un mapeo complejo de las correlaciones. Aun así, la presente investigación mantuvo la rigurosidad de la sistematización para formular afirmaciones con fines de diálogo en base a los siguientes materiales y métodos.

Las investigaciones comunicacionales sobre *frames* y *framing* suelen adoptar una metodología mixta que prioriza el análisis de contenido (Samsudin, 2019). La presente investigación siguió la misma corriente metodológica, reduciendo la ambigüedad del análisis de contenido mediante la integración de la codificación cualitativa y la frecuencia cuantitativa de palabras (Matthes & Kohring, 2008). El trabajo utilizó una muestra intencional de los videos y los comentarios, basado en ciertas características no probabilísticas actualizadas a marzo de 2025 (Ahmad & Wilkins, 2024). Como la herramienta se utilizó *ATLAS.ti* para codificar el video y los comentarios, así como para obtener la lista de frecuencias de las palabras más repetidas en la sección de los comentarios.

Figura 2.
Videos seleccionados para análisis

Titular	Canal	Caso	Número de comentarios
Attempted coup taking place in Bolivia	CNN	Bolivia: "Intento de Golpe"	1,031
Intento de golpe de Estado en Bolivia: expertos analizan la situación	CNN en Español	Bolivia: "Intento de Golpe"	345
South Korean president declares emergency martial law	CNN	Corea del Sur: "Ley Marcial"	8,498
¿Qué está pasando en Corea del Sur? Ley marcial, oposición y reacciones	CNN en Español	Corea del Sur: "Ley Marcial"	622
Bolivian police arrest leader of coup attempt BBC News	BBC	Bolivia: "Intento de Golpe"	456
4 claves del "intento de golpe de Estado" militar que denunció el presidente de Bolivia	BBC Mundo	Bolivia: "Intento de Golpe"	529
South Korea crisis - President lifts martial law in humiliating U-turn BBC News	BBC	Corea del Sur: "Ley Marcial"	3,185
La ley marcial que desató la peor crisis de las últimas décadas en Corea del Sur	BBC Mundo	Corea del Sur: "Ley Marcial"	462

Fuente: Elaboración propia (2025).

Al respecto a la muestra, se seleccionó *YouTube* como la red social digital en análisis por su relevancia en la transición de los medios tradicionales y una población demográfica relativamente equilibrada (Newman et al., 2024). Segundo, se seleccionaron *CNN* (+ *CNN* en Español) y *BBC* (+ *BBC* Mundo) como los medios en análisis por su alcance basado en el número de suscriptores y su subcuenta alternativa para el público español, con un total de ocho videos (Ver Figura 2) para la muestra (Maher, 2022). Finalmente, para los comentarios de cada video, se seleccionaron los 20 comentarios con el mayor índice de interacción basado en cantidad de "me gusta" (Andrade et al., 2022). En cuanto a la lista de frecuencia de palabras, se tuvieron en cuenta todos los comentarios no eliminados del video.

Figura 3.
Cinco tipos de *frames* mediáticos



Fuente: Elaboración propia con base en Semetko & Valkenburg (2000).

Como primer objetivo, se identificaron los *frames* mediáticos en los videos de las noticias. Este objetivo fue realizado mediante codificación cualitativa, utilizando los cinco *frames* mediáticos y sus respectivos indicadores establecidos por Semetko & Valkenburg (2000) para el análisis de problemas políticos (Ver Figura 3). Los audios de los videos fueron

transcritos automáticamente con *YouTube Transcript Extractor*. Cada subdivisión textual creada automáticamente por la herramienta se codificó en una de las cinco categorías de *frames* mediante *ATLAS.ti*. Para reducir el sesgo del investigador, los códigos se verificaron de forma cruzada con *ChatGPT*, que actuó como codificador mediante instrucción con los indicadores y las categorías (Ver Nota 1 para el *prompt*).

Figura 4.

Cuatro tipos de *frames* de audiencia



Fuente: Elaboración propia con base en Entman (1993).

Como segundo objetivo, se determinaron los *frames* de audiencia en los comentarios de las noticias. Este objetivo fue realizado mediante codificación cualitativa, utilizando los cuatro *frames* de audiencia y sus respectivos indicadores establecidos por Entman (1993) para el análisis de opiniones sobre problemas (Ver Figura 4). Los comentarios se recopilaban a través de *YouTube Data API* en *Google Sheets* y se jerarquizaban según el número de "me gusta" de los 20 comentarios principales. Estos comentarios se codificaron con *ATLAS.ti* según las cuatro categorías. Posteriormente, todos los comentarios del video (Ver Figura 2) se incorporaron al programa para obtener los 10 conceptos más frecuentes entre el público como la verificación cuantitativa. Este proceso, similar al del primer objetivo, se verificó con *ChatGPT*, que actuó como codificador con las instrucciones de los indicadores y las categorías (Ver Nota 2 para el *prompt*).

Como consideraciones éticas, la presente investigación tuvo en cuenta la confidencialidad de los usuarios y la recopilación de videos únicamente en el dominio público de *YouTube* con fines educativos e investigativos (Alemán-Andrade & Jiménez, 2021). Además, la presente investigación utilizó la inteligencia artificial (*ChatGPT*) sólo como apoyo de codificación para el análisis de contenido, precisando que el análisis y la redacción final fue realizado por el mismo investigador.

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

La presente investigación consideró dos casos para analizar el *framing* mediático y su representación de la democracia: "Intento de Golpe" en Bolivia y "Ley Marcial" en Corea del Sur. Con base en la cobertura de estos casos por parte de *CNN* (y su versión en español, *CNN en Español*) y *BBC* (y su versión en español, *BBC Mundo*) en *YouTube* y la interacción del público con estos videos, se establecieron dos secciones para la presentación de resultados de la investigación: (1) Democracia en Bolivia. (2) Democracia en Corea del Sur.

3.1 Democracia en Bolivia: Caso "Intento de Golpe"

El 26 de junio de 2024, algunos grupos militares y carros blindados ligeros, dirigidos por el exgeneral Juan José Zúñiga, tomaron la Plaza Murillo en La Paz exigiendo un nuevo gabinete en lugar del presidente Luis Arce (Centro de Documentación e Información Bolivia, 2024). En pocas horas, los militares abandonaron la plaza con el exgeneral arrestado. En los medios locales, este suceso fue encuadrado ya sea como un “golpe fallido” (Ministerio de Gobierno Bolivia, 2024) o un “autogolpe” (Opinión, 2024) que fingió una crisis democrática. En cualquier caso, el incidente fue rápidamente olvidado por la población boliviana, salvo en el caso de los medios internacionales y su público, que se pronunciaron sobre el problema de la democracia en Bolivia priorizando dos versiones y atribuyendo responsabilidad a distintos actores: (1) CIA y los EEUU. (2) Autogolpe y MAS.

3.1.1 CIA y EEUU

Las cuentas originales de *CNN* y *BBC*, ambos canales dirigidos a un público angloparlante, son conocidas por su sesgo ideológico “centroizquierda” (van Zandt, 2024). Por ello, algunos puntos recurrentes de referencia de estos medios y del público son las críticas a los partidos de derecha, como Donald Trump y su campaña *MAGA* (“*Make America Great Again*”), y una visión crítica de la historia latinoamericana de dictaduras militares “patrocinadas” por Estados Unidos (McIntosh & Mendoza-Denton, 2020; Rodrigo-Ginés et al., 2024). Así, el *framing* mediático de la democracia en Bolivia por parte de *CNN* y *BBC* se construyó con estas ideas arraigadas en la cultura del público y el medio.

Figura 5.

Lista de frecuencia de palabras sobre el caso en Bolivia por *CNN*

#	Palabra	Frecuencia
1	coup	142
2	bolivia	74
3	cia	72
4	people	52
5	us	49
6	president	45
7	usa	44
8	america	40
9	cnn	40
10	trump	40

Fuente: Elaboración propia (2025).

En el video “*Attempted coup taking place in Bolivia*”, *CNN* construyó los siguientes *frames* mediáticos sobre Bolivia: militares de derecha contra líderes civiles de izquierda (Frame Conflicto) en una nación muy dividida en Latinoamérica donde los golpes son comunes (Frame Interés Humano), causados por el ejército con movilización irregular (Frame Responsabilidad), con críticas al apoyo de Estados Unidos a golpes anteriores en la región (Frame Moralidad). En respuesta, como se muestra en la figura 5, los *frames* de audiencia incluyeron principalmente palabras correspondientes a causas y juicios morales (Entman, 1993). Los comentarios consideraron a CIA (tercera palabra más frecuente en la sección de comentarios; “*cia*”) y a Estados Unidos (“*us*”, “*usa*”, “*america*”) como la causa del golpe (“*coup*”) en Bolivia, y juzgaron a los partidarios de Donald Trump (ej. *MAGA calls*

this a peaceful tourist visit; "trump") como equivalentes a los golpistas. Así, la democracia boliviana fue representada en este video como dependiente o relacional con las potencias occidentales, o como oportunidad para burlarse de sus propias autoridades.

Figura 6.

Lista de frecuencia de palabras sobre el caso en Bolivia por BBC

#	Palabra	Frecuencia
1	cia	57
2	coup	49
3	bolivia	40
4	us	25
5	president	19
6	failed	18
7	lithium	14
8	attempt	13
9	democracy	13
10	america	11

Fuente: Elaboración propia (2025).

En el caso del video "*Bolivian police arrest leader of coup attempt*" de BBC, se consideraron aspectos más locales de Bolivia en la construcción de los *frames* mediáticos: General Juan José Zúñiga vs. Luis Arce, y una tensión interna entre Evo Morales y Luis Arce (Frame Conflicto), en una situación tumultuosa de falta de dólares y combustibles (Frame Interés Humano, Frame Consecuencias Económicas), con el General como responsable del posible golpe (Frame Responsabilidad). A diferencia de CNN, BBC incluyó el *frame* Consecuencias Económicas, generalmente relacionado con la crítica de los defectos del modelo de gobierno vigente (Semetko & Valkenburg, 2000). Como se ve en la figura 6, los *frames* de audiencia fueron casi idénticos a los de CNN, con CIA (palabra más frecuente; "cia") y Estados Unidos ("us", "america") causando el golpe ("coup") buscando el control por el recurso litio ("lithium"), juzgando que han fracasado ("failed") en su misión. Como excepción, dos de los veinte comentarios más gustados elogiaron a Bolivia por su valentía y por defender su democracia con el poder popular ("democracy"). En general, en este video se presentó la democracia de Bolivia como tumultuosa y dependiente al mundo occidental, y al igual que CNN, como una oportunidad para criticar a las potencias occidentales.

3.1.2 Autogolpe y MAS

CNN en Español y BBC Mundo, como sus nombres lo indican, son subcuentas de CNN y BBC con un público diferente al original. Ambos canales están dirigidos a la población hispanohablante, incluyendo al público latinoamericano, y por ello, la selección de fuentes también incluye a personas que hablan el mismo idioma (van Zandt, 2024). Por esta razón, en noticias sobre hechos latinoamericanos, las personas del país en cuestión suelen aparecer en los comentarios (ej. "yo soy boliviano...") para detallar una perspectiva local sobre el asunto. En este caso, el público boliviano comentó en los videos centrando en los *frames* sobre Luis Arce y el MAS.

Figura 7.

Lista de frecuencia de palabras sobre el caso en Bolivia por *CNN* en Español

#	Palabra	Frecuencia
1	golpe	78
2	arce	64
3	bolivia	47
4	evo	38
5	presidente	38
6	autogolpe	35
7	gobierno	33
8	morales	26
9	pueblo	24
10	mas	23

Fuente: Elaboración propia (2025).

El contraste directo con la cobertura de *CNN* en Español con *CNN* sobre esta noticia fue la incorporación de periodistas y abogados bolivianos como fuentes del reportaje. Así, el *framing* mediático se construyó de la siguiente manera: MAS (Evo vs. Arce) vs. General Zúñiga (Frame Conflicto), con una movilización que no representa una amenaza seria para la democracia (Frame Interés Humano), con el problema resuelto con el repliegue militar (Frame Responsabilidad), y la democracia boliviana en problemas no debido a la movilización, sino a Evo Morales y Luis Arce (Frame Mensaje Moral). Como se observa en la figura 7, los *frames* de audiencia sintonizaron con el mensaje del medio e implicaron visiones claras del problema, la causa y el juicio moral (Entman, 1993). Los comentarios enmarcaron de forma crítica un autogolpe (ej. “golpe” más chistoso, no hubo “golpe”; “autogolpe”) dirigido por Luis Arce (“arce”, “gobierno”), juzgando al MAS (“evo”, “morales”, “mas”) como la causa de la crisis general del país. Así, la democracia de Bolivia quedó representada en este video como problemática, pero no necesariamente por la movilización, sino por el gobierno vigente y sus tensiones políticas.

Figura 8.

Lista de frecuencia de palabras sobre el caso en Bolivia por *BBC* Mundo

#	Palabra	Frecuencia
1	golpe	136
2	bolivia	104
3	arce	80
4	presidente	69
5	autogolpe	64
6	show	61
7	gobierno	56
8	evo	53
9	mas	45
10	morales	40

Fuente: Elaboración propia (2025).

Similar al caso encontrado en el contraste entre *CNN* y *CNN* en Español, *BBC* Mundo incluyó aspectos mucho más locales de Bolivia con respecto al incidente y enmarcó lo siguiente: MAS (Evo vs. Arce) vs. General Zúñiga (Frame Conflicto, Frame Responsabilidad), en un país de incertidumbre (Frame Interés Humano) debido a la falta de dólares, materias primas y gas (Frame Consecuencias Económicas), con crítica hacia luchas políticas que paralizan soluciones a la crisis económica (Frame Mensaje Moral). Similar al caso de *BBC* al cubrir este caso, hubo una inclusión detallada de las consecuencias económicas que evidencian la falta de competencia del gobierno vigente (Semetko & Valkenburg, 2000). En respuesta, los *frames* de audiencia mostraron una sintonía similar a *CNN* en Español, por parte del público aparentemente boliviano. Como se muestra en la figura 8, los comentarios enmarcaron lo ocurrido como un autogolpe (ej. no hubo un "golpe", nunca vi un "golpe" tan pacífico; "show", "autogolpe") dirigido por Luis Arce ("arce", "gobierno"), criticando al MAS ("evo", "morales", "mas"). Así, la democracia boliviana en este video se representó como una incertidumbre sumada o surgida desde la crisis económica, provocada por el fracaso de los juegos políticos.

En conclusión, dependiendo de la característica de los medios que determina las fuentes que enmarcan los videos y las referencias de los comentarios publicados, la democracia de Bolivia, a la luz del caso "Intento de Golpe", se representó como una de dos opciones. Primero, para el público angloparlante, Bolivia se representó como una democracia dependiente de las potencias occidentales (ej. *CIA*, *Estados Unidos*) o como una oportunidad para criticar al régimen de derecha (ej. *Trump*). Segundo, para el público hispanohablante, incluyendo a los bolivianos, Bolivia se representó como una democracia en problemas debido a que el MAS (ej. Luis Arce, Evo Morales) practicaba juegos políticos como el autogolpe en lugar de centrarse en la crisis económica.

3.2 Democracia en Corea del Sur: Caso "Ley Marcial"

El 3 de diciembre de 2024, el presidente Yoon Suk-yeol declaró la ley marcial de emergencia, que permitió arrestos sin orden judicial junto con movilizaciones militares, condenando a las fuerzas comunistas dentro del país (Lee & Lee, 2025). Esta orden fue revocada por mayoría de votos en la Asamblea Nacional de Corea del Sur en pocas horas. En cuanto a la duración de la actualización, *CNN* y *BBC* cubrieron este caso mucho más extensamente que el caso boliviano debido a la continua polarización dentro de Corea del Sur. Un bando declaraba la destitución del presidente y el otro la permanencia de su cargo (Sohn & Kang, 2025). En medio de esta situación, ambos medios presentaron mayores representaciones de Corea del Sur como una utopía democrática, mientras algunos públicos enmarcaron a Corea como distopía "democrática".

3.2.1 Utopía democrática

CNN y *BBC*, en cuanto a sus canales originales, son medios occidentales (*CNN* de Estados Unidos, *BBC* de Inglaterra) con la obligación periodística de destacar a los aliados de las autoridades occidentales (Rodrigo-Ginés et al., 2024; van Zandt, 2024). Por lo tanto, en la narrativa de "nosotros" contra "ellos" (Semetko & Valkenburg, 2000), ambos medios tendían a considerar a Corea del Sur como "nosotros", una nación democráticamente fortalecida, y a "ellos" como estas irregularidades, ya fueran dictaduras o fuerzas comunistas. Además, al ser el idioma base de estos canales el inglés, muchos surcoreanos (ej. *"I'm Korean..."*) escribieron en inglés sus perspectivas locales en la sección de comentarios. En este contexto, *CNN* y *BBC* representaron la democracia de Corea del Sur mucho más como una sociedad utópica en defensa de una democracia ideal.

Figura 9.

Lista de frecuencia de palabras sobre el caso en Corea del Sur por CNN

#	Palabra	Frecuencia
1	korea	1427
2	law	973
3	south	935
4	martial	881
5	president	850
6	korean	609
7	democracy	532
8	north	531
9	trump	520
10	people	512

Fuente: Elaboración propia (2025).

Una observación inmediata en este *framing* mediático fue la cantidad de participación, lo que evidenció un mayor interés del público de CNN por esta noticia que al caso boliviano. El video titulado *"South Korean president declares emergency martial law"* obtuvo el mayor número de comentarios (8,498) entre todos los videos de la muestra. CNN construyó los siguientes *frames* mediático en este video apoyado por un periodista surcoreano: el presidente Yoon contra el partido de la oposición con dos tercios del Parlamento (Frame Conflicto), donde un presidente Yoon altamente impopular (Frame Responsabilidad, Frame Mensaje Moral) causó una interrupción en una nación que se encontraba entre los bastiones del gobierno democrático (Frame Interés Humano). En respuesta, muchos surcoreanos construyeron *frames* de audiencia basados en problemas, causas, juicios morales y remedios (Entman, 1993). Basados en su interés, elaboraron la idea de que un acto impensable ocurrió en Corea del Sur (Frame Problema), con el presidente Yoon como único responsable (Frame Causa), juzgándolo de incompetente y manipulador (Frame Juicios Morales) y presentando la solución a través del poder popular (Frame Remedios). Como se observa en la figura 9, las palabras construyeron una narrativa de héroes contra villanos, marcadamente dividida entre los que amenazan la democracia (*"president", "north", "trump"*) y los que la protegen (*"korean", "people", "democracy"*). Así, este video representó la democracia de Corea del Sur como un ideal utópico, en el que la nación se fortalece y protege contra quienes la interrumpen.

Figura 10.

Lista de frecuencia de palabras sobre el caso en Corea del Sur por BBC

#	Palabra	Frecuencia
1	korea	566
2	president	451
3	law	379
4	south	349
5	martial	320
6	korean	298
7	democracy	271
8	people	251
9	yoon	215
10	north	206

Fuente: Elaboración propia (2025).

La noticia de *BBC* sobre el caso, "*South Korea crisis - President lifts martial law in humiliating U-turn*", mostró un *framing* mediático similar al de *CNN* por su sesgo ideológico (Entman, 2007). La noticia enmarcó el hecho de la siguiente manera: presidente Yoon con apoyo militar contra el partido de la oposición con mayoría en el Parlamento (Frame Conflicto), con manifestantes que defendían una democracia estable (Frame Interés Humano), contra el impopular, desesperado y amargado presidente Yoon (Frame Responsabilidad, Frame Mensaje Moral). Como respuesta, muchos comentarios que se revelaban como surcoreanos, construyeron principalmente *frames* de juicio moral en base al contexto de las palabras mostradas en figura 10: el presidente Yoon como villano (ej. *degenerate, crazy, useless; "president", "yoon"*) y las personas como héroes (ej. *proud, strong, courage; "democracy", "people"*). De esta manera, como *CNN*, *BBC* también se hizo eco de la democracia en Corea del Sur como una democracia estable interrumpida por un presidente impopular quien fue silenciado por el pueblo.

3.2.2 Distopía "democrática"

CNN en Español y *BBC* Mundo, en relación con este caso en particular, construyeron *frames* mediáticos muy similares a sus contrapartes originales ("utopía democrática"). Sin embargo, la observación notable se encontró en el proceso del *framing* mediático, entre el público hispanohablante que discrepaba de los canales y presentaba sus propias representaciones de Corea del Sur como una distopía. Y si coincidían con el medio, no era necesariamente por la democracia surcoreana, sino por el apoyo hacia el canal.

Figura 11.

Lista de frecuencia de palabras sobre el caso en Corea del Sur por *CNN* en Español

#	Palabra	Frecuencia
1	corea	112
2	democracia	88
3	presidente	54
4	norte	40
5	golpe	35
6	ley	35
7	mundo	34
8	marcial	31
9	dictadura	30
10	cnn	27

Fuente: Elaboración propia (2025).

En el video de *CNN* en Español, "*¿Qué está pasando en Corea del Sur? Ley marcial, oposición y reacciones*", el medio construyó *frames* mediáticos muy similares a los de su canal original: presidente Yoon vs. partido de oposición con mayoría en el Parlamento (Frame Conflicto), impopular y escandaloso presidente Yoon (Frame Responsabilidad, Frame Mensaje Moral), lo que provocó un hecho inédito en la democracia floreciente de Corea del Sur (Frame Interés Humano). Sin embargo, como se observa en la figura 11, el público hispanohablante se burló de este *frame*, juzgando que Corea del Sur no tiene una democracia real (ej. esa es la "democracia", cuando conviene; ¿cuál "democracia"?; "golpe", "dictadura"), y es el medio ("*cnn*") el que construye una representación de la democracia en Corea del Sur superior a la de Latinoamérica. Este fue un ejemplo de que el medio y su público no necesariamente entraron en sintonía en la representación (Aarøe, 2017). Así, en este video, aunque el medio representó a Corea del Sur como una democracia floreciente, el público lo representó como una falsa democracia construida.

Figura 12.

Lista de frecuencia de palabras sobre el caso en Corea del Sur por *BBC Mundo*

#	Palabra	Frecuencia
1	corea	70
2	presidente	40
3	ley	34
4	marcial	32
5	pueblo	31
6	gracias	30
7	norte	29
8	democracia	24
9	golpe	22
10	excelente	21

Fuente: Elaboración propia (2025).

Otro ejemplo notable fue el video “La ley marcial que desató la peor crisis de las últimas décadas en Corea del Sur” de *BBC Mundo*. En este video, se creó una sintonía entre el video y los comentarios, pero por un motivo diferente. *BBC Mundo*, dirigido por una periodista ecuatoriana, construyó los siguientes *frames* mediáticos: presidente Yoon vs. partido de oposición con la gente cotidiana (Frame Conflicto), con cientos de manifestantes (Frame Interés Humano) contra un presidente escandaloso con una popularidad bajísima (Frame Mensaje Moral). Los comentarios del video, a primera vista, parecieron tener una sintonía mayoritariamente positiva, incluyendo elogios a Corea del Sur por su democracia (“democracia”, “pueblo”). Sin embargo, las palabras “gracias” y “excelente” en la figura 12 en realidad eran elogios a la periodista ecuatoriana, sin comentarios sobre Corea del Sur. 13 de los 20 comentarios más gustados fueron elogios a la periodista, y 10 de ellos ni siquiera mencionaron a Corea del Sur. Los demás comentarios incluyeron reflexiones similares a las de *CNN* en Español, calificando a Corea del Sur de estar en serios problemas de “golpe”. Así pues, este fue un ejemplo de un *framing* mediático con “fans” repitiendo *frames* del medio, fuera periodístico o no (Lewis, 2019). Aun así, en este video se representó a Corea del Sur como una democracia firmemente ligada al poder popular.

En conclusión, a la luz del caso “Ley Marcial” en Corea del Sur, tanto *CNN* como *BBC* construyeron *frames* mediáticos de una utopía democrática basada en sus sesgos ideológicos y aliados estratégicos (Rodrigo-Ginés et al., 2024; Tuchman, 1983). En estos medios, Corea del Sur se presentaba como una democracia estable, floreciente y protegida por el pueblo, con una crítica directa y personal al enemigo de la democracia, concretamente al presidente Yoon. Por otro lado, entre el público hispanohablante, existía otra visión de Corea del Sur como una distopía fabricada para parecer una utopía. Esta visión representaba a Corea del Sur como una distopía con un golpe, una dictadura como la de Latinoamérica, pero protegida por los medios internacionales en su discurso.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La presente investigación se inició con la siguiente pregunta: ¿Cómo representan los medios internacionales en *YouTube* junto con su público la democracia en Bolivia y en Corea del Sur a partir de los casos identificados como “crisis democrática”? La respuesta es—depende. En base a las premisas básicas de la introducción de que depende del sesgo mediático y la crítica pública, los resultados demostraron áreas específicas de discusión: (1) El lenguaje y la cultura como potenciadores y limitadores de la representación de la democracia. (2) El discurso de “nosotros” vs. “ellos” en el panorama global de la democracia.

Los pensamientos pueden ser representados de infinitas maneras y utilizando los lenguajes disponibles por los sujetos [...] También están presentes elementos de la tradición o las cosmovisiones con las cuales ha crecido. Estas son formas constitutivas de la identidad cultural que son representadas de acuerdo con concepciones profundas de tiempo y espacio, o de la posición del "ser humano" frente a la naturaleza y a sociedad. (Guardia Crespo, 2021, pp. 44-45)

Aunque la presente investigación solo consideró dos medios (*CNN*, *BBC* y sus versiones en español), la investigación mostró al menos cuatro públicos diferentes: (1) estadounidenses y europeos de habla inglesa; (2) latinoamericanos generales de habla española; (3) surcoreanos de habla inglesa; y (4) bolivianos de habla española. Así, el lenguaje y el contexto cultural de cada uno de estos grupos de sujetos, consciente o inconscientemente, orientaron sus posiciones frente a la realidad (Guardia Crespo, 2021). Tomando el ejemplo del caso "Intento de Golpe", el público (1) habló en el lenguaje de CIA, Trump y Estados Unidos para el caso boliviano. El público (4) habló en el lenguaje del MAS, Arce, Evo y el autogolpe para el caso boliviano. Tomando como ejemplo el caso de la "Ley Marcial", el público (3) elogió a Corea con el lenguaje de la ley marcial y el poder popular, mientras que el público (2) cuestionó a Corea en el lenguaje de la dictadura y el golpe. Las construcciones de la representación fueron dependientes del lenguaje y la cultura.

Entonces, ¿cómo fue esto un potenciador o limitador de la representación de democracia? En primer lugar, fue un potenciador porque incorporaron perspectivas locales sobre un conflicto extranjero. Así, *CNN* en Español podía traer periodistas y públicos bolivianos para brindar más detalles del caso del "Intento de Golpe", y *CNN* podía traer periodistas y públicos surcoreanos que hablan inglés para el caso de la "Ley Marcial". En segundo lugar, fue un limitador porque desconectó a las personas que no hablan el mismo lenguaje. Por lo tanto, la discusión sobre el "autogolpe vs. golpe" de Bolivia no fluiría fácilmente en el público (1) y (3). No es un hecho imposible como tal como se demostró en los resultados, pero las características propias de la plataforma de *YouTube* dificulta la transmisión de opiniones divergentes y facilita la creación de cámaras de eco (Cinelli et al., 2021; Terren et al., 2021). Esta fue la razón por la que los 20 comentarios más gustados en los videos eran mayoritariamente en el mismo lenguaje, por lo que incluso si hubiera otros intentando integrarse en la discusión, serían excluidos algorítmica y colectivamente.

Para contar algo es necesario narrar, organizar ideas, priorizar temas centrales y armar estructuras que permitan al orador dar sentido a la "historia" que se quiere transmitir. En ese proceso interviene toda esa compleja cantidad de componentes de la cultura humana basada en sensorialidad, emotividad y conocimientos que configuran las percepciones. (Guardia Crespo, 2021, p. 47)

El segundo punto de discusión es el discurso de "nosotros" vs. "ellos" en el panorama global de la democracia. La representación de la democracia es una imposición basada en intereses divergentes y depende de dar sentido a una crisis mediante una narrativa (Zavaleta Mercado, 2009). Uno de los *frames* mediáticos más comunes encontrados en los videos fue el Frame Conflicto, basado en la narrativa de "nosotros" versus "ellos" (Semetko & Valkenburg, 2000). Para los *frames* de audiencia, los más comunes fueron el Frame Causas y el Frame Juicios Morales, que abordaron el "quién" y el "cómo" en la comprensión de la situación (Entman, 1993). Así, juntos, estos medios y públicos crearon narrativas de "enemigos" y "amigos" en cuanto a la representación de la democracia que desearon ofrecer.

CNN y *BBC*, en el caso de la "Ley Marcial", afiliados con el sesgo ideológico de aliarse con Corea del Sur, tuvieron mucha más seguridad al narrar un nosotros, el "pueblo", versus ellos, el "presidente". O, en el caso de "Intento de Golpe", *CNN* en Español y *BBC* Mundo presentaron la lucha política del MAS como el enemigo de la democracia. Una tendencia similar se encontró en los comentarios. Los estadounidenses y europeos criticaron a CIA y

Trump, los surcoreanos al presidente Yoon, mientras que los bolivianos atacaban al MAS como el obstáculo a la democracia. La misma dinámica explica el “fandom” de BBC Mundo (“nuestra periodista”) o el cuestionamiento de Corea del Sur como una distopía (“ellos”). Lo que esto demuestra es que existen múltiples representaciones de la democracia, incluso dentro del mismo público, pero también existe una intención colectiva de simplificar la realidad a través de esta perspectiva binaria.

La crisis es una revelación social, y las lecciones aprendidas de ella proporcionan referencias para futuras transformaciones de la sociedad (Zavaleta Mercado, 2009). La presente investigación se centró en dos casos específicos de esta revelación a través de la representación de la democracia en los medios internacionales, y encontró que el lenguaje, la cultura y el discurso del “nosotros” vs. “ellos” son factores relevantes en su construcción. Desde el momento de la difusión de estos eventos, la representación de una “crisis democrática”, ya sea con un enfoque institucional (ej. la crisis económica en Bolivia) o poblacional (ej. la crisis política en Corea del Sur tras la destitución formal del presidente Yoon), fue retomada y reformulada en los medios internacionales. Por lo tanto, la recomendación para futuras investigaciones es continuar monitoreando la construcción de la representación de la democracia en casos de todo el mundo, considerando lo siguiente: (1) Investigar el *framing* periodístico además del mediático, considerando la entrevista a periodistas y al público como técnica de investigación (Entman et al., 2009). (2) Incluir medios locales que utilizan el lenguaje del público en la muestra para un análisis comparativo. (3) Prestar atención al resurgimiento de ciertos grupos e individuos, reforzados por los medios y el público como “nosotros” y “ellos”. En conclusión, la representación de la democracia tanto por los medios como por el público está siempre en evolución y transformación. Lo que no cambia, sin embargo, es la constante necesidad de un diálogo directo con las personas que viven en estos mundos de referencialidad para conversar sobre sus encuadres de la realidad.

Notas

1. **Prompt:** “Estoy tomando en cuenta los siguientes *frames* mediáticos en mi investigación con los respectivos elementos de identificación. (1) Frame Conflicto: Incluye -presentación de lados (referencia a dos lados o a más de dos lados del problema), -desacuerdos (un desacuerdo entre partidos, individuos, grupos y países), -reproches (un partido, individuo, grupo o país haciendo reproches a otro), -ganadores (referencia a ganadores y perdedores). (2) Frame Interés Humano: Incluye expresiones de -ejemplo de rostro humano (un ejemplo humano del tema), -sentimiento (expresiones de indignación, empatía, simpatía o compasión), -población afectada (cómo los individuos y los grupos se ven afectados por el problema) y -vida privada (adentrar en la vida privada o personal de los actores). (3) Frame Consecuencias Económicas: Incluye -presentación de pérdida/ganancia (las pérdidas o ganancias financieras actuales o futuras), -costo (los costos o el grado de gasto involucrados) y -consecuencias económicas (consecuencias económicas de seguir o no seguir un curso de acción). (4) Frame Moralidad: Incluye presentación de -mensaje moral (una expresión apelando a la ética y moral), -Dios (referencia a Dios y a otros principios religiosos) o -prescripción moral (prescripciones sociales específicas sobre cómo comportarse). (5) Frame Responsabilidad: Incluye presentación de los -responsables (algún nivel de gobierno o una persona responsable del problema), -capacidad de aliviar el problema (algún nivel de gobierno con la capacidad de aliviar el problema), -solución (sugerencia de soluciones al problema) o -sugerencia de acción urgente (sugerir que el problema requiere una acción urgente). Ayúdame a codificar los siguientes textos en base a estos códigos. Si no es 100% claro, explícito y argumentable por citas directas en el texto, no lo incluyes, simplificas la redacción a nivel de codificación.”

2. **Prompt:** “Estoy tomando en cuenta los siguientes *frames* de audiencia en mi investigación con los respectivos elementos de identificación. (1) Frame Problemas: Incluye -acción (lo que hace el agente causal), -costo/beneficio (costos y beneficios del problema), -necesidad de cambio (aspectos de vida en necesidad de cambio dentro del problema), -diagnóstico

(diagnóstico del evento como problemático). (2) Frame Causas: Incluye -fuerzas (todas las fuerzas en problema), -creador (fuerza creadora del problema), -factor (fuerzas que aportan al problema) y -responsabilidad (pesos diferenciados en la responsabilidad de actores). (3) Frame Juicios Morales: Incluye -agente (evaluación de agente causal del problema), -efecto (evaluación de efectos de agentes causales), -visión del problema (visión compartida del problema) y -llamada de acción (instrucción de llamada de acción). (4) Frame Remedios: Incluye presentación de -tratamiento (tratamiento para problema), -predicción (posibles efectos), -acción correctiva (acciones correctivas para llegar a un consenso), -necesidad de solución (descripción de necesidades colectivas de solución). Ayúdame a codificar los siguientes textos en base a estos códigos. Si no es 100% claro, explícito y argumentable por citas directas en el texto, no lo incluyes, simplificas la redacción a nivel de codificación."

Referencias bibliográficas

- Aarøe, L. (2017). *Framing: Audience Frames*. En P. Rössler, C. A. Hoffner, & L. Zoonen (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects* (1.a ed., pp. 1-9). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0049>
- Ahmad, M., & Wilkins, S. (2024). Purposive sampling in qualitative research: A framework for the entire journey. *Quality & Quantity*. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-02022-5>
- Alemán-Andrade, A., & Jiménez, C. (2021). Guía de consideraciones éticas de investigación social y de Comunicación. *Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Unidad Académica Regional Cochabamba*.
- Andrade, A. A., Pedriel, L. P., Baltazar, M. P., & Copa, A. O. (2022). Los tweets de la democracia. *Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Sede Cochabamba*.
- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y *framing*: Un debate teórico inconcluso. *Más Poder Local*, 30, 36-42.
- Ávila Sánchez, E. (2020). Los nuevos ecosistemas mediáticos y las nuevas narrativas: Una oportunidad para el periodismo transmedia y crossmedia en Bolivia. *Revista Punto Cero*, 25(40), 75-88. <https://doi.org/10.35319/puntocero.20204016>
- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación de Colombia.
- Centro de Documentación e Información Bolivia. (2024). Pantomima de Golpe en Bolivia, análisis de los hechos ocurridos el 26 de junio de 2024. *CEDIB Informa*, 2024(2), 1-6.
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrocioni, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- D'Angelo, P. (2017). *Framing: Media Frames*. En P. Rössler, C. A. Hoffner, & L. Zoonen (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects* (1.a ed., pp. 1-10). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0048>
- Entman, R. (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. (2007). *Framing Bias: Media in the Distribution of Power*. *Journal of Communication*, 57(1), 163-173. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- Entman, R. (2010). *Framing media power*. En *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives* (1. publ, pp. 331-355). Routledge.

-
- Entman, R., Matthes, J., & Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news *framing*. En *The handbook of journalism studies* (pp. 175-190). Routledge.
- Gracia Landaeta, O., Chipana Vedia, M. A., & Flores Meruvia, E. (2022). Nación, comunicación y esfera pública: Sobre la tensión entre nacionalismo y convivencia democrática. *Revista Punto Cero*, 27(45), 9-25. <https://doi.org/10.35319/puntocero.20224517>
- Guardia Crespo, M. (2021). *Mundos de referencialidad: El entorno comunicacional contemporáneo*. Coordinación de Investigación de Sede.
- Lee, J., & Lee, D. (2025). 2024 South Korean martial law crisis: Lessons for the democratic resilience. *Australian Journal of International Affairs*, 1-8. <https://doi.org/10.1080/10357718.2025.2458697>
- Lewis, R. (2019). "This Is What the News Won't Show You": YouTube Creators and the Reactionary Politics of Micro-celebrity. *Television & New Media*, 21(2), 201-217.
- Maher, B. (2022, junio 29). Revealed: The biggest English-language news outlets on Youtube and their most popular videos. *Press Gazette*. <https://pressgazette.co.uk/media-audience-and-business-data/biggest-news-youtube/>
- Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The Content Analysis of Media *Frames*: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication*, 58(2), 258-279. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x>
- McIntosh, J., & Mendoza-Denton, N. (2020). *Language in the Trump era: Scandals and emergencies*. Cambridge University press.
- Ministerio de Gobierno Bolivia. (2024, junio 30). *Cronología del golpe de Estado fallido contra el Gobierno Nacional* [Post]. Facebook. <https://www.facebook.com/MindeGobierno/posts/cronolog%C3%ADa-del-golpe-de-estado-fallido-contra-el-gobierno-nacional-detallando-la/813129244247340/>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Arguedas, A. R., & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024*.
- Opinión. (2024, junio 28). 'Golpe fallido', 'autogolpe' y una tercera teoría; piden investigar. Opinión Bolivia. <https://www.opinion.com.bo/articulo/pais/golpe-fallido-autogolpe-tercera-teoria-piden-investigar/20240628000049949058.html>
- Ortiz González, A., Berganza, R., & Herrero-Jiménez, B. (2024). La polarización ideológica de los periodistas españoles ante la corrupción institucional. *Revista de Comunicación*. <https://doi.org/10.26441/RC23.2-2024-3589>
- Rodrigo-Ginés, F.-J., Carrillo-de-Albornoz, J., & Plaza, L. (2024). A systematic review on media bias detection: What is media bias, how it is expressed, and how to detect it. *Expert Systems with Applications*, 237, 121641. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.121641>
- Rodríguez Fuentes, R. (2021). Jóvenes, crisis y democracia: Tensiones y puentes entre Comunidad Ciudadana y el MAS-IPSP (2019-2020). *Revista Punto Cero*, 26(43), 25-39. <https://doi.org/10.35319/puntocero.202143178>
- Samsudin, D. (2019). Understanding the Models of *Framing Analyses Approaches in Media Framing Studies: Proceedings of the Second International Conference on Social, Economy, Education and Humanity*, 385-389. <https://doi.org/10.5220/0009159503850389>
-

- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. V. (2000). *Framing European politics: A Content Analysis of Press and Television News*. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Sohn, Y., & Kang, W.-T. (2025, febrero 6). *How Polarization Undermines Democracy in South Korea*. Council of Councils. <https://www.cfr.org/councilofcouncils/global-memos/how-polarization-undermines-democracy-south-korea>
- Terren, L., Open University of Catalonia, Borge-Bravo, R., & Open University of Catalonia. (2021). Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the Literature. *Review of Communication Research*, 9, 99-118. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.028>
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia: Estudio sobre la construcción de la realidad*. Gustavo Gili.
- van Hulst, M., & Yanow, D. (2016). From Policy "Frames" to "Framing": Theorizing a More Dynamic, Political Approach. *American Review of Public Administration*, 46(1), 92-112.
- van Zandt, D. (2024). *Media Bias/Fact Check—Search and Learn the Bias of News Media*. Mediabiasfactcheck.com. <https://mediabiasfactcheck.com/>
- Voltmer, K. (2013). *The media in transitional democracies*. Polity Press.
- Zavaleta Mercado, R. (2009). *La autodeterminación de las masas*. Siglo del Hombre Editores.

Discurso xenofóbico: El migrante venezolano en las publicaciones y comentarios de Facebook de Página Siete y El Deber durante el 2019-2020

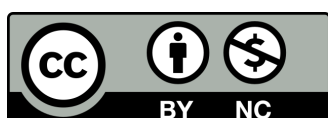
Diego Alexis Justiniano Guzman

Brasileño/Boliviano, Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana San Pablo.

Código ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-0213-5490>

diego.justiniano.g02@gmail.com

El autor declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Justiniano, D. (2025). Discurso xenofóbico: El migrante venezolano en las publicaciones y comentarios de Facebook de Página Siete y El Deber durante el 2019-2020. Punto Cero, año 30 n°50, Junio 2025. Pp 48-69. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Sede Cochabamba.

Resumen

La investigación tiene como objetivo identificar la construcción del discurso xenofóbico en las noticias y comentarios de Facebook de los periódicos de Página Siete y El Deber, con el fin de contribuir al diálogo sobre migración y xenofobia en espacios digitales. Tiene una muestra intencional de 38 noticias y sus comentarios. Usa una metodología mixta de análisis de contenido y discurso. Los resultados muestran las representaciones de actores en los dos periódicos, la percepción de amenaza del venezolano y los juegos semánticos para hablar sobre ellos, demostrando que las diferentes estrategias discursivas construyen el discurso xenofóbico dentro de la cognición social racista.

Palabras clave: Discurso, xenofobia, redes sociales, Venezuela, Facebook

XENOPHOBIC DISCOURSE: VENEZUELAN MIGRANT IN PÁGINA SIETE AND EL DEBER FACEBOOK POSTS AND COMMENTS DURING 2019-2020

Abstract

The research aims to identify the construction of xenophobic discourse in the news and Facebook comments of Página Siete and El Deber newspapers, in order to contribute to the dialogue on migration and xenophobia in digital spaces. It has a purposive sample of 38 news items and their comments. It uses a mixed methodology of content and discourse analysis. The results show the representations of actors in the two newspapers, the threat perception of the Venezuelan and the semantic games to talk about them, demonstrating that the different discursive strategies construct the xenophobic discourse within the racist social cognition.

Keywords: Discourse, xenophobia, social media, Venezuela, Facebook

1. Introducción y estado de la cuestión

Venezuela presenta una de las mayores crisis económicas a nivel mundial, lo que ha ocasionado que en la última década se genere un fenómeno migratorio en América del Sur como una opción ante los problemas socioeconómicos, la violencia, la búsqueda de desarrollo individual y familiar y, el escaso acceso a los bienes y servicios (Gissi et al., 2021). "Más de 7,7 millones de personas han salido de Venezuela buscando protección y una vida mejor; la mayoría – más de 6,5 millones de personas – ha sido acogida por países de América Latina y el Caribe" (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados [ACNUR], 2024). El éxodo venezolano es ocasionado por los conflictos políticos y económicos vinculados al régimen de Nicolás Maduro, presidente que asumió el cargo el 2013.

El grupo de migrantes venezolanos enfrenta prejuicios y estereotipos por parte de las poblaciones receptoras, gracias a las connotaciones negativas que están vinculadas con la: pobreza, criminalidad, usurpación de trabajos, mala imagen y enfermedades (Gómez Walteros, 2010). Esta situación hace que los venezolanos sean discriminados por su condición de migrantes, ya que se los generaliza como el mal de la sociedad. "[E]ste tipo de discriminación permite su generalización y se nutre de nuevos prejuicios que se renuevan y amoldan a la comunidad excluida" (Vega, 2022, p. 134). La discriminación se manifiesta en el discursos xenofóbicos (Vega, 2022). Lo que evidencia la necesidad de una investigación sobre el fenómeno.

La xenofobia es una forma de discriminación hacia el extranjero o una persona no local dentro de un territorio delimitado que está relacionada con "prejuicios que puede darse desde lo cultural, histórico o religioso" (Salazar Abarca, 2020, p. 20). La "xenofobia se determina mediante prejuicios o comportamientos de rechazo y de desprecio hacia las personas que cuentan con otro origen, lo que se fundamenta en la condición de extraño o de extranjero" (Salazar Abarca, 2020, p. 20). La situación repercute de manera negativa en la vida cotidiana de los migrantes, acentuando dinámicas de poder simbólicas que son influidas por la forma de hablar y pensar sobre un grupo social en específico.

Los medios de comunicación juegan un papel importante en la construcción de discursos y opinión pública respecto a la migración. "Desde diversos campos de estudio, se ha insistido en el poder que tienen los medios de comunicación en la producción de representaciones culturales y en la conformación de identidades" (Rodríguez & Williams, 2011, p. 276). Ya que, "como actor social fundamental en el proceso social y cognitivo de configuración y ordenamiento del discurso público hegemónico es de particular relevancia para dimensionar su participación en la construcción de representaciones discursivas de los grupos sociales" (Ramírez Lasso, 2018, p. 46). Los medios de comunicación al construir representaciones respecto a ciertos grupos sociales, pueden tener una relación con la discriminación y xenofobia, debido al uso de palabras y la forma en la que se presenta la información (Salazar Abarca, 2020). Esta situación refleja dinámicas de poder y problemas estructurales que refuerzan situaciones de exclusión en las sociedades receptoras, tanto en las plataformas tradicionales como en redes sociales.

A su vez, las audiencias de los medios de internet, se convirtieron en prosumidores, emisores de otros mensajes que no solamente reciben información de los medios de comunicación, sino que producen, "contenido constructor de cognición social, en torno a la representación periodística de un determinado grupo social y a la interacción que se genera de prosumer a prosumer en las redes sociales" (López et al., 2021, p. 412). Lo que hace que se repliquen o contradigan nuevos discursos, que pueden llevar prejuicios y estigmatizaciones (Rodríguez & Williams, 2011, p. 278). La dinámica influye en la percepción y opinión pública de las minorías que también refuerzan las dinámicas de exclusión.

A nivel latinoamericano existen investigaciones desde distintos enfoques respecto a la migración venezolana. Enfoques que tienen que ver con el marco legal de los países, con la educación y con las redes sociales, especialmente en Ecuador, Perú, Colombia, Chile y Argentina. En el contexto boliviano, no existe mucha información del discurso mediático sobre la migración venezolana, lo que hace más relevante esta investigación.

En sociedades multiculturales donde las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se hacen presentes cada vez con mayor fuerza, y los mensajes y representaciones de mundo llegan desde múltiples direcciones y a través de distintos canales, se plantean nuevas demandas y exigencias y se resignifica el papel de muchos actores sociales. (Romano, 2018, pp. 135-136)

Bolivia es uno de los destinos finales para muchos venezolanos, sin embargo, esto no siempre fue así. El país era considerado un lugar de tránsito, no obstante, a causa de la coyuntura del fenómeno, la situación fue cambiando. "La inmigración de venezolanos en Bolivia (...) se ha caracterizado por mantener un crecimiento moderado. A pesar de que su presencia no ha sido de gran peso relativo, su variación ha sido correspondiente con la tendencia regional" (Gissi et al., 2021, p. 1024). La ubicación estratégica de Bolivia, envuelve al país en este fenómeno, ya que su posición geoestratégica es vital para el desarrollo del movimiento migratorio que busca establecer nuevos destinos, construir proyectos de vida, crear nuevas rutas y redes de logística (Gissi et al., 2021). A esto se le suma, los fuertes controles migratorios impuestos por países vecinos como Chile y Perú (Baldivieso & Salazar, 2022). Las políticas desarrolladas en favor de los venezolanos, a partir del gobierno de Añez, también influyeron en la situación.

La investigación busca contribuir al debate sobre la migración y la xenofobia en espacios digitales, viendo cómo los discursos se manifiestan en los comentarios de Facebook de Página Siete y El Deber. El trabajo contempla los dos periódicos, ya que son los que manejan la agenda informativa en el periodo investigado. La teoría del Análisis Crítico del Discurso (ACD) es utilizada con el fin de identificar patrones lingüísticos y estrategias discursivas que construyen la figura y el discurso del migrante venezolano como un "otro" problemático. El trabajo propone responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se construye el discurso xenofóbico sobre la migración venezolana en los comentarios de Facebook de los periódicos de Página Siete y El Deber durante el 2019-2020?

2. Materiales y métodos

La investigación contempla un muestreo no probabilístico, ya que no todos los comentarios y noticias tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. La muestra está definida de manera intencional, enfocándose en las publicaciones de los dos periódicos investigados y los comentarios que respondan directamente a las mismas. Los periódicos son: El Deber y Página Siete. La investigación implementa un muestreo intencional o de conveniencia, "[e]n este tipo de muestreos la "representatividad" la determina el investigador de modo subjetivo" (Casal & Mateu, 2003, p. 5). La selección de la muestra de los dos periódicos es realizada mediante el buscador, con el filtrado de "migración venezolana". De 66 noticias, son seleccionadas 38, que hablan directamente de la migración venezolana entre el 12/11/2019 y el 30/12/2020.

El muestreo intencionado, también, es implementado en la población de comentarios. Este tipo de muestreo es "[a]quél que se realiza de acuerdo a criterios preestablecidos por el investigador, guiados por la teoría previa sobre el problema o con base en evidencias empíricas para la definición de criterios de inclusión y exclusión" (Pérez-Luco et al., 2017, p. 1117). Los criterios preestablecidos son los marcos en los que se colocan los temas y conversaciones sobre la migración donde existen tres categorías en las que se enmarcan las conversaciones de migrantes y minorías (Torre Cantalapiedra, 2019). Las categorías son: (1) ellos son diferentes, para seleccionar los comentarios que mencionen diferencias culturales y raciales, (2) ellos son desviados, para los comentarios que hablen

de las violaciones a las normas universales y bolivianas y (3) ellos son una amenaza, para seleccionar comentarios que perciban a los venezolanos como un peligro económico, social, de salud, de identidad nacional y de seguridad dentro de Bolivia (Torre Cantalapiedra, 2019). El total de los comentarios es de 10,406.

La técnica de *web scraping* es utilizada para la recolección de los comentarios. El *web scraping* "es el proceso de rastreo y descarga de sitios web de información y la extracción de datos no estructurados" (Tadeo Hernández et al., 2015, p. 114). El programa empleado es Exporcomments.com. Dentro de los comentarios recolectados, se aplica la selección de datos con base en los criterios pre establecidos que sirvieron como categorías para clasificar el corpus. Una vez seleccionados todos los comentarios, con base en las categorías, se escoge los 10 comentarios con mayor índice de interacción, es decir con mayor número de "me gustas" y "reacciones". Un me gusta o una reacción, cuenta con valor informativo, ya que es una forma de contenido generado por otras personas (Scissors et al., 2016). Para las noticias que no cuentan con un número grande de respuestas y que no alcanzan los 10 comentarios pre seleccionados, se contempla la totalidad de ellos. Todo el corpus de comentarios y noticias es analizado mediante el programa *ATLAS.ti*.

El primer objetivo consiste en identificar la representación discursiva de las descripciones de Facebook de los dos periódicos sobre la migración venezolana, a través de una codificación cualitativa que se basa en la metodología de KhosraviNik (2010), quien establece una triangulación de elementos para realizar un análisis textual de los discursos. Esta metodología es apoyada en los procesos de perspectivización, que son mecanismos lingüísticos que los emisores utilizan o pueden incorporar estratégicamente en los textos para representar determinados grupos (KhosraviNik, 2010). El marco analítico consta de tres niveles: actores, acciones y argumentación, articulados por el "¿qué?" y el "¿cómo?" para hacer un análisis textual (Rodríguez & Williams, 2011). A través de este método, se identifica la representación discursiva que Página Siete y El Deber hacen de los venezolanos.

Para el segundo objetivo, la percepción de amenaza del migrante por parte de la audiencia de los dos periódicos en los comentarios de Facebook de las noticias sobre la migración venezolana, es categorizada mediante una codificación cualitativa, donde se toma en cuenta la construcción social multidimensional de la percepción de amenaza del migrante (Torre Cantalapiedra, 2019). Dentro de esta construcción se encuentran categorías como: (1) el migrante como amenaza a la economía nacional, (2) el migrante como amenaza a la cultura y a la identidad nacional, (3) el migrante como amenaza a la seguridad nacional y (4) el migrante como amenaza a la salud pública (Torre Cantalapiedra, 2019).

El tercer objetivo busca identificar la polarización de autorrepresentación positiva y la representación negativa de los migrantes venezolanos por parte de la audiencia de los dos periódicos. La codificación cualitativa es implementada mediante las categorías denominadas *disclaimers*, que son juegos semánticos que enfatizan la parte positiva del "nosotros" y la parte negativa del "ellos" (Llenas Ruiz de Manzanares, 2012). Existen siete tipos de *disclaimers*: negación aparente, concesión aparente, empatía aparente, excusas aparentes, inversión o culpar a la víctima, transparencia aparente e ignorancia aparente (Van Dijk, 2010).

Para sacar el porcentaje de todos los datos presentados, se toma en cuenta como unidad de medida, el total de un aspecto del cual se quiere sacar el porcentaje, entre la frecuencia de una categoría en particular. El enfoque responde a una lógica cuantitativa de análisis de contenido, donde las unidades de análisis son las frecuencias de aparición de determinadas categorías temáticas en medios de comunicación (Krippendorff, 2018). Los cálculos se realizaron con ayuda de la Inteligencia Artificial (IA) *ChatGPT* (ver Nota 1).

Dentro de las consideraciones éticas, la identidad de los usuarios es confidencial. En la selección de las herramientas, el investigador dialogó con *ChatGPT* para tener más inspiración y conocer diferentes programas para la codificación de datos (ver Nota 2). Para obtener una codificación más precisa al momento de analizar las noticias y conocer la cantidad de comentarios xenofóbicos y de aceptación en las publicaciones, se utilizó la IA de OpenIA que se encuentra dentro del programa *ATLAS.ti* (ver Nota 3 y 4). Todo procedimiento de la IA fue intencionado, supervisado y corroborado por el investigador.

3. Análisis y resultados

Todo discurso al expresar, adquirir y/o transmitir una ideología, cuenta con estructuras y estrategias discursivas en su texto y habla (van Dijk, 2005). Dentro de la microestructura del análisis del discurso, las estrategias son: la polarización entre el endogruppo/locales y el exogrupo/extranjeros, la representación de los actores sociales y, la enfatización y/o minimización de los hechos (van Dijk, 2005). Estas estrategias pueden estar presentes en discursos xenofóbicos o racistas.

La investigación contempla las páginas de Facebook de El Deber y Página Siete para identificar cómo se construye el discurso xenofóbico en torno a la migración venezolana en un periodo de auge del fenómeno en Bolivia. El apartado presenta los resultados sobre la representación de los actores en las descripciones de los medios, la percepción de amenaza del migrante y los juegos semánticos en los comentarios.

3.1 Representación de los migrantes venezolanos

La representación discursiva de los actores sociales es una estrategia del discurso. Rodríguez & Williams (2011), mencionan que el discurso elabora y reelabora las percepciones de un fenómeno con base en el contexto en el que se generan y, estas elaboraciones y reelaboraciones, pueden considerarse representaciones sociales (p. 278). “Esto presupone un sustrato compartido de ideas y, en consecuencia, procesos de intercambio comunicativo situados en un marco discursivo de referencia en el que se elaboran representaciones sociales” (Rodríguez & Williams, 2011, p. 278). Los medios de comunicación, al igual que otros grupos de poder influyen en la representación discursiva de grupos vulnerables o minorías, lo que hace que se construya un discurso en torno a un fenómeno en específico.

Figura 1.

Descripciones de los dos periódicos

DESCRIPCIONES DE LOS DOS PERIÓDICOS	
Página Siete	El Deber
“Extranjeros “hackean” cajero automático y sustraen Bs 200.000: Una banda integrada por cuatro venezolanos, un colombiano y un boliviano realizaron el robo”	“Hasta el 2019, Bolivia era visto por los viajeros venezolanos solo como un país de tránsito, pero eso cambió y ahora buscan establecerse en las ciudades del territorio nacional, principalmente en el eje troncal. #Bolivia”
“Habilitan albergue para migrantes venezolanos: El espacio será administrado por la Alcaldía, que coordinó con la Gobernación de La Paz y la Presidencia.	“Cientos de migrantes venezolanos se encuentran en frontera con Chile, lo que ha generado susceptibilidades no solo en Chile sino también en Bolivia, a pocos días de las elecciones generales en el país.”
“ #P7Informa #Bolivia ha recibido a cerca de 10.000 #migrantes y #refugiados procedentes de #Venezuela hasta la fecha, según informó este viernes la Organización de Estados Americanos (#OEA).”	“Las más leídas. A 17 días de las elecciones generales en Bolivia, la presencia masiva de migrantes venezolanos en la frontera con Chile ha generado susceptibilidades. https://cutt.ly/Vf81j45 ”

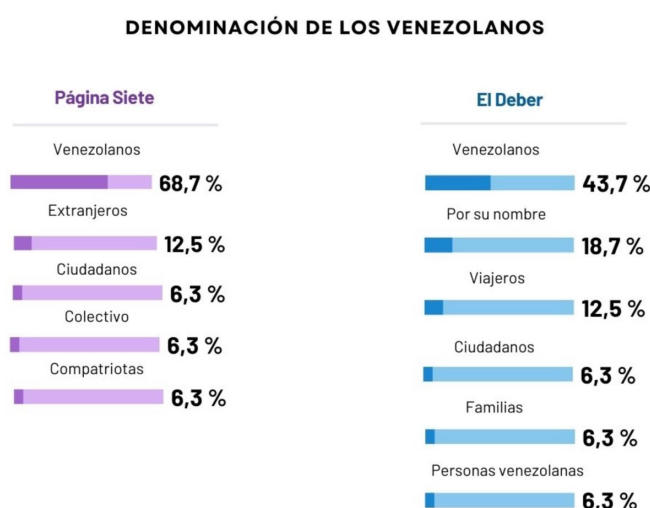
Fuente: Elaboración propia (2025).

Contemplando la metodología de KhosraviNik (2010), se identifica que la representación de los migrantes venezolanos en Página Siete y El Deber es mayormente negativa, ya que los venezolanos son vinculados con el crimen, la pobreza y la necesidad, resaltando sus carencias y actos moral y legalmente malos, antes que sus virtudes y fortalezas.

3.1.1 Denominación de actores venezolanos

Dentro de las 18 noticias de Página Siete, se denomina a los venezolanos por su nacionalidad, como extranjeros, compatriotas, colectivo y ciudadanos. La denominación de compatriotas hace alusión a un segundo nombramiento en la misma descripción para referirse a los venezolanos. Las denominaciones son campos denominativos que permiten determinar las representaciones semánticas que vinculan y se encuentran detrás de un grupo social (Rodríguez & Williams, 2011). En Página Siete, las denominaciones de los venezolanos no tienen una carga negativa, ya que se los nombra por lo que son, venezolanos.

Figura 2.
Denominación de los venezolanos



Fuente: Elaboración propia (2025).

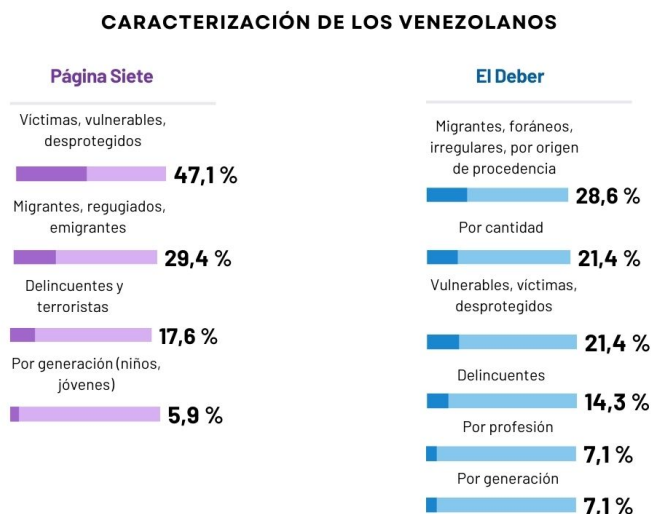
Dentro de las 20 noticias de El Deber, las denominaciones son más variadas, los actores son nombrados como venezolanos, por su nombre, como viajeros, ciudadanos, familias y personas. La denominación predominante es de "venezolanos", pero también se los relaciona con hogar y personas con integridad, ya que son mencionados con su nombre y como ciudadanos.

Ambos periódicos, se refieren a los actores desde la nacionalidad, origen y familia, hablando de ellos desde su condición de seres humanos. La dignidad es el respeto a un ser humano sobre todas las cosas (Aldana Zavala & Isea, 2018). Al nombrarlos como venezolanos, por su nombre, personas, familias y ciudadanos, los venezolanos son respetados por ser personas.

3.1.2 Caracterización de actores venezolanos

Las caracterizaciones son calificaciones positivas o negativas que complementan a las denominaciones y que pueden estar más o menos generalizadas respecto a un grupo (Rodríguez & Williams, 2011). Los venezolanos, en ambos periódicos, son calificados por valoraciones negativas antes que positivas.

Figura 3.
Caracterización de los venezolanos



Fuente: Elaboración propia (2025).

En *Página Siete*, los venezolanos son categorizados desde una posesión de carencia, vulnerabilidad y peligro, porque son calificados como víctimas y vulnerables de su situación y, como delincuentes y terroristas. También, son caracterizados con la migración, concepto ligado a connotaciones negativas como crisis, pobreza e ilegalidad, ya que “trata de una medida que tiene como finalidad enfrentar distintas circunstancias que se presentan dentro de la estructura social” (López Montenegro, 2021, p. 45). En grados menores, se los describe por generación.

En *El Deber*, son caracterizados con aspectos negativos, vinculándolos con la migración, vulnerabilidad, cantidad, y delincuencia. En grados menores son caracterizados por profesión y generación. Esta situación hace que sean relacionados con ilegalidad, crisis, pobreza y de cierta forma “invasión”, ya que se puede entender que están sujetos a la metáfora de ola migratoria, que es el concepto para hablar sobre un gran movimiento migratorio de personas hacia un país, como es el caso de México con Estados Unidos (Velutini, 2022).

3.1.3 Acción verbal con la que se vincula a los venezolanos

Las acciones son los actos con los que se vinculan a los grupos sociales que están siendo representados (Rodríguez & Williams, 2011). Las diferentes acciones verbales con las que son relacionados los venezolanos, tienen un trasfondo de percepción negativa.

Figura 4.
Acciones con las que se vincula a los venezolanos



Fuente: Elaboración propia (2023).

En *Página Siete*, los venezolanos son vinculados con acciones de migración, delincuencia, legalización y vulnerabilidad. Representando así una imagen negativa sumergida en aspectos que refuerzan una idea de un extranjero problemático. Son relacionados con desplazamiento territorial, ilegalidad, establecimiento en el país y en países vecinos, con robos, terrorismo y violencia. En grados menores, se los representa con connotaciones de pobreza, informalidad, vulnerabilidad por su situación y beneficiarios de las acciones del Estado boliviano.

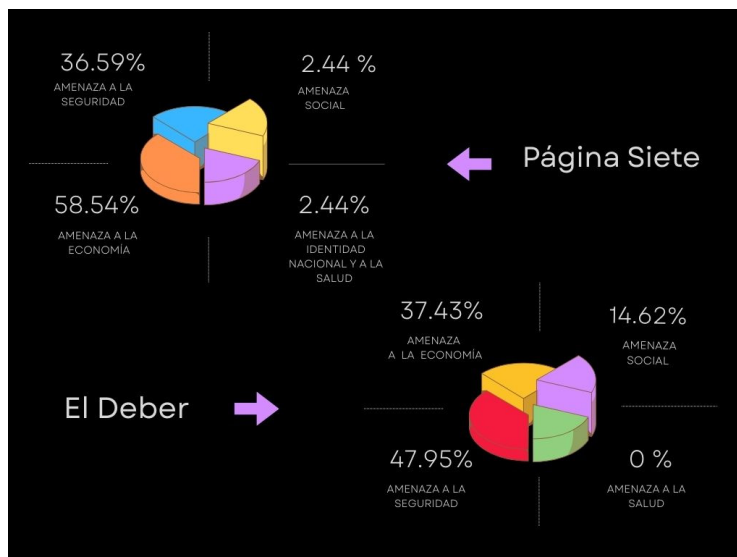
En *El Deber* se los relaciona mayormente con acciones de migración, vulnerabilidad y delincuencia, al igual que legalidad. En este periódico, la representación del migrante como delincuente y violento va a la par de la representación del venezolano como una persona en desgracia y necesitado de ayuda por parte del Estado. Lo que predomina es la presentación de esta población como un grupo que abandona su país, camina, viaja y se establece en otros territorios. En un grado menor, se presenta al grupo como personas que buscan regularizar su situación y la de sus hijos.

3.2 Percepción negativa del migrante

Torre Cantalapiedra (2019), menciona que existe una construcción social multidimensional de la percepción de amenaza del migrante, donde sus dimensiones se complementan y se relacionan entre sí. Dentro de esta construcción se encuentra la percepción del migrante como amenaza a la economía, la cultura, la seguridad y la salud pública nacional (p. 6-7).

Figura 5.

Percepción de amenaza de Página Siete y El Deber



Fuente: Elaboración propia (2025).

La audiencia de Página Siete percibe a los venezolanos como una amenaza a la economía nacional, la seguridad, la identidad nacional y la salud, demostrando un mayor miedo por la desestabilidad de la economía. Mientras que la de El Deber, los relaciona con una preocupación por la seguridad, sin percepción de amenaza por la salud e identidad nacional.

3.2.1 Audiencia de Página Siete

Los comentarios de Página Siete muestran un deprecio hacia los venezolanos, manifestando mensajes de percepción negativa y dentro del discurso xenofóbico.

Figura 6.

Comentarios Páginas Siete

COMENTARIOS PÁGINA SIETE

"Desde un tiempo a esta parte, los extranjeros estan ingresando, al país como Pedro por su casa. Debería existir mas control en las fronteras!!!"

"sos que quitan el trabajo a los bolivianos, no los van a sacar? No es peligroso?"

"Desde que llegaron los venezolanos. La inseguridad en las calles aumentó."

"Me parece que no esta bien tenemos tanta pobreza en nuestros niños de la calle a ellos debiamos ayudar cuidado que se nos llene el pais de Venezolanos"

"Había que deportar los los sin consideración porque entran al país y se hacen a los pobres. La mayoría"

"Solo por nacer aquí son Boliviano?No llevan linaje Boliviano son de padres Venezolanos su embajada debe ocuparse de ellos, concuerdo con el pensamiento de la señora, tenemos niños en situación de calle niños abandonados y las oficinas de igualdad de oportunidades no hace nada por ellos, ellos tienen y deben ser nuestra prioridad ante todo."

"Y el actual Gobierno pensando en legalizar la estadía de los venezolanos !! Espero considere primero la seguridad de los Bolivianos que en los extranjeros ..."

"No comprendo cómo son tan irresponsables estos migrantes, en la situación económica y social en la que están por que traen más niños al mundo"

"Ya votaron y se van..."

Fuente: Elaboración propia (2025).

Dentro de la percepción del migrante como amenaza a la economía nacional, el público de Página Siete percibe a este grupo como flojos, irregulares, limosneros, acostumbrados a recibir ayuda del gobierno, quita trabajos, cobardes, mentirosos de su situación, malagradecidos, necesitados, pobres y beneficiarios por el Estado boliviano. Son descritos como personas que quieren ganar dinero fácil pidiendo limosna y rechazando trabajos, queriendo vivir de ayudas del gobierno y mintiendo sobre su situación de pobreza. Cuando la economía crece, los inmigrantes son vistos como una ayuda por ser mano de obra barata y eficiente, pero cuando baja, se convierten en una carga (Durand, 2017). La percepción de los bolivianos en Página Siete se basa en una idea donde los venezolanos no favorecen a la economía del país, sino son una carga más, sumada a los problemas existentes en el país.

Dentro de la percepción del migrante como amenaza a la seguridad nacional, esta audiencia percibe al venezolano como delincuente, criminal, terrorista, sedicioso, fraudulento, ladrón, peligroso, explotador de niños, violento y persona que hace lo que quiere, ya que se lo asocia con el aumento de la delincuencia en Bolivia, la explotación de niños para pedir dinero y, la incitación a la violencia y el fraude en las elecciones presidenciales. La amenaza del migrante a la seguridad nacional parte de la idea de un orden nacional donde el estado "necesita controlar la población para poder gobernar" (Ordóñez & Ramírez Arcos, 2019, p. 56). Esta situación empeora en situaciones de crisis económica, ya que, generalmente se relaciona a los migrantes con problemas existentes y cuestiones de seguridad (Brumat, 2013). Los venezolanos son generalizados como delincuentes, violentos y sediciosos. A esto, se le puede sumar, la percepción de amenaza social, donde la audiencia menciona que los venezolanos son atrevidos y problemáticos, debido al trato y reacción que tienen al momento de recibir y/o pedir ayuda.

Respecto a la percepción de amenaza a la identidad nacional, una parte de la audiencia menciona que los hijos bolivianos de padres venezolanos, no son bolivianos, porque no tienen el linaje y no deberían recibir los beneficios que un local tiene. La amenaza del migrante a la identidad nacional, tiene sus fundamentos en que "los inmigrantes, con sus diferencias culturales, amenazarían la cohesión social, la seguridad económica y la homogeneidad cultural" (Brumat, 2013, p. 9). Lo que hace que las personas y los estados se defiendan ante esta supuesta amenaza, fundamentándose en los principios de afirmación identitaria de rechazo al extranjero (Brumat, 2013). Mencionar que un boliviano con ascendencia de otro país, no es boliviano, es una forma de querer prevalecer la homogeneidad cultural.

Por último, en la percepción de amenaza a la salud pública, los venezolanos son percibidos como una amenaza al sistema sanitario, ya que pueden llegar a saturarlo. "La salud y la higiene han sido centrales a la gobernanza de la migración, desde su consolidación, como una problemática de la Modernidad, donde se construyeron sistemas de control y clasificación de poblaciones e individuos según percepciones de sus prácticas" (Ordóñez & Ramírez Arcos, 2019, p. 54). Los venezolanos son percibidos como personas que no tienen control de su sexualidad y no realizan una adecuada planificación familiar. En algunos casos, son vinculados con la drogadicción.

Amenaza Identidad Nacional: No tienen el linaje boliviano
Amenaza Economía: Acostumbrados a recibir ayuda y apoyo del gobierno
Amenaza Economía: El informal/ no aporta al país
Amenaza Economía: El malagradecido de la ayuda
Amenaza seguridad: El fraude/voto Amenaza Economía: El Mugal
Amenaza Identidad Nacional Amenaza seguridad: El sediccionario Amenaza Economía: El pobre
Amenaza salud: Drogadictos Amenaza Social Amenaza Economía: El flojo Amenaza Economía: El necesitado
Amenaza Social: Los atrevidos Amenaza Seguridad: Hacen lo que quieren
Amenaza seguridad: El asesino Amenaza salud: Irresponsables en su sexualidad
Amenaza salud

Amenaza Economía

Amenaza Economía: El privilegiado por parte del gobierno
Amenaza seguridad: El peligroso Amenaza Economía: El limosnero Amenaza Economía: El cobardo
Amenaza Social: Los problemáticos Amenaza seguridad: El ladrón Amenaza seguridad: Los violentos
Amenaza seguridad: Los explotadores de niños
Amenaza seguridad: El terrorista Amenaza seguridad: El criminal
Amenaza Economía: El quita trabajos
Amenaza Economía: El mentiroso que se hace al pobre
Amenaza Economía: El que arruina la economía nacional
Amenaza salud: El que satura el sistema sanitario

Dentro de la audiencia de Página Siete, predomina la percepción del venezolano como amenaza a la economía nacional, ya que son imaginados como una carga para Bolivia, porque son flojos, mendigos e informales.

La percepción de amenaza del migrante venezolano por parte de la audiencia de El Deber, es más homogénea. Sus principales imaginarios de la figura del venezolano como amenaza se basan en la seguridad nacional, la economía y lo social. “El imaginario social es instituyente, autoforma la sociedad y la autotransforma; incide no sólo en lo individual sino en todas las instituciones sociales: economía, gobierno, salud, educación, ocio y concepción trascendental” (Muñoz Suancha, 2012, p. 28). La percepción de amenaza de la seguridad nacional es la que predomina, seguida de la preocupación por la economía y lo social.

COMENTARIOS EL DEBER

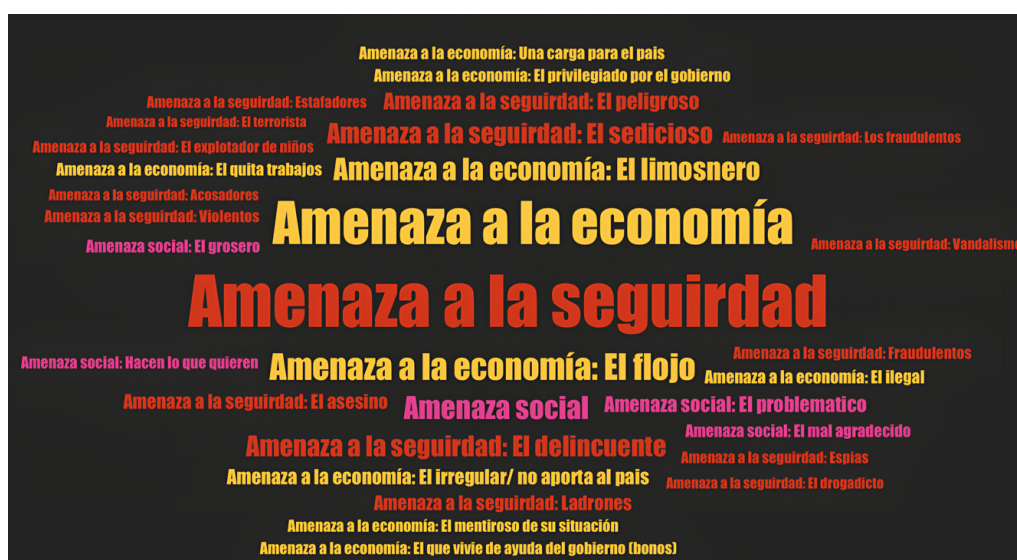
"Ya es hora que las autoridades de migración tome carta sobre los migrantes, en especial los venezolanos pues cuando fui al mercado abasto, habían tantos pidiendo dinero que si les daba de 1 Bs. a cada uno, me quedaba sin realizar todas mis compras, no me dejaban transitar por los pasillos y lo peor es que ponen a los niños (bebés) de pantalla, como para hacer muchachos no piensan como los van a mantener y lo peor es que uno les ofrece trabajo y no quieren, o sea, para peor, son flojos."

Punto Cero año 30 n° 50 Junio de 2025

En El Deber, dentro de la percepción de amenaza a la seguridad nacional, se percibe al venezolano como ladrón, acosador, delincuente, terrorista, sedicioso, explotador de niños, asesino, peligroso, fraudulento, estafador y espía. En este caso también, se habla de ellos como drogadictos pero que atentan a la seguridad nacional por portar armas. En la percepción de amenaza a la economía, son relacionados como los ilegales, los que no aportan nada al país, los irregulares, los limosneros, los privilegiados, los que viven de ayudas del gobierno, los que quitan trabajo y los que son una carga para el país. En la amenaza social son percibidos como groseros, malagradecidos, problemáticos y que hacen lo que quieren, debido a la forma en la que se relacionan.

Figura 9.

Percepción de amenaza de la audiencia de El Deber



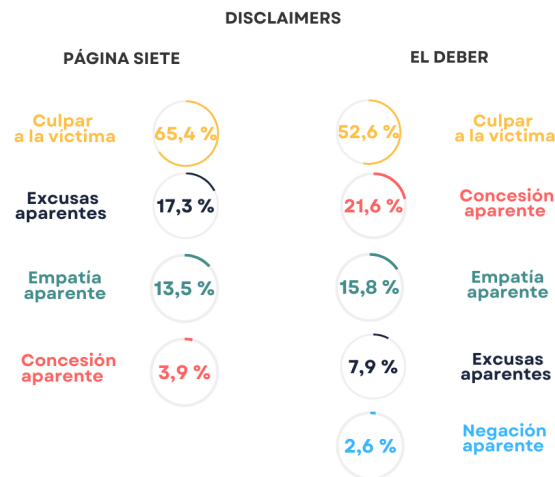
Fuente: Elaboración propia (2025).

Las percepciones de amenaza de la audiencia de Página Siete y El Deber, son parecidas. No obstante, la audiencia del primer periódico, se preocupa más por el impacto que creen que tienen los venezolanos en la economía, mientras que en El Deber, es por la seguridad de los bolivianos.

3.3 Disclaimers

El análisis semántico de los comentarios sobre la migración "revela otras características interesantes. Una de las más conocidas es los disclaimers; estos son jugadas (moves) semánticas con una parte positiva sobre Nosotros, y una parte negativa sobre Ellos" (Van Dijk, 2010, p. 112). Los disclaimers sirven para identificar la polarización de los dos grupos, a través de ellos se puede analizar la polarización de autorrepresentación positiva y la representación negativa del otro (López et al., 2021). En los comentarios analizados de Página Siete y El Deber aparecen: concesión aparente, empatía aparente, culpabilización de la víctima y excusas aparentes. La negación aparente está presente solamente en El Deber.

Figura 10.
Disclaimers de Página Siete y El Deber



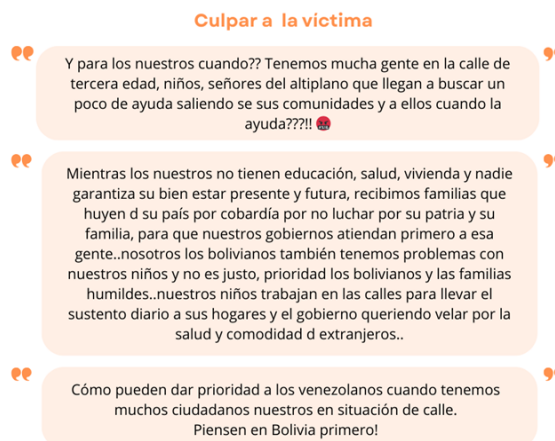
Fuente: Elaboración propia (2025).

Los juegos semánticos en los dos periódicos son variados, pero en más de la mitad de ambos casos, se presenta la culpabilización de los venezolanos como *disclaimer* predominante.

3.3.1 Página Siete

Los *disclaimers* de Página Siete, muestran comentarios con cargas xenofóbicas, ya que el desprecio por los venezolanos, está reflejado.

Figura 11.
Culpar a la víctima



Fuente: Elaboración propia (2025).

Dentro de la inversión o culpabilización, se posiciona a los bolivianos como las verdaderas víctimas de la situación y, a los venezolanos como culpables de su situación y la inestabilidad de la gente local. Existe una división entre el “nosotros bolivianos” que necesitan ayuda y no están siendo atendidos y, el “ellos venezolanos”, que no la necesitan o no se las debería dar.

Figura 12.
Empatía aparente

Empatía aparente

- “ Qué bueno! Pero me encantaría que también se preocuparan por los bebés y niños potosinos que están en las calles pidiendo limosna y sobretodo de las niñas que muy pronto se embarazan, me pregunto: Quien vela por ellos? ”
- “ Como Alcaldía y Gobernación muy buena actitud. Pero porque no los repatriaron a sus lugares de origen, no lo digo porque no soy solidaria, sino que hay muchos Bolivianos que volvieron de otros países. Se imaginan que esa gente de igual manera buscara trabajo y será un caos BOLIVIA. ”
- “ Lamento el momento que atraviesan pero lo único que conseguirán es alentar su llegada al país. ”

Fuente: Elaboración propia (2025).

En la empatía aparente, la audiencia muestra un desprecio disimulado con el fin de mostrar una imagen “positiva” ante la situación, pero al momento de hablar sobre las ayudas que reciben los venezolanos, sus comentarios tienen cargas negativas y de desprecio hacia ellos, pidiendo su deportación y haciendo una crítica social por la falta de ayuda a los bolivianos que están en su “misma” situación. La función de estos *disclaimers*, es expresar una actitud de rechazo, sin exponer negativamente el rostro de quien lo hace (Kuhlmann, 2017). También critican el “privilegio” que tiene este grupo por beneficiarse de las resoluciones emitidas por el gobierno.

Figura 13.
Excusas aparentes

Excusas aparentes

- “ Lo siento pero primero es nuestra gente, que sean repatriados o que vayan a su consulado y les den espacio ahí. Lo siento pero las cosas como son!! ”
- “ No es por mala pero hay tanta pobreza en nuestro país, que hacemos con nuestros hermanos que están pidiendo dinero en las calles o los que limpian parabrisas? No debería el gobierno primero priorizar a nuestra gente? Es verdad la gente venezolana necesita pero he escuchado muchas cosas malas que hacen que ya no dan ganas ni de ayudarlos. ”
- “ Suena mal que lo diga pero NO HACEN NADA POR MUCHOS NIÑOS BOLIVIANOS....Y HACEN ALGO POR NIÑOS EXTRANJEROS me parece ilógico . ”

Fuente: Elaboración propia (2025).

Al igual que en la empatía, en las excusas aparentes, existe una división del “ellos” y el “nosotros”, reiterando nuevamente que se debería priorizar a los bolivianos con necesidades. Algunas negaciones son aparentes porque la primera parte es positiva,

pero, el resto del texto focaliza las características negativas del “otro” (Van Dijk, 2010). Los comentarios presentan una disculpa antes de escribir un mensaje de desprecio hacia los venezolanos.

Figura 14.

Concesión aparente

Concesión aparente

- “ Veo a personas con discapacidad trabajando, personas ancianas. Pero esas personas que piden limosna teniendo el cuerpo entero, pues para mí es una forma de fomentar la flojera y ganar todo facil ”
- “ Esta bien que les den certificado, pero los padres de familia de estos niños deben ser registrados y ellos por temor no sólo de ser extranjero sino que muchos de ellos cometen fechorías y temen a eso ser identificados. Deben cumplir con el padrón biometrico. ”

Fuente: Elaboración propia (2025).

La concesión aparente está presente en la crítica de la conducta de los venezolanos, comparándolos con las formas de trabajo de los bolivianos. Las historias presentan “hechos” de las experiencias personales que conducen a conclusiones negativas de las minorías (Van Dijk, 2010). Los comentarios muestran una imagen donde el boliviano es trabajador y el venezolano es flojo y delincuente.

3.3.2 El Deber

En El Deber, los *disclaimers* muestran comentarios con cargas xenofóbicas que potencian el discurso ideológico xenofóbico.

Figura 15.

Concesión aparente El Deber

Concesión aparente

- “ UPS NO DEJEN ENTRAR PORQUE HAY MUCHA MALA GENTE QUE ESTA ASIENDO A NUESTRA GENTE SE ESTÁN PORTANDO MUY MAL HAY MUCHA DELINCUENCIA SE QUE NO TODOS SON MALOS PERO SENTA VIENDO QUE HAY MUCHOS ”
- “ Si son humanos, latinos y todo lo que queramos decir bueno de ellos, pero algo muy cierto es q si vienen a desbancar muchos puestos de trabajo, es cierto lo que opinan muchos ...hay q salir un poquito fuera de nuestra hermosa Bolivia para ver como se comportan los venezolanos como han actuado en los países vecinos y cuanto daño han causado en su economía.....respeto todas las opiniones ...pero no quiero que mis hijos tengan que quedarse sin empleo en su propio país..... ”
- “ bien por ella los venezolanos al igual que todos son excelentes profesionales lastimosamente a Bolivia en su mayoría llegaron los Chavistas que son sinónimo de Masistas esos que no les gusta trabajar y que quieren todo gratis ”

Fuente: Elaboración propia (2025).

La concesión aparente, consiste en presentar una parte positiva del “otro”, excusando que existe un grupo pequeño “bueno”, pero generalizando como “malos” a los demás. “La forma más básica y más común de generalizar sobre un colectivo es la representación de casos

individuales negativos como típicos del colectivo en cuestión" (Taibi & el-Madkouri, 2006, p. 128). En este *disclaimer*, los comentarios mencionan que existen venezolanos responsables y trabajadores, pero que la mayoría no lo son, ya que casi todos se dedican a violentar, delinquir o no hacer nada porque quieren todo fácil.

Figura 16.

Empatía aparente El Deber

Empatía aparente

- “ Es una pena,, pero ya no hay confianza para ayudar a estás personas,, en primero no pide por un trabajo, seguro que quiere que le ayuden con dinero, dise vivir por la ex terminal y allí es donde viven la mayoría de esta gente extranjera en alojamiento o residenciales que llegan a ser más caras que pagar un alquiler en un barrio, más arriba leí alguien que comenta que también hay bolivianos trabajando en otros países,, si es cierto pero no e visto ni un solo video en YouTube de esos bolivia pidiendo que les regalen dinero en las esquinas de esos países... Y por la visa,, aquí en bolivia no te piden visa para entrar en muchos trabajos que podrían realizar,, pero simplemente no quieren. ”
- “ Muy admirable historia, pero Aquí en sucre veo a muchos venezolanos mejor vestidos que yo pidiendo limosna, y si no les das se enojan, hasta miedo da pasar por su lado de algunos, por que son insistentes Una tarde vi que cuando dos jóvenes venezolanos le pidieron monedas a una abuelita, ésta reaccionó diciéndoles "trabajen flojos" a lo que los chicos le gritaron "salí de aca te vas a ganar un pingaso vieja y mrd " Me quede opa, al ver esa reacción y muy decepcionado de esa gente, pero bueno hay gente buena y mala en todas partes del mundo ”

Fuente: Elaboración propia (2025).

En la empatía aparente, los comentarios muestran una solidaridad moral hacia la situación de los venezolanos, pero sin ganas de ayudarlos. Las personas que no cumplen el perfil del estándar ideal del migrante son considerados una carga y tienden a ser objeto de prácticas discriminatorias (Kuhlmann, 2017). Se puede entender que los venezolanos no cumplen con este perfil, posicionándolos en un lugar de exención de ayuda a raíz de sus comportamientos o supuestos comportamientos que la población local cree que tienen.

Figura 17.

Excusas aparentes El Deber

Excusas aparantes

- “ PERDON SI ESTO SUENA ALGO EGOISTA DE MI PARTE PERO BASTA!!!!!! YA BASTA DE SEGUIR AYUDANDO A ESTA GENTE QUE SOLO VIENE A PELEAR ENGAÑAR ES CIERTO QUE NO TODOS SON MALAS PERSONAS Y ALGUNOS TRABAJAN PERO DE 10 SOLO 1 TRABAJA LOS DEMAS LES GUSTA TODO REGALADO Y FACIL PIDIENDO LIMOSNA VENDIENDO DULCES EN LOS MICROS TIENEN PIES MANOS JOVENES , NO HAY VENEZOLANO BUENO NO CONOSCO UNO SUENA CRUEL PERO ES HORA DE BOTARLOS DE NUESTRO PAIS PORQUE LO UNICO QUE HACEN ES DAR PROBLEMAS NO ESPEREMOS QUE MAÑANA SEA UN COMPATRIOTA BOLIVIANO EL MUERTO EN EL VIDEO SE VE COMO LOS DOS TIENEN UN CUCHILLO NO DEJEMOS QUE ESTA GENTE SIGA BASTA !!!!!!!!!!!!! NO SON GENTE PRODUCTIVA ,NO SON UTILES , YO E VIAJADO POR VARIOS PAISES Y DONDE E IDO SIEMPRE E DICHO CON ORGULLO SOY BOLIVIANO Y ME DABAN TRABAJO PORQUE ASI N ”
- “ No es por mala, pero en unos días las calles estarán llenas de estos venezolanos que salen a pedir lismona y si no les das te insultan y te tratan de lo peor ”
- “ Pues aunque suene cruel pienso que Bolivia debe cerrar sus fronteras el flujo migratorio y la salida de divisas afecta la economía del país ”

Fuente: Elaboración propia (2025).

En las excusas aparentes, al igual que en Página Siete, la audiencia de El Deber recrimina a los venezolanos, comentando mensajes que van en contra de ellos vinculándolos con la mendicidad, el maltrato a los bolivianos y la criminalidad, pero disculpándose al principio.

Figura 18.

Negación aparente El Deber

Negación aparente

No estoy en contra del ingreso de los venezolanos, pero su presencia en el país, podría ser perjudicial para las personas que tienen bajos recursos, un ejemplo: Cuando me encontraba tomando un bus para transportarme, siempre subía un señor a vender sus dulces, Al día siguiente subieron al bus venezolanos vendiendo también sus dulces y la gente compro la mercancía a los venezolanos, cuando subió el señor al bus para vender, nadie le compro sus dulces..... Mi punto es que su ingreso de forma descontrolada puede ocasionar desestabilidad económica a nuestro país, Algo así paso en Peru, donde realizaron una marcha para echar a los venezolanos ya que desestabilizaron su economía, también paso en Colombia y Ecuador..... Chile, tiene un control estricto para el ingreso de Venezolanos.....

Fuente: Elaboración propia (2025).

La negación aparente está presente cuando se habla sobre la llegada de venezolanos a Bolivia, ya que existe una supuesta aceptación por la entrada de este grupo al país, sin embargo, se menciona que esta acción afecta a la economía nacional, más que todo, de las personas con bajos recursos.

Figura 19.

Culpar a la víctima El Deber

Culpar de la víctima

Aquí en Trinidad están pidiendo limosna y Son jóvenes . Hay mucho trabajo y ello van por lo fácil . Muchos bolivianos nos vamos a otro país pero no a limosnear .

No se debería aceptar mas venezolanos en Bolivia, nosotros tenemos bolivianos que necesitan de ayuda, tenemos niños y familias de bajos recursos y es a ellos que el gobierno y la sociedad debe ayudar, los venezolanos solo vienen a mendigar y no a trabajar, es una carga para el país. Se debería ser mas duro en el ingreso de ellos, y Bolivia no puede hacerse responsable de la situación económica de Venezuela. Deberían hacer políticas para que los venezolanos deberían demostrar cual sería su medio de subsistencia en el país.

Si no podemos ayudar a nuestra gente boliviana que vive y que no tiene vivienda, trabajo , alimentación, seguro de salud en nuestro país, Como podemos esperar y que esta gente que es de otro país que vive en la misma situación en Venezuela bajo que convenios está viniendo y ya casi con un pie en nuestro país y cerca a unas elecciones para que vienen? A ayudar a hacer fraude?, A marchar en las calles con los masistas, o infiltrarse en algún partido ??? Con que clase de antecedentes ??? Porque me imagino que El departamento de Inmigración sabe algo de las actividades o también está apoyando a esta gente ,porque todavía hay personas que son del MÁS trabajando en instituciones del gobierno.

Fuente: Elaboración propia (2025).

El *disclaimer* de culpabilización de la víctima aparece en los comentarios de El Deber, presentando nuevamente a los bolivianos como víctimas y comparándolos con los venezolanos. De igual forma, se responsabiliza a los venezolanos por su situación, a consecuencia de sus actos.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Dentro de las publicaciones y los comentarios de El Deber y Página Siete, se puede afirmar que existe una construcción del discurso xenofóbico de la migración venezolana en crecimiento, que puede repercutir de forma negativa en la vida de estas personas, ya que este discurso está inmerso dentro de la cognición social racista. La cognición social consiste en que todos tienen conocimiento genérico y abstracto del mundo que comparten con otras personas de la misma comunidad (van Dijk, 2016). A través del discurso, las personas puedan compartir creencias y actitudes respecto a fenómenos sociales. "Estas características cruciales de la cognición humana son las que permiten que tenga lugar cooperación, interacción y comunicación y, por tanto, discurso" (van Dijk, 2016, p. 142). De esta forma se generan los discursos en torno a cualquier fenómeno, donde la migración juega un papel importante.

una actitud sobre la inmigración puede contener creencias sobre identidad, origen, propiedades, acciones y objetivos de los inmigrantes, sus relaciones con «nuestro» grupo, asociadas cada una con evaluaciones positivas o negativas basadas en normas y valores (...) Las actitudes tienden a estar basadas en, u organizadas por, ideologías más fundamentales que controlan la adquisición y modificación de actitudes más específicas. Así, una ideología racista puede controlar actitudes negativas sobre la inmigración, discriminación positiva, cuotas, diversidad étnica, relaciones culturales y muchas otras cosas. (van Dijk, 2016, p. 145)

Las representaciones de los migrantes venezolanos y los comentarios de las publicaciones en las páginas de Facebook de los dos periódicos contribuyen al desarrollo de la cognición social racista.

El discurso xenofóbico sobre la migración venezolana en las publicaciones de los dos periódicos, es construido mediante las estrategias discursivas que se presentan: la representación de los venezolanos, la polarización del endogrupo y el exogrupo y la autorrepresentación positiva del "nosotros boliviano" y la representación negativa de los extranjeros.

Las representaciones de ambos medios vinculan a los venezolanos con una imagen negativa, partiendo de la forma en que se los caracteriza como migrantes y viajeros, hasta las acciones con las que se los relaciona como: la criminalidad, el desplazamiento y la vulnerabilidad. Estos aspectos influyen en la opinión pública de las personas gracias al tratamiento informativo que refleja mayormente lo negativo del otro extranjero.

Dentro de los comentarios, en la percepción negativa del venezolano, predomina el imaginario social de este grupo como una amenaza a la seguridad nacional y la economía, ya que prevalece la idea del venezolano como criminal, flojo y limosnero. Dentro de esta percepción, existe una polarización evidente entre los bolivianos y los venezolanos, para lo cual las audiencias de los dos periódicos recurren a juegos semánticos para poder disfrazar su xenofobia.

Tanto los mensajes emitidos por Página Siete y El Deber, como los comentarios de sus audiencias, están inmersos en las presuposiciones de la ideología compartida, ya que a los dos medios, sólo les basta recurrir a mensajes subliminales o presuposiciones discursivas para que el lector entienda, replique y difunda el discurso xenofóbico (Taibi & el-Madkouri, 2006). Un discurso con ideología inmersa en las creencias socialmente compartidas, llenas de prejuicios y estigmatizaciones que tienen que ver con las cámaras de eco. Las cámaras de eco son espacios mediáticos que incrementan la coherencia ideológica de la audiencia (Rodríguez Cano, 2017).

Las estrategias discursivas de los dos medios, están dentro de un micro panorama, donde empiezan las dinámicas de exclusión y discriminación, el discurso de odio y la comunicación violenta. El discurso de odio es aquel discurso colectivo que posiciona a un grupo como indigno y vulnerable de falacias y violaciones a sus derechos humanos (Ojeda Copa et al., 2021). El odio, empieza “con una subvaloración hacia el exogrupo, el cual es el inicio, pero todavía no pasa a ser un discurso de odio hasta que se colectiviza y se establece como hostilidad, esencialización o justificación de la violencia” (Ojeda Copa et al., 2021, p. 16). De esa forma, la migración venezolana se va convirtiendo en un problema sistémico social.

La presente investigación se centró en la construcción del discurso xenofóbico, en una escala básica, a través de las estrategias discursivas presentes en los dos periódicos analizados y descubrió que ambas plataformas digitales tienen discursos ideológicos que son consumidos y potenciados por sus audiencias, contribuyendo al discurso xenofóbico del migrante venezolano. La recomendación para futuras investigaciones es (1) investigar el discurso ideológico sobre el migrante venezolano desde la macroestructura en espacios digitales. (2) Interiorizarse más en las cámaras de eco de las audiencias e (3) investigar el discurso de odio entorno al venezolano.

Notas

1. **Prompt:** “Las tablas deben ir por separado y deben contener la misma información que está en las imágenes, más el cálculo del porcentaje de cada número”.

2. **Prompt:** “Que herramientas utilizarías para el levantamiento de datos de este objetivo”.

3. **Prompt:** “Codifica cada una de las celdas con base en la metodología de Khosravini (2010), para identificar la representación discursiva de los venezolanos en las noticias bolivianas. La metodología de Khosravini (2010), implementa 3 aspectos para analizar los textos, que son los: Actores (donde se identifica la denominación, es decir cómo se nombra a la persona o al grupo representado, en este caso los venezolanos y la caracterización, donde se identifica como se califica o describe a este grupo o persona), las acciones (se refieren a identificar a que acción verbal se involucra a los actores) y la argumentación (la forma en la que se justifica lo que dice el texto).

4. **Prompt:** “Selecciona todos los comentarios en dos categorías: los xenofóbicos y/o discriminatorios y los de aceptación y/o empáticos”.

Referencias bibliográficas

Aldana Zavala, J. J., & Isea, J. (2018). Derechos Humanos y Dignidad Humana. *Iustitia Socialis. Revista Arbitrada de Ciencias Jurídicas*, 3(4), 8-22.

Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados [ACNUR]. (2024). *Situación de Venezuela*. Agencia de la ONU para los Refugiados. <https://www.acnur.org/emergencias/situacion-de-venezuela>

Baldivieso, G., & Salazar, Y. (2022, abril 8). Bolivia, destino y paso para el éxodo venezolano en busca de mejores días. *SWI swissinfo.ch*. <https://www.swissinfo.ch/spa/bolivia-destino-y-paso-para-el-exodo-venezolano-en-busca-de-mejores-dias/47502638>

Brumat, L. (2013). Políticas migratorias, construcciones de identidad europea y el inmigrante como una “amenaza”. Un análisis de la Directiva del Retorno. *Revista Diversidad*, 4(6), 01-22.

Casal, J., & Mateu, E. (2003). TiposMuestreo1-libre. *Rev. Epidem.* https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55524032/TiposMuestreo1-libre.pdf?1515813042=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTIPOS_DE_MUESTREO.pdf&Expires=1727127154&Signature=eeFcpHjTWSOLYvvNrdaXNjLICg7JRmxsg0-5DUCII0asm84fd0gFEtkQy1

dbZYMtA5nmHPZNFHm3erts-XVBpnec33EpEgsABlpnUwLnPddb-o137rRM5cW6wSVxkaoW5OyHEJwuXzZ2~yPvc6TIdT-CokHbWjvb1MLuwHWL3GolTnZiEz6dKW92BZPRlpopeSbPH3qYNfMDAEAiMBiq8BvTK8o9NvJGoc~9PkTCOWX8yJSWoNIFCbTjBegwke1L5IAqPRVwbTClA61sva1j79KisJLB4a-mfeGtGTToyittrTkDZYLh761hd2hezKNSLs9I6Fcl8DIZMUBxnsIA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- Durand, J. (2017). La inmigración como amenaza en Estados Unidos. *Anuario CIDOB de la Inmigración 2017*, 2017, 32-49. <https://doi.org/10.24241/AnuarioCIDOBInmi.2017.32>
- Gissi, N., Aruj, R., & Polo, S. (2021). Políticas migratorias y cooperación regional en el Cono Sur: Gestión institucional de la migración venezolana en Argentina, Chile y Bolivia. *Sociedade e Estado*, 36, 1015-1035. <https://doi.org/10.1590/s0102-6992-202136030008>
- Gómez Walteros, J. A. (2010). *La migración internacional: Teorías y enfoques, una mirada actual*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-63462010000100005&script=sci_arttext
- KhosraviNik, M. (2010). Actor descriptions, action attributions, and argumentation: Towards a systematization of CDA analytical categories in the representation of social groups 1. *Critical Discourse Studies*, 7(1), 55-72. <https://doi.org/10.1080/17405900903453948>
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications.
- Kuhlmann, M. (2017). A DISCRIMINAÇÃO NO DISCURSO SOBRE O REFÚGIO NO BRASIL: UM ESTUDO SOBRE O EMPREGO PRONOMINAL E DISCLAIMERS. *Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, 1(12), 174-190.
- Llenas Ruiz de Manzanares, M. (2012). Análisis del discurso de Plataforma per Catalunya sobre inmigración en los ayuntamientos de Vic y el Vendrell (Cataluña). *Discurso & Sociedad*, Vol. 6(3), 490-542.
- López, A. M., Suárez, F. F., & Mera, J. B. (2021). El discurso del prosumer y la representación del fenómeno migratorio venezolano en redes sociales de la prensa de Ecuador. *Discurso & Sociedad*, 15, 408-438.
- López Montenegro, L. A. (2021). La migración venezolana en el discurso periodístico. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 4, 45-62.
- Muñoz Suancha, L. C. (2012). Lenguaje e imaginarios sociales. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 19, Article 19.
- Ojeda Copa, A., Peredo Rodríguez, V., Uribe, J. C., Ojeda Copa, A., Peredo Rodríguez, V., & Uribe, J. C. (2021). EL DISCURSO DE ODIO POLÍTICO EN REDES SOCIALES DURANTE LA COYUNTURA ELECTORAL 2020 EN BOLIVIA. *Punto Cero*, 26(43), 11-24.
- Ordóñez, J. T., & Ramírez Arcos, H. E. (2019). (Des)orden nacional: La construcción de la migración venezolana como una amenaza de salud y seguridad pública en Colombia. *Revista Ciencias de la Salud*, 17(Especial), 48-68. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/revsalud/a.8119>
- Pérez-Luco, R., Lagos, L., & Mardones, R. (2017). Diseños de Investigación y Muestreo Cualitativo. Lo Complejo de Someter la Flexibilidad del Método Emergente a una Taxonomía Apriorística. *Investigación Cualitativa en Salud*, 2, 1111-1120.
- Ramírez Lasso, L. M. (2018). Representaciones discursivas de las migrantes venezolanas en medios digitales. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 18(2), 42-58.

-
- Rodriguez Cano, C. A. (2017). Los usuarios en su laberinto: Burbujas de filtros, cámaras de eco y mediación algorítmica en la opinión pública en línea. *Virtualis : revista de cultura digital*, 8(16), 57-76.
- Rodríguez, F., & Williams, J. (2011). Representación socio-discursiva de los actores implicados en el ataque a una joven ecuatoriana en un tren de cercanías de Barcelona: Estudio de caso. *Revista signos*, 44(77), 275-294. <https://doi.org/10.4067/S0718-09342011000300005>
- Romano, M. B. (2018). Aportes teóricos para el tratamiento del discurso mediático en la educación secundaria. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 32, 131-151.
- Salazar Abarca, M. J. (2020). *Análisis de los elementos de xenofobia en el discurso periodístico digital de Trome y Correo luego del incremento de la migración venezolana en los meses de enero a marzo y de junio a agosto de 2018* [Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. <https://doi.org/10.19083/tesis/655027>
- Scissors, L., Burke, M., & Wengrovitz, S. (2016). What's in a Like?: Attitudes and behaviors around receiving Likes on Facebook. *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1501-1510. <https://doi.org/10.1145/2818048.2820066>
- Tadeo Hernández, A., Gómez Vázquez, E., Berdejo Rincón, C. A., Montero García, J., Calderón Maldonado, A., & Ibarra Orozco, R. (2015). Metodologías para análisis político utilizando Web Scraping. *Research in Computing Science*, 95(1), 113-121. <https://doi.org/10.13053/rscs-95-1-9>
- Taibi, M., & el-Madkouri, M. (2006). Estrategias discursivas en la representación del Otro árabe. En *Medios de comunicación e inmigración* (1.a ed., pp. 125-144). Convivir sin racismo.
- Torre Cantalapiedra, E. (2019). Migración, racismo y xenofobia en internet: Análisis del discurso de usuarios contra los migrantes haitianos en prensa digital mexicana. *Revista pueblos y fronteras digital*, 14(1-28). <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2019.v14.401>
- van Dijk, T. A. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 9-36.
- Van Dijk, T. A. (2010). "Discurso y Racismo". En *Estudiar el Racismo. Textos y herramientas* (p. 102).
- van Dijk, T. A. (2016). Estudios Críticos del Discurso: Un enfoque sociocognitivo. *Discurso & Sociedad*, 10(1), 137-162.
- Vega, J. (2022). Xenofobia, nacionalismo y COVID-19: La construcción del migrante venezolano en el discurso sobre la vacunación en redes sociales. *Lengua y Sociedad*, 27(1), 129-147. <https://doi.org/10.15381/lengsoc.v27i1.23091>
- Velutini, V. (2022). El desborde requiere contención: Análisis de «ola» como metáfora migratoria de categoría patética. *Baciyelmo*, 4, Article 4. <https://doi.org/10.62876/baciyelmo.vi4.5802>

Discurso de odio en la interacción comunicacional de las comunidades virtuales de video jugadores “BDN” y “FOR MAGUS” en la plataforma Discord durante septiembre de 2023

Gabriel Enrique Fernández Peredo

Gabriel Enrique Fernández Peredo nació el 4 de junio de 1998 en Cochabamba, Bolivia. Desde temprana edad mostró una profunda curiosidad por los lenguajes y las formas de comunicación, lo que lo llevó a desarrollar un interés por las artes y las ciencias sociales.

Realizó sus estudios escolares en el Colegio Alemán Santa María, donde consolidó una sólida formación académica y cultivó su pasión por la literatura y la expresión verbal. Durante estos años, también comenzó a destacarse por su capacidad para comprender las dinámicas sociales y comunicacionales que ocurren en diversos contextos.

Al finalizar sus estudios secundarios, Gabriel decidió continuar su formación en el ámbito de las ciencias sociales, ingresando a la Universidad Católica Boliviana San Pablo. Allí estudió la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, donde se especializó en áreas como el marketing, los proyectos audiovisuales y la gestión de contenidos. Durante su tiempo en la universidad, no solo se sumergió en las teorías y prácticas de la comunicación moderna, sino que también comenzó a experimentar con distintos formatos mediáticos y estrategias de marketing. Actualmente es profesor de literatura inglesa en el Colegio Internacional Americano de Bolivia (AISB).

gabriel.fernandez.p@ucb.edu.bo

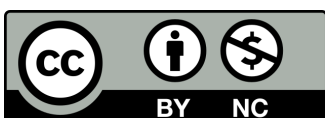
<https://orcid.org/0000-0003-4709-9725>

Carlos M. Arroyo Goncalves

carroyo@lasalle.org.bo

<https://orcid.org/0000-0002-8788-4755>

Los autores declaran no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Fernández, G. y Arroyo, C. (2025). Discurso de odio en la interacción comunicacional de las comunidades virtuales de video jugadores “BDN” y “FOR MAGUS” en la plataforma Discord durante septiembre de 2023. *Punto Cero*, año 30 n°50, Junio 2025. Pp 71-85. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede Cochabamba.

Resumen

El discurso de odio está cada vez más presente en la interacción de las personas y es más estudiado en los entornos de la sociedad. Los videojuegos se convirtieron en un entorno que facilita la interacción entre las personas. Debido a este fenómeno, las personas crean sus comunidades virtuales en plataformas que son, en muchos casos ajenas al video juego, cómo es el caso de Discord. Estas plataformas se convierten en lugares donde el discurso de odio puede no ser penalizado y se llega a normalizar.

Esta investigación tiene el objetivo de identificar el tipo discurso de odio en la interacción de las comunidades virtuales de video jugadores "BDN" y "FOR MAGUS" en la plataforma Discord durante septiembre de 2023. Para conseguir esto, se plantean tres objetivos específicos orientados a obtener la información sobre la interacción, las expresiones violentas y las categorías de discurso de odio de dichas comunidades.

Para recoger la información se utiliza la metodología cualitativa, apoyándose en las técnicas de observación participativa, análisis de contenido y entrevista. Después de aplicar las técnicas y analizar los resultados se puede identificar el daño moral y la incitación a la violencia física como los tipos de discurso de odio presentes en ambas comunidades.

Palabras clave: Discurso de odio, Comunidades virtuales, Videojuegos, Discord, Interacción.

HATE SPEECH IN THE COMMUNICATIONAL INTERACTION OF THE VIRTUAL COMMUNITIES OF GAMERS "BDN" AND "FOR MAGUS" ON THE DISCORD PLATFORM DURING SEPTEMBER 2023.

Abstract

Hate speech is increasingly present in people's interaction and is more studied in society's environments. Video games have become an environment that helps interaction between people. Due to this phenomenon, people create their virtual communities on platforms that are, in many cases, outside the video game, as is the case of Discord. These platforms become places where hate speech may not be criminalized and becomes normalized.

This research aims to identify the type of hate speech in the interaction of the virtual communities of video gamers "BDN" and "FOR MAGUS" on the Discord platform during the month of September 2023. For this purpose, three specific objectives aimed at obtaining information on the interaction, violent expressions and categories of hate speech of these communities are raised.

Qualitative methodology is used to collect the information, relying on the techniques of participant observation, content analysis and interview. After the application of the techniques and the analysis of the results, it is possible to identify moral damage and incitement to physical violence as the types of hate speech present in both communities.

Key words: Hate speech, Virtual communities, Video games, Discord, Interaction.

1. Introducción

El concepto “Discurso de odio” en sí mismo es complejo. Debido a las implicaciones que tiene y el alcance de este, no se encuentra un consenso sobre la definición exacta del término. Sin embargo, se pueden hacer distintas aproximaciones y llegar a elaborar un concepto que sea útil para la investigación. En el documento, “El discurso de odio en las redes sociales: un estado de la cuestión”, los autores Cabo y García mencionan a Gagliardone et al. 2015 y expresan lo siguiente:

Se habla de discurso del odio para referirse a las expresiones que incitan directamente a la comisión de actos de discriminación o violencia por motivos de odio racial, xenófobo, orientación sexual, u otras formas de intolerancia. Pero para algunos, el concepto se extiende también a aquellas expresiones que fomentan los prejuicios o la intolerancia, considerando que este tipo de expresiones contribuyen indirectamente a que se genere un clima de hostilidad que pueda propiciar, eventualmente, actos discriminatorios o ataques violentos (Cabo & García, 2017).

Por otro lado, según Miró (2016), el discurso de odio incluye expresiones que dañan la dignidad, discriminan o incitan al odio contra grupos históricamente vulnerables. Esta propuesta se alinea con enfoques como el de Delgado y Stefancic (2012), Butler (1997), Zizek (2008), entre otros quienes consideran el discurso de odio como parte de un entramado cultural que legitima la exclusión. Así, no toda expresión agresiva constituye discurso de odio, pero sí lo hacen aquellas que, por su carga ideológica, estructural o simbólica, refuerzan formas de violencia socialmente legitimadas.

Entrando en materia de las comunidades virtuales; lo largo de los últimos años la comunidad de video jugadores fue creciendo, generando nuevas formas de entretenerse, de conocerse y de interactuar. Las plataformas como Discord, permitieron a millones de personas, especialmente video jugadores, crear comunidades virtuales.

A diferencia de las comunidades de otras redes sociales, las personas en Discord tienen una mayor libertad para interactuar y expresarse sin ser penalizados en caso de incumplir las normas de la plataforma, esto debido al carácter privado de los servidores y las comunidades de Discord. De esta forma, el discurso de odio no es sancionado en los servidores privados y puede ser normalizado por algunas comunidades. El discurso de odio es una problemática que va en crecimiento pues afecta cada vez a más personas y puede llegar a trascender las palabras y generar acciones desencadenando ataques a grupos de personas que están en contra de alguna ideología. Tal es la problemática que Discord compró una inteligencia artificial para combatir el discurso de odio en su plataforma. Estos puntos se detallan en el marco referencial y teórico.

Para este estudio se toman dos casos, la comunidad BDN y FOR MAGUS. Ambas comunidades están conformadas por video jugadores. En el caso de BDN, la comunidad surge por la necesidad de comunicarse en una plataforma cómoda y jugar League of Legends. Algo similar sucede con FOR MAGUS que surge por la misma necesidad, pero para jugar Albion. En este punto, se utiliza la comunicación como fuente principal del conocimiento necesario para estudiar la interacción entre las comunidades. La comunidad BDN se auto regula, no tiene normas claras de la comunidad, esta principalmente compuesta por personas que hoy en día se consideran amigos, al igual que la comunidad FOR MAGUS. Ambas comunidades generan lazos más allá del videojuego, si bien en FOR MAGUS, las actividades suelen ser más competitivas y centradas en el juego, esto no evita la creación de vínculos. La comunicación brinda las herramientas necesarias para comprender cómo hablan las personas y permite también comprender de mejor manera el tipo de interacción. Permite comprender cómo se comunican los miembros de las comunidades. La comunicación también es importante para analizar el discurso de

odio, las herramientas comunicacionales cómo el análisis de contenido permite entender mejor este discurso. Por ello la investigación se realiza desde el área de las ciencias de la comunicación social.

Por otro lado, comprender las comunidades virtuales nos puede dar una idea de cómo se comportan las personas cuando no existe regulación y se tiene el anonimato de por medio. En la plataforma las personas usan apodos y no se tiene la necesidad de revelar en ningún momento la identidad de nadie. Debido al carácter de la investigación y las cosas que dijeron las personas, se mantiene el anonimato de todos los miembros que brindaron la información para realizar este documento.

Con todo lo mencionado anteriormente, el objetivo de esta investigación es identificar el tipo discurso de odio en la interacción de las comunidades virtuales de video jugadores "BDN" y "FOR MAGUS" en la plataforma Discord durante septiembre de 2023. Para cumplir dicho objetivo se plantean 3 objetivos específicos, el primer objetivo está orientado a la interacción de las comunidades y la relación con las normas tanto de la plataforma como las normas internas de cada comunidad de Discord. Este objetivo, también ayuda a diferenciar la interacción basada en contenido del juego y la interacción casual, es decir ajena al contenido del juego.

El segundo objetivo sirve para determinar las expresiones violentas y de odio que existen en ambas comunidades. Esto es importante pues ayuda a determinar en qué medida las comunidades promueven o incurrir en el discurso de odio. Este punto es sumamente relevante pues las personas en ambas comunidades no consideran que tengan comunicación con características de discurso de odio. Conforme avanza la investigación, se puede evidenciar que las comunidades no están conscientes del discurso de odio presente en sus comunidades. Finalmente, el tercer objetivo clasifica las categorías del discurso de odio en ambas comunidades.

2. Materiales y métodos

Se toma en cuenta a la investigación como descriptiva, no experimental, prospectiva y transversal. Por las características de la investigación se utiliza la metodología cualitativa, esta se elige por sobre otras metodologías debido a la subjetividad que existe en cuanto a las vivencias de las personas relacionadas con la interacción y el discurso de odio. El objeto de estudio tiene características variables, se busca comprender el comportamiento de los miembros activos de la comunidad tanto en canales de texto cómo en canales de voz, entendiendo su contexto y entorno. Para la investigación es más importante comprender lo profundo del objeto de estudio, busca encontrar las particularidades de cada contexto y no las generalidades.

Para poder comprender de mejor manera la interacción de las personas y cumplir los objetivos, se usa la observación participativa en los canales de voz de ambas comunidades. Se utiliza la entrevista semi estructurada. "La entrevista semiestructurada es una entrevista con relativo grado de flexibilidad tanto en el formato como en el orden y los términos de realización de la misma para las diferentes personas a quienes está dirigida"(Bernal, 2016). Finalmente, se aplica el análisis de contenido para los mensajes de los canales de texto del Discord de ambas comunidades.

Es importante recalcar en este punto que debido a la necesidad de comprender el fenómeno a profundidad, la metodología es clave en este estudio. El método cualitativo y la observación participativa con claves para convertirse en parte de la comunidad. Esto hace la diferencia entre encontrar o no la información. No fue hasta que los miembros de la comunidad tomaron al investigador cómo miembro activo e importante de la comunidad que empezaron a hablar sin filtros. Cuando los miembros comienzan a mostrar cómo son, es posible recolectar la información.

3. Análisis de Resultados

Los resultados se sustentan principalmente en “Taxonomía de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet” de F. Miró, 2016. Esta propuesta clasifica el discurso de odio de acuerdo con la gravedad y tipo de ofensa.

Miró, clasifica en dos grandes vertientes al discurso de odio, la violencia física y la violencia moral. En la violencia física se encuentran la incitación o amenazas directas a la violencia y el enaltecimiento de la violencia física. Mientras que en el apartado moral se encuentra aquella comunicación que hace ataques morales a las personas mellando su honor y dignidad. Por tanto, se debe realizar;

Una distinción entre aquellos actos de habla, imágenes y demás expresiones comunicativas que conllevan una capacidad de daño, en un sentido de daño físico o de daño a intereses personales como la vida o la salud, y aquellas otras expresiones cuya criminalización deriva del daño moral (no físico, o no a intereses personales como la vida o la salud) que las mismas causan.(Miró, 2016)

Al tener clara esta diferenciación, la taxonomía del discurso de odio se utilizará para clasificar las expresiones violentas encontradas con la investigación. Así mismo, es necesario profundizar en el daño moral pues es el que se encuentra a lo largo del análisis de resultados.

La violencia moral se comprende cómo el discurso que ofende o causa daño moral personal o a un colectivo. Dentro de esta clasificación, se encuentran elementos cómo ataques a la dignidad, incitación al odio o a la discriminación y las ofensas a la sensibilidad colectiva. Dentro de los ataques al honor o dignidad, se encuentran ataques de mayor o menor intensidad y el ataque a las víctimas. En cuanto a la incitación al odio y/o a la discriminación, se encuentra la humillación al grupo, incitar a la discriminación y el desear el mal.

Finalmente, los elementos que se encuentran dentro de las ofensas a la sensibilidad colectiva están; la alegría por la desgracia ajena, expresiones de mal gusto con base en la conspiranoia, expresiones de mal gusto de carácter coloquial o grave y expresiones de mal gusto que contengan ironía. (Cf. Miró, 2021:96).

El autor realiza también una clasificación por macro categorías que contienen distintas expresiones comunicacionales, estas expresiones pueden ser violentas y afectar a la comunidad.

La violencia moral que afecta a la colectividad, tendríamos una macro categoría que contendría otras expresiones comunicativas que resultan violentas por ofender a una colectividad, por herir la sensibilidad social, de una gran mayoría, utilizando expresiones hirientes y desagradables, carácter sobre el que existe un amplio consenso. (Miro, 2016)

Esta característica de la violencia moral está relacionada principalmente a las expresiones de mal gusto coloquial o grave. Las expresiones violentas que giran en torno a las expresiones violentas morales y físicas se deben analizar a lo largo de la investigación para poder clasificar de la mejor manera posible todas las expresiones comunicativas violentas encontradas.

3.1 Expresiones violentas y de odio en los canales de texto y voz de los servidores de Discord “BDN” Y “FOR MAGUS”

En ambas comunidades existe uso frecuente de impropiedades y comunicación con daño a la moral. En cuanto a los insultos, la mayoría se dijeron con un tono de broma, “aquí en ciudad de México es normal hablar de esa manera, nos puteamos en mame, pero si hay confianza

nadie se lo toma a mal" (Baini 2023). Por lo general, los miembros de la comunidad no tienen problemas con este tipo de comunicación. Sin embargo, existen algunos casos en los que las expresiones violentas pueden llegar a afectar a algunas personas.

Pensándolo bien, si, me dio incomodidad de un tema fue cuando un vato que ya no está, Dragon, me hizo pedo de repartir cosas, me empezó a reclamar mucho, me habló muy mal, me trato de ladrón y yo no tenía las cosas para repartir. Avaricioso el vato, me sacó mucho de onda no me sentí cómodo. (Banda, 2023)

Si bien el tema de la investigación no está relacionado a cómo se sienten las personas con el discurso de odio o con la comunicación violenta, es importante remarcar este punto pues es una problemática que se presta a investigaciones futuras. Esto pues la mayoría de los miembros de la comunidad no consideran que sus palabras afectan al resto, pero, puede llegar a afectar a las personas de distintas maneras. Sin embargo, volviendo al tema de la investigación, en algún punto estas interacciones y tipo de comunicación se constituyen en un daño a la moral de las personas, malintencionado o no, es discurso de odio.

Por otro lado, existen frases con incitación a la violencia física cómo: "Tiranitar le voy a hacer el amor a tu culo primer aviso" (Songa,2023). Tomando en cuenta lo mencionado por Miró sobre el daño moral, los insultos, las palabras soeces, y el contenido sexual se pueden clasificar cómo expresiones de mal gusto de carácter coloquial y expresiones de mal gusto que contienen ironía (CF. Miró,2016). Por tanto, según la taxonomía de Miró, este tipo de comunicación, se considera discurso de odio en cuanto a daño moral se refiere.

3.2 Frases con formas agresivas de hablar e insultos

Las frases con formas agresivas de hablar que giran alrededor de la interacción basa en contenido del juego abundan, principalmente los improperios y el uso indiscriminado de palabras soeces. Los insultos a otras personas se dan con normalidad. Los insultos suceden cuando los miembros del grupo no están jugando de la mejor manera o cometen errores, usualmente se toman en broma. Los insultos pueden ir a personas específicas o a roles de los miembros que cumplan función específica.

La mayor parte de esta interacción violenta e insultos suceden durante el juego alrededor de su contenido en el caso de For Magus. En el caso de BDN existe mayor cantidad de ataques a terceros o incitación al daño físico. A continuación se presenta una tabla con frases de miembros de cada Ambas comunidades.

Tabla 1: Expresiones con daño moral For Magus

Miembro	Frases	Insultos
Songa	- Esos putos están corriendo - Chicos por favor vean los martillos no sean pendejos - Vengan hijos de su puta madre - Corran sur cabrones sin miedo hijos de puta - Vengan conmigo carajo - Siempre que les peleamos a lymhurst les sacamos la mierda primero y luego nos hacemos limpiar nos excitamos y nos hacemos dar	- Nax ponte las manos no seas manco - Baini sal de ahí no seas pendejo - Puto Banda de mierda
Fox	- Los putos de lymhurst están atrás necesitamos ayuda carajo - Puta madre me mataron - No los puedo curar pendejos no tengo mana, carajo	- Banda de mierda lo mataste - Que pendejo Nax no mames
Baini	- Putos están corriendo - Hay que pelear con esos randoms de mierda díganle que estoy cerca de la blob - ¿Me pueden curar carajo? - Fox Cúrame pendejo la puta madre cúrame - Nax ponte las manos manco de mierda	- Nax ponte las manos manco de mierda - Cualquiera que haya visto Albion entiende la call pendejos - Maldito banda
Banda	- Ya valió verga la back nos hicieron mierda	- No mames Nax pinche manco en todas te caías - Nos ganó un grupo de puro homosexuales la puta madre - Son unos Gays tiene vértigo en la cola peleen no sean trolos

Carl	- Tenemos a este hijo de puta que viene con bomb squad - Méteme al grupo pinche bobo songa	- Banda hijo de puta como vas a hacer eso suicidate we no seas pendejo como vas a jugar así - Nax estas bien pendejo la neta - Malditos peruanos - Puta peruanos de mierda de verdad - Fox manco de mierda cúrame
------	---	---

Fuente: Elaboración propia con base en las llamas de Discord del servidor FOR MAGUS (2023).

Cómo se puede observar en la tabla, la mayor parte de las expresiones con daño moral giran en torno al contenido del juego. Por otro lado, los mensajes en los canales de voz contienen una cantidad mínima de frases de este estilo y la interacción es significativamente menor en ambas comunidades.

Debido a que la cantidad de frases con incitación al daño físico es mínima, no se incluye en la anterior tabla. Por otro lado, la comunidad BDN tiene una mayor de incitación a la violencia física y frases con ataques a terceros. Para comprender mejor este punto se toman en cuenta a dos miembros para la ejemplificación. A continuación se muestran al miembro Zakel y Swanson de la comunidad BDN.

Tabla 2: Zakel

Miembro	Daño Moral	Insultos	Frases con ataques a terceros y colectivos	Incitación a la violencia física
Zakel	-La voy a cancelar el imbécil este no aceptó - La re concha amigo un puto sistema de Wisp prime no sale	-Que hijo de puta mercado me vendiste	- Te vas a sorprender tanto como cuando vayas a México y veas a las mismas cholas que en Bolivia, la misma ropa de mierda boludo - Ya, ya, ya, chupa un huevo acá no somos ni peruanos ni maricones así que toda tranca - Tipico colla que huele a verdura boludo	

Fuente: Elaboración propia con base en las llamas de Discord del servidor BDN (2023).

Zakel es un miembro de la comunidad que está presente cuando se juega Warframe. Este miembro tiene ataques a terceros principalmente por nacionalidad o etnia. Este miembro por lo general hace alusión al juego cuando habla de daño moral o insultos. No le molestan las cosas que se dicen. Este miembro no realiza incitación al daño físico de ningún tipo. Sin embargo, es uno de los miembros que más ataques a terceros y colectivos realiza en el servidor de BDN

Tabla 3: Swanson

Miembro	Dañ o moral	Insultos	Frases con ataques a terceros o colectivos	Incitación a la violencia física
Swanson	-Juego de mierda no me deja ni instalar -Ni modo que maricones - Como le sacas la chota cholo - Ya fuera de bromas puto que arma es la mejor - Calla pichi	-Weilo gato fóbico de mierda - Tienes autismo hahaha	- Buenos aires está lleno de zurdos choros que le gusta vivir del estado - ¿Quién creen que son más odiados los bolivianos o los peruanos? Para mí los peruanos porque son como collas con esteroides, puta que son feos cholos	- Deberíamos matar a todos los socialistas - Tanto se putean a ver sáquense la mierda

Fuente: *Elaboración propia con base en las llamas de Discord del servidor BDN (2023).*

El miembro Swanson por lo general hace bromas con daño moral. Sus interacciones no parecen molestar al resto de miembros pues cuando hace este tipo de bromas las personas se ríen. Swanson suele hacer ataques a terceros o colectivos, principalmente por origen étnico e ideología política. Está abiertamente en contra de las personas de izquierda, incita a la violencia física hacia este colectivo o también entre los miembros de Discord. También tiene frases con ataques a los peruanos y a los collas. Swanson es uno de los miembros más activos, se lo ve constantemente conectado en Discord y cuando se preguntó a los miembros de la comunidad confirmaron este dato. “Creo que casi siempre están conectados Swanson y Hellso, después los otros van y vienen” (Mauri, 2023).

Se puede observar una marcada diferencia en cuanto a las frases con expresiones relacionadas al discurso de odio en ambas comunidades. La comunidad For Magus contiene mayor cantidad de expresiones con daño moral relacionadas al contenido del juego mientras que BDN tiene tanto daño moral como incitación a la violencia física que no está relacionado con el contenido del juego.

3.3 Categorías del discurso de odio presentes en las comunidades

3.3.1 Daño Moral

El daño moral es la principal categoría de discurso de odio en ambas comunidades. Cómo se pudo observar en los capítulos anteriores, ambas comunidades contienen expresiones con daño moral. La comunidad FOR MAGUS basa su daño moral principalmente en expresiones de mal gusto de carácter coloquial. Existen poco contenido con daño moral hacia terceros. El daño moral a terceros se da principalmente por motivo de nacionalidad, la comunidad hace comentarios relacionados a los peruanos o a los bolivianos.

Las personas que son de estas nacionalidades no dicen nada al respecto y en algunos casos se ríen de los comentarios. Después de analizar las llamadas y obtener información con entrevistas, se puede afirmar que las personas se toman estos comentarios como una broma.

De que hay comunicación violenta hay, con los que se llevan entre sí obvio, pero no afecta de ninguna manera. En sí todos lo tomamos como juego o broma, nadie la hace de pedo ni se molesta, si hay confianza todo chido. (Songa,2023)

Tomando en cuenta lo que dice Songa, se afirma que, si existe comunicación violenta, este tipo de comunicación de acuerdo con la teoría es daño moral. En esta comunidad existen muestras de esta categoría de discurso de odio y en menor medida los ataques a terceros. Sin embargo, que se encuentre en mayor o menor medida, no significa que no esté presente en la comunidad.

En cuanto a la comunidad BDN, las expresiones con daño moral principales son las de mal gusto con carácter coloquial y con ataques a terceros. La comunidad BDN muestra un claro contenido en contra de la comunidad LGBT, Las personas con ideología política de izquierda y la región de origen de la persona. Las expresiones con daño moral surgen después de sacar temas relacionados a estas comunidades como política, ideología o experiencias personales.

El daño moral a terceros está normalizado en ambas comunidades, las personas no muestran disconformidad cuando se hablan de estos temas y en el caso de BDN se mofan de dichas comunidades. Por otro lado, la comunidad FOR MAGUS se mofa de las nacionalidades, no se encuentran ataques a terceros relacionados a ideología política o identidad de género.

Después de todo lo analizado, se puede afirmar que existe la categoría de Discurso de odio de daño moral en ambas comunidades. En todas las llamadas existió esta categoría. En ambas comunidades prima el daño moral relacionado a las expresiones de mal gusto coloquiales o graves. También se encuentra el ataque a terceros, en mayor medida en la comunidad de BDN. Las expresiones se pueden encontrar en las tablas presentadas en el punto 4.2 Expresiones violentas y de odio en los canales de texto y voz de los servidores de Discord "BDN" Y "FOR MAGUS" del presente documento.

3.3.2 Incitación al daño físico

La incitación al daño físico se encuentra en ambas comunidades. Esta categoría se encuentra en menor medida que el daño moral. Para el caso de FOR MAGUS, los miembros Songa, Banda y Carl son los únicos en realizar comentarios que contienen incitación a la violencia física durante las llamadas. En cuanto a los mensajes enviados al canal de texto, Songa y Banda son los únicos miembros que envían mensajes con incitación a la violencia física.

Durante las llamadas, no se encontró esta categoría de forma constante. A diferencia del daño moral que surge de manera continua, la categoría de incitación al daño físico surge en raras ocasiones. La temática principal es incitación a la violencia de índole sexual, es decir insinuar o afirmar que se realizarán actos sexuales hacia otra persona. También existen frases como "Habría que matar a estos pendejos que juegan así" (Banda, 2023) o "como vas a hacer eso suicídase" (Carl, 2023). Estas son las únicas frases dichas por los miembros Banda y Carl que contienen incitación a la violencia física.

Estas frases presentan una incitación al daño físico directo y letal, es decir hacen alusión a causar daño mortal a otra persona. En el caso de songa, se incita directamente el suicidio. Por otro lado, en la comunidad BDN, existe una mayor cantidad de frases con incitación al daño físico. Durante las llamadas analizadas, todos los miembros excepto Mauri, presentan frases con incitación al daño físico. Estas frases surgen a partir de una disconformidad con las ideologías de género o ideología política mencionadas. Las frases con incitación al daño físico de la comunidad BDN giran en torno a hacerle daño a grupos de terceros. Por ejemplo; "Deberíamos matar a todos los socialistas" (Swanson, 2023), en esa frase se puede ver la incitación a la violencia física por discrepancias en la ideología política.

En cuanto a las frases con incitación a la violencia física por pertenecer al colectivo LGBT, Weilo dijo: "Se hacen las víctimas de todo los LGBT y mamadas, de verdad debería sacarles la mierda su papá para que aprendan, a cierto no tienen papá" (Weilo, 2023). Esta frase

surge cuando se hablaba sobre incluir personas trans en los deportes, cómo se puede leer en la frase existe una clara incitación a que se ataque la integridad física de las personas de esta comunidad.

Finalmente, las frases con incitación a la violencia por razones de etnia o nacionalidad se dan en menor medida. Se encontró únicamente la siguiente frase “los potosinos cuando piden cosas me dan asco habría que patearlos fuera de la ciudad” (Mercado, 2023). Esta frase si bien no es por nacionalidad, si por una región y es parte de las categorías de discriminación por lugar de origen.

Las categorías de Discurso de odio tanto de daño moral cómo incitación al daño físico, se encuentran en ambas comunidades. En la comunidad BDN existen en mayor medida y se relacionan a una gama más amplia de temas y son más miembros los que dicen este tipo de frases. Por su parte, la comunidad FOR MAGUS, tiene un miembro que es el principal autor de las frases con incitación a la violencia física y utiliza solamente el tema sexual.

Un punto para tomar en cuenta también es la nacionalidad de las personas, si bien esto no se contempla para el inicio del estudio es importante mencionarlas pues se puede incluir en las categorías para futuras investigaciones. De acuerdo con la nacionalidad pueden existir palabras o jerga propia de cada lugar que se haya normalizado más que en otros países. Por ejemplo en el ámbito boliviano no se acostumbra a escuchar la palabra “boludo” o “pendejo” en un tono que no sea despectivo. Sin embargo, estas palabras pueden estar más normalizadas en Argentina y México respectivamente.

La comunidad BDN tiene una mayor participación de bolivianos, FOR MAGUS tiene mayor participación de mexicanos, peruanos y chilenos. Sin embargo, estos últimos tienen participaciones escasas. Muchas de las palabras o las categorías del discurso de odio relacionadas al daño moral a terceros o que incluyen racismo y discriminación encontradas en la comunidad BDN dichas por bolivianos vienen, en su mayoría, de personas del departamento de Santa Cruz, departamento que se encuentra en el oriente del país. También por parte de un argentino que es Zakel.

Tabla 4: País de origen de los miembros de FOR MAGUS Y BDN

Miembro	País de origen	Servidor
Songa	México	FOR MAGUS
Baini	México	FOR MAGUS
Fox	Bolivia	FOR MAGUS
Carl	México	FOR MAGUS
Banda	México	FOR MAGUS
Swanson	Bolivia	BND
Hellso	Bolivia	BND
Mauri	Bolivia	BND
Weilo	Bolivia	BND
Zakel	Argentina	BND
Mercado	Bolivia	BND

Fuente: Elaboración propia con base en las llamas de Discord de los servidores BDN y FOR MAGUS (2023).

Cómo se puede observar en la tabla, existe una importante cantidad de bolivianos en el servidor BDN y una mayor cantidad de mexicanos en el servidor FOR MAGUS. La nacionalidad es importante pues cada país tiene una cultura diferente, un léxico distinto y un uso variado de las palabras. De acuerdo con el país de origen, ciertas palabras pueden estar más normalizadas. El contexto sociocultural de las personas influye en la forma de expresarse. Por ejemplo en el contexto mexicano, la palabra "pendejo" se usa con mayor normalidad y no supone una ofensa en la mayoría de los casos. Por otro lado en Bolivia esto puede tomarse con una carga negativa superior a la de la cultura mexicana.

Debido a estas diferencias entre la forma de expresarse, las expresiones de odio pueden ser unas en una región y no serlas en otra. Sin embargo, tomando en cuenta la teoría todas se pueden clasificar cómo discurso de odio. También se puede dar pie a futuras investigaciones que profundicen en el discurso de odio de acuerdo con la nacionalidad de las personas.

En conclusión, la comunidad FOR MAGUS contiene las categorías de discurso de odio relacionadas al daño físico, estas expresiones vienen de mexicanos en especial Hellso. Es importante recalcar que estas categorías se toman de la taxonomía del discurso de odio presentada anteriormente. La comunidad BDN presenta mayor cantidad de discurso de odio relacionado al daño moral, principalmente el daño a terceros. Tomando esto en cuenta pueden existir otras categorizaciones a tomar en cuenta para futuras investigaciones. Finalmente, es importante recalcar que el discurso de odio puede afectar al estado de ánimo de las personas, en las entrevistas algunos miembros mencionaron que pudieron sentirse incómodos o hacer sentir incómodo a otros. El tema de cómo afecta a la psicología de cada persona y su comportamiento se puede tomar en cuenta para futuras investigaciones.

Discusión y conclusiones

Después de todo lo analizado en este documento, se puede afirmar que el tipo de discurso de odio que existe en estas comunidades son daño moral e incitación a la violencia física. Ambas comunidades muestran un comportamiento en el que el discurso de odio se tiene normalizado.

Es importante entender comportamiento de las personas y cómo se ven afectadas por el discurso de odio. Se recomienda realizar investigaciones conjuntas con el área de la psicología, con el fin de comprender mejor el comportamiento, pensamiento y cómo el discurso de odio puede afectar a las personas tanto a nivel comunicacional cómo psicológico. Este punto es importante pues las personas que estén en contacto con el discurso de odio pueden generar distintas reacciones a este, se pueden acostumar, normalizando el discurso de odio o se pueden ver afectados de manera negativa. En el segundo caso, es importante evaluar si existe daño psicológico al estar expuesto al discurso de odio. Por ello se recomienda para futuras investigaciones el uso de herramientas del área de psicología además de consultas a expertos e implementar metodología interdisciplinaria y transdisciplinaria.

Para concluir el trabajo, se puede mencionar que el discurso de odio afecta en gran manera a la sociedad. Realizar estudios en entornos como Discord puede hacernos comprender cómo actúan ciertas personas en su privacidad o en sus entornos seguros. Las comunidades virtuales si bien están detrás de una pantalla, son algo cotidiano para muchas personas que encuentran su espacio en el mundo a través de dichas comunidades. Estos espacios se convierten en un reflejo de la vida personal de los integrantes, de sus intereses, sus ideales y su forma de ser y de actuar. Estudios como este permiten de alguna manera adentrarse en espacios poco comunes que son además privados. Sería complejo realizar este estudio de forma presencial pues es difícil escuchar y observar a tantas personas en sus cuartos, escritorios o lugares de ocio actuando de forma tan natural. Entender que estas personas actúan en su comunidad como son en muchos casos en la

vida real nos puede llevar a estudiar también cómo configuran sus discursos en el día a día y cómo actúan. Como anécdota omitida en los resultados, uno de los miembros mencionó que estaba corriendo con sus compañeros de universidad para no llegar tarde a su clase y dijo "Tiren botas, tiren botas". Esta expresión que quizá parece una simple broma no fue entendida por sus compañeros pues no son parte de la comunidad y muestra lo importante que se volvió para él el juego. El juego y la forma de hablar trasciende las pantallas y se materializa en esas expresiones en el día a día de los miembros de la comunidad. Como este caso existen muchas historias de los miembros de BDN y FOR MAGUS. Es por todo esto que adquiere tanta importancia entender el alcance de estas comunidades y de no normalizar el discurso de odio pues, normalizan comportamientos que pueden ser nocivos para las personas que están en constante contacto con el discurso de odio. Los insultos, el racismo, la discriminación, la intolerancia y el ataque a terceros se normalizan y se disfraza de humor o se acepta pues es la dinámica de la comunidad. Todo este contenido se debe analizar a profundidad desde distintas áreas para poder solucionar la problemática del discurso de odio en las comunidades virtuales, comunidades que en algunos casos están exentas de cumplir normas.

Después de estar presente en las llamadas y observar el discurso de odio, se puede concluir que las personas normalizan en gran medida el discurso de odio, se normaliza una manera de hablar vulgar. Las expresiones pueden llegar a ser incómodas y hasta generar repulsión en el caso de las expresiones de índole sexual. Cuando se habla de grupos como el LGBT o de la gente de izquierda, las expresiones también llegan a ser incómodas. Si bien gran parte de las expresiones son en tono de broma, llega un punto en el que no se logra distinguir de que se dice en broma y que se dice camuflado con humor. Esto puede hacer que los miembros tampoco distingan entre si realmente es humor o ellos mismos crearon un discurso de odio interno que, en algún punto de la vida, los lleve a tomar acciones nocivas hacia otras personas o comunidades.

Referencias bibliográficas

- Aguado, C. (2019, abril 2). *¿Qué es un MOBA? Conoce el género más popular de los eSports*. Marca.com. <https://www.marca.com/esports/2019/04/02/5ca2c4d1e5fdeab1618b45d5.html>
- Aguerri, J., Santisteban, M., & Miró, F. (2023). *The Enemy Hates Best? Toxicity in League of Legends and Its Content Moderation Implications*.
- Alba, R. (2023). *Plataformas Digitales*. 10(19), 67-68.
- Albion Online (Director). (2023, enero 21). *Albion Online | ¿Que es Albion Online?* <https://www.youtube.com/watch?v=w9z51MnOFV4>
- Bermúdez, D. (2011). *LAS TEORÍAS DE LA INTERACCIÓN SOCIAL EN LOS ESTUDIOS SOCIOLÓGICOS*. <https://www.eumed.net/rev/cccss/14/pbag.html>
- Bernal, C. (2016). Metodología De La Investigación Bernal 4ta. Edición. *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CESAR BERNAL CUARTA EDICION*. https://www.academia.edu/44228601/Metodologia_De_La_Investigaci%C3%B3n_Bernal_4ta_edicion
- Butler, J. (1997). *Excitable Speech: A Politics of the Performative*. New York: Routledge.
- Cabo, A., & García, A. (2017). *El discurso de odio en las redes sociales: Un estado de la cuestión* (001).
- Carrillo Vera, J. A. (2015). La dimensión social de los videojuegos «online»: De las comunidades de jugadores a los «e-sports». *Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 5(1), 39-51.

- Castells, M. (2007). *¿Comunidades virtuales o sociedad red?*
- Díaz, J. (2015). *Una aproximación al concepto de discurso del odio* | Revista Derecho del Estado. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derest/article/view/4202>
- Discord. (2023). *Discord*. Discord. <https://discord.com/>
- Escandón, D. (2021, septiembre 24). *¿Son lo digital y lo virtual lo mismo?* David Escandón. <https://davescondon.com/blog/son-lo-digital-y-lo-virtual-lo-mismo-que-los-diferencia/>
- Felipe, P. (2020). *Detección de discurso de odio en redes sociales*.
- Fernández. (2022). *Dispositivos de conexión a Internet en España en 2021*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/478515/dispositivos-usados-para-acceder-a-internet-en-espana/>
- Forero, E. A. S. (2007). *Cibersocioantropología de comunidades virtuales*.
- García, M. R. (2006). *La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica*.
- Gonnet, J. P. (2020). *¿Por qué la interacción? Una reconstrucción de los escritos tempranos de Erving Goffman*. *Revista Reflexiones*, 99(1), 168-188. <https://doi.org/10.15517/rr.v99i1.35308>
- Homsí, P. (2023). *Incidencia del juego Guns of Glory en las prácticas y experiencias comunicacionales de los videojugadores que forman parte de las comunidades ONU y SYN de junio 2022 a noviembre 2022*. Universidad Católica Boliviana San Pablo.
- Juppert Ewing, M. F. (2017). La empresa ante la era de la autorregulación. *REVISTA DE DERECHO UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN*, 23, 200-222.
- Kaspersky. (2023, abril 19). *¿Qué son los bots? Definición y explicación*. [latam.kaspersky.com. https://latam.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-are-bots](https://latam.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-are-bots)
- Kautii, A. R. (s. f.). *INTERACCION Y COMUNICACION*.
- López, D. C. C., & Zuluaga, C. A. M. (2018). Videojuegos de rol en línea: Interacción, habilidades, evolución de los personajes, sentido de la fama y el clan. *Luciérnaga Comunicación*, 10(19), Article 19. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v10n19a2>
- Mamerow, M. (2023). *Industria del juego frente a otras industrias del entretenimiento (2023) – Raise Your Skillz*. <https://raiseyourskillz.com/es/gaming-industry-vs-other-entertainment-industries-2021/>
- Martínez-Lirola, M. (2012). An Approach to Virtual Interaction: The Case of the Badoo Social Network. *Palabra Clave - Revista de Comunicación*, 15(1), 107-127. <https://doi.org/10.5294/pacla.2012.15.1.5>
- Mejías-Climent, L. (2021). Clasificaciones de videojuegos. Una propuesta práctica para estudios empíricos. *Tradumática: tecnologías de la traducción*, 19, 22-46. <https://doi.org/10.5565/rev/tradumatica.242>
- Mesa, J. (1990). *EL CONCEPTO DE INTERACCION EN EL PLANTEAMIENTO DE J. HABERMAS*. 14, 45-73.

-
- Millenium ES. (2022, septiembre 4). *LoL: ¿Cuántos jugadores activos hay en 2022? El gran estado de forma del MOBA después de 13 años*. Millenium ES. <https://www.millenium.gg/noticias/49994.html>
- Minecraft Wiki. (2022). *Minecraft*. Minecraft Wiki. <https://minecraft.fandom.com/es/wiki/Minecraft>
- Miró, F. (2016). Taxonomía de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, 0(22). <https://doi.org/10.7238/idp.v0i22.2975>
- Moncada Jiménez, J., & Chacón Araya, Y. (2015). El efecto de los videojuegos en variables sociales, psicológicas y fisiológicas en niños y adolescentes (The effect of playing videogames on social, psychological and physiological variables in children and adolescents). *Retos*, 21, 43-49. <https://doi.org/10.47197/retos.v0i21.34603>
- Naciones Unidas. (2021). *¿Qué es el discurso de odio?* / Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>
- Ojeda Copa, A., Peredo Rodríguez, V., & Uribe, J. C. (2021). EL DISCURSO DE ODIO POLÍTICO EN REDES SOCIALES DURANTE LA COYUNTURA ELECTORAL 2020 EN BOLIVIA. *Punto Cero*, 26(43), 11-24.
- Ollari, M., Szpilbarg, D., & Temelini, J. P. (2016). Nativos digitales en comunidades virtuales: Un análisis de la interacción y sociabilidad de los adolescentes en la web en el caso argentino. *ÁNFORA*, 18(30), 121-134. <https://doi.org/10.30854/anf.v18.n30.2011.93>
- Rosa, Ó. A. P. de la. (2022, mayo 11). *Impacto de industria del videojuego en la interacción social*. Blog de Ciencias Sociales y Sociología | Ssociólogos. <https://ssociologos.com/2022/05/11/impacto-de-industria-del-videojuego-en-la-interaccion-social/>
- Sánchez, H., & Gracia, L. (2019). *Interacción y comunicación en entornos virtuales. Claves para el aprendizaje a distancia en estudios de postgrado*. 28, 083-093.
- Scolari, C. A. (2021). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología* (Segunda edición). Gedisa.
- Seldeño, A. (2010). *Videojuegos como dispositivos culturales: Las competencias espaciales en educación*. 34, 183-189.
- Silva, F. D., & Núñez, G. (s. f.). *La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia*.
- Statista. (2023). *Industria mundial del videojuego*. Statista. <https://es.statista.com/temas/9150/industria-mundial-del-videojuego/>
- UCB. (2018). *Guía De Seminarios De Grado*. Universidad Católica Boliviana «San Pablo».
- Villanueva, A. (2014). *Tres momentos en el diseño de espacios de interacción digital*. 32, 65-87.
- Vitorelli Diniz Lima Fagundes, K., Almeida Magalhães, A. de, dos Santos Campos, C. C., Garcia Lopes Alves, C., Mônica Ribeiro, P., & Mendes, M. A. (2014). Hablando de la Observación Participante en la investigación cualitativa en el proceso salud-enfermedad. *Index de Enfermería*, 23(1-2), 75-79. <https://doi.org/10.4321/S1132-12962014000100016>
- Delgado, R. and Stefancic, J. (2012) *Critical Race Theory: An Introduction*. New York University Press, New York.
- Zizek, S. (2008). *Violence: Six Sideways Reflections*. New York: Picador.
-

“I’m bi, actually”: Heartstopper y los significados otorgados al salir del clóset

Nuria Gantier Badani

Boliviana. Estudiante de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, sede en Cochabamba.

nuria.gantier@ucb.edu.bo

ORCID ID: 0009-0007-9583-8963

Carol Angela Sarmiento Via

Boliviana. Estudiante de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, sede en Cochabamba.

carol.sarmiento@ucb.edu.bo

ORCID ID: 0009-0009-5307-9684

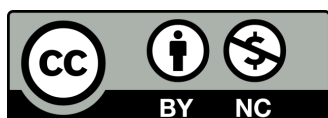
Marisa Geovana Paredes Baltazar

Boliviana. Licenciada en Comunicación Social y Docente a Tiempo Horario de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, sede en Cochabamba.

marisa.paredes@ucb.edu.bo

ORCID ID: 0000-0002-9419-7144

Las autoras declaran no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Gantier, N., Sarmiento, C. y Paredes, M. (2025). “I’m bi, actually”: Heartstopper y los significados otorgados al salir del clóset. Punto Cero, año 30 n°50, Junio 2025. Pp 87-101. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede Cochabamba.

"I'M BI, ACTUALLY": HEARTSTOPPER Y LOS SIGNIFICADOS OTORGADOS AL SALIR DEL CLÓSET ¹

Resumen

La investigación se centra en la representación de la Comunidad LGBTQ+ a través de medios audiovisuales, con un enfoque particular en la miniserie Heartstopper, y con el objetivo de comprender los significados que los jóvenes que han visto la miniserie le otorgan. La metodología propuesta incluye un enfoque correlacional, un diseño no experimental y cualitativo, utilizando revisión bibliográfica y grupos focales como una de las herramientas principales. La investigación se centra en dos escenas, una de cada temporada, donde se contempla al personaje principal, Nick Nelson, saliendo del clóset. Los resultados evidencian que la audiencia comprende esta miniserie como crucial para la juventud mientras le atribuyen significados a su identidad, al proceso de salir del clóset y a la representación de personajes LGBTQ+.

Palabras clave: Heartstopper, Comunidad LGBTQ+, Significados, Identidad, Salir del clóset.

"I'M BI, ACTUALLY": HEARTSTOPPER AND THE MEANINGS GIVEN WHEN COMING OUT OF THE CLOSET

Abstract

The research focuses on the representation of the LGBTQ+ community through audiovisual media, with a particular focus on the Heartstopper miniseries, and with the aim of understanding the meanings that the young people who have seen the miniseries give it. The proposed methodology includes a correlative approach, an experimental and qualitative design, using bibliographic review and focus groups as one of the main tools. The investigation focuses on two scenes, one of each season, where the main character, Nick Nelson, is contemplated coming out of the closet. The results show that the audience understands this series as crucial for youth while attributing meanings to their identity, the process of coming out and the representation of LGBTQ+ characters.

Key Words: Heartstopper, LGBTQ+ Community, significances, identity, coming out.

¹ "I'm bi, actually" se traduce al español como "Soy bi, en realidad". La frase fue utilizada por el personaje Nicholas Nelson en repetidas ocasiones de la segunda temporada de la serie Heartstopper. Tras salir del closet con su familia, amigos y compañeros de clase, Nick siente la necesidad de aclarar que es bisexual y utiliza esta frase para hacerlo. Asimismo, "I'm bi, actually" se ha convertido en un símbolo de la bisexualidad del personaje, dando mayor visibilidad a las personas que atraviesan una experiencia similar tras salir del closet.

1. Introducción

Actualmente, las sociedades están conformadas por diversos grupos con características propias. Uno de estos grupos es la Comunidad LGBTQ+, la cual es reconocida como un movimiento social desde 1897 con la creación del Comité Científico-Humanitario, “la primera organización por los derechos gay” (Pohlen, 2015). Aunque Ramírez-Bravo et al., reconoce que la configuración de esta comunidad como “movimiento puede contar entre sus antecedentes el hecho histórico sucedido en Florencia, en 1494” (2022, p. 8). Evidenciando que existe un registro histórico bastante amplio que involucra una constante lucha por los derechos de las personas LGBTQ+.

Con relación a ello, Zavala Khan menciona que la homosexualidad siempre ha sido parte de la condición humana (2019, p.12). Debido a aquella naturalidad, uno de los espacios donde ha tenido una fuerte presencia es en “la historia del cine” (Zavala Khan, 2019, p. 12). La Comunidad LGBTQ+ ha sido representada en diversos personajes desde hace más de 100 años atrás (2019, p. 12). No obstante, “no eran presentados de manera abiertamente gay, por lo que solo quienes supiesen sobre su verdadera naturaleza, o quienes perteneciesen a la comunidad, sabían lo que estaban viendo en pantalla.” (Zavala Kahn, 2019, p. 12). Es decir, si bien existían historias con personajes LGBT, éstas no los presentaban de manera explícita.

Con el paso del tiempo, aquella visibilización fue tornándose más evidente para los espectadores, llegando al punto de que, actualmente, se producen películas con “grandes presupuestos o de prestigio” (Zavala Kahn, 2019, p. 16) que cuentan con protagonistas LGBT. Sin embargo, a pesar de los avances que se ha logrado, Zavala Kahn sostiene que los medios audiovisuales pueden “hacer un mejor trabajo en términos de representación e igualdad” (2019, p. 12). Para Moscovici, este sentido de representación se da a partir de conocimientos generados en la vida cotidiana, a través de intercambios comunicacionales, que puede entenderse como una versión contemporánea del sentido común (1979). Así, la acción de representar incide en las identidades colectivas, pues no solo está presente un objeto sino también que puede ser entendido como un referente de la cotidianeidad. En los productos audiovisuales Buxo (1999) estas imágenes se construyen dependiendo ciertos aspectos de la sociedad como “criterios de familiaridad y relevancia, gustos de la época, la situación social y las motivaciones y los intereses personales (Buxó & De Miguel, 1999). También, se reconoce el papel de los realizadores que con el pasar de los años se acercan a la realidad por medio de los personajes, los cuales “surgen de la necesidad de la sociedad de crear imágenes que sirvan como reflejo de su realidad [...] con el fin de que el espectador se identifique con la historia del personaje” (Navarro *et al.*, 2011).

En este contexto, se destaca la historia de Heartstopper, creada por Alice Oseman, que debido a su popularidad en línea, Heartstopper continuó expandiendo su alcance publicando sus historietas en formato de novelas gráficas en 2019 y ser adaptada al formato de miniserie en 2022. Actualmente, la miniserie cuenta con dos temporadas y narra la historia de Nick y Charlie, dos jóvenes que descubren que “su improbable amistad podría ser algo más mientras sortean la escuela y el amor” (Netflix, 2022).

En relación con las temáticas de la miniserie, se hizo una revisión de documentos donde se concluyó que existe una variedad de artículos científicos y tesis doctorales acerca del concepto de creación de identidad en individuos dentro del colectivo LGBTQ+. Sin embargo, la mayoría de ellos fueron realizados en otros contextos e idiomas y no se centran en la generación de significados en torno al tema central del presente estudio “salir del closet”. Entre los estudios realizados en Bolivia, se destaca la investigación de Lucero Vargas (2019) la cual revela que “la comunidad LGBT es uno de los grupos sociales que tiene mayores obstáculos para ser reconocidos en el escenario social”, debido a que sus “formas de actuación e intervención en la sociedad fueron irruptivas a los valores sociales instaurados” (p. 170). Por estos motivos, se afirma que existe un vacío en el conocimiento sobre el enfoque de procesos aplicado a la miniserie Heartstopper y la relación de esta con los significados

de la Comunidad LGBTQ+. En este sentido, es necesario aclarar que el presente artículo no pretende abordar las características sobre la experiencia de “salir del closet”. Al contrario, este trabajo tan solo abordará la representación que elabora la serie sobre dicho tema y cómo los espectadores la perciben e interpretan.

Asimismo, el aporte de la presente investigación en al área comunicacional, por un lado, se relaciona con el aporte en el conocimiento sobre los medios audiovisuales, sobre todo aquellos relacionados con temáticas LGBTQ+, y su influencia en el desarrollo de la identidad de los jóvenes. Por otro lado, se profundiza en la creación de significados por parte de los espectadores a partir de sus propias vivencias, creencias y percepciones sobre su entorno. Por lo tanto, se pretende conocer la diversificación de información acerca de los LGBT/ Queer Media Studies, mediante el objetivo de comprender los significados que le otorgan los jóvenes que han visto la miniserie al salir del clóset en la miniserie Heartstopper.

2. Materiales y métodos

El presente trabajo es de tipo correlacional, con un diseño de investigación preexperimental. Se hace el uso de una metodología mixta. Para ello, se utilizaron las técnicas de revisión bibliográfica, análisis de contenido y grupos focales con sus herramientas respectivas. Con relación a la última técnica, se formaron tres grupos focales para recolectar información acerca del proceso de recepción de la miniserie Heartstopper. En la siguiente tabla, se presentan los datos respecto a los grupos focales realizados:

Tabla 1. Características de los participantes de los grupos focales

N° de Grupo Focal	Nombres	Edades	Características
Primer grupo focal	Natalia	19 años	Se considera seguidora fiel de la miniserie Heartstopper
	Lucía	20 años	Se considera seguidora fiel de la miniserie Heartstopper
	Jhoanna	21 años	Se considera seguidora fiel de la miniserie Heartstopper
Segundo grupo focal	Maya	18 años	Se considera seguidora fiel de la miniserie Heartstopper
	Dana	19 años	Se considera seguidora fiel de la miniserie Heartstopper
	Alejandra	19 años	Se considera seguidora fiel de la miniserie Heartstopper
Tercer grupo focal	Melody	20 años	Se considera seguidora fiel de la miniserie Heartstopper
	Valeria V.	22 años	Se considera seguidora fiel de la miniserie Heartstopper
	Maya	14 años	Se considera seguidora fiel de la miniserie Heartstopper
	Claudia	43 años	Es madre de familia de Natalia, integrante del primer grupo focal.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Al implementar una metodología centrada en la comunidad LGBTQ+, se buscó garantizar la representatividad de los espectadores comprometidos con el contenido y la temática de la miniserie. La inclusión de dos grupos con un enfoque etario diferenciado permitió capturar matices generacionales en la percepción y apreciación de la obra, mientras que la incorporación de una madre de 43 años en el tercer grupo enriqueció el análisis al aportar una mirada desde una perspectiva parental, que añade una dimensión socioemocional al proceso de recepción mediática.

El uso de las técnicas en la investigación se llevó a cabo de una manera tanto sistemática como multidimensional. Además, se combinaron la revisión bibliográfica, el análisis de contenido y los grupos focales para obtener una comprensión profunda de la recepción de la miniserie Heartstopper y sus significados para los espectadores. El muestreo de este estudio es de tipo no probabilístico, denominado muestreo intencional por criterios. A partir de ello, se determinó la muestra siendo dos escenas en las que el personaje principal Nick Nelson sale del clóset en los capítulos 8 y 7 de la primera y segunda temporada de Heartstopper, respectivamente. Ambas escenas fueron seleccionadas debido a su importancia narrativa y emocional dentro del contexto de la trama. Al ser puntos cruciales en la historia, se espera que estas escenas reflejen de manera destacada las posibles características emocionales y sociales de este proceso en los personajes y en su entorno.

Entre las herramientas utilizadas, se llevó a cabo un análisis de contenido para contextualizar las escenas seleccionadas como muestra en el estudio. Este análisis permitió comprender el trasfondo, la narrativa y los elementos clave presentes en las escenas analizadas. Dando lugar a una comprensión del contexto emocional, social y narrativo que las rodea, lo que contribuyó a enriquecer el análisis sobre la representación y los significados asociados con la salida del clóset en la comunidad LGBTQ+.

3. Resultados

A continuación, se presentan los hallazgos de la investigación que buscan comprender los significados que los jóvenes que han visto la miniserie le otorgan a Heartstopper. En este sentido, los resultados obtenidos fueron segmentados en cuatro categorías: el mensaje de Heartstopper, los significados de salir del clóset, la identidad generada a partir de la miniserie y la representación de la Comunidad LGBTQ+.

3.1. El mensaje que transmite Heartstopper

Para comenzar, es necesario comprender los sucesos que se desarrollan en las dos escenas seleccionadas con la temática de “salir del clóset”. Para ello, se presenta una tabla comparativa de las escenas correspondientes a cada temporada, destacando los personajes presentes, el escenario donde se desarrollan los sucesos, paleta de colores, los diálogos, entre otros.

Tabla 2. Comparación entre las escenas referentes a “salir del clóset” en Heartstopper

	Capítulo 8, temporada 1	Capítulo 7, temporada 2
Imagen de la escena		
Contenido	Narrativo: Antes de la escena, Nick Nelson tuvo una cita con Charlie Spring en la playa. Nick le confiesa a Charlie que quiere salir del clóset con personas cercanas y Charlie le anima a hacerlo. Asimismo, ambos confirman que su relación es de novios. Visual: Tras regresar de la playa, después de la cita, Nick se encuentra en el comedor de su casa junto a su madre, Sarah.	Narrativo: Una semana antes de la escena, Sarah Nelson comenta a sus hijos, Nick y David Nelson, que su ex-esposo y padre de los jóvenes, Stéphane Nelson, los visitará para cenar. En ese momento, Nick pregunta a su madre si podría invitar a Charlie Spring, su novio, para cenar junto con ellos. Sarah acepta y, además, sugiere invitar a la familia de Charlie. Durante la semana previa a la cena, Nick decide que quiere salir del clóset con su padre. Visual: La escena transcurre en el comedor de la casa de Sarah Nelson. Todos los personajes se encuentran sentados y comiendo en la mesa.
Paleta de colores	 La paleta de colores está compuesta por diferentes tonos de turquesa, beige, amarillo, naranja y café.	 La paleta de colores está compuesta por una variación entre tonos de mostaza, beige, rosado claro y negro.

Personajes	Nick Nelson Sarah Nelson (madre de Nick)	Nick Nelson Sarah Nelson (madre de Nick) David Nelson (hermano mayor de Nick) Stéphane Nelson (padre de Nick) Charlie Spring Jane Spring (madre de Charlie) Tori Spring (hermana mayor de Charlie) Julio Spring (padre de Charlie)
Diálogos significativos	Nick Nelson: Mamá. Charlie es mi mejor amigo. Sarah Nelson: Si me pides que venga con nosotros de vacaciones, la respuesta es "no" porque ya compré los boletos. Nick Nelson: No, no es lo que iba a decir. <i>(Pausa)</i> Es mi novio. Charlie es mi novio. Igual me gustan las chicas, pero los chicos también. Y Charlie y yo estamos... estamos saliendo. Y, simplemente, quería que lo supieras. Sarah Nelson: Cariño, gracias por contármelo. Perdón si te hice sentir que no podías contármelo. No tienes que decir que te gustan las chicas. Nick Nelson: No, es que... No me gustan solo los chicos. Se llama bisexualidad. ¿Conoces el término? Sarah Nelson: Claro que sí. No nací en el Siglo XVIII. <i>(Risas)</i> ¿Cuánto hace que lo sabes? Nick Nelson: Bueno, con Charlie empezamos a salir hace unos meses, pero me gusta desde mucho antes. Sarah Nelson: Te amo.	Stéphane Nelson: Yo jugué al rugby en la universidad. Es muy atractivo para las mujeres. <i>(Ahora dirigiéndose a Nick y Charlie)</i> ¿Alguno de ustedes consiguió novia? <i>(Silencio en la mesa)</i> Charlie Spring: No. Supongo que no. Stéphane Nelson: Bueno, todavía hay tiempo. David Nelson: No sé si a Nick le interesa buscar novias. Tori Spring: <i>(Por debajo de la mesa, agarra con fuerza el brazo de David)</i> No te atrevas. Sarah Nelson: David, sé respetuoso. Tenemos invitados. Nick Nelson: ¿Por qué siempre haces eso? David Nelson: Solo quiero ayudar. Nick Nelson: <i>(Suelta su tenedor)</i> Perdón, esto es ridículo. <i>(Hace una pausa y luego mira a su padre)</i> Papá, Charlie es mi novio. Sorpresa. Soy bi, él es gay y me estresaba mucho cómo iba a decírtelo, pero ¿sabes qué? Ya no me importa lo que pienses de esto, porque a ti ni siquiera te importa ver a tus hijos. Y, sabes, siempre que te veo solo pienso: "Ahora sí. Este es el momento en el que podrías realmente interesarte en mi vida", pero... nunca lo haces. Así que, si no te importa, a mí tampoco. <i>(Ahora dirigiéndose a su hermano, David)</i> Y no sé por qué te comportas como un niño, pero tu bullying ya no me afecta porque, sinceramente, no me importa. Me gusta quién soy, me gusta mi vida. La próxima mejor quédate con papá. <i>(Ahora dirigiéndose a su mamá)</i> Disculpa, mamá. <i>(Nick se levanta de la mesa y sale de la cocina).</i>

Duración de las escenas	26:29 – 28:15	21:37 – 23:13
-------------------------	---------------	---------------

Fuente: Elaboración propia (2024).

A partir de la comparación de ambas escenas en la tabla, se identifican diferencias entre la forma en la que Nick decidió ser honesto con sus preferencias sexuales con su madre, como con su padre. Por un lado, en la primera temporada, la interacción entre ambos personajes se desarrolla de una forma más íntima, debido a que sólo se contaba con la presencia de Nick y su madre. Por otro lado, en la segunda temporada, está presente una mayor cantidad de personajes, lo cual se diferencia de la cercanía que podría haber con un elenco reducido.

De la misma manera, la actitud de Nick cambia radicalmente entre ambas. Mientras que en la primera temporada se encontraba nervioso por hacer la confesión a su madre, en la segunda temporada, expresa abiertamente su sexualidad, sin perder la confianza. Con relación a ello, la madre de Nick, Sarah, muestra su apoyo y empatía en ambas escenas. No obstante, en la segunda temporada, llega a adoptar una posición de firmeza, pidiendo respeto a su hijo mayor, David.

Las diferencias entre las escenas también son notables en el ámbito visual. Si bien ambas cuentan con una paleta de colores similar, la primera temporada utiliza diferentes tonos de turquesa, los cuales aportan mayor vivacidad y contraste entre los colores. Al contrario, en la segunda temporada, entre los tonos cálidos del espacio, también destaca una mayor cantidad de colores oscuros, como el azul marino o el negro. En consecuencia, la primera escena se caracteriza por mostrar un espacio íntimo y cálido entre ambos personajes; no obstante, la segunda escena muestra un momento de tensión, sobre todo entre Nick y su padre.

3.2. Significados a salir del clóset

Los resultados de la presente sección fueron obtenidos tras la proyección de las dos escenas relacionadas a la temática “salir del clóset” en los episodios 8 y 7 de la primera y segunda temporada, respectivamente. Aquella exhibición de ambas escenas tuvo lugar en diferentes momentos de los tres grupos focales realizados para la recolección de información. Mientras la escena correspondiente a la primera temporada fue proyectada al inicio de los grupos focales, la segunda se mostró en medio de la discusión, después de responder a preguntas adicionales.

Como se mencionó anteriormente, en la primera temporada, Nicholas Nelson sale del clóset con su mamá, Sarah Nelson. Tras la confesión, ella lo abraza y le repite que lo ama. Asimismo, menciona que sabe qué es la bisexualidad. A partir de la observación de aquel fragmento de la miniserie, es necesario describir el lenguaje no verbal que tuvieron las participantes de los tres grupos focales al ver la escena. La siguiente tabla muestra aquellos resultados:

Tabla 3. Reacción no verbal a la escena “salir del clóset” de la primera temporada

<i>Grupo Focal 1</i>	<i>Grupo Focal 2</i>	<i>Grupo Focal 3</i>
Durante el inicio de la escena, se pudo notar que Natalia y Lucía tenían los ojos llorosos. Asimismo, las tres participantes miraban con ternura a la pantalla o reían suavemente al final.	Durante la escena, se pudo notar que las chicas tenían una expresión de ternura en sus rostros.	Al mostrar la escena, las participantes sonreían con ternura. De igual forma, se pudo notar que Claudia (madre de familia) tenía los ojos llorosos.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Tal cual se menciona en la tabla, tanto en el primer como tercer grupo focal, algunas de las participantes contenían las lágrimas ante la confesión que Nick hacía a su mamá. De igual manera, cerca al final de la escena, la expresión de las mujeres se transformó en ternura, debido a que sonreían ligeramente y ladeaban la cabeza a un costado. En adición, se puede destacar algunas de los comentarios realizados por las participantes.

Por ejemplo, Alejandra menciona que sintió empatía al ver la escena por primera vez. Aquello se debe a que *“he pasado por ese momento. Entonces, ha sido una empatía... He sentido un poco de cada uno de los sentimientos que han llegado a tener tanto Nick como su mamá”* (Alejandra, Grupo focal 2, 2023). Entonces, aquella escena ha despertado varias emociones en Alejandra debido a que es una experiencia que ella ha atravesado. A su vez, Melody agrega que sintió *“empatía hacia Nick ¿no? porque está revelando algo que para él tal vez lo ha agobiado”* (Grupo focal 3, 2023). Del mismo modo, Dana reconoce que ver dicho momento *“es muy bonito y [...] fue muy emotivo”* (Grupo focal 2, 2023).

Por otra parte, se puede destacar la reacción de Claudia. Tras ver la escena, ella comentó que, como madre de familia, siente *“poquito de empatía con la mamá (de Nick), ternura, emoción... porque es también emocionante ver que un hijo se acerque y que tenga la confianza para hablar contigo”* (Grupo focal 3, 2023). En este punto, la voz de Claudia se quiebra ligeramente y ella realiza una breve pausa para contener el llanto. Después de unos segundos, continúa respondiendo y explica que *“ver cuán difícil puede ser para un hijo hablar con su mamá es algo que a mí me llega, ¿no? Entonces, me emociona.”* (Claudia, Grupo focal 3, 2023).

En base a los hallazgos expuestos de la primera temporada, los resultados de la segunda temporada se centran específicamente en la escena donde Nick Nelson le revela su orientación sexual a su padre. A través de los grupos focales, se buscó capturar en los resultados las reacciones, percepciones y emociones de los espectadores, las cuales se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 4. Reacción no verbal a la escena “salir del clóset” de la segunda temporada

Grupo Focal 1	Grupo Focal 2	Grupo Focal 3
Durante esta escena, se pudo notar que las integrantes del grupo focal rodaron los ojos ante los comentarios del hermano de Nick. Asimismo, hubo molestia en las tres, ya que apretaban sus labios. Sin embargo, cuando Nick menciona que su padre solo se pone en contacto una vez al año, las integrantes del grupo asintieron con la cabeza en señal de aprobación.	Durante la escena, se pudo notar que las participantes dentro de este grupo focal tenían una expresión de ternura en sus rostros.	Durante esta escena, se pudo notar que las chicas estaban molestas por la actitud del hermano de Nick. En un parte, incluso Maya se tapó la boca en señal de indignación.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Para comenzar, la tabla permite ver que los resultados de la segunda escena proyectada muestran expresiones de molestia, sorpresa y también ternura al momento de ver este momento dentro de la producción audiovisual. En el Grupo Focal 1, se observó que los integrantes rodaron los ojos ante los comentarios del hermano de Nick, expresando molestia al apretar los labios. Dentro del segundo grupo focal, se pudo identificar que las chicas presentaron expresiones de ternura en sus rostros durante la escena. No se registraron reacciones de molestia o desaprobación en este grupo. En cuanto al tercer grupo focal, a

partir de la tabla previamente revisada, se identificó que las integrantes demostraron estar molestas debido a la actitud del hermano de Nick. En un momento, Maya se tapó la boca en señal de indignación.

Por otro lado, se pudieron identificar las tres emociones que otra de las participantes del segundo grupo focal estableció. La integrante menciona:

Yo la verdad sentí un poquito de enojo, por cómo se expresaba su hermano. Ahí va la que dije hace rato sobre lo que su hermana siempre defendía a Charlie. Con respecto al monólogo, al fin soltó lo que tenía que decir porque si estaba buscando el momento para decirlo, pero no pudo. Quizás no fue el mejor momento, pero siento que pudo desahogarse. (Dana, Grupo focal 2)

En cuanto a esta participación, Dana, del grupo focal 2, expresó una gama variada de emociones en respuesta a la escena de “salir del clóset”. Se puede observar en la imagen que la participante mencionó sentir un leve enojo, específicamente dirigido hacia el hermano de Nick debido a su forma de expresarse. Como resultado, Dana vincula este sentimiento con una referencia anterior sobre cómo la hermana de Nick siempre defendía a Charlie.

Posteriormente, la integrante de este grupo focal analiza el monólogo de Nick, comentando que el personaje pudo expresar lo que tenía guardado. A su vez, Dana reconoce que el momento podría no haber sido el más adecuado. Sin embargo, se destacó la sensación de desahogo en el discurso de Nick. Por último, como resultado de aquel aporte, las palabras o emociones que más destaca la participante incluyen el orgullo, la felicidad y el enojo.

Asimismo, entre otros de los comentarios de las participantes en los grupos focales, se encuentra lo que menciona Jhoanna. Ella sostiene que ver aquella escena demuestra que “es una clara muestra del desarrollo de Nick, es positivo para él. Yo creo que el Nick de la primera temporada no se hubiera enfrentado a su papá tan seguro” (Jhoanna, grupo focal 1, 2023).

En relación con aquellos resultados, se observó que Jhoanna destacó que la escena representa un evidente desarrollo en el personaje de Nick. A su vez, Jhoanna expresó que este desarrollo es positivo para Nick, sugiriendo que el personaje de la primera temporada no hubiera confrontado a su padre con tanta seguridad. Por último, Claudia, participante del grupo focal 3, compartió desde su perspectiva como madre la importancia emocional de ver a un hijo tener la confianza para hablar, reflejando una conexión personal con la temática de salir del clóset.

3.3. La identidad a partir de Heartstopper

A partir del procesamiento de la información obtenida en los tres grupos focales, se pudo categorizar los resultados en las tres temáticas mencionadas anteriormente. En cuanto a la identidad, por un lado, se puede mencionar que 6 de las 11 participantes comentan haberse sentido identificadas con algún personaje de la miniserie.

Por ejemplo, Jhoanna, participante del primer grupo focal, comenta que se sintió identificada con Tori Spring, la hermana de Charlie Spring, debido a que ambas son las hermanas mayores en sus familias. “Tengo mi hermana de 16 años, tengo mi hermano de 13. Entonces, como que, si bien la relación de Tori con Charlie es hasta ahí nomás, Tori siempre está ahí para apoyarlo, para entenderle”, explica Jhoanna (Grupo focal 1, 2023). Asimismo, la participante comparte una experiencia personal donde menciona que “pasé algo similar con mi hermana, digamos. Ella, o sea, abiertamente, me dijo que creía que era bi también, el año pasado” (Jhoanna, Grupo focal 1, 2023). Por tanto, tras compartir aquel recuerdo, Jhoanna vuelve a afirmar que se siente identificada con Tori.

De igual manera, otra de las participantes de los grupos focales manifiesta que se siente *"100% identificada con Nick"* (Alejandra, Grupo focal 2, 2023). Con relación a ello, tras reaccionar a la escena donde Nick sale del clóset con su mamá, Alejandra comenta que sintió empatía hacia aquel personaje, debido a que ha experimentado una situación similar, debido que ha sentido *"cada uno de los sentimientos que han llegado a tener, tanto Nick, como su mamá"* (Alejandra, Grupo focal 2, 2023). De igual manera, Natalia comparte que, durante la segunda temporada, pudo sentirse identificada con Nick debido a la *"ansiedad que sentía a veces. Como que esos sus problemas, no sé, la presión, tal vez, que sentía así... Como que la sentí en algún punto"* (Grupo focal 1, 2023).

Por otro lado, Claudia, madre de familia, si bien reconoce que *"no me siento identificada o representada porque yo soy heterosexual"* (Grupo focal 3, 2023) si siente un vínculo de familiaridad con una de las principales figuras maternas de la serie y que la representación de la diversidad sexual es adecuada, ya que *"muestran que todos nos podemos amar igual. Entonces, no importa si eres bisexual, si eres homosexual, si eres trans, [...] tú puedes sentir las mariposas en el estómago de ellos. Esos sentimientos los puedo identificar"*. (Grupo focal 3, 2023). Es decir, si bien la orientación sexual de Claudia se diferencia de la de los protagonistas, aquella característica no le impide relacionar sus experiencias personales con el amor que viven los personajes de Heartstopper.

En otros casos, las participantes mencionaron que Heartstopper les permitió conocer otras experiencias sobre los miembros de la Comunidad LGBTQ+. Por ejemplo, Lucía reconoce que, tras descubrir el espectro de la asexualidad con el personaje de Isaac Henderson, ella se *"ha estado replanteando como: ¿Será que soy así? (Risas) ¿Será que soy así? Y por igual con ciertas otras cosas"* (Lucía, Grupo focal 1, 2023). Por tanto, a pesar de que no confirma haberse identificado por completo con el personaje, aquella trama en la miniserie la llevó a cuestionarse ciertos aspectos sobre sí misma y sobre su sexualidad.

3.4. Representación de la Comunidad LGBTQ+ en Heartstopper

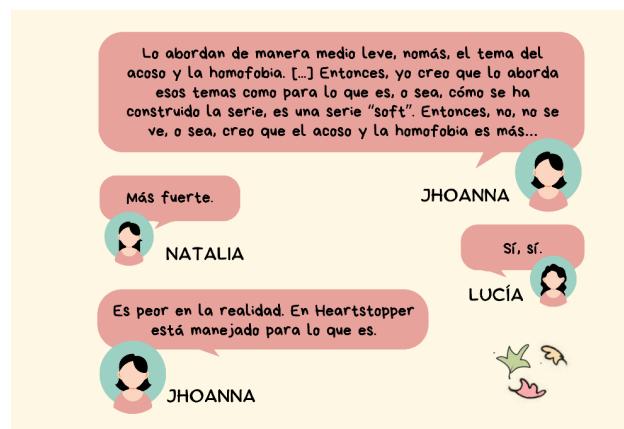
Los grupos focales también recuperaron la opinión de sus participantes acerca de la forma en la cual Heartstopper representa a la Comunidad LGBTQ+. Para comenzar, se destaca lo que menciona Valeria, quien menciona que Heartstopper se ha convertido en un ícono en el ámbito de este tipo de series, debido a que cuenta con intérpretes que son adolescentes reales. *"En series adolescentes, ahora utilizan personas que ya pasaron de los 25, 26. [...] Capaz, eso hace que la serie (Heartstopper) se vea un poco más real. Por el hecho de que son adolescentes, [...] te puedes sentir identificado"*, comenta Valeria (Grupo focal 2, 2023).

A su vez, Natalia, Johanna y Lucía (Grupo focal 1) comparan la miniserie con otras dirigidas a un público similar, como ser Euphoria, 13 Reasons Why, Élite y Riverdale. En base a ello, coinciden en que Heartstopper se diferencia del estereotipo de series juveniles que hipersexualizan a sus personajes mediante la elección de actores o actrices adultos/as para interpretar a adolescentes que toman acciones no apropiadas para su edad. Además de ello, las participantes destacan la variedad de temáticas sobre la Comunidad LGBTQ+ que aborda la serie. Natalia, integrante del primer grupo focal (2023) comparte que *"en general, las series y películas de ahora son más de hombres. Y, bueno, la serie (Heartstopper) es de hombres, pero igual vemos a Tara y Darcy"*. La joven también añade que la miniserie cuenta con *"mucho representación y esto es bueno porque igual educa"* (Natalia, Grupo focal 1, 2023).

Es decir, Heartstopper presenta a diferentes personajes pertenecientes a la Comunidad LGBTQ+. Si bien los protagonistas son una pareja entre un chico gay y un chico bisexual, también se cuenta la historia de una chica transexual, Elle Argent, o de dos chicas lesbianas, Darcy Olsson y Tara Jones. Igualmente, una de las participantes reconoce que Heartstopper también se ha enfocado en los *"intereses de ellos como persona, como seres humanos, como la exposición de arte de Elle, a Tao le gusta sacar fotos, y un montón de cosas"* (Valeria, grupo focal 3, 2023). A diferencia de ello, en los grupos focales también se

habló sobre cómo Heartstopper aborda temáticas relacionadas al acoso o la homofobia. A continuación, se puede notar la conversación que tuvieron las participantes del primer grupo focal acerca de dicho tema.

Figura 1
Comentarios sobre el abordaje del acoso en Heartstopper



Fuente: Elaboración propia (2023).

Con base en aquellos diálogos, se observa que, para Jhoanna, la homofobia y el acoso son temáticas en las cuales no se profundiza demasiado. Asimismo, Natalia y Lucía están de acuerdo con aquella postura. No obstante, Jhoanna también reconoce que Heartstopper es una miniserie con otra intención. Con relación a ello, Claudia añade que el enfoque para dichos temas *"es esperanzador"* (Grupo focal 3, 2023), ya que se diferencia de otras producciones audiovisuales que si bien *"muestra que todavía hay problemas, que hay bullying y ese tipo de cosas, te da esperanza"* (Grupo focal 3, 2023), dando a entender que el hecho de no profundizar en los aspectos negativos de salir del clóset le otorga ciertos sentimientos de esperanza a los espectadores de la miniserie.

4. Discusión

A partir de los resultados obtenidos, se puede mencionar que Heartstopper es una serie que participa activamente en la creación y desarrollo de los significados acerca de la Comunidad LGBTQ+. Aquello confirma la hipótesis planteada ya que los principales significados otorgados están relacionados con el ámbito de la identidad. De acuerdo a Burke & Stets (2009) la identidad es un conjunto de significados que definen quién es uno, en especial cuando uno ocupa un papel particular en la sociedad o es un miembro de un grupo en específico. Lo que genera la reivindicación de ciertas características particulares que lo identifican como una persona única. Dentro de los elementos que conforman la construcción de la identidad, se destaca la entrada de las percepciones que las personas generan sobre su entorno (Burke & Stets, 2009, p. 65), como los espectadores de Heartstopper han identificado aquellas entradas significativas para sí mismos, comparándolas con el estándar de identidad y con el objetivo de hacer coincidir esta percepción con ese estándar (Burke & Stets, 2009, pág. 65).

Aquel proceso identitario se relaciona con el cuarto modelo del consumo cultural, entendido como sistema de integración y comunicación que constituye un sistema de sentidos comprensible tanto para los incluidos como para los excluidos (García Canclini, 1999). A partir de los movimientos de asimilación, rechazo, negociación y refuncionalización de aquello que los emisores proponen, se entiende que el consumidor nunca es un creador puro, pero tampoco el emisor es omnipotente. Aquello da a entender que las múltiples entradas del consumo de los productos culturales forman parte del proceso identitario. En el

caso de las participantes de los grupos focales, Heartstopper es una serie que forma parte de su consumo cultural; por tanto, ésta podrá dar lugar a la integración de características en su propia identidad.

Al igual que los espectadores consultados vincularon su identidad con la serie, se han identificado distintos productos audiovisuales en plataformas digitales. Se destaca el video publicado en TikTok por @severusnapesidehoe (2022) que cuenta con alrededor de 11,5 mil *likes*, con el texto: *"cuando acabas de ver heartstopper y el final empieza a sentirse como que deberías salir del clóset con tus padres"*, evidenciando los sentimientos de vinculación con su propia realidad para realizar ciertos cambios en su vida personal. Aspecto que también fue observado en algunas de las participantes de los grupos focales, quienes cuestionaron su propia sexualidad a partir de las experiencias de ciertos personajes. Por tanto, la serie explora la sexualidad de sus personajes de un modo complejo y natural con el cual sus espectadores pueden sentirse identificados e inspirados para tomar acciones en base a las situaciones demostradas en la serie, como la escena en la que Nick sale del clóset con su mamá y la necesidad del usuario para hacer lo mismo.

Desde el consumo de Heartstopper, los espectadores han generado vínculos con su realidad además de desarrollar sentimientos de pertenencia que, sobre todo, se produce por la semejanza entre características dentro de un grupo. También, se reconoce que hay una representación adecuada de los personajes LGBTQ+, ya que se profundizó en sus experiencias, deseos y desafíos personales. Además de aquella identidad sexual identificada, los personajes cuentan con matices que los identifica como actores sociales. Es decir, personas con una capacidad de expresarse y de actuar dentro de un entorno ejerciendo sus derechos, disfrutando de sus hobbies, etc.

Dicha representación, no se ve comúnmente reflejada en otros medios que tienen como protagonistas a personajes LGBTQ. Puesto que la mayoría de las representaciones mediáticas son retratados de manera superficial y reducen su identidad a su orientación sexual al igual que las representaciones sociales, que "pueden contener en su estructura sistemas o identidades colectivas de significados (actitudes, creencias, estereotipos)" (García & Torres, 2014, p. 57). Así, la serie Heartstopper intenta resignificar los estereotipos recurrentemente visibilizados abordando en sus personajes relaciones interpersonales más complejas, crecimientos personales y desafíos en la vida adolescente de manera realista y sensible, sin recurrir a la sexualización excesiva de los personajes. Esta evolución en las narrativas audiovisuales, apreciada por los espectadores, está sujeta al entendimiento de que una representación no es simplemente una imagen, una huella que la realidad o el objeto imprimen, dejan en el sujeto (1979, p. 219), sino que al hablar de representación "se presupone un proceso de reconstrucción, un contexto de acciones e interacciones que modifica y recrea activamente el objeto (Moscovici 1979, p. 219).

Para ello, es necesario que estas proposiciones, valoraciones o creencias que constituyen una representación estén estructuradas en formas diversas según las culturas y los grupos sociales (Moscovici, 1979, p. 220) y más aún si se habla de grupos históricamente vulnerados e hipersexualizados. Cabello Valenzuela (2015), reconoce al sujeto gay como un asunto político. Es decir, que en el momento en el que se recurre a la hipersexualización "se expone a regulaciones y constantes vulnerabilidades" (Cabello Valenzuela, 2015, p. 11). Por ende, la ausencia de hipersexualización en Heartstopper contribuye a una representación más equilibrada y reflexiva de la diversidad sexual en los medios de comunicación.

Desde una perspectiva comunicacional, Heartstopper se consolida como un producto mediático que influye en la construcción de imaginarios sociales sobre la diversidad sexual. La serie no solo visibiliza identidades LGBTQ+, sino que las presenta en narrativas donde los personajes tienen motivaciones e intereses propios más allá de su orientación sexual o identidad de género. Este aspecto permite que la representación no se limite a una función meramente educativa o de denuncia sobre la discriminación, sino que contribuya

a la naturalización de la diversidad en los medios de comunicación. La inclusión de personajes como Elle Argent, Darcy Olsson y Tara Jones amplía el espectro de visibilización de experiencias dentro de la comunidad, lo que responde a una necesidad creciente de representación auténtica en la ficción audiovisual.

También, se destaca que la serie ha abordado la vivencia de salir del clóset apelando a la empatía y sensibilidad de las personas. Aquel aspecto es fundamental en la creación de significados relacionados con la Comunidad LGBTQ+, puesto que según las autoras Lozano Verduzco y Padilla Gámez (2023), la acción de salir del clóset puede ser definida como un “proceso psicosocial que sucede cuando una persona homosexual, lesbiana, gay, bisexual, trans o queer (LGBTQ+) comunica a las personas de sus diferentes contextos, su orientación sexual no heterosexual y/o su identidad de género trans” (p.77). En consecuencia, el hecho de salir del clóset en las personas LGBTQ+ no se trata únicamente de una confesión, sino que éste puede dar lugar a la creación de significados e identidades individuales y grupales. Corrigan y Matthews (2009) destacan que, salir del clóset puede generar un estado psicológico de bienestar, pero también puede implicar situaciones o experiencias negativas, como las autolesiones, la desaprobación social o el distanciamiento de otras personas. En *Heartstopper*, se destacan, sobre todo, las reacciones positivas acerca de la bisexualidad de Nick, haciendo énfasis en la reacción de su madre que expresa un profundo apoyo, a pesar de las burlas que recibe de su hermano mayor David.

Aquel contraste entre las respuestas que recibe Nick resalta que los miembros de la Comunidad LGBTQ+ tendrán diferentes repercusiones que dependerán de sus sistemas de referencia. El proceso de salir del clóset ha sido liderada en múltiples espacios, como una lucha por derechos no atribuidos, (Vitaliti & Onofrio Cipolla, 2011, p. 7) generando una significación más allá de la identidad personal, debido a que incluye elementos culturales, sociales y políticos.

La representación de la Comunidad LGBTQ+ en *Heartstopper* se distingue por su enfoque narrativo que trasciende los estereotipos convencionales y ofrece una visión más amplia de la diversidad sexual y de género. Los hallazgos de los grupos focales evidencian que la serie no solo apuesta por una representación inclusiva, sino que también desafía las estructuras tradicionales de la ficción juvenil al optar por actores adolescentes en roles de su misma edad, lo que contribuye a una mayor autenticidad y cercanía con su audiencia. Esta decisión contrasta con otras producciones del mismo género, que suelen recurrir a intérpretes adultos para encarnar personajes adolescentes, promoviendo dinámicas de hipersexualización y tramas alejadas de las realidades juveniles.

Asimismo, *Heartstopper* aborda conflictos sociales como el acoso y la homofobia desde una óptica que permite reflexionar sobre las barreras que aún enfrenta la Comunidad LGBTQ+. Sin embargo, la serie no se centra exclusivamente en la victimización de sus personajes, sino que integra estos desafíos dentro de un marco narrativo que enfatiza la importancia de los lazos afectivos, el apoyo mutuo y la construcción de espacios seguros. Desde la comunicación, este enfoque resulta significativo, ya que no solo genera identificación con el público juvenil, sino que también influye en la percepción social de la diversidad sexual y de género al proponer nuevas formas de representación en los medios masivos.

La miniserie *Heartstopper* no solo se consolida como un referente dentro del género juvenil por su tono optimista y su carácter inclusivo, sino que también ofrece una reconfiguración de la representación LGBTQ+ en la televisión. Su impacto comunicacional radica en la manera en que presenta estas identidades de forma compleja, evitando encasillamientos y promoviendo un discurso de normalización que contribuye al cambio en los paradigmas mediáticos tradicionales.

5. Notas

1 Las siglas de la Comunidad LGBTQ+ incluyen a personas lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, *queer* y sexualmente/de género diverso (Boustani & Taylor, 2020, p. 16). En adición, el presente artículo reconoce el uso del lenguaje inclusivo.

2 En este suceso un grupo de hombres jóvenes se congregó en las calles cuestionando los intentos de reprimir la homosexualidad por parte de las autoridades (Ramírez-Bravo *et al.*, 2022, p. 8).

3 Originalmente la historia de Heartstopper fue difundida en formato de *webcómic*, historietas presentes en plataformas digitales, publicada en Tapas y Tumblr (Oseman, s. f.).

4 Se entiende por identidad al "conjunto de significados que definen quién es uno cuando uno es un ocupante de un papel particular en la sociedad, un miembro de un grupo particular, o reivindica características particulares que lo identifican como una persona única" (Burke & Stets, 2009, p. 3).

5 Se entiende por significado al "sentido y profundidad otorgados a uno o varios elementos en base a las experiencias y percepciones personales que un individuo desarrolla en su entorno" (Gantier Badani & Sarmiento Via, 2023, p. 27).

6 Asexualidad: Una persona asexual no experimenta atracción sexual y/o no desea contacto sexual. En inglés, los asexuales también pueden usar la abreviación "ace" para describir su orientación sexual. Una persona asexual puede ser heterosexual, gay, bisexual o queer porque la atracción sexual es solo un tipo de atracción (Advocates for Youth, s. f.).

7 Son cuatro series diferentes que están dirigidas a un público joven adulto y abordan temáticas como el consumo de sustancias ilícitas, el suicidio y el descubrimiento de la sexualidad, respectivamente.

8 Tara Jones y Darcy Olsson son una pareja de dos chicas lesbianas en Heartstopper. Ambas forman parte del grupo de amigos de Nick Nelson y Charlie Spring.

9 De acuerdo a una entrevista para Attitude Magazine (2023), Alice Oseman, creadora de Heartstopper, mencionó que la serie ha sido elaborada "*pensando, principalmente, en adolescentes*". Asimismo, la autora también explicó que Heartstopper brinda "*alegría queer*" a sus espectadores (Hachette Schools, 2022). Por lo tanto, la intención de la serie se enfoca en proyectar experiencias, en su mayoría, positivas sobre los integrantes de la Comunidad LGBTQ+.

Referencias bibliográficas

Advocates for Youth. (s. f.). *Creo que soy asexual*. <https://www.advocatesforyouth.org/wp-content/uploads/2019/06/ITIMB-ACE-spanish-translation.pdf>

Attitude Magazine (Director). (2023, febrero 7). *Alice Oseman knows exactly how Heartstopper will end and teases future TV seasons*. <https://www.youtube.com/watch?v=FP481ZnUr5M>

Boustani, K., & Taylor, K. A. (2020). Navigating LGBTQ+ discrimination in academia: Where do we go from here? *The Biochemist*, 42(3), 16-20. <https://doi.org/10.1042/BIO20200024>

Burke, P. J., & Stets, J. E. (2009). *Identity Theory*. Oxford University Press.

Buxó, J., & De Miguel, J. (1999). De la investigación audiovisual: Fotografía, cine, vídeo, televisión.

Anthropos Editorial.

Collins, P. H., & Bilge, S. (2019). *Interseccionalidad*. Ediciones Morata.

-
- Corrigan, P., & Matthews, A. (2009). Stigma and disclosure: Implications for coming out of the closet. *Journal of Mental Health*, 12, 235-248. <https://doi.org/10.1080/0963823031000118221>
- Gantier Badani, N., & Sarmiento Via, C. A. (2023). *Perfil de investigación*.
- García Canclini, N. (1999). El consumo cultural: Una propuesta teórica. *Construcción teórica y líneas de investigación*, 2.
- Goldberg, A. E. (2016). *The SAGE Encyclopedia of LGBTQ Studies*. SAGE Publications.
- Goyeneche-Gómez, E. (2012). Las relaciones entre cine, cultura e historia: Una perspectiva de investigación audiovisual. *Palabra Clave*, 15(3), 387-414.
- Hachette Schools (Director). (2022, junio 6). *Alice Oseman answers your Heartstopper questions*. https://www.youtube.com/watch?v=vy-kMPCZA_U
- Lozano Verduzco, I., & Padilla Gámez, N. (2023). Salir del clóset desde la perspectiva sistémica: Un estudio de caso. *Revista Puertorriqueña de Psicología*, 34(1), 76-90.
- Lucero Vargas, J. (2019). Percepciones de la sociedad boliviana acerca de la Comunidad LGBT. *Orbis Tertius - UPAL*, 3(5), Art. 5. <https://doi.org/10.59748/ot.v3i5.36>
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Huemul.
- Netflix. (2022). *Heartstopper* / Sitio oficial de Netflix. <https://www.netflix.com/bo/title/81059939>
- Oseman, A. (s. f.). The History. *Alice Oseman*. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://aliceoseman.com/heartstopper/the-history/>
- Pohlen, J. (2015). *Gay & Lesbian History for Kids: The Century-Long Struggle for LGBT Rights, with 21 Activities*. Chicago Review Press.
- Prada Oropeza, R. (1993). *Cine, discurso fílmico y semiótica cinematográfica* [Article]. Centro de Investigaciones Lingüístico Literarias. Universidad Veracruzana. <https://cdigital.uv.mx/>
- Ramírez-Bravo, A., Martínez-José, J. R., & Pérez Lozano, E. A. (2022). El ABC para conocer a la comunidad LGBT+. *RA RÍO GUENDARUYUBI*, 5(14), 6-17. <https://doi.org/10.53331/rar.v5i14.9629>
- severusnapsidehoe (Director). (2022, abril 29). [Tik Tok]. <https://vm.tiktok.com/ZMMgMD2CH/>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. En *Political Psychology*. Psychology Press.
- Tanti, C., Stukas, A. A., Halloran, M. J., & Foddy, M. (2011). Social identity change: Shifts in social identity during adolescence. *Journal of Adolescence*, 34(3), 555-567. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2010.05.012>
- Vitaliti, J. M., & Onofrio Cipolla, R. S. (2011). *Salir del clóset: La aceptación del encuentro con uno*. <https://www.aacademica.org/jose.maria.vitaliti/19.pdf>
- Walters, M. (2009). What's up with Webcomics? Visual and Technological Advances in Comics. *Interface: The Journal of Education, Community and Values*. <https://www.semanticscholar.org/paper/What%27s-up-with-Webcomics-Visual-and-Technological-Walters/d0a1a3ab18d35fabb8a49192ec99b470fd0ad6eb>
- Zavala Kahn, S. (2019). La representación de personajes LGBT en el cine. *Ventana Indiscreta*, 022, Art. 022. <https://doi.org/10.26439/vent.indiscreta2019.n022.4652>
-

“Techo de cristal” en el periodismo boliviano: Segregación, discriminación y precarización en las condiciones laborales de las mujeres periodistas

Sandra Villegas Taborga

Boliviana. Doctorante en Educación para la formación del pensamiento Científico y Tecnológico del Convenio Andrés Bello, Magister en Comunicación Estratégica de la Universidad Andina Simón Bolívar y Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA). Docente e investigadora en las carreras de Comunicación Social de la Universidad Católica “San Pablo” sede La Paz y la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA).

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-6445-8161>

stvillegast@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5453-855X>

La autora declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Villegas, S. (2025). “Techo de cristal” en el periodismo boliviano: Segregación, discriminación y precarización en las condiciones laborales de las mujeres periodistas . Punto Cero, año 30 n°50, Junio 2025. Pp 103-119. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede Cochabamba.

Resumen

El presente artículo presenta los hallazgos de la investigación sobre las condiciones laborales de las mujeres periodistas en Bolivia entre 2020-2023 desde la perspectiva de género. El contenido forma parte de un estudio más amplio que fue realizado para el Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción en Comunicación (IPICOM) en 2023. El estudio aplicó encuestas, entrevistas y grupos focales a periodistas de diverso tipo de medios de comunicación en todo el país. Se evidenció que las empresas periodísticas no respetan derechos laborales básicos porque incumplen con el pago del seguro médico y/o los aportes para la jubilación, por ejemplo. Además, existe segregación, precarización, discriminación y desigualdad de género debido a inequitativas políticas de contratación, asignación de ascensos y salarios entre hombres y mujeres periodistas.

Palabras clave: mujeres periodistas, condiciones laborales, segregación, precarización y discriminación de género.

GLASS CEILING IN JOURNALISM: WORKING CONDITIONS AND GENDER VIOLENCE AGAINST WOMEN JOURNALISTS

Abstract

This article analyses the working conditions of women journalists in Bolivia from 2020-2022 from gender perspective. The content is part of a wider study developed for the Research, Postgraduate and Interaction in Communication Institute (IPICOM) in 2023. The research applied polls, interviews and focus groups with journalist from different types of media all over the country. It was concluded the journalistic enterprises neither respect basic working rights because they do not pay for medical insurance or retirement. Besides, there is segregation, precariousness, discrimination and gender inequality because inequitable hiring policies, job promotions and differences between the salaries of men and women journalists.

Key words: women journalists, work conditions, segregation, precariousness and gender discrimination.

1. Introducción

El término “techo de cristal” en este artículo hace referencia a los obstáculos basados en sesgos de género que impiden o dificultan que las mujeres accedan a puestos de decisión en las empresas periodísticas debido a condiciones de exclusión y discriminación de género que les impiden desarrollarse profesionalmente.

El problema que guio esta investigación fue conocer cuáles fueron las condiciones laborales de las mujeres periodistas desde el enfoque de género en Bolivia entre 2020-2022 a partir de la evaluación de sus derechos laborales y el balance en la igualdad de género dentro de los medios de comunicación. Esta investigación se inscribe en un contexto laboral boliviano en el que las denuncias por vulneraciones a los derechos laborales presentadas ante el Ministerio de Trabajo en Bolivia aumentaron un 57% entre 2021 y 2023, pasando de 16.000 a 25.168. La mayoría de las quejas se refiere a beneficios sociales, impago de salarios y despidos injustificados (Los Tiempos, 8 de julio de 2024).

2. Perspectiva teórico-conceptual

La teoría de género estudia el conjunto de atributos, normas, creencias, actitudes, valores, conductas, etc. que la sociedad ha asignado al sexo femenino y masculino; los conceptos de género se relacionan con los comportamientos construidos por la cultura y la sociedad (Butler, 2007, pp. 15 y 17). En el campo específico de los estudios sobre la participación de las mujeres en el periodismo, existen aportes teóricos a partir de la década del '80. Desde entonces se trabajó el enfoque de género desde la sociología de la comunicación y la teoría de la comunicación de masas, tomando en cuenta aspectos como la identidad profesional, las condiciones y roles en el trabajo y la incompatibilidad entre vida profesional y privada (Ortega y otros en Rovetto, 2013, pp. 56-57).

Las condiciones laborales de las mujeres periodistas están siendo afectadas por el patriarcado y a los roles de género.

Para Lagarde (1997) el patriarcado no es un sistema que oprime exclusivamente las relaciones entre hombres y mujeres, sino que afecta a todos los ámbitos de la vida social y cultural. El estudio del patriarcado requiere un análisis crítico desde la perspectiva interseccional que se entiende como la interacción entre dos o más factores sociales que definen a una persona: la identidad de género, la etnia, la raza, la ubicación geográfica o incluso la edad no afectan a una persona de forma separada (pp. 87-89).

Por tanto, la ideología patriarcal se basa en una teoría de dominación a partir de la falsa creencia de una diferencia entre hombres y mujeres, así como, de un poder superior masculino para que la inferioridad de ellas sea entendida como biológicamente inherente o natural (Facio y Fries, 2005, p. 261).

Hablar de una evaluación de las condiciones laborales de las mujeres periodistas requiere recuperar la noción de igualdad de género que se entiende como la existencia de una igualdad de oportunidades y de derechos entre las mujeres y los hombres en las esferas privada y pública que les brinde y garantice la posibilidad de realizar una vida plena (OPS, 2007, p. 29).

Para lograr esta igualdad se necesita la equidad que busca eliminar las discrepancias evitables que han llevado a que las mujeres sean relegadas al espacio doméstico y a su marginación del espacio público, a la injusta distribución de los bienes sociales esenciales, tales como el ingreso económico, el empleo, la propiedad, la salud, la educación, la integridad física y la seguridad personal (Molina e Ibáñez, 2022). En el ámbito periodístico la desigualdad de género se evidencia en la segregación, discriminación y precarización de las condiciones laborales de las periodistas.

2.1. Segregación laboral de las periodistas

La segregación se refiere a la distribución de hombres y mujeres en una estructura dada mientras que la discriminación alude a una diferencia injusta de trato (Buquet *et al.*, 2006, pp. 317-318).

La estructura ocupacional es uno de los espacios sociales donde se reproducen patrones tradicionales patriarcales. Anker (en López, 2006, p. 4) afirma que la segregación de género perjudica a las mujeres al reducir las oportunidades y generar diferencias de ingresos con respecto a los hombres.

Para García, Rodríguez y Azpilcueta (2016, p. 829) la segregación está asociada con la creación y perpetuación de las desigualdades de género dentro y fuera del mercado de trabajo. En este sentido, la segregación ha sido clasificada en horizontal y vertical.

2.1.1. Segregación horizontal

Implica que las mujeres suelen estar sobrerrepresentadas en sectores u ocupaciones que suelen ofrecer salarios más bajos y tienen niveles de cualificación inferiores a los exigidos en ocupaciones donde los hombres están sobrerrepresentados. Por tanto, la segregación horizontal se entiende como "la infrarrepresentación o sobrerrepresentación de un determinado grupo en ocupaciones o sectores sin ningún criterio" (Fundación Europea para la mejora de las condiciones de vida y del trabajo, 8 de febrero de 2017).

2.1.2. La segregación vertical

Se refiere a la situación en la que las oportunidades de desarrollo profesional para un género determinado dentro de una empresa o sector son limitadas. Esto puede contribuir a diversas desigualdades de género, como, por ejemplo, la brecha salarial (Fundación Europea para la mejora de las condiciones de vida y del trabajo, 8 de febrero de 2017). Este tipo de segregación también alude a la distribución entre posiciones jerárquicas dentro de un mismo sector, es decir, la concentración de mujeres en niveles inferiores y a la de los varones en niveles superiores de un mismo sector de actividad (CIDH, 2022, p.18).

2.2. Discriminación de género en el periodismo

La discriminación de género se basa en la creencia de que un sexo es superior al otro y que el sexo superior tiene dotes, derechos, prerrogativas y estatus superiores a los del sexo inferior. La discriminación de género es el resultado de un complejo conjunto de causas que interactúan entre sí (Red Interinstitucional para la Educación en Emergencias, 2010). El trato discriminatorio se origina en "creencias de origen social" y de "estructuras de dominación y opresión, vistas como expresiones de una lucha por el poder y los privilegios" (Krieger, 2002 en Buquet *et al.*, 2006, p. 31).

2.3. Precariedad en las condiciones laborales

El resultado tangible de la segregación y discriminación de género en el periodismo se da en la precarización de las condiciones laborales. Para Boffi (2015 en Martínez-Licerio *et al.*, 2019), la definición de precarización laboral es multidimensional porque incluye una variedad de desequilibrios hacia los trabajadores debido a formas de empleo por debajo de los estándares normativos en alguna de las siguientes dimensiones: la temporal, la organizacional, la económica y en las relaciones laborales.

En general, la precarización laboral en el periodismo se ha normalizado, en parte, por la "romantización" del trabajo periodístico, aseguraron Gaudensi, Lainez y Hernández. Este último lo describe así: "Tienes jornadas esclavizantes, sin días libres, y lo admitimos porque 'así es el trabajo del periodista', porque 'es tu pasión' y eso contribuye a que nosotros nos autoexplotemos" (El Deber, 28 de abril de 2022).

En el presente estudio, la precariedad en las condiciones laborales fue analizada a partir del tipo de contrato, los requisitos de contratación, las horas de trabajo, el acceso a seguro médico y los aportes para la jubilación a la Gestora Pública (antes AFP), la condición laboral actual y los despidos a partir de la cuarentena por Covid-19.

3. Materiales y métodos

Esta investigación fue descriptiva y siguió un enfoque metodológico cuantitativo y cualitativo. Se realizó una investigación bibliográfica-documental y se utilizaron encuestas, entrevistas y grupos focales.

La encuesta fue aplicada en línea a través de un formulario de *Google Forms* y distribuido gracias al apoyo de la Asociación de Periodistas de La Paz (APLP) y la Fundación para el Periodismo (FPP). Al no conocerse el número de personas que podrían participar se trabajó con una muestra no probabilística y se alcanzó a 120 personas (88 mujeres y 32 varones). También se realizaron 11 entrevistas y 6 grupos focales con la participación de 22 mujeres periodistas de prensa, radio, televisión, medios digitales, agencias de noticias y *freelancers* (independientes).

4. Resultados

Los resultados a continuación serán presentados desagregados en dos ámbitos: la precarización de las condiciones laborales y el balance en la igualdad de género en los medios de comunicación.

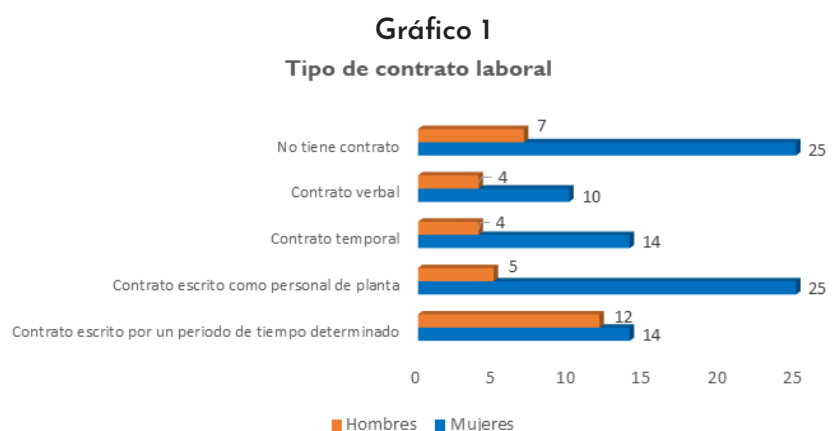
4.1. Precarización de las condiciones laborales

La precarización de las condiciones laborales de las mujeres periodistas en Bolivia fue analizada a partir de aspectos formales como el contrato de trabajo, la cantidad de horas de trabajo, el seguro médico, el pago de aportes para la jubilación, los despidos y la sobrecarga de trabajo.

4.1.1. Tipo de contrato de trabajo

Un 27% de los y las periodistas encuestados trabajan sin contrato. Si se agrupan los datos entre quienes tienen contrato verbal, contrato temporal o contrato por un periodo determinado se puede concluir que el 49% no posee estabilidad laboral vs. el 25% que poseen un contrato escrito como personal de planta.

El gráfico a continuación presenta los resultados comparativos por sexo de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia.

El 28% de las mujeres periodistas y el 22% de los varones no poseen contrato; el 11% de las mujeres y el 13% de los varones poseen un contrato oral; el 16% de las mujeres y el 13% de los hombres tienen un contrato temporal. Las periodistas entrevistadas y quienes participaron en los grupos focales afirmaron que hoy en día incluso los medios de

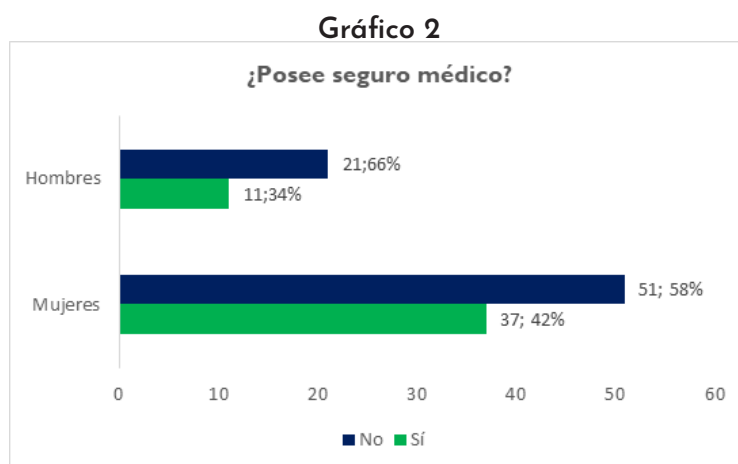
comunicación más grandes están contratando bajo plazos fijos o como consultores por producto para no asumir la carga laboral de personal en planillas ante el Ministerio del Trabajo.

4.1.2. Horas de trabajo

La Ley del Trabajo boliviana fija ocho horas como jornada laboral; no obstante, el 44% de las periodistas y el 34% de los varones encuestados mencionaron que trabajan entre 8-10 horas diariamente. El 22% de las mujeres y el 34% de los varones encuestados dijeron que trabajan 11 o más horas.

4.1.3. Seguro médico

Uno de los derechos laborales que todo trabajador/a posee o debería tener es el seguro médico; no obstante, según los y las periodistas encuestados el 60% de ellos no lo tiene.



Fuente: Elaboración propia.

Estos datos demuestran que el 58% de las mujeres periodistas y el 66% de los varones periodistas no poseen seguro médico, situación que vulnera su derecho a la salud. Cinco de las seis mujeres periodistas que participaron de un grupo focal (16/06/2023) no poseían seguro médico y la que contaba con ese beneficio no había podido utilizarlo porque había retraso en el pago a la Caja de Salud; por otro lado, sólo en 2 casos los medios de comunicación aportaban a las Administradoras de Fondo de Previsión (AFPs) ahora Gestora Pública pero no siempre estaban al día con los pagos.

A propósito del retraso en el pago a la Caja Nacional de Salud (CNS) se afirmó: "Es penoso porque cuando el empleador no paga a la Caja en tres meses, suspenden el servicio al beneficiario lo suspenden; lo malo es que uno se entera cuando tiene la dolencia y no lo atienden. Tuvimos casos en la época de COVID en que querían ser atendidos y les decían que no se podía hasta que el medio no se ponga al día con los 5 u ocho meses de retraso en el pago de los aportes. ¿qué hacía la gerencia del medio? Se ponía al día con la CNS, pero descuidaba el pago de los sueldos porque era para la atención de Juan o Pedro. También les recomendaba fueran al hospital municipal (...). (C.M., líder sindical, comunicación personal, 14 de junio de 2023)

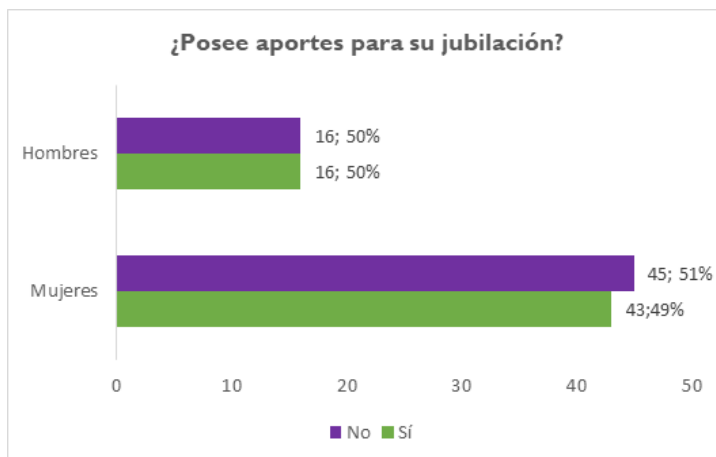
Ese testimonio refleja una situación frecuente en la que la precarización laboral ha llegado a extremos que ponen en riesgo la salud de los y las periodistas.

Desafortunadamente, hace una década la crisis económica por la que atraviesan incluso los más grandes medios de comunicación se hecho más palpable y, por tanto, afecta con mayor frecuencia el pago de salarios y beneficios laborales básicos de las y los periodistas en Bolivia.

4.1.4. Aportes para la jubilación

Del mismo modo, los aportes patronales para la jubilación son un derecho laboral que está siendo vulnerado por los empresarios de los medios de comunicación.

Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia.

A propósito de los pagos para la jubilación, según lo manifestado en los grupos focales, ese fenómeno no es nuevo y se piensa que es “una suerte de ahorro” para su vejez. Se ha asumido que, aunque era obligación de los medios de comunicación como empleadores, esa situación cambió en 1997 año en que se empezó a aplicar la nueva ley de Pensiones (1996).

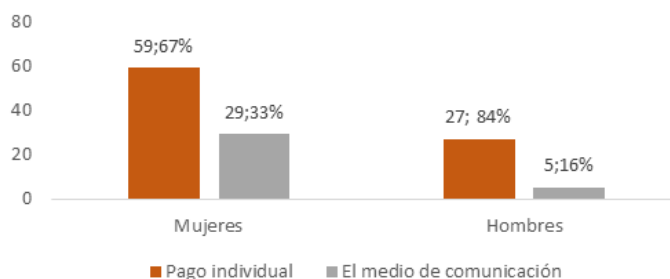
En relación a las AFPs nunca me han afiliado en los casi 24 años de haber trabajado en medios, no tenía seguro médico ni contrato. Así me pasó con PAT desde 2020, hasta el día de hoy no me han pagado cuatro meses de sueldo. Igual en un periódico grande aquí en Cochabamba no me pagaban 4 meses y me seguían exigiendo que cumpla turnos de lunes a lunes, de 8:00 am hasta las 12:00 pm o 01:00 de la mañana, así es en el periódico. Yo renuncié, se molestaron. (A.A., periodista Cochabamba, grupo focal 21/06/2023)

Ese testimonio manifiesta la combinación de factores que dificultan el ejercicio de la labor periodística, además de la ausencia de derechos laborales también se incumple con el pago oportuno de salarios y aún así se explota laboralmente a las periodistas.

Según estos datos, la mitad más uno de las mujeres periodistas no poseen aportes para su jubilación y los varones encuestados tampoco. Actualmente, al bajo salario que poseen deben restar el pago individual de los aportes para su jubilación, situación que precariza aún más sus condiciones laborales.

Gráfico 4

¿Quién paga los aportes para la jubilación?



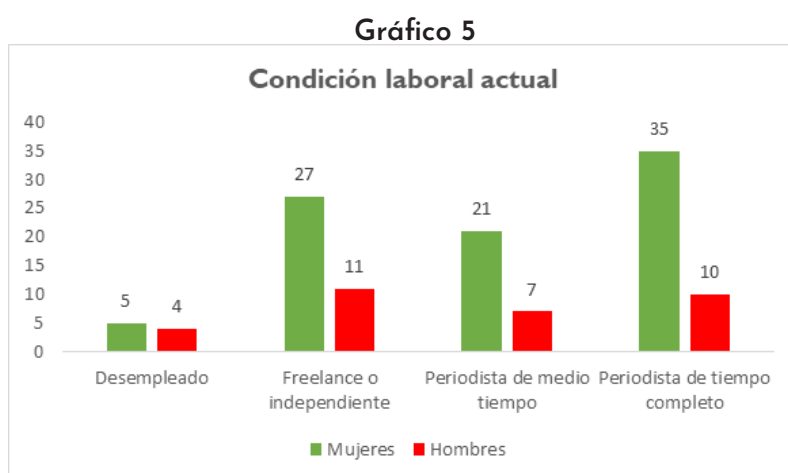
Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los datos de la encuesta, los medios de comunicación pagan los aportes para la jubilación al 33% de las mujeres periodistas y al 16% de los periodistas varones.

4.1.5. Despidos y sobrecarga de trabajo en la pandemia por COVID-19

Varias periodistas entrevistadas coincidieron al afirmar que la pandemia por COVID-19 fue una situación excepcional que agudizó la crisis económica de los medios de comunicación y finalmente también aceleró la precarización de las condiciones laborales en los medios de comunicación.

Los datos globales determinaron que hubo despidos (59% del total de encuestados) entre 2020 y 2022. Comparativamente, el 58% (51 de 88) de las mujeres periodistas fueron despedidas; en el caso de los varones el porcentaje de despidos representa el 62% (20 de 32).



Fuente: Elaboración propia.

Si se parte de los datos más extremos, el 6% de las mujeres y el 13% de los varones periodistas están desempleados; el 31% de ellas y el 34% de ellos son *freelance*; el 24% de ellas y el 22% de ellos son periodistas medio tiempo y el 40% de ellas y el 31% de ellos son periodistas a tiempo completo.

4.1.6. Precarización laboral y sobrecarga laboral

Ante la crisis económica, los medios despidieron a sus periodistas y luego ofrecieron a algunos de ellos ser recontratados con nuevas funciones, pero con menor salario. De modo silencioso, porque a nivel personal no es un tema grato, fueron despedidos muchas y muchos periodistas.

[...] los que quedamos hacemos el trabajo de tres personas porque no se puede contratar más personal. El sueldo sigue siendo el mismo, pero el trabajo cada vez se incrementa. (T.S., periodista Oruro, grupo focal 05/08/2023)

Durante la cuarentena por COVID-19 muchos periodistas salieron a trabajar pese a la adversidad, muchos se contagiaron y fallecieron. Inicialmente, las periodistas compraban material de bioseguridad por su cuenta y más adelante también lo hicieron algunos medios de comunicación.

En junio de 2020 ingresé a otro trabajo y empecé a hacer cobertura en la calle, igual era un desgaste mental, era demasiado, terminaba muerta. Cubría el área de seguridad y economía. En seguridad las noticias eran sobre muertos todo el tiempo, que han recogido un muerto en tal o cual lugar... ha sido desgastante, incluso cuando dormía temblaba, era ansiedad y me dolía la nuca, los ojos lagrimeaban. Salía a las calles como astronauta, con doble barbijo, máscaras de vinil, con

capucha y mameluco o traje de bioseguridad; correr así para las conferencias de una calle a otra era agotador, ni siquiera había transporte que nos lleve a casa. (E.C, periodista Tarija, comunicación personal, 23/06/2023)

Tal cual lo comentaron las periodistas consultadas, muchas de ellas salieron a trabajar (43%) a pesar de la cuarentena. Arriesgaron sus vidas por buscar noticias y vieron morir a muchas personas. Los datos globales de la encuesta digital mostraron que el 53% (63 de 120) de los y las periodistas encuestados no recibieron insumos de seguridad para realizar cobertura periodística durante la cuarentena por Covid-19.

He trabajado toda la cuarentena. El gerente nos obligó a firmar un contrato para un seguro médico en el que decía que el beneficiario era mi jefe, me parecía raro, yo decía y si me pasa algo qué va a pasar con mi hijo. Me dijeron que estaban haciendo lo mismo para todas las periodistas de las regionales, yo no estaba de acuerdo, lo que correspondía era que vaya el nombre de quien iba a cubrir arriesgando la vida (...). Para los jefes es más importante es la plata, cumplir con los clientes, no así con la gente que trabaja. (C.V., periodista Tarija, grupo focal, 21/06/2023)

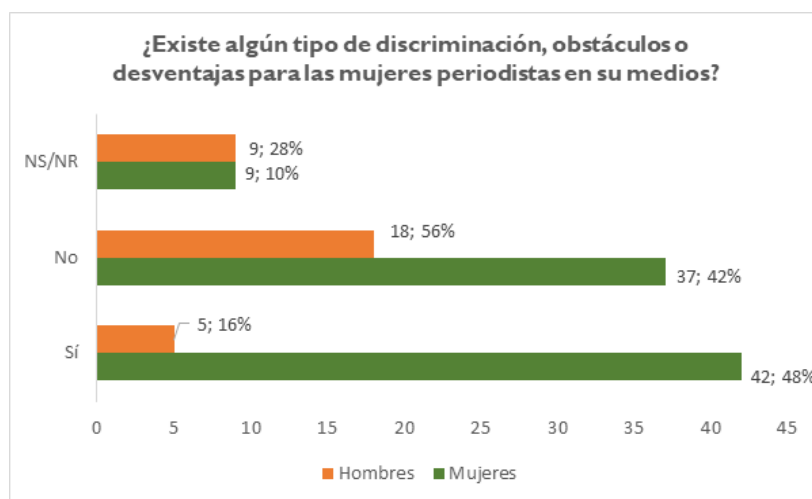
Durante la cuarentena, las calles estaban vacías. Daba miedo estar a las 10 de la noche en las calles sola, ni confiar en el policía que te lleve. Hicimos campañas para ayudar a personas en situación de calle, lo hacíamos porque podíamos salir. Fue complicado, fui la primera en contagiarme en el canal y contagié a toda mi familia, no medimos las consecuencias". (P.E., periodista Trinidad, grupo focal, 27/06/2023)

Los testimonios de las periodistas solo dan una idea de la sensible y frágil situación en la que desempeñaron su labor. El 51% (61 de 120) de las y los encuestados se contagió Covid-19 y contagió a sus familias. Entre el 24 de mayo de 2020 y el 25 de junio de 2021 al menos unos 63 los trabajadores de medios que murieron en pandemia; 97% de ellos eran hombres (Guardiana, 2021, 16 de julio).

4.2. Balance de la igualdad de género

El balance de la igualdad de género dentro de los medios de comunicación fue analizado a partir de la brecha salarial, las bonificaciones, las políticas internas de ascensos, las políticas de contratación y la discriminación de género relacionada a la maternidad.

Gráfico 6



Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia, un 48% de las mujeres periodistas encuestadas afirman que existe discriminación, obstáculos o desventajas en su medio; empero, más de la mitad de los periodistas varones consultados lo niegan (56%).

4.2.1. Brecha salarial

Las periodistas entrevistadas mencionaron que en los últimos años y de modo progresivo, los medios de comunicación empezaron a retrasar el pago de los aportes para la jubilación a las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP hasta 2022, luego Gestora Pública), los aportes a la Caja Nacional de Salud, los bonos y finalmente también sus salarios.

Los datos globales demuestran que el 69% de las y los periodistas encuestados consideran que en algunos medios de comunicación las mujeres periodistas ganan menos que sus colegas varones.

Gráfico 7



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los datos globales, el 30% de las y los periodistas ganan entre 500- 1.500 Bs., un 56% (dato agrupado de tres categorías) gana entre 2.700 – 4.500 Bs. y sólo un 4% gana entre 5.600 – 7.500 Bs.

Tabla 1

Rango salarial

¿CUÁL ES EL RANGO DE SU SALARIO?	88 Mujeres	%	32 Hombres	%
Mayor= 7.600 Bs.	3	3	3	9
5.600 - 7.500 Bs.	4	5	1	3
4.600 - 5.500 Bs.	6	7	1	3
3.600 - 4.500 Bs.	16	18	3	9
2.700 - 3.500 Bs.	16	18	11	34
1.600 - 2.600 Bs.	15	17	5	16
500 - 1.500 Bs.	28	32	8	25

Fuente. Elaboración propia.

Según estos resultados, el porcentaje más alto entre las mujeres periodistas encuestadas gana entre 500 - 1500 Bs. (32% de 88); por tanto, su salario es 2% menos que el 34% (32 varones encuestados) quienes ganan entre 2700 - 3500 Bs. De la misma forma, los periodistas varones representan el 9% de quienes ganan igual o más de 7.600 Bs.; por el contrario, sólo el 3% de las mujeres periodistas posee ese salario.

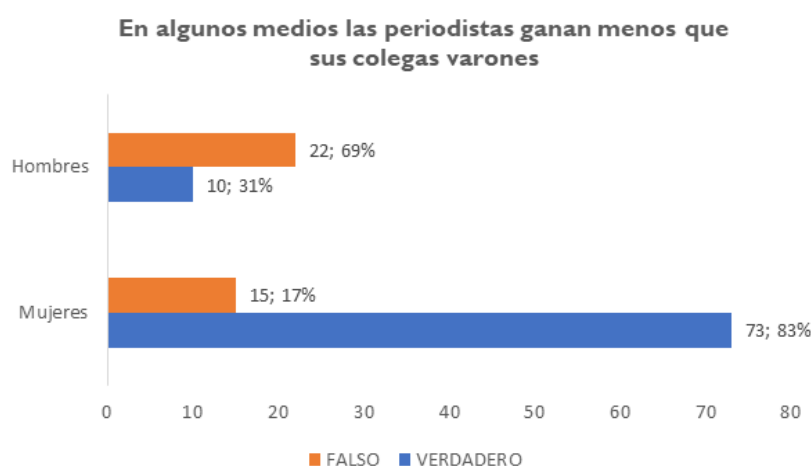
Una periodista relató: *“En un canal en Cochabamba me han hecho trabajar durísimo y a la hora de la paga me han dicho. Y tú para que quieres dinero, eres mujer, en qué vas a gastar”* (A.A., periodista Cochabamba, 21/06/2023). Expresiones como esa dejan entrever la mirada patriarcal que asume que las mujeres gozan del apoyo financiero del marido o dependen de

sus padres. No obstante, seis de las once periodistas entrevistadas manifestó que trabajan como jefas de familia para sostener a sus hijos/hijas y tres de ellas también apoya a sus padres adultos mayores.

Actualmente se contratan consultores por producto, pasantes o periodistas jóvenes con poca experiencia; de modo, que no exista relación laboral ni obligaciones sociales. En El Alto, la situación es tan extrema que los productores independientes de noticias compran noticias a un costo de 20 - 50 Bs. según C.M. (La Paz, comunicación personal, 14/06/2023). Del mismo modo, otra periodista en un grupo focal manifestó:

No tengo información sobre los salarios de otros colegas, no tengo un buen sueldo o no como debería (...) las mujeres somos más sumisas, en mi caso dije 'estoy empezando, no tengo alternativa, a veces da rabia, pero qué vamos a hacer'. (J. S, periodista Potosí, 12/09/2023)

Gráfico 8



Fuente. Elaboración propia.

Algunos de los relatos de las periodistas consultadas explican mejor este indicador:

Mi primer trabajo fue en un canal de televisión como productora de un programa, empecé como pasante, luego me dijeron que era buena y que me iba a quedar. Estuve haciendo de todo un poco: jefe de piso, como reportera haciendo algunas notas y productora del programa. Entonces me propusieron ser productora para un programa porque el productor renunció, yo acepté porque me agradaba el trabajo y el gerente me salió con que me iban a pagar 500 Bs. Por ello le pregunté al gerente por qué ese sueldo si el anterior productor ganaba 3000 Bs. y me dijo: "vos sos recién egresada de la universidad y no puedes ganar lo mismo que el productor porque te falta experiencia. Lo tomas o lo dejas". Como yo le seguía regateando el monto me dijo "más adelante veamos"... al final me pagaron ese monto nomás. (J.E., periodista La Paz, grupo focal, 16/06/2023)

Otra periodista afirmó:

Estoy segura que no me pagan lo mismo que al anterior jefe de prensa, por comentarios sé que los corresponsales de otras cadenas de televisión ganan mucho más haciendo mucho menos porque solo mandan sus despachos diarios; en cambio yo debo enviar mis despachos diarios, coordinar y producir el noticiero, eso genera mucho estrés y más horas de trabajo. El salario que tengo no compensa lo que hago. (R.Z., periodista Oruro, comunicación personal 20/06/2023)

Es interesante el resultado comparativo, el 83% de las mujeres periodistas afirman que ganan menos que los varones, pero los periodistas varones lo desmienten en un 69%. Se evidencia así la brecha de género que discrimina y excluye a las mujeres periodistas dentro de los medios de comunicación.

4.2.2. Bonificaciones diferenciadas

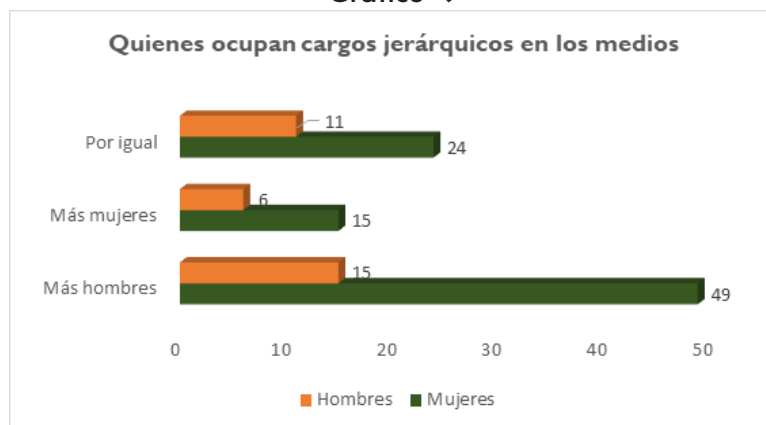
Los resultados de las bonificaciones desagregadas por sexo demuestran que la tendencia se mantiene porque las mujeres en el 69% y los hombres en el 63% afirman que no reciben ninguna bonificación y pocos reciben algún bono por transporte, refrigerio u horas extras. No obstante, existe una diferencia del 6% a favor de los periodistas varones porque reciben bonos con mayor frecuencia que las mujeres periodistas. En ese sentido, una periodista manifestó: *"Había algunas diferencias, cuando teníamos que viajar a realizar coberturas a otros departamentos o provincias, al periodista varón le daban un poco más de viáticos que a mí"* (N.T., periodista Sucre, grupo focal, 05/08/2023).

4.2.3. Políticas internas de ascenso a cargos jerárquicos

Para que una mujer ascienda a un puesto de dirección o puesto de trabajo más alto debe demostrar su capacidad para merecer ese ascenso, pero cada día debe seguir demostrando que se merece ese puesto. Existe una perspectiva patriarcal en la que una mujer jefa es una "bruja dominante y mandona" porque tiene carácter o "no da la talla" porque es "suavita". Se las juzga permanentemente.

El análisis comparativo de las respuestas entre mujeres y varones constató que el 56% de las periodistas y el 47% de los varones consideran que los hombres son quienes más a menudo ocupan los puestos jerárquicos dentro de los medios de comunicación.

Gráfico 9



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, el 34% de los varones vs. el 27% de las mujeres opina que tanto hombres como mujeres ocupan los cargos jerárquicos por igual. Así lo expresan testimonios como el que sigue:

Un hombre tiene más tiempo, tiene su pareja y va a tener disponibilidad, les atribuyen incluso los cargos de jefe por esta razón, apuestan más por los hombres que por las mujeres porque creen que las mujeres no tienen tiempo suficiente. (E.Ch., periodista La Paz, comunicación personal, 23/06/2023)

Dato que demuestra que, a pesar de una importante presencia femenina en las salas de prensa y redacción, los puestos directivos aún son ocupados por varones prioritariamente. Según las entrevistadas, existe resistencia y envidia porque a las mujeres que asumen un puesto alto se las pone a prueba por su capacidad y por ser mujeres.

La mujer periodista tiene muy poca posibilidad de ascender o tener espacios en los cargos directivos, generalmente la dirección de prensa ha sido dirigida por hombres, muy pocas son las mujeres que dirigen medios como Mery Vaca de Página Siete o Tania Sandoval en canal 9 ATB. No es que las mujeres seamos mejores que los hombres, pero las mujeres creo que damos un poco más de lo establecido. (J.P., periodista Santa Cruz, comunicación personal, 14/06/2023)

La encuesta digital constató que a las periodistas se les negó un ascenso en el 75% de los casos y en el 25% a los varones. Por tanto, se concluye que a las mujeres se les niega esa posibilidad de ascender a puestos de mayor poder con mayor frecuencia.

Las mujeres no ascienden a puestos jerárquicos porque existen `alianzas machistas`, los hombres se reúnen entre aliados o fraternos y en un ambiente distendido al margen del trabajo hacen alianzas, ellos se apoyan siempre para postular dentro de los medios. Es como un pacto de varones, ellos proponen quién debe ser el que lidere el medio o el departamento de prensa. (J.P., periodista Santa Cruz, comunicación persona, 14/06/2023)

Estos testimonios corroboran que las políticas internas de ascensos a cargos jerárquicos dentro de los medios de comunicación están condicionadas por otros criterios que no se vinculan con la capacidad profesional o la experiencia de las mujeres periodistas.

4.2.4. Discriminación de género por maternidad y edad

A propósito de la maternidad, 15 de las 22 periodistas entrevistadas en grupos focales manifestaron que retrasaron tener familia para tener mejores puestos debido a que es complicado poder trabajar y cuidar a la familia por las jornadas sin horario y el ritmo de trabajo. La maternidad ha sido una constante al hablar de mujeres profesionales en diferentes ámbitos laborales, y el periodismo no es la excepción.

Las periodistas retrasan su ascenso en la profesión debido a la maternidad y al hacerlo disminuyen su posibilidad de tener mejores ingresos porque obviamente sigues en cargos bajos o medios sin acceder más rápido a cargos directivos con mejor ingreso a diferencia de los hombres (...) (M.V., periodista La Paz, comunicación personal, 16/4/2023).

También llama la atención que los cuestionamientos provengan de otras mujeres con pensamiento patriarcal y/o envidia dentro del equipo de prensa: *"Lo he vivido al ser jefa de otra mujer, entre mujeres nos vamos poniendo obstáculos y no permitimos que de repente esa mujer pueda desarrollar y cumplir a cabalidad con eficiencia y eficacia su tarea como jefa"* (Z.P., periodista Cobija, grupo focal, 05/08/2023).

En resumen, de acuerdo a las entrevistas y grupos focales, las mujeres periodistas no ascienden en su carrera profesional debido a dos factores: 1) renuncian cuando son madres porque es casi imposible compatibilizar la demanda del trabajo 24 horas todos los días con la crianza de los hijos muy pequeños o 2) toman otros trabajos con salarios bajos.

Adicionalmente, las periodistas más jóvenes son discriminadas por su edad porque son "sometidas" a pruebas denominadas "habituales dentro del oficio" que vulneran sus derechos y las obligan a "pagar derecho de piso". Entre las periodistas consultadas existe unanimidad en que esas prácticas son recurrentes y la idea es ver "si aguantan o se desaniman".

4.2.5. Políticas de contratación: Preguntas sobre estado civil y maternidad

Durante los procesos de contratación de periodistas también existe discriminación de género porque a menudo subestima la capacidad de las mujeres al momento de acudir a sus primeras entrevistas de trabajo como periodistas. De acuerdo a los datos de la

encuesta, al 36% de las mujeres le preguntaron si estaban casada durante su entrevista de trabajo. De forma complementaria, también les consultaron si planeaban tener familia o si ya la tenían.

En un canal de televisión me preguntaron si estaba casada, cuántos hijos tenía, me han preguntado quién se hace cargo de tus hijos para que tú puedas hacer la cobertura. Entonces quién cuida a tus hijos, cuántos años tienen, dónde los dejas, tu mamá está bien de salud. (...) me han preguntado si tenía las ganas de tener otros hijos porque yo no tengo pareja, he sido mamá soltera siempre. Y me dijeron: ¿Cómo es que te has embarazado, por qué no te has cuidado si no tienes esposo?. (A.A., periodista Cochabamba, 21/06/2023)

Ese tipo de testimonios permiten evidenciar desigualdad de género porque a las mujeres que postulan a un puesto de trabajo como periodistas se les pregunta si están casadas con una diferencia porcentual del 20% mayor frecuencia que a los varones. Esta situación forma parte de la discriminación de género hacia las mujeres en el ámbito laboral; aunque la ley del trabajo previó las licencias por maternidad como un derecho necesario, esa norma termina siendo un criterio por el cual, una mujer tiene menos posibilidades de ser contratada.

5. Discusión

En la medida en que las desigualdades entre las mujeres y los hombres son el producto de relaciones sociales de poder, probablemente son intrínsecamente sesgadas e injustas porque además involucran diversas formas de discriminación y violencia (Unesco, 2012, p. 75) en el seno de sociedades tradicionalmente patriarcales.

La mujer periodista rompe con el rol femenino tradicional de ser madre, esposa y asumir las tareas de cuidado. Según la lógica patriarcal, la mujer existe para "servir y cuidar a otros", pero cuando una mujer periodista tiene actitudes atribuibles cotidianamente al liderazgo masculino como ser ambiciosa, intrépida o competitiva se la juzga negativamente. Dadas las características del trabajo periodístico, las mujeres periodistas rompen con la normatividad patriarcal establecida social y culturalmente a través de prejuicios y estereotipos que cuestionan que la mujer trabaje en el ámbito público asignado al género masculino.

Las condiciones de segregación social, discriminación y la precarización del trabajo de las mujeres periodistas en Bolivia son un desafío que requiere respuestas de las universidades, de instancias públicas como el Ministerio de Trabajo, el Defensor del Pueblo, los gremios periodísticos y las organizaciones que luchan por los derechos humanos; sólo de esa forma se podrá garantizar posean una vida plena y el ejercicio pleno de derechos en democracia.

Actualmente, ni las universidades que forman comunicadoras y periodistas les orientan sobre los derechos laborales desde la perspectiva de género, tampoco los hacen cumplir los gremios periodísticos, los medios de comunicación y desafortunadamente ni las autoridades que tienen esa función pública. Los y las periodistas son defensoras y defensores de los derechos humanos de la población porque tienen la posibilidad de denunciar las injusticias e informar a la ciudadanía, pero si ellas y ellos sobreviven condiciones de explotación laboral y vulneración de derechos fundamentales, pierde la sociedad boliviana.

Aunque la explotación laboral se naturalizó en el ámbito periodístico, esa situación se ha ido agravando en los últimos años debido a la recurrente vulneración de los derechos laborales de las y los periodistas en Bolivia. Actualmente, una de las causas de la precarización en las condiciones laborales en general es la difícil situación económica de los medios de comunicación, en especial impresos, durante la cuarentena por COVID-19.

En julio de 2020, trabajadores de La Razón denunciaron que el medio de comunicación despidió por vía zoom a 96 empleados. Cuatro años más tarde, el periódico dejaría de circular en su edición impresa a partir del 1 de septiembre de 2024 debido a problemas económicos (Brújula Digital, 20 de agosto de 2024).

Luego de 13 años, el 29 de junio de 2023 cerró el periódico Página Siete debido al bloqueo de publicidad gubernamental, el hostigamiento en redes sociales, auditorías y multas recurrentes, acoso judicial y bloqueo de cuentas bancarias a Raúl Garafulic, presidente del directorio de ese diario (Bolivia Verifica, 30 de junio de 2023). Por otro lado, los trabajadores del diario Opinión de Cochabamba se declararon en emergencia por deudas salariales de más de siete meses (Correo del Sur, 13 de marzo de 2025). Del mismo modo, el pasado 14 de abril de 2025, un comunicado de la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia emitió un comunicado oficial manifestando su respaldo a las denuncias de los trabajadores del periódico Los Tiempos en Cochabamba debido al retraso en el pago de 13 salarios, así como la ausencia de pago al Sistema Integral de Pensiones y la Caja de Salud.

Como se aprecia, la precarización laboral de las y los periodistas es un tema complejo y merece un debate multidisciplinario serio porque su frágil situación laboral pone en riesgo la transparencia, el control social y estabilidad democrática al vulnerar la libertad de expresión y de prensa, así como el derecho de acceso a la información. La vulneración de los derechos laborales de las mujeres periodistas depende no sólo de las duras condiciones económicas de los medios sino también de condiciones patriarcales que dificultan su ascenso laboral e impiden que se rompa con la brecha salarial y la discriminación de género que las excluye.

Conclusiones

Los resultados de este estudio demuestran que existe una progresiva precarización y vulneración de los derechos laborales de las mujeres periodistas, situación a la que se suma la segregación, discriminación y desigualdad de género en su ámbito laboral por ser mujeres, ser jóvenes o ser madres. La equidad e igualdad de género forman parte de la justicia social y los derechos humanos que nos conciernen a todas las bolivianas y bolivianos, pero que no se cumplen a cabalidad en muchos medios de comunicación.

La precariedad laboral en la que las periodistas se desempeñan, al igual que sus colegas varones, no es un tema nuevo. Hace muchos años se naturalizó que al ser un gremio particular debían aceptar ser sobreexplotados y mal pagados, solían gozar del respeto de la población y de los privilegios de estar cerca del poder político y económico, pero esa situación ha cambiado.

Los datos de esta investigación han constatado que se vulneran los derechos laborales elementales de las mujeres periodistas como la salud y a los aportes a la jubilación. Las políticas de asignación salarial también son inequitativas, la mayoría de las periodistas encuestadas gana menos que sus colegas varones por el mismo tipo de trabajo (32%).

En ese sentido, la brecha salarial deriva en una violencia económica estructural que le asigna menos salario por ser mujeres. Adicionalmente, se evidenció un desbalance en la igualdad de género por la discriminación de género en las políticas internas de ascensos y de contratación, se ejerce una violencia laboral, simbólica y patriarcal sobre las periodistas porque se las excluye o impide lograr ascensos, al postular o competir porque se las pone en desventaja por ser mujeres, ser jóvenes o madres; lo mismo ocurre cuando se les niegan los ascensos y cuando acceden al puesto de dirección se les exige probar su capacidad todo el tiempo.

En la actualidad, todos los periodistas atraviesan por duras circunstancias a nivel laboral debido a una crisis económica de los medios de comunicación agravada por la cuarentena y restricciones por coronavirus de 2020-2022. En esa situación las periodistas lidian con

el desempleo y la informalidad. Se han precarizado y deteriorado más las condiciones de explotación de las y los periodistas y ha repercutido en una ola de despidos y recontrataciones con mayores funciones por menos sueldo.

En el marco de la normativa nacional y los acuerdos internacionales, la sociedad boliviana aún tiene pendiente respetar y garantizar los derechos humanos, pero también, a reconocer el liderazgo, poder de decisión, inteligencia y capacidad de miles de mujeres en Bolivia que ejercen el periodismo con éxito, determinación y compromiso social.

Referencias bibliográficas

Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia (2015, 14 de abril). Solidaridad con las demandas de trabajadores de Los Tiempos. Comunicado institucional.

Bolivia Verifica (2023, 30 de junio). El cierre de Página Siete deja un vacío en el periodismo independiente y es una mala noticia para la democracia. <https://boliviaverifica.bo/el-cierre-de-pagina-siete-deja-un-vacio-en-el-periodismo-independiente-y-es-una-mala-noticia-para-la-democracia/>

Brújula Digital (2024, 20 de agosto). Periódico La Razón dejaría de circular en su edición impresa a partir del 1 de septiembre. <https://brujuladigital.net/sociedad/2024/08/20/periodico-la-razon-dejaria-de-circular-en-su-edicion-impresa-a-partir-del-1-de-septiembre-36524>

Buquet, A., Cooper, J., Rodríguez, H., Botello, L. (Coord.) (2006). Presencia de mujeres y hombres en la UNAM: una radiografía. Biblioteca Jurídica virtual Universidad Nacional Autónoma de México. <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/4678-presencia-de-mujeres-y-hombres-en-la-unam-una-radiografia>

Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/52974/9788449320309.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) (2022). Mujeres periodistas y salas de redacción. Avances, Desafíos y Recomendaciones para prevenir la violencia y luchar contra la discriminación. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/Mujeres22-es.pdf>

Correo del Sur (2025, 13 de marzo). Trabajadores del diario Opinión, en emergencia por impago de salarios de más de siete meses. <https://correodelsur.com/sociedad/20250313/trabajadores-del-diario-opinion-en-emergencia-por-impago-de-salarios-de-mas-de-siete-meses.html>

Facio, A. y Fries, L. (2005). Feminismo, género y patriarcado. http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/rev_academia/revistas/06/feminismo-genero-y-patriarcado.pdf

García, K., Rodríguez, R. y Azpilcueta, E. (2016). Determinantes de la segregación ocupacional por sexo en México. <http://ru.iiec.unam.mx/3903/1/182-Garc%C3%ADa-Rodr%C3%ADguez-Azpilcueta.pdf>

Guardiana (2021, 16 de julio). Suben a 63 los trabajadores de medios que murieron en pandemia; 97% eran hombres. <https://guardiana.com.bo/especiales/periodistas-que-se-fueron-en-pandemia-en-bolivia/>

Lagarde, M. (1997). "El género", fragmento literal: "La perspectiva de género", en *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*, Ed. horas y HORAS, España, pp. 38-13. <https://>

catedraunescodh.unam.mx/catedra/CONACYT/08_EducDHyMediacionEscolar/Contenidos/Biblioteca/Lecturas-Complementarias/Lagarde_Genero.pdf

López, G. (2006). Segregación del mercado de trabajo en Argentina: Un abordaje de los cambios ocurridos en la relación entre educación y distribución del ingreso desde la perspectiva de género. Estudio para el período 2003 -1998. Informe final del concurso: Transformaciones en el mundo del trabajo: efectos socio-económicos y culturales en América Latina y el Caribe. Programa Regional de Becas CLACSO. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/2005/2005/trabjov/lopez.pdf>

Los Tiempos (2024, 8 de julio). Denuncias laborales aumentan en un 57% en Bolivia. <https://www.lostiempos.com/actualidad/pais/20240708/denuncias-laborales-aumentan-57-bolivia>

Martínez-Licerio, K., Marroquín-Arreola, J. y Ríos-Bolívar, H. (2019). Precarización laboral y pobreza en México. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-66552019000200113#B4

Molina, D. y Ibañez, A. (2022). Equidad de género ¿dónde estamos? http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-56332022000300274

Rovetto, (2013). Percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/21968>

UNESCO (2012). *Gender Sensitive Indicators for Media Study*. UNESCO's Gender-Sensitive Indicators for Media - Media Diversity Institute (media-diversity.org)

Desigualdad de género en la red. Análisis semiótico del videoclip musical 'La cumbia feminazi'

Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco

Peruano, Doctor en Periodismo, Universidad Autónoma del Perú.

<https://orcid.org/0000-0001-5453-855X>

Luis Alberto Chávez Ramos

Peruano, Doctor en Educación, Universidad Autónoma del Perú.

<https://orcid.org/0000-0001-8805-2427>

Michelle Andrea Cubas Piscoya

Peruana, Estudiante universitaria, Universidad Autónoma del Perú.

<https://orcid.org/0009-0006-3995-4014>

Cristhofer David Retamozo Quispe

Peruano, Estudiante universitaria, Universidad Autónoma del Perú.

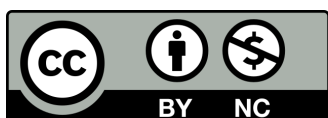
<https://orcid.org/0009-0002-9062-1785>

Rominna Brigitte Rosas Falcón

Peruana, Estudiante universitaria, Universidad Autónoma del Perú.

<https://orcid.org/0009-0009-0243-8966>

Los autores declaran no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Quiroz, Y., Chávez, L., Cubas, M., Retamozo, C. y Rosas, R. (2025). Desigualdad de género en la red. Análisis semiótico del videoclip musical 'La cumbia feminazi'. Punto Cero, año 30 n°50, Junio 2025. Pp 121-135 Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Sede Cochabamba.

Resumen

La presente investigación desarrolla un análisis semiótico del videoclip musical "La cumbia feminazi" teniendo como finalidad explorar y describir los signos interpretativos y el contenido lírico de aquel material audiovisual. En la actualidad, el estudio de la semiótica audiovisual favorece la interpretación de los videoclips musicales, orientando a la comunidad a entender de mejor manera las ideas, imágenes y sonidos que se transmiten en dicho contenido musical. El estudio es de enfoque cualitativo, de tipo descriptivo y diseño hermenéutico. Entre los resultados encontrados, se observa como aún en la sociedad actual se buscan mantener ciertos 'estereotipos': la mujer solo debe dedicarse a su casa y crianza de los hijos, buscando callar a aquellas mujeres que desean romper estos esquemas sociales; además de distinguirse que el hombre no reconoce el machismo que ejerce en cada accionar de su vida, ya sea en el trabajo u hogar. Se concluye que el contenido de "La cumbia feminazi" muestra las complejidades de las dinámicas culturales y discursivas relacionadas con el feminismo y la equidad de género, proporcionando *insights* significativos sobre las percepciones y debates en torno a estas temáticas, contribuyendo así a la comprensión más amplia de la cultura contemporánea.

Palabras clave: semiótica, violencia de género, machismo, equidad de género, feminazi.

DISPARITIES IN GENDER ON THE INTERNET. 'LA CUMBIA FEMINAZI' MUSIC VIDEO: A SEMIOTIC ANALYSIS

Abstract

The goal of the current study is to explore and describe the interpretative signals and lyrical content of the music video 'La cumbia feminazi' through a semiotic analysis. At the moment, audiovisual semiotics research emphasizes how music video clips should be interpreted in order to help the public comprehend the concepts, imagery, and audio that are conveyed in that musical material. The study is a qualitative approach, descriptive and hermeneutic design. The findings show that, even in today's society, efforts are made to uphold certain 'stereotypes': women should limit their responsibilities to the home and raising their children, and women who defy these social norms are silenced. It also shows that men fail to acknowledge the machismo they exhibit in all of their interactions, whether at work or at home. In summary, 'La cumbia feminazi's' content demonstrates the intricacies of the discursive and cultural dynamics surrounding feminism and gender equality, offering important insights into the perspectives and discussions surrounding these subjects and thereby advancing a more comprehensive understanding of the wide range of modern culture.

Keywords: semiotics, gender violence, machismo, gender equity, and feminism.

1. Introducción

La semiótica es una ciencia que abarca el estudio de signos y símbolos del lenguaje (Fernandes *et al.*, 2021); siendo correcto el también asociarla como el ‘proceso de una interpretación’ (respuesta), proceso que lleva a un individuo a realizar su propio concepto de un “mensaje” en específico (sea de manera verbal o no verbal), y que se acomoda acorde a su juzgamiento crítico, es decir, que ya sea en base a experiencias previas o una noción directa de cada ser humano, siempre se crearán múltiples formas de interpretar una respuesta, aún si se dé un “mismo mensaje” para todos.

Mientras que una persona puede captar algún mensaje de manera positiva, otro ser humano puede percibir el mismo mensaje con una connotación negativa y neutra; todo esto influye igualmente en el receptor: su forma de ver la vida e incluso el estilo con el que decide llevarla, en conjunto a las experiencias que previamente ha experimentado; al igual que como capta los mensajes que se transmiten a través de los medios de comunicación. En ese sentido, la semiótica tiene como campo de estudio destacado a la comunicación de masas (Francescutti, 2020); así como también se ocupa de analizar la manera en que se comunican los seres humanos, junto a la construcción que se le da a los significados en diferentes contextos culturales y sociales. Por lo que, en consecuencia, la haría de fácil aplicación a numerosas ciencias y disciplinas: publicidad, literatura, cine, arquitectura, psicología, entre otras, tanto para analizar como se construyen los significados, y como se comunican los mensajes en diferentes contextos culturales y sociales.

Observando con mayor detalle el videoclip musical “La cumbia feminazi”, se aplicaría la semiótica de una manera en la que se observe el proceso de significación que le otorguen, o ya le haya sido otorgado por los espectadores de la pieza musical. Un ejemplo de esto sería que, en un hipotético caso, dos personas sean espectadoras del videoclip, una de ellas siendo ex víctima de violencia y la otra un agresor. En el caso de la persona que sufrió de violencia, se habla de una mujer sumisa, de cualidades dependientes hacia su entorno; ella luego de observar el videoclip podría interpretar su propósito como una falta de respeto hacia las personas que como ella han pasado por esta situación, o también podría ingresar a un cuadro de estrés y ansiedad por los recuerdos que le traen la letra y escenas. En cambio, la persona que ha sido un agresor, se llevaría una idea “alentadora” por los mensajes que da la pieza musical, pues el escuchar frases como “ni te agarro a cachazos diario, te huele a muerte el calendario”, haría que esta persona tenga una interpretación de “¿por qué si otra persona hace este tipo de canciones y videos para que al final sea visto por todo el internet, yo no podría seguir mostrando autoridad con mi pareja, aunque sea de forma privada?”. Así, se podría dar cabida a que de alguna manera este agresor siga ‘normalizando’ este tipo de acciones en contra de su víctima.

Esa normalización ha conseguido que la violencia de género se extienda a un daño físico, psicológico, sexual, etc. Para Grassi *et al.* (2024) el hablar de violencia de género continúa siendo un tema complejo, debiendo tomar en cuenta la coyuntura social, económica, política y psicológica. Esto, sin dejar de mencionar los estereotipos de género que buscan perpetuar una dominación perenne por sobre la mujer. En esa razón, el Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe – OIG de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL (2024), sostiene que la violencia de género es una de las principales causas de la desigualdad en la sociedad actual siendo América Latina una de las regiones más peligrosas con un alto índice de feminicidios a nivel global: 3877 muertes durante el 2023 (cerca de 11 al día).

Al abordar este punto, se debe hablar también sobre el patriarcado que en palabras de González (2024) es un supuesto sistema de jerarquía que le otorga cierto poder y privilegios a los hombres, y en el que las mujeres son subordinadas y afectadas en diversas facetas como en lo educativo, laboral y hasta en lo político. Este abuso sistemático se ha trasladado a otros espacios como el virtual donde el anonimato, la usurpación de identidades, la publicación de fotos y videos con contenido hirientes o amenazantes, han dado pie a

comportamientos abusivos en línea, fomentando el ciberacoso e incentivando la violencia de género. En ese sentido, Gómez (2024) manifiesta que el patriarcado se ha expandido a través de los medios digitales, demostrando una ciberviolencia, que afecta negativamente la igualdad de género y la democracia en la red, incentivando la figura patriarcal y promoviendo ideologías misóginas.

En cuanto a la violencia y desigualdad de género, con el desarrollo de la cibercultura se han reforzado los espacios de interacción en entornos digitales, destacándose en este ámbito las redes sociales, como *YouTube*, que se ha convertido en una de las principales vías de comunicación (De Bérail *et al.*, 2019). Un ejemplo de esta situación se encuentra en la variedad de *posts* y comentarios que se observan en estas plataformas. Estos espacios digitales permiten a los usuarios obtener y transmitir información, dar sus puntos de vista sobre diversos acontecimientos y, de ser usadas correctamente, ampliar sus fuentes de conocimiento (Zou *et al.*, 2024; Sofyan *et al.*, 2024).

Sin embargo, cabe precisar que hoy la violencia en redes sociales es muy recurrente (Glover *et al.*, 2024; Sosa *et al.*, 2024), pues varias personas sufren cada día lo que hoy se ha denominado ciberacoso, llegando a la depresión y, en casos extremos, hasta el suicidio (Dewi *et al.*, 2023; Pengpid y Peltzer, 2023). Con relación a los vínculos sentimentales, se puede mencionar que las redes sociales pueden ser empleadas para ejercer un control sobre la pareja generando intimidación.

Ingresando al ámbito de la música, a lo largo de los años varios estudios han puesto en evidencia la influencia que tiene en las personas con teorías que plantean la afectación de sus estados de ánimo, rutinas, ritmos de vida e incluso formas de percibirla (Xu y Xu, 2023). Esto último también es compartido por Alpízar-Lorenzo *et al.* (2021), que refiere que la música es un "lenguaje organizado, un componente cultural y un generador de emociones, encontrando que los ritmos rápidos y con mayor tonalidad producen estados de felicidad, por el contrario, la música más lenta y con menor tonalidad suele producir sentimientos de tristeza" (Alpízar-Lorenzo *et al.*, 2021, p. 25).

En esa línea, se distingue que la musicología es una disciplina manejada principalmente por perspectivas masculinas en las que se presta poca atención a las intérpretes y compositoras femeninas. Sin embargo, muchas mujeres han buscado a través de la musicología hacerse visibles, incentivando el cuestionamiento a las estructuras de poder, reinterpretando la música desde distintas perspectivas que tengan en cuenta las experiencias de los grupos que promueven la igualdad de género abriendo un abanico más inclusivo y diverso que desafían las normas patriarcales y heteronormativas, entrelazando la relación entre feminismo y cultura (Nissen, 2024). Dentro de este marco, la presente investigación tiene como objetivo explorar y describir los signos interpretativos y el contenido lírico del videoclip musical "La cumbia feminazi".

2. Materiales y Métodos

La estrategia elegida para la realización de la presente investigación se apoya en un proceso detallado en la plataforma *YouTube* respecto al análisis semiótico de la pieza musical 'La cumbia feminazi', siendo que aborda como tema principal una problemática que ha acompañado a la sociedad por largos periodos de tiempo.

El estudio es de enfoque cualitativo puesto que se busca profundizar en la identificación y caracterización de los patrones relativos hacia el machismo, además de las notorias actitudes discriminatorias dirigidas hacia el género femenino. Asimismo, la investigación sigue un método deductivo, de tipo descriptivo y diseño hermenéutico, realizándose un análisis de los signos interpretativos y el contenido lírico del videoclip musical, enmarcándose en un estudio de caso que se encamina en analizar y describir en profundidad una o varias unidades dentro de su contexto de manera integral y sistémica.

La técnica utilizada para el recojo de información fue el análisis documental, lo cual permitió recoger y registrar toda la información necesaria y relevante sobre el caso de estudio. El instrumento empleado fue la ficha de registro de datos.

En relación al procedimiento, este siguió una serie de pasos secuenciados. Inicialmente, se revisó la literatura existente sobre semiótica y redes sociales para posicionar una idea relevante, plantear el problema y objetivo de estudio, con lo cual se redactó la introducción. Seguidamente, se planteó el enfoque, tipo y método de investigación, así como la técnica e instrumento para la recolección y procesamiento de los datos. Posteriormente, se redactaron los resultados y discusión considerando los signos interpretativos y análisis del contenido lírico del videoclip musical 'La cumbia feminazi'. Para finalizar se redactaron las conclusiones y referencias del estudio.

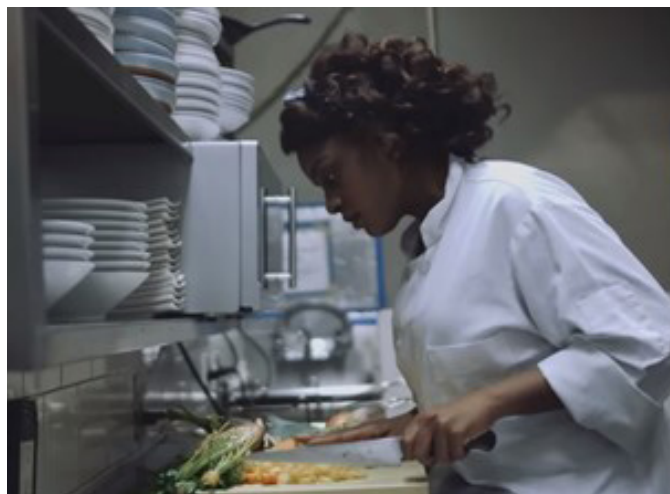
3. Resultados y Discusión

3.1. Signos interpretativos

En el entorno social se despliega una gran cantidad de objetos susceptibles de análisis, los cuales encierran las claves para comprender las actitudes y opiniones que prevalecen en nuestra sociedad. Como parte de este trabajo de investigación, se ha dirigido la atención hacia las plataformas de las redes sociales, las cuales ejercen una notable influencia, especialmente entre la población joven y adolescente. En el afán de respaldar la premisa de estudio, se analizó la canción titulada "La cumbia feminazi", la cual se inclina como un valioso recurso para entender mejor las dinámicas culturales y discursivas que abundan en torno al feminismo y la equidad de género. Este videoclip refleja la ironía y el sarcasmo, invitando a la reflexión e incentivando a la lucha por la igualdad. En ella, se muestran elementos que reflejan actitudes y comportamientos persistentes ante los cambios sociales que se producen en la actualidad. Es un videoclip que alberga una gran riqueza de mensajes y símbolos dignos de ser interpretados.

Figura 1.

Mujer en la cocina.



Recuperado de "La cumbia feminazi - Renee Goust" YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYui064>

La imagen captura a una mujer cocinando. Sin embargo, la interpretación inicial sugiere que esta representación no sólo documenta la actividad, sino que también transmite una connotación despectiva asociada al supuesto papel tradicional de las mujeres en la cocina. Este enfoque permanece en estereotipos de género que limitan la diversidad de roles que las mujeres pueden desempeñar en la sociedad, los cuales han sido marcados durante muchas décadas, tal como se muestra en el estudio de Romero (2021), en el cual dichos

roles eran manifestados en los sellos postales chilenos en las últimas cuatro décadas del siglo XX. Al mismo tiempo, la representación parece estar atrapada en una perspectiva machista que restringe las capacidades y aspiraciones de las mujeres únicamente en función de su género.

Figura 2.

Jugando con niños.



Recuperado de "La cumbia feminazi - Renee Goust" YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYuio64>

En la presente imagen, se puede apreciar a una madre de familia cuidando y jugando con su pequeña. Una representación existe en muchas culturas como una expectativa arraigada de que las mujeres deben desempeñar predominantemente el papel de cuidadoras y responsables del hogar y la crianza de los hijos. Esta expectativa cultural impone una norma que restringe las opciones y oportunidades de las mujeres, perpetuando la idea de que su valía se limita exclusivamente a su función como madres. Además, con frecuencia, las madres experimentan una intensa presión social para ajustarse a los estándares predefinidos de la maternidad, cuando en la actualidad es viable llevarlo de la mano junto a la labor profesional que ellas deseen realizar, tal como refieren Silva y Menoya (2021). Son objeto de juicios y se les hace sentir culpables por las decisiones que toman en relación con la crianza de sus hijos, cómo trabajar fuera del hogar, buscar su crecimiento profesional o buscar apoyo para el cuidado de los niños. Este escrutinio social puede minar su confianza y autoestima.

Figura 3.

Negligencia del paramédico.

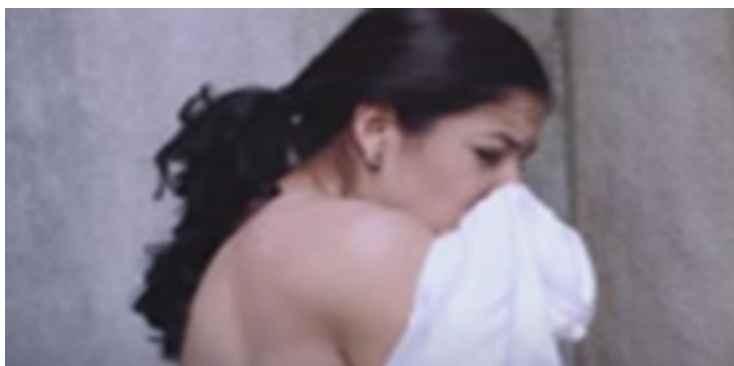


Recuperado de "La cumbia feminazi - Renee Goust" YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYuio64>

En esta narrativa visual, se observa como una mujer se encuentra en una situación de riesgo, luchando contra el ahogo. Sin embargo, a pesar del contexto crítico, el paramédico se ve sumido en una discusión con otra persona en lugar de proporcionar la asistencia necesaria. Su compañera actúa rápidamente y con una presión en el pecho ayuda a la mujer que se estaba ahogando. Su intervención rápida y eficaz destaca la fortaleza innata y las habilidades valiosas que las mujeres aportan a situaciones de emergencia, resaltando la importancia de reconocer y valorar sus contribuciones en todos los ámbitos de la sociedad. A medida que la afectada responde positivamente a las acciones decididas de quien la asiste, surge la inquietante realidad de que el paramédico, una vez que la situación parece mejorar, retoma el control de la intervención, dejando de lado la acción oportuna de la mujer. Esto pone de manifiesto la persistencia de actitudes que desvalorizan las capacidades de las mujeres, incluso cuando demuestran liderazgo y soluciones efectivas. Una reflexión profunda sobre la importancia de empoderar a las mujeres en todos los ámbitos, reconociendo su valor y habilidades innatas, lo cual influye en su liderazgo tal como también sostiene Pando *et al.* (2022). Además, se destaca la necesidad de superar los estereotipos de género y garantizar que las contribuciones de las mujeres sean plenamente valoradas en situaciones críticas y en la vida cotidiana.

Figura 4.

Abuso y violencia.



Recuperado de "La cumbia feminazi - Renee Goust" YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYui064>

Esta escena nos muestra a una mujer que se encuentra acorralada y vulnerable: le quitan la ropa y se la arrojan como si nada. Más que una simple descripción visual, simboliza la exposición forzada de su cuerpo, demostrando "desnudez" que va más allá de lo físico para reflejar su vulnerabilidad emocional y psicológica. La importancia de abordar y contrarrestar estas dinámicas tóxicas se hace evidente a través de esta representación visual de la vulnerabilidad y el dolor humano, convirtiendo lo que debería ser un espacio de comunicación y expresión (redes sociales) en un escenario de sufrimiento y humillación, a lo que Sangeethapriya y Akilandeswari (2024) agregan que ello puede incluir el revelar detalles personales o privados.

Figura 5.
Ingreso a la sala.



Recuperado de "La cumbia feminazi - Renee Goust" YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYuio64>

El enfoque que da esta escena del videoclip musical sugiere como las mujeres observan la sala a la que ingresarán y ser parte de todas aquellas que han sufrido anteriormente lo mismo que ellas. Se puede ver la preocupación y miedo que refleja su rostro, pues una mujer que es víctima de violencia de género puede experimentar una amplia gama de emociones y sentimientos, los mismos que llegan a ser transmitidos a sus hijos quienes a su vez también son víctimas de otro tipo de violencia, como se observa en lo investigado por Fernández (2024).

Figura 6.
Rostros tapados.



Recuperado de "La cumbia feminazi - Renee Goust" YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYuio64>

Se observa a un hombre con su rostro completamente tapado y oscurecido: una representación visual que enmarca la línea de la canción que menciona "un incógnito virtual...". La imagen se inclina hacia una metáfora visual de como muchas veces los autores de estos comentarios despectivos e hirientes permanecen en el anonimato, ocultándose detrás de una pantalla, coincidiendo con Noblia *et al.* (2022) quien agrega que lo hacen bajo el pretexto de la libertad de expresión con el fin de difundir sus discursos radicalizados

y agendas violentas. La figura refleja la compleja interacción entre la tecnología y la comunicación en línea, donde la ausencia de una conexión humana directa puede, lamentablemente, dar lugar a un comportamiento más desvergonzado y cruel.

Figura 7.

Mujeres silenciadas.



Recuperado de "La cumbia feminazi - Renee Goust" YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYuio64>

En esta representación, se distingue a una mujer a quien se le ha silenciado, representada con la boca tapada y enmarcada por la palabra "feminazi". La imagen ilustra de manera discreta como el resultado de las ofensas y el signo asociado a esta palabra, han conllevado que la mujer no pueda expresarse libremente. Su temor y la incomodidad que siente al ser juzgada la han llevado al silencio, demostrando los desafíos que enfrentan las mujeres cuando buscan hablar y luchar por sus derechos en un mundo que a menudo es hostil hacia el feminismo. La palabra "feminazi" se ha utilizado para desacreditar y desalentar las voces feministas (Núñez *et al.*, 2021), lo que crea un ambiente de miedo y represión para aquellas mujeres. Esta imagen resalta la importancia de proteger y fomentar la libertad de expresión, respetando y escuchando las palabras que se ponen a disposición sin importar el género del que provenga.

Figura 8.

Saliendo de la opresión.



Recuperado de "La cumbia feminazi - Renee Goust" YouTube:
<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYuio64>

En este segmento del video, la secuencia se sumerge en una tonalidad roja oscura, un matiz que connota ira profunda. Este color se convierte en el fiel reflejo de la furia que se ha gestado como respuesta a los continuos abusos y actitudes despectivas del hombre. Esta creciente ira termina en un punto de quietud, llevando a la representación visual a ser impregnada por el rojo intenso, puesto que este color simboliza ese sentimiento como también sostiene la investigación de Damiano *et al.* (2023). La elección de este simbolismo visual no solo ilustra la magnitud de la indignación que la mujer ha experimentado, sino que también subraya la necesidad de expresar y canalizar estas emociones en un intento de empoderamiento. El cambio en la paleta de colores es una poderosa metáfora de la transformación emocional y su arraigo con la liberación y la justicia de la opresión a la cual están sometidas.

3.2. Análisis del contenido lírico

El análisis del contenido lírico busca interpretar las letras de la canción, descomponiendo las frases, palabras y metáforas usadas en el videoclip. Se busca descubrir las capas de significado y las emociones que el artista intenta transmitir, como se puede ver en las siguientes líneas:

"Ya mero le atinaste casi

Al apodarme feminazi

Pero un detalle te falló

Quien camina por las calles con miedo soy yo"

Recuperado de "La cumbia feminazi - Renee Goust" YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYuio64>

En la presente estrofa se ve reflejada como aquellas mujeres, quienes luchan por sus derechos o son capaces de levantarse en contra del machismo, sufren diferentes ataques como los apodos de "feminazi" por parte de los hombres que tienen el pensamiento errado. Sin embargo, en la última oración **"Quien camina por las calles con miedo soy yo"** es la realidad de muchas mujeres, que son acosadas o maltratadas en las calles, ya sea de día o noche. Las mujeres son quienes tienen miedo constante al caminar sintiéndose abusadas o violadas con la mirada, con la esperanza de solo querer regresar a su hogar viva y sana, lo cual concuerda con distintos informes que señalan que las mujeres sienten este temor: 86% en Perú (Business Empresarial, 2023), 89,9% en Chile (Sepúlveda, 2019) y 73% en México (Rodríguez, 2022).

"Y él me contestó

Feminazi, feminazi, feminazi

Libertina vete a casa,

Vete a plancharle la ropa a tu marido"

Recuperado de "La cumbia feminazi - Renee Goust" YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYuio64>

El contenido proporcionado parece ser una expresión que contiene un tono despectivo y ofensivo hacia las mujeres, específicamente aquellas que apoyan o promueven el feminismo. El término "feminazi" es una mezcla de las palabras "feminista" y "nazi", y se utiliza de manera peyorativa para desacreditar y despreciar a las mujeres que defienden los derechos y la igualdad de género (Casas y Ochoa, 2020). La última expresión: **"Vete**

a plancharle la ropa a tu marido”, es una visión estereotipada y sexista de los roles de género, sugiriendo que la única función de una mujer en el hogar es encargarse de las tareas domésticas y servir a su esposo.

“Tu lugar es la cocina (feminazi)

Fiel mesera sin propina

Ponte modosita y fina

O te dejan por la vecina”

Recuperado de “La cumbia feminazi - Renee Goust” YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYui064>

En la primera línea, **“Tu lugar es la cocina (feminazi)”**, sugiere que el rol principal de una mujer debería ser el de cocinar, lo cual es una afirmación basada en estereotipos comunes de género, manteniendo el sistema social en el que habita como también se observa en la investigación de Mayorga-Muñoz *et al.* (2017). La siguiente frase: **“Fiel mesera sin propina”** puede ser una crítica o burla a la falta de reconocimiento y valoración del trabajo de las mujeres en ciertos contextos. La tercera línea: **“Ponte modosita y fina”** sugiere una orden del hombre hacia la mujer para que adopte un comportamiento considerado como más tradicional, recatado y refinado que suponen debe de tener una mujer. La frase final: **“O te dejan por la vecina”** es una clara advertencia o amenaza en relación a lo que se menciona en la anterior línea, pues sugiere que si la mujer no cumple con las expectativas del hombre, este podría dejarla por otra.

“Y no es que uno sea machista, pero óiganme

Ya creen que se mandan solas, ¿pues que es eso, pues?

Descuidaron la familia y a mí nadie me hace güey

No tendré trono ni reina, pero sigo siendo el rey”

Recuperado de “La cumbia feminazi - Renee Goust” YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=TuT3bYui064>

En las primeras líneas, de acuerdo a la canción, el hombre menciona no considerarse machista y luego expresa su incredulidad ante la idea de que algunas mujeres pueden creer que tienen un control total sobre sus vidas o decisiones sin necesidad de la influencia de un hombre. En la frase: **“Descuidaron la familia ya mí nadie me hace güey”**, se acusa a las mujeres de haber descuidado sus responsabilidades familiares y de no darle la atención que él considera necesaria. Y en la línea final: **“No tendré trono ni reina, pero sigo siendo el rey”**, la palabra “reina” referencia a su pareja e insiste su superioridad, aludiendo su innecesaria utilidad, destacando al hombre como alguien importante o dominante, utilizando la metáfora de “el rey” para describir su posición, y poniendo a la mujer en una situación de invisibilidad con la cual aún debe luchar (Turman, 2019). La parte final también es una referencia a la canción de Vicente Fernández “El rey”.

4. Conclusiones

El análisis detallado del videoclip musical “La cumbia feminazi” revela una serie de mensajes y simbolismos que destacan las complejidades de las dinámicas culturales y discursivas en torno al feminismo y la equidad de género en la sociedad actual. Las representaciones visuales examinadas capturan y reflejan estereotipos de género arraigados, que limitan la diversidad de roles que las mujeres pueden desempeñar, perpetuando expectativas culturales que las confinan a funciones específicas, como el papel tradicional de cuidadoras y responsables del hogar.

La crítica hacia la imposición de roles predeterminados basados en estereotipos resalta la importancia de reconocer y valorar las habilidades y aspiraciones individuales de las mujeres. La presión social sobre las madres para ajustarse a estándares predefinidos de la maternidad también se evidencia, destacando la necesidad de superar estos juicios y permitir que las mujeres tomen decisiones que beneficien su bienestar y desarrollo personal.

En situaciones de emergencia, la representación visual destaca la fortaleza innata y las habilidades valiosas que las mujeres aportan, subrayando la importancia de empoderar a las mujeres en todos los ámbitos y reconocer plenamente sus contribuciones. Sin embargo, la persistencia de actitudes que desvalorizan las capacidades de las mujeres, incluso cuando demuestran liderazgo y soluciones efectivas, señala la necesidad de superar estereotipos de género en la sociedad.

La exposición forzada de la vulnerabilidad emocional y psicológica de una mujer en el videoclip musical resalta la importancia de abordar y contrarrestar dinámicas tóxicas, convirtiendo las redes sociales en un espacio de sufrimiento y humillación. La representación de mujeres que ingresan a un espacio con miedo sugiere la necesidad de comprender las complejidades emocionales que las víctimas de violencia de género experimentan, promoviendo una conciencia cultural que cuestione y rechace comportamientos abusivos.

La representación de un hombre con el rostro tapado en la ilustración destaca la compleja interacción entre la tecnología y la comunicación en línea, señalando como el anonimato puede propiciar comportamientos desvergonzados y crueles. Por último, la imagen de una mujer silenciada por el término 'feminazi' subraya la importancia de proteger la libertad de expresión y abogar por un ambiente que respete y valore las opiniones feministas, a pesar de la hostilidad que a menudo enfrentan.

En el segmento final del videoclip musical, la tonalidad roja oscura simboliza la profunda ira que ha surgido como respuesta a los abusos y actitudes despectivas. Este cambio en la paleta de colores se interpreta como una poderosa metáfora de la transformación emocional, enfatizando la necesidad de expresar y canalizar estas emociones en un intento de empoderamiento y justicia. En conjunto, el análisis destaca la complejidad y la urgencia de abordar las cuestiones de género en la sociedad, promoviendo la equidad y el respeto por la diversidad de experiencias y perspectivas.

En las conclusiones de este estudio, se resalta la importancia del análisis de objetos en el entorno social como una herramienta valiosa para comprender las actitudes y opiniones prevalentes en la sociedad. Este enfoque ofrece una perspectiva única que va más allá de las interacciones verbales, permitiendo una comprensión más profunda de los mensajes culturales que subyacen en los objetos cotidianos.

Asimismo, se subraya la influencia significativa de las plataformas de redes sociales, como *YouTube*, especialmente entre la población joven y adolescente. Estas plataformas se revelan como elementos cruciales para el análisis, ya que desempeñan un papel destacado en la formación de opiniones y actitudes en la sociedad contemporánea. El videoclip musical 'La cumbia feminazi' surge como un recurso valioso para desentrañar las complejidades de las dinámicas culturales y discursivas relacionadas con el feminismo y la equidad de género. Su análisis proporciona *insights* significativos sobre las percepciones y debates en torno a estas temáticas, contribuyendo así a la comprensión más amplia de la cultura contemporánea.

Por último, se destaca la persistencia arraigada de estereotipos de género en representaciones visuales. Estas imágenes evidencian la limitación de roles y oportunidades para las mujeres, perpetuando visiones tradicionales que afectan la igualdad de género

en diversos ámbitos de la sociedad. Este hallazgo subraya la necesidad de abordar y transformar estas representaciones para avanzar hacia una sociedad más equitativa y libre de estereotipos de género.

Referencias bibliográficas

- Alpizar-Lorenzo, A., Hernández-Muñoz, L., Ledezma-Trujillo, M., Linares-Villa, M., Rodríguez-Cortés, L., Guzmán-Díaz, G., y Cisneros-Herrera, J. (2021). Goce sin límites: manifestaciones misóginas en canciones de reggaetón. *Boletín Científico de la Escuela Superior Atotonilco de Tula*, 8(15), 25-32. <https://doi.org/10.29057/esat.v8i15.6510>
- Business Empresarial. (21 de noviembre de 2023). *El 86% de las mujeres peruanas no se sienten seguras al salir a la calle*. Recuperado el 10 de abril de 2024. <https://goo.su/GqZaQh>
- Casas, R., y Ochoa, J. (2020). Paramorfología y lexicogénesis: ¿un portmanteau imposible? *Letras (Lima)*, 91(134), 145-163. <https://doi.org/10.30920/letras.91.134.7>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2024). *Violencia feminicida en cifras América Latina y el Caribe. Actuar con sentido de urgencia para prevenir y poner fin a los feminicidios*. <https://goo.su/uE1nW>
- Damiano, C., Gayen, P., Rezanejad, M., Banerjee, A., Banik, G., Patnaik, P., Wagemans, J., y Walther, D. B. (2023). Anger is red, sadness is blue: Emotion depictions in abstract visual art by artists and non-artists. *Journal of Vision*, 23(4), 1-16, <https://doi.org/10.1167/jov.23.4.1>
- De Bérail, P., Guillon, M., y Bungener, C. (2019). The relations between *YouTube* addiction, social anxiety and parasocial relationships with YouTubers: A moderated-mediation model based on a cognitive-behavioral framework. *Computers in Human Behavior*, 99, 190-204. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.007>
- Dewi, H. A., Suryani, S., y Sriati, A. (2023). The relationship between cyberbullying and the risk of suicidal ideation in adolescents. *Jurnal Keperawatan Padjadjaran*, 11(2), 118-123. <https://doi.org/10.24198/jkp.v11i2.2259>
- Fernandes, A., Moreira, I., y Santos, N. (2021). Signos e Persuasão: Análise Semiótica de Um Outdoor Político e de Um Cartaz de Propaganda. *E- Revista De Estudos Interculturais*, 7(9). <https://doi.org/10.34630/erei.v1i9.4181>
- Fernández, M. (2024). La violencia contra la mujer en la pareja y su impacto en el desarrollo biopsicosocial de los hijos e hijas expuestos a estas vivencias. *FMC - Formación Médica Continuada en Atención Primaria*, 31(2), 60-71. <https://doi.org/10.1016/j.fmc.2023.06.007>
- Francescutti, L. (2020). La semiótica de la comunicación masiva en España: sus avatares académicos contados por sus protagonistas. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 29, 391-414. <https://doi.org/10.5944/signa.vol29.2020.23455>
- Glover, H., Hitt, A., Davenport, N., Casson, V., y Blasingame, T. (2024). Sexual Violence and Social Media Discourse: Exploring Campus Climate Through the Lens of Twitter. *Journal of Forensic Nursing*, 20(1), E1-E7. <https://doi.org/10.1097/JFN.0000000000000465>
- Gómez, A. (2024). La era del patriarcado de vigilancia: ciberviolencia, manosfera y democracia. *Asparkia. Investigació Feminista*, (45), 1-22. <https://doi.org/10.6035/asparkia.7857>
- González, B. (2024). Patriarcado, género y violencia: hacia una nueva masculinidad en bell hooks | Patriarcado, gênero e violência: para uma nova masculinidade em bell hooks.

- Revista de Filosofía Aurora*, 36, e202431213. <https://doi.org/10.1590/2965-1557.036.e202431213>
- Grassi, V., Ribeiro, D., y Cubas, M. (2024). (30), 1-15. <https://doi.org/10.33361/RPQ.2024.v.12.n.30.715>
- Mayorga-Muñoz, C., Pacheco-Cornejo, H., y Treggiari, F. (2017). El rol de la mujer indígena mapuche en la preservación de recursos genéticos y conocimientos tradicionales asociados. Un análisis jurídico desde la perspectiva de género. *Juridicas*, 14(2), 29-45. <https://doi.org/10.17151/jurid.2017.14.2.3>
- Nissen, J. (2024). From tourism to solidarity: transnational feminism and world music in the UK. *Gender, Place & Culture*, 31(8), 1029-1049. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2022.2150605>
- Noblia, V., Renato, A., y Gershanik, T. (2022). Anonimato, pseudonimia y delitos en las redes sociales: una propuesta multidimensional de la lingüística forense para la identificación de autoría. *Revista Latinoamericana De Estudios Del Discurso*, 22(1), 122-142. <https://doi.org/10.35956/v.22.n1.2022.p.122-142>
- Núñez, S., Fernández, D., y D'Antonio, S. (2021). New Discourses of Masculinity in the Context of Online Misogyny in Spain: The Use of the "Feminazi" and "Gender Ideology" Concepts on Twitter. *Sociální studia / Social Studies*, 18(2), 49-66. <https://doi.org/10.5817/SOC2021-2-49>
- Pando, T., Cangalaya-Sevillano, L., Herrera, Z., y Cabrejos, R. (2022). Liderazgo y empoderamiento en las mujeres empresarias en el Perú. *Revista De Ciencias Sociales*, 28, 234-245. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38159>
- Pengpid, S., y Peltzer, K. (2023). Combined victimization of face-to-face and cyberbullying and adverse health outcomes among school-age adolescents in Argentina. *Psychology, health & medicine*, 28(8), 2261-2272. <https://doi.org/10.1080/13548506.2022.2147556>
- Rodríguez, C. (9 de noviembre de 2022). *Siete de 10 mujeres temen salir a las calles a nivel nacional: IMM*. La voz de Durango. Recuperado el 12 de abril de 2024. <https://goo.su/611PF39>
- Romero, E. (2021). La mujer trae armonía: una aproximación a las representaciones de los roles de la mujer a través de los sellos postales chilenos (1964-1995). *Autoctonía. Revista Ciencias Sociales e Historia*, 5(2), 317-336. <https://doi.org/10.23854/autoc.v5i2.205>
- Sangeethapriya, R., y Akilandeswari, J. (2024). Classification of cyberbullying messages using text, image and audio in social networks: a deep learning approach. *Multimedia Tools and Applications*, 83(1), 2237-2266. <https://doi.org/10.1007/s11042-023-15538-z>
- Sepúlveda, P. (22 de enero de 2019). *¿Por qué la calle es un lugar peligroso para las mujeres?* La Tercera. Recuperado el 9 de abril de 2024. <https://goo.su/TDPqVm>
- Silva, J., y Menoya, S. (2021). El derecho de la mujer trabajadora a la maternidad en Cuba: Reflexiones desde la perspectiva de la equidad de género: (The right of working women to maternity in Cuba: Reflections from a gender equality perspective). *Oñati Socio-Legal Series*, 11(3), 883-906. <https://doi.org/10.35295/osls.iisl/0000-0000-0000-1184>
- Sofyan, Y., Shang, Y., y Pan, Y. (2024). Social media knowledge seeking, diversive curiosity, and flow experience: moderated mediation of performance goal orientation. *Curr Psychol* 43, 7731-7744. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04933-2>

-
- Sosa, A., Galarza, E., y Ranea-Triviño, B. (2024). Percepciones, experiencias y posicionamientos sobre la violencia de género en las redes sociales. Resultados de una encuesta a la juventud andaluza. *Comunicación Y Sociedad*, 1-25. <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8676>
- Turman, E. (2019). Of Men and [Mountain]Tops: Black Women, Martin Luther King Jr., and the Ethics and Aesthetics of Invisibility in the Movement for Black Lives. *Journal of the Society of Christian Ethics*, 39(1), 57-73. <https://doi.org/10.5840/jsce20194157>
- Xu, Z., y Xu, Q. (2023). Students' Psychological State, Creative Development, and Music Appreciation: The Influence of Different Musical Act Modes (Exemplified by a Video Clip, an Audio Recording, and a Video Concert). *z*(6), 3001–3017. <https://doi.org/10.1007/s10936-023-10035-8>
- Zou, W., Purington, A., Masur, P., Whitlock, J., y Bazarova, N. (2024). Examining learners' engagement patterns and knowledge outcome in an experiential learning intervention for youth's social media literacy. *Computers & Education*, 216. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2024.105046>

Una aproximación a la divulgación de la ciencia en Bolivia

Teresa Avila Alba

Boliviana, Master en Ciencia. Centro de Investigación en Ciencias Sociales, Universidad Católica Boliviana.

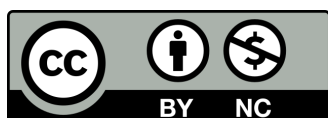
Código de registro ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8062-3344>

Luis Camilo Kunstek Salinas

Boliviano, Doctor. Gestor Académico de Proyectos Nacionales. Universidad Católica Boliviana.

Código de registro ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5364-4972>

Los autores declaran no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Avila, T. y Kunstek-Salinas, L. (2025). *Una aproximación a la divulgación de la ciencia en Bolivia*. Punto Cero, año 30 n°50, Junio 2025. Pp 137-150. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Sede Cochabamba.

Resumen

El presente ensayo busca realizar una aproximación a la divulgación de la ciencia en Bolivia con la finalidad de ampliar su conocimiento y comprensión. En la normativa vigente se hace referencia a la cultura científica, la comunicación de la ciencia, la divulgación de la ciencia, la popularización de la ciencia, la apropiación de la ciencia y el dialogo de saberes. La entidad gubernamental encargada de gestionar la comunicación y la divulgación de la ciencia es el Viceministerio de Ciencia y Tecnología, dependiente del Ministerio de Planificación del Desarrollo. En el país se cuenta con museos, observatorios, centros interactivos, parques, agrupaciones ciudadanas, universidades e instituciones de ciencia y tecnología, que exhiben una variedad de iniciativas y aplican estrategias innovadoras para divulgar ciencia. No obstante, se identifican desafíos significativos, como la dispersión terminológica, la falta de coordinación y financiamiento continuo, y una prevalencia del modelo unidireccional del déficit en la comunicación, siendo crucial un proceso de análisis y coordinación para aprovechar plenamente el potencial de la divulgación de la ciencia en el desarrollo nacional.

Abstract

This essay explores science communication in Bolivia with the goal of expanding public knowledge and understanding of the topic. It incorporates references to scientific culture, science communication, popularization of science, the appropriation of science, and the dialogue of knowledge, as reflected in current regulations. The government body responsible for managing science communication is the Viceministerio de Ciencia y Tecnología, under the Ministerio de Planificación del Desarrollo. The country hosts museums, observatories, interactive centers, parks, citizen groups, universities, and science and technology institutions that showcase a range of initiatives and employ innovative strategies for science outreach. However, significant challenges remain, including terminological inconsistencies, lack of coordination and sustained funding, and the predominance of a unidirectional communication deficit model. A process of analysis and coordination is therefore crucial to fully harness the potential of science outreach for national development.

Palabras clave: divulgación, comunicación, ciencia

Keywords: divulgation, communication, science

1. Introducción

La práctica de poner resultados científicos en un lenguaje accesible a público no experto tiene una larga historia. En 1632 Galileo Galilei se esforzó por divulgar sus descubrimientos sobre los modelos del universo ptolemaico (centrado en la Tierra) y copernicano (centrado en el Sol), utilizando un diálogo entre tres personajes. Este diálogo fue escrito en italiano y no en latín, que en ese momento constituía el idioma del saber científico, con la finalidad de que pueda ser leído por un público amplio.

En los siglos posteriores, las actividades de divulgación continuaron expandiéndose, y hacia el siglo XIX se intensificaron a nivel global. En América Latina, al igual que en otras regiones del mundo, fueron los propios investigadores quienes divulgaron sus hallazgos, con el objetivo de consolidar su legitimidad profesional y establecer vínculos con la comunidad científica (Massarani, 2018).

El surgimiento de la divulgación de la ciencia como campo de estudio data de un período mucho más reciente, según Trench & Bucchi (2010), ocurrió durante los últimos 20 a 30 años. Gascoigne et al. (2020) mencionan que entre las décadas de 1970 y 1990, la comunicación científica experimentó un proceso de institucionalización y consolidación como necesidad social. Este período se distinguió por la creación de centros interactivos, nuevas ofertas académicas, publicaciones especializadas, asociaciones profesionales y programas orientados a la participación pública.

Varios términos se han utilizado para describir el campo del conocimiento, práctico y académico, que vincula ciencia y sociedad. Esta dispersión de términos fue observada por Gascoigne et al. (2020) en una compilación de datos de 39 países y también por Rocha & Massarani (2017), en un análisis de 609 artículos académicos sobre divulgación de la ciencia escritos por latinoamericanos y/o con estudios realizados en América Latina. Según Fernández et al. (2015), uno de los principales desafíos metodológicos al iniciar una investigación en este campo radica en la heterogeneidad de términos y enfoques, así como en la ausencia de una definición consensuada a nivel internacional y de un consenso académico acerca de su abordaje.

El presente documento se enfoca en la divulgación de la ciencia, entendida como: “una labor multidisciplinaria cuyo objetivo es comunicar utilizando una diversidad de medios, el conocimiento científico a distintos públicos voluntarios, recreando ese conocimiento con fidelidad y contextualizándolo para hacerlo accesible” (Sánchez-Mora, 2002, p. 306). Algo que caracteriza a la divulgación de la ciencia es que la información científica está dirigida a la sociedad, a un público no experto, un público que no es especialista en temas científicos. De acuerdo con el propósito buscado, se puede divulgar conocimientos científicos a través de una diversidad de medios y formatos, también se pueden realizar combinaciones, lo cual permite reforzar el discurso y llegar a un público más amplio.

El presente ensayo propone una aproximación descriptiva a la divulgación científica en Bolivia, con el propósito de contribuir al conocimiento y a la comprensión de sus características, alcances y desafíos. A partir de una revisión documental, el análisis de contenidos en páginas web institucionales, entrevistas y colaboraciones con actores clave (codificados por razones de confidencialidad), se busca ofrecer una base que contribuya a futuras reflexiones, debates y acciones orientadas al fortalecimiento de la divulgación de la ciencia en el país. Las experiencias e instituciones consideradas en el presente documento constituyen una muestra representativa, aunque no exhaustiva, que permite realizar una aproximación inicial al panorama de la divulgación científica en el país.

2. Desarrollo

Este capítulo presenta de manera exploratoria, un panorama general de la divulgación científica en Bolivia, a través de la normativa vigente, las instituciones relacionadas y algunas experiencias institucionales relevantes.

2.1. Normativa vigente y ámbito institucional

La Constitución Política del Estado en su Artículo 103, menciona a la divulgación como uno de los elementos para fortalecer la base productiva e impulsar el desarrollo integral de la sociedad. El Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación del Ministerio de Educación, señala que la apropiación social del conocimiento está estrechamente vinculada al proceso mediante el cual la información científica llega a la sociedad, la cual, aun sin familiaridad con temas de ciencia, tecnología e innovación, la adapta a sus necesidades cotidianas. La divulgación de los resultados de la investigación que se realiza, así como la comprensión de los riesgos y beneficios del desarrollo científico-tecnológico, son fundamentales para enfrentar los desafíos del desarrollo del país (Ministerio de Educación, 2013).

En el ámbito institucional, la entidad gubernamental encargada de gestionar la comunicación de la ciencia es el Viceministerio de Ciencia y Tecnología (VCyT), que pasó a ser dependiente del Ministerio de Planificación del Desarrollo a partir del 6 de enero de 2023 (Decreto Supremo No 4857), ya que anteriormente se encontraba bajo la tutela del Ministerio de Educación. El VCyT desarrolló sus actividades en procura de consolidar el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología desde el Ministerio de Educación, articulando la oferta y la demanda de investigación; promoviendo la educación en ciencias; el acceso a recursos de información científica; e incursionando en el diálogo intercientífico entre los saberes y conocimientos ancestrales y la ciencia moderna.

La Red Nacional de Investigación Científica y Tecnológica en Comunicación, Ciencia y Cultura dependiente del VCyT, ha promovido la comunicación pública de la ciencia a través de la divulgación y popularización del conocimiento. La red ha centrado sus esfuerzos en la realización de seminarios, facilitando así el desarrollo de habilidades en comunicadores e investigadores dedicados a la divulgación científica (Ministerio de Educación, 2017).

El Ministerio de Educación, con financiamiento de la UNESCO, implementó el proyecto “Campamento Científico Warmistinkuy... cerrando brechas”, dirigido a fomentar capacidades científicas en adolescentes mujeres del nivel secundario del Subsistema de Educación Regular y reducir la desigualdad de género, desafiando estereotipos históricos sobre el papel de la mujer en la ciencia (Ministerio de Educación, 2021).

Dentro de las actividades que el VCyT está desarrollando, como parte del Ministerio de Planificación del Desarrollo, se encuentran el Premio Plurinacional de Ciencia y Tecnología, que es un reconocimiento al trabajo de investigadores y tecnólogos de diversas universidades e instituciones públicas y privadas del país, cuyos resultados contribuyen al desarrollo y fortalecimiento de la ciencia y la tecnología. El Fondo de Fomento al Desarrollo de Ciencia y Tecnología (FONDECyT), creado mediante el Decreto Supremo N.º 5008 (30 de agosto 2023), financia proyectos de investigación en universidades públicas, orientados a la innovación científica y tecnológica, con énfasis en la industrialización y la sustitución de importaciones. El Decreto Supremo N.º 4995 (2 de agosto 2023) autoriza la otorgación de becas de posgrado y cursos de especialización para bolivianas y bolivianos, con el objetivo de fortalecer las capacidades científicas, tecnológicas y productivas del país.

2.2. Instituciones representativas que realizan divulgación científica en Bolivia

En este punto se presenta una selección de experiencias institucionales vinculadas a la divulgación científica en Bolivia, desarrolladas desde museos, observatorios, universidades, centros de ciencia y tecnología, así como organizaciones de la sociedad civil. Cabe señalar que no se ha realizado una síntesis integradora de dichas experiencias; en su lugar, se optó por describirlas de manera individual, con el fin de preservar la especificidad de cada iniciativa y reconocer la diversidad de enfoques, contextos y actores involucrados.

2.2.1. Museos y otros espacios de interacción ciencia-sociedad

En este punto se presenta una muestra representativa de museos de ciencias e historia natural y otros espacios dedicados a acercar el conocimiento a la ciudadanía a través de experiencias educativas, culturales y participativas.

a) Museo Nacional de Historia Natural

Se encuentra ubicado en la ciudad de La Paz. Es una institución pública descentralizada, que se dedica a la investigación, preservación y custodia del patrimonio natural y cultural del Estado Plurinacional de Bolivia, así como a la educación ambiental y paleontológica. Su labor contribuye a la sustentabilidad de los sistemas de vida de la Madre Tierra mediante el manejo de colecciones científicas; la generación y movilización del conocimiento; la preservación de saberes locales y ancestrales; y la educación ambiental. Basada en los principios de integralidad, diálogo de saberes, justicia social y participación plural, promueve especialmente la inclusión de niñas y mujeres en la ciencia para reducir desigualdades persistentes (<https://mnhn.gob.bo/>).

Los espacios museográficos se conciben como lugares de aprendizaje y recreación donde los visitantes pueden profundizar en el conocimiento de la biodiversidad boliviana, pasada y presente. Estas experiencias se enriquecen mediante exhibiciones interdisciplinarias que integran paleontología, botánica y zoología, junto con expresiones artísticas y tecnologías interactivas en 3D. Asimismo, se desarrollan materiales de divulgación en idiomas nativos e internacionales (Massarani et al., 2023).

b) Espacio Interactivo Memoria y Futuro Pipiripi

Asociado al Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, se presenta como un espacio interactivo diseñado para fomentar el diálogo intercultural entre los habitantes de la ciudad. Este museo busca despertar la curiosidad; incentivar la exploración; promover el juego y la lectura; estimular la reflexión y el conocimiento científico; así como potenciar la creatividad y la interacción con el entorno natural, cultural y social. Sus exposiciones y actividades se organizan en torno a cuatro ejes temáticos principales: Territorio, Patrimonio, Habitante y La Paz en el mundo. Al participar, niñas, niños, jóvenes y familias se involucran físicamente, desarrollan habilidades psicomotrices y fortalecen la integración social. El espacio organiza talleres en arcilla, pintura, reciclaje y otras actividades, con el objetivo de fomentar la creatividad y el descubrimiento (Massarani et al., 2023).

c) Museo de Historia Natural Alcide d'Orbigny

Ubicado en la ciudad de Cochabamba, el museo es una institución científica descentralizada, dedicada a la investigación, conservación y difusión de las ciencias naturales. Funciona bajo la tutela de la Universidad Mayor de San Simón, la Fundación para las Ciencias y el Gobierno Autónomo Municipal de Cochabamba. Su labor principal es la investigación científica, que abarca desde la expedición hasta la clasificación de objetos mediante datos de historia natural y paleontología. En materia de conservación, resguarda unas 18.000 piezas fósiles, de las cuales solo una selección representativa de 170 ejemplares es expuesta al público. El museo cuenta con un fósil de *Sacabambaspis janvieri* que es el primer pez fósil encontrado en Sudamérica.

El museo desempeña un papel fundamental en la formación de niñas, niños, jóvenes y estudiantes universitarios, mediante iniciativas como el proyecto "El museo va al colegio" articulado con la currícula escolar, y programas de voluntariado, estancias formativas y apoyo a tesis de grado y posgrado. Asimismo, organiza exposiciones temporales en coordinación con instituciones científicas públicas y privadas, y promueve la divulgación científica a través de su página web, redes sociales y el acompañamiento a periodistas interesados en temáticas de ciencias naturales (Entrevista E02, diciembre 2024).

En el museo opera el Centro K'ayra, dedicado a la investigación y conservación de anfibios amenazados en Bolivia, conocido por albergar a las ranas Romeo y Julieta. El centro desarrolla actividades de extensión orientadas a la capacitación, concientización, educación y divulgación, mediante la producción de contenidos multimedia y colaboraciones con medios de comunicación (<http://museodorbigny.org>).

d) Museo Arqueológico

Perteneciente a la Universidad Mayor de San Simón, se destaca como institución académica y cultural por excelencia. A lo largo de su trayectoria, el museo ha aportado significativamente al entendimiento de la historia y la diversidad cultural de Cochabamba, utilizando datos proporcionados por la arqueología, y como un espacio de interacción entre diversas identidades desde tiempos ancestrales. En este marco, el museo se dedica a investigar, preservar, gestionar, proteger y difundir el patrimonio cultural, al tiempo que desarrolla, regula y ejecuta proyectos de formación e investigación con un enfoque multi e interdisciplinario en torno a temas culturales, identitarios y patrimoniales (Massarani et al., 2023).

Cuenta con tres salas de exposición permanente: Paleontológica, Arqueológica y Etnográfica. Periódicamente presenta exposiciones temporales sobre diversas temáticas. Otro de los servicios importantes que ofrece, consiste en la atención a grupos estudiantiles, a través de programas multipedagógicos del museo interactivo "Puente de comunicación a las culturas" (<https://museo.umss.edu.bo/>).

e) Museo de Historia Natural Noel Kempff Mercado

Fundado en 1986, forma parte de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno de Santa Cruz. Es una institución científica y de interacción social, cuyo lema es promover la investigación para contribuir al conocimiento y la conservación de la biodiversidad.

Su estructura está organizada en siete áreas principales: botánica, zoología de invertebrados, zoología de vertebrados, paleontología, limnología, geografía y educación ambiental. Alberga colecciones científicas que registran el patrimonio natural, incluyendo flora y fauna tanto contemporánea como del pasado, con más de un millón de especímenes catalogados.

El museo cuenta con una biblioteca especializada en biodiversidad y medioambiente, de acceso gratuito. La sala de exhibición de biodiversidad recibe visitas de estudiantes y público en general, quienes pueden disfrutar de exposiciones sobre plantas, animales y fósiles, con un enfoque especial en el oriente boliviano. Además, se ofrecen visitas guiadas interactivas diseñadas según las necesidades y edades de los participantes, promoviendo la reflexión, el aprendizaje y la motivación hacia la preservación del patrimonio natural (Massarani et al., 2023; <https://museonoelkempff.org/museo>).

f) Museo de la Biodiversidad CIBIOMA en Beni

El Museo del Centro de Investigaciones en Biodiversidad y Medio Ambiente (CIBIOMA) se dedica a difundir información general sobre la biodiversidad del departamento del Beni. Su propósito es informar, educar y sensibilizar al público mediante una variedad de espacios y actividades relacionadas con la conservación del medio ambiente y la diversidad biológica. Entre sus principales atractivos se encuentra un área enfocada en especies endémicas y emblemáticas, que se amplía constantemente e incluye muestras de flora y fauna. Cuenta con una zona equipada con lupas y estereomicroscopios, y una sala destinada a la proyección de documentales y el uso de materiales didácticos, permitiendo un análisis detallado del entorno natural a través de exposiciones permanentes, temporales e itinerantes (Massarani et al., 2023; <https://www.cibioma.edu.bo/museo.htm>).

g) Museo Nacional Paleontológico Arqueológico

El museo es una institución pública dependiente de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho de Tarija, dedicada a la investigación, conservación y gestión del patrimonio paleontológico y arqueológico de Bolivia. También promueve la educación no formal y la difusión cultural y social a través del acceso al conocimiento y al entretenimiento por parte de la comunidad.

Sus colecciones científicas y la información generada son pilares esenciales para ampliar el entendimiento sobre la megafauna de mamíferos vertebrados del Cuaternario, así como de fósiles significativos de vertebrados del Paleozoico y el Mesozoico. Entre los archivos y piezas del museo está registrada una importante época que coincide con la extinción de la megafauna americana, unos 8.000 a 10.000 años atrás. (Massarani et al., 2023). El museo también exhibe restos del Hombre de San Luis, los restos humanos más antiguos de Bolivia con más de 7.600 años de antigüedad (<https://www.uajms.edu.bo/extension-universitaria/museo-paleontologico-y-arqueologico/>).

h) Observatorio Astronómico Nacional

El observatorio está ubicado en Tarija. Fue fundado en 1982 con el objetivo principal de elaborar catálogos estelares del hemisferio sur, que fueron también utilizados por observatorios internacionales. Entre sus objetivos se encuentra la investigación científica y la observación astronómica. En un principio el observatorio solo realizaba investigación, posteriormente, comenzaron a realizar enseñanza, difusión y divulgación, para lo cual se adquirieron nuevos equipos adaptados a estas actividades. Estos equipos también son utilizados para realizar observaciones en lugares públicos.

Con el fin de poder compartir conocimientos astronómicos durante todo el año, incluso en días nublados, cuentan con un planetario. Este es utilizado con fines de enseñanza y divulgación de la astronomía, ya que se puede simular el cielo todo el año, como en un teatro espacial. Esta simulación del cielo puede ser del momento actual o del pasado. El observatorio publica un boletín digital, el cual se envía por mail y se publica en las redes sociales y en la página web de la Universidad Autónoma Juan Miguel Saracho (Entrevista E05, diciembre 2024).

i) Bioparque Municipal Vesty Pakos

Antes Zoológico Municipal de La Paz, el Bioparque es una institución establecida para la custodia de fauna silvestre. Su designación como Bioparque implicó recrear los entornos naturales de las especies albergadas, en su mayoría de la región andina, con el propósito de educar y sensibilizar a los visitantes sobre la biodiversidad boliviana y las amenazas que enfrenta, como la pérdida de hábitat y el tráfico ilegal, entre otros.

Ubicado dentro del área protegida del Parque Nacional Mallasa, el Bioparque contribuye a la conservación de la flora y fauna representativas del valle de La Paz. Actualmente, resguarda más de 500 ejemplares de al menos 76 especies, que incluyen mamíferos, aves y reptiles, la mayoría provenientes del tráfico ilegal y algunas de iniciativas para preservar especies en peligro. Además, cuenta con un túnel destinado a exposiciones educativas temporales (Massarani et al., 2023).

2.2.2. Universidad Mayor de San Andrés (UMSA)

La universidad ha reconocido la importancia de la comunicación de la ciencia, por lo cual realiza variadas actividades a través del Departamento de Investigación, Posgrado e Interacción Social (DIPGIS). Una de estas actividades es la publicación del Boletín Comunicando Ciencia donde se comparten noticias sobre investigaciones y logros científicos de la universidad, dirigido a un público amplio. Se tiene la versión de Comunicando Ciencia en formato podcast que se transmite por la radio *on line* de la

universidad y mediante Spotify. Comunicando Ciencia está también disponible a través de la televisión universitaria y videos que se comparten en un canal de YouTube (<https://www.youtube.com/@dipgisUMSA>) (Entrevista E01, octubre 2023).

La DIPGIS ha publicado los libros Potencial Científico Tecnológico de la UMSA, los cuales muestran las actividades científicas – tecnológicas y los resultados de los proyectos de investigación y desarrollo generados en la universidad; así como información sobre la producción científica de los docentes investigadores (<https://dipgis.umsa.bo/>).

2.2.3. Agrupaciones ciudadanas

A continuación, se explican dos ejemplos ilustrativos de las diferentes experiencias que existen en el país.

a) Fundación Astronomía Sigma Octante (ASO)

La ASO ha realizado importantes aportes al conocimiento científico por más de 30 años, con datos que se envían a diferentes centros científicos a nivel mundial. Una parte muy importante de las actividades que realizan es la divulgación. Según la entrevista codificada como E03:

Apenas se empieza a aprender sobre astronomía te enriquece mucho y ves todo de diferente manera, como que te vuelves más humilde, hasta más humano, porque comprendes dónde estamos en el universo. Como eso es algo que hace tanto bien a nivel personal y espiritual, lo primero que se quiere es compartirlo con la esperanza de que también le haga el mismo bien a todas las personas.

Se llevan a cabo cursos y talleres de astronomía básica que parten de los conocimientos previos del público, con el objetivo de profundizar en ellos. Además, se realizan observaciones astronómicas públicas, tanto de forma independiente como en coordinación con diversas instituciones. Estas actividades son evaluadas periódicamente para su mejora. Asimismo, se publica mensualmente un boletín dirigido a un público general, que informa sobre los eventos astronómicos visibles durante el periodo (Entrevista E03, diciembre 2024).

b) Ciencia Ciudadana Bolivia, iniciativa de Wildlife Conservation Society (WCS)

La ciencia ciudadana en temas medioambientales busca integrar a personas sin formación científica en actividades de recolección de datos sobre especies y ecosistemas. Esta participación fortalece el vínculo entre la ciudadanía y la naturaleza, al tiempo que aporta datos valiosos para la investigación científica. Asimismo, favorece procesos de aprendizaje, el desarrollo de competencias científicas y la adopción de actitudes responsables hacia el medio ambiente.

El City Nature Challenge es una iniciativa internacional de ciencia ciudadana orientado a conectar a las personas que viven en zonas urbanas con la naturaleza que las rodea. Utilizando la plataforma iNaturalist, los participantes documentan la biodiversidad presente en sus ciudades, fomentando así el reconocimiento y la apreciación del entorno natural local.

En la edición 2024, la región metropolitana de La Paz participando entre más de 600 ciudades a nivel mundial, bajo el nombre de Reto Ciudad Naturaleza La Paz, destacó por tercer año consecutivo. El histórico tricampeonato de La Paz resalta el esfuerzo conjunto y la determinación de su ciudadanía para conocer y conservar su biodiversidad (Álvarez-Portugal, 2025).

2.2.4. Instituciones que producen conocimiento científico y tecnológico

En el país existen instituciones que producen conocimiento científico y tecnológico y que también realizan divulgación de la ciencia, de las cuales, para el presente ensayo se han tomado cinco ejemplos representativos.

a) Centro de Investigaciones Fitoecogenéticas de Pairumani

A pesar de que la institución ya no está en funcionamiento, fue incluida por su carácter pionero en el uso de recursos lúdicos en la divulgación y educación sobre temas agrícolas.

En Bolivia, la conservación de los recursos genéticos recae principalmente en profesionales del área, pese a que su deterioro afecta a toda la sociedad, por lo que es fundamental fomentar una mayor participación ciudadana (Céspedes *et al.*, 2014). Se elaboraron materiales didácticos enfocados en divulgación, consistentes en un cuento con una semilla de maíz llamada Qhunu como protagonista y un juego de dominó. Estos podían ser utilizados en aula, pero también en diferentes tipos de agrupaciones, incluyendo grupos familiares. La aplicación se llevó a cabo en Cochabamba y Santa Cruz, con la participación de aproximadamente 200 docentes de zonas rurales y urbanas, 400 estudiantes de manera directa y unos 5.000 de manera indirecta (Céspedes *et al.*, 2014).

Los estudiantes exhibieron en ferias los variados materiales elaborados por ellos, incluyendo: cuentos, poesías, juegos, muestras de semillas y maquetas, así como presentaciones sobre cultivos y procesamiento agrícola. Asimismo, se realizaron actividades culturales como canciones, bailes, títeres y dramatizaciones relacionadas con Qhunu, los recursos genéticos y el germoplasma. Las ferias también incluyeron la presentación de comidas tradicionales elaboradas con productos nativos, con el propósito de rescatar y valorar alimentos que están siendo olvidados o desplazados (Céspedes *et al.*, 2011).

b) Fundación PROINPA

El creciente uso de agroquímicos ha suscitado inquietudes sobre sus efectos en la salud y el medio ambiente. En respuesta, la Fundación McKnight, mediante su programa de Colaboración Global para la Resiliencia de los Sistemas Alimentarios, impulsó un estudio en Bolivia, Perú y Ecuador para evaluar la responsabilidad de los vendedores, en la calidad de las recomendaciones ofrecidas a los agricultores.

Los resultados de estas investigaciones suelen limitarse al ámbito académico, restringiendo su influencia en políticas y prácticas agrícolas. Para superar esta barrera, las fundaciones PROINPA y AGRECOL Andes, implementaron una experiencia piloto de divulgación mediante creadores de contenido en plataformas digitales como TikTok y YouTube, buscando simplificar y ampliar el acceso a los resultados.

La colaboración con influencers presentó desafíos vinculados a su disponibilidad y a la necesidad de preservar la espontaneidad de sus contenidos, lo que dificultó el uso de guiones técnicamente rigurosos. Para garantizar la precisión científica sin perder claridad, se seleccionó un creador de contenido con capacidad para comunicar temas complejos de una manera accesible y con rigor científico, dispuesto a colaborar en estrecha coordinación con el equipo de investigación. El material producido, adaptado a plataformas como YouTube y TikTok, facilitó la incorporación de otros creadores y esto amplió la divulgación del tema. Para superar limitaciones tecnológicas en zonas rurales, los videos se difundieron en formatos ligeros vía WhatsApp, complementados con talleres presenciales que tuvieron buena acogida entre agricultores, docentes y familias.

Las redes sociales y la colaboración con creadores de contenido, resultaron ser herramientas clave para ampliar el alcance de mensajes complejos, garantizando claridad comunicativa sin sacrificar el rigor científico (Entrevista E04, diciembre 2024 y colaboración C01, diciembre 2024).

c) Programa para la Conservación de los Murciélagos de Bolivia (PCMB)

Horacio y sus aventuras son parte del material educativo y divulgativo producido por el PCMB, que por medio de su pilar educativo busca concienciar a las personas acerca de la importancia de los murciélagos, de manera que puedan disminuir sus miedos y contribuir a su conservación. A la fecha, se han publicado tres cuentos de Horacio: Las aventuras

de Horacio, Horacio y la espada mágica, y Horacio y el murciélago oro. Estos cuentos buscan mostrar la diversidad de murciélagos existentes; sus funciones en el ambiente; los problemas que existen para su conservación; y murciélagos amenazados y endémicos.

Horacio es un murciélago insectívoro (*Histiotus montanus*) que por medio de su habilidad para volar recorre diferentes ambientes maravillándose de estos, así como de los otros tipos de murciélagos que va descubriendo mientras viaja. A partir de los cuentos, se realizaron presentaciones virtuales, adaptaciones en teatro, títeres y peluches que han utilizado a Horacio como símbolo de varias actividades dirigidas a niñas y niños hasta los 10 años. Las actividades desarrolladas, como cuenta cuentos, talleres en escuelas, presentaciones teatrales y otras, han reunido a más de 3.000 participantes en diferentes departamentos de Bolivia y en espacios internacionales. Horacio es reconocido como mascota oficial del PCMB por la Red Latinoamericana y del Caribe para la Conservación de los Murciélagos (RELCOM) y se ha convertido en el símbolo del PCMB en actividades educativas y de divulgación realizadas para niñas y niños (Colaboración C02, diciembre 2024).

d) Centro de Investigación en Ciencias Exactas e Ingenierías (CICEI), Universidad Católica Boliviana

La Maica se encuentra en una zona periurbana de la ciudad de Cochabamba, donde los problemas de calidad del agua impactan directamente en la salud y economía de sus habitantes. En el marco del estudio de investigación “Agua y Vida de la Maica”, llevado a cabo por el CICEI y el Subproyecto 2 del Proyecto CReA de la Universidad Católica Boliviana, con el apoyo de VLIR-UOS, se realizaron materiales de divulgación científica en colaboración con la Unidad Educativa “Bolivia B” de la Maica Quenamari, basándose en el manual “Kit de análisis de agua de riego a bajo costo”.

Se comenzó con un diagnóstico que permitió profundizar en las necesidades y conocimientos de los estudiantes participantes. La perspectiva ofrecida por los estudiantes fue fundamental para plantear los recursos propuestos y dirigir el trabajo hacia lo lúdico, con el fin de separar lo “aburrido” de la ciencia y acercarla al entretenimiento que da paso a la curiosidad.

Se realizaron talleres audiovisuales para capacitar a los estudiantes, quienes participaron activamente en todas las etapas del desarrollo y la producción colaborativa de videos divulgativos y el diseño de un juego de mesa “Doña Maica en acción: reto agua para el huerto”.

La transmisión del conocimiento científico del manual “Kit de análisis de agua de riego a bajo costo” a través de productos co-creados, participativos y lúdicos cobró un sentido práctico y transformador (Colaboración C03, julio 2024).

e) Instituto para el Desarrollo Rural de Sudamérica (IPDRS)

Es una iniciativa de la sociedad civil que nació en el año 2009 para promover enlaces, sinergias y acciones de desarrollo rural de base campesina indígena de la región sudamericana. El proyecto Andes Agroecológicos forma parte del IPDRS en alianza con la Fundación McKnight.

El proyecto acercó a un grupo de destacados creadores de contenido de Bolivia, Perú y Ecuador, a las comunidades agroecológicas de los Andes, permitiéndoles experimentar y comprender los desafíos y logros de los productores locales. El propósito fue que con sus contenidos contribuyan a visibilizar las experiencias y los aprendizajes adquiridos. De esta manera, Andes Agroecológicos no solo busca difundir la agroecología, sino también fortalecer el vínculo entre la producción rural y el mundo digital (<https://ipdrs.org/proyecto-andes-agroecologicos/>).

Los creadores de contenido realizaron viajes a los tres países, comenzando cada viaje con una conferencia de prensa, seguida de visitas a campo de productores, ferias y centros de investigación. El primer viaje a Bolivia fue como aterrizar en la agroecología, lo que se reflejó en sus videos, donde repitieron lo que escucharon, con actitud seria y por ende resultaron poco virales. En el segundo viaje a Perú, adquirieron mayor confianza y comenzaron a mostrar su estilo de comunicación propio y característico, incorporando un lenguaje más cercano y humorístico. Además, aumentó la interacción entre ellos, lo que potenció su presencia y alcance en redes sociales. Después del segundo viaje, los creadores de contenido pidieron formar parte del proceso de manera práctica.

En el último viaje a Ecuador, los influecers participaron activamente en las actividades agrícolas, ejecutando tareas desde la producción hasta la venta de los productos, lo que fortaleció su comprensión y discurso sobre la importancia de consumir productos agroecológicos, reflejándose de manera notable en sus videos. En las últimas reflexiones manifestaron: “ahora sí sé lo que es la agroecología, ahora sí puedo hablar de agroecología” (Entrevista E06, julio 2025).

3) Discusión: una mirada reflexiva sobre el marco normativo, institucional y las experiencias presentadas

Lo primero que se observó, fue que en Bolivia se manejan una serie de denominaciones diferentes para hacer referencia a la interfaz entre ciencia y sociedad. Tanto en la normativa como en la práctica de actividades relacionadas con la comunicación de los conocimientos científicos, se mencionan: cultura científica, comunicación de la ciencia, comunicación científica, divulgación de la ciencia, popularización de la ciencia, apropiación de la ciencia, dialogo de saberes y difusión, siendo la más utilizada divulgación de la ciencia. Esto concuerda con lo encontrado por Rocha & Massarani (2017), en un análisis de 609 artículos académicos en Latinoamérica o escritos por latinoamericanos, donde en el 62,8% de ellos, se utilizaba el término divulgación de la ciencia. La dispersión de términos también fue observada en otros países por Gascoigne et al. (2020) y Rocha & Massarani (2017).

Algo que también se ha podido evidenciar es que algunos términos y conceptos no concuerdan con el lenguaje y precisión que se utilizan a nivel internacional, dificultando el dialogo en espacios académicos y de gestión. De igual manera, no se visualiza en el país un consenso acerca de cómo abordar la divulgación de la ciencia, lo cual corrobora lo observado por Fernández et al. (2015).

A pesar de que en la normativa se hace referencia a ese diálogo entre ciencia y sociedad, sin embargo, todavía se tiene necesidad de mecanismos, lineamientos y planes de acción que permitan materializar los planteamientos teóricos mencionados. Según Patiño-Barba et al. (2017), en América Latina, la promoción de la cultura científica ha logrado insertarse en algunos casos, y aumentar su prioridad en otros, en las agendas de los Organismos Nacionales de Ciencia y Tecnología, los cuales han puesto en marcha diversos instrumentos, políticas o acciones para promover la cultura científica.

La capacitación y los espacios de encuentro entre personas que trabajan en la temática, dependen del financiamiento, lo cual limita la capacitación continua y además no permite fortalecer el relacionamiento e intercambio de experiencias. Al no tener conocimiento sobre lo que se realiza en el país, ni quienes realizan las actividades, estas son dispersas y no generan el impacto deseado. No se tiene una red, una agrupación o asociación a nivel nacional que aglutine a los involucrados con la temática y que constituya una plataforma de análisis, lo cual repercute en que las personas que realizan divulgación de la ciencia lo hagan de manera aislada, no sistemática y no puedan aprender de las experiencias de los otros. Se observa también una escasa coordinación entre las actividades que realizan el sector público, la universidad y el sector privado. Patiño et al. (2017) mencionan al respecto, que las actividades de divulgación de la ciencia, de una manera general, aún están lejos de ser sistemáticas y cotidianas en la vida de los latinoamericanos.

En el país se cuenta con esfuerzos variados e importantes que aportan a fortalecer la relación entre ciencia y sociedad. Se tienen museos de ciencia y tecnología, parques temáticos, observatorios astronómicos y áreas protegidas que realizan actividades de divulgación de la ciencia con la finalidad de sensibilizar y educar. Estas actividades pueden ser permanentes, realizadas por personal de la institución, y también se observan actividades temporales, realizadas por personal eventual o en formación. Algunos de estos centros han implementado infraestructura y equipamiento para actividades de divulgación propiamente. Sin embargo, uno de los mayores problemas que enfrentan es la falta de recursos para realizar estas actividades de manera continua y sistemática. Con relación a esto, Massarani (2018) explica que en América Latina se observan muchas acciones diversas en divulgación de la ciencia, pero en muchos casos estas acciones no son ofrecidas de forma sistemática, no hay un plan estratégico ni recursos financieros y humanos suficientes y hay todavía muchos sectores de la sociedad no incluidos en las acciones.

En universidades, centros de investigación, centros de producción científica y de desarrollo, se muestran innovadoras prácticas de divulgación científica. Se han producido: cuentos, juegos, podcasts, canciones, poesías, títeres, teatro, programas de radio y televisión, videos y actualmente se ha comenzado a divulgar a través de creadores de contenido. Vale la pena resaltar la experiencia de la UMSA que aplica la comunicación de la ciencia en forma de una estrategia comunicativa, utilizando varios formatos y plataformas, lo cual permite reforzar los conocimientos y ampliar su audiencia.

La mayoría de estas actividades han sido promovidas, diseñadas y llevadas a la práctica por científicos que han reconocido la importancia de poner los resultados de sus investigaciones en un lenguaje accesible para público no experto. Se debe destacar que estas actividades divulgativas se realizan como una parte adicional a sus numerosas ocupaciones y responsabilidades como científico. Se ha evidenciado también, que estas actividades se realizan generalmente sin un estudio previo del público al que van dirigidas y no cuentan con mecanismos de evaluación y retroalimentación, situaciones que fueron observadas, igualmente, en otros países de Latinoamérica por Patiño-Barba et al. (2017). Es importante destacar algunos aspectos significativos de las experiencias: la Fundación ASO y el Museo de Historia Natural Alcide d'Orbigny han mencionado mecanismos de evaluación de sus actividades; la experiencia del CICEI de la Universidad Católica Boliviana sobre la co-creación de materiales de divulgación; y la cooperación entre instituciones e incluso entre países, para realizar actividades de divulgación, tales como los observados en la Fundación PROINPA, la Fundación AGRECOL Andes, el IPDRS y la Fundación ASO. Sin embargo, se asume que existen más experiencias como estas en las instituciones y no se han mencionado en las entrevistas o en los documentos.

En la realización de actividades de divulgación científica en el país, se advierte voluntariado, sobre todo de estudiantes, pasantes y tesisistas. Las instituciones y los proyectos no cuentan con presupuesto para este fin y tampoco cuentan con comunicadores, lo cual genera debilidades en la frecuencia y continuidad de las actividades. Al respecto, Patiño-Barba et al. (2017) expresaron que solamente en el 8,1% de las instituciones que realizan divulgación de la ciencia en América Latina, las acciones de divulgación estaban realizadas por personal remunerado.

Se ha advertido en las experiencias divulgativas en el país, que tienden a transferir conocimientos científicos de manera unidireccional y asimétrica, en donde el público se encuentra en una posición en la que no puede debatir o estar en desacuerdo. Estas experiencias responden al Modelo del Déficit explicado por Lewenstein (2003), donde el público se considera un deficitario de conocimientos científicos.

Según Zapata (2013), en Bolivia existe mucho por mejorar referente a la comunicación científica. Los esfuerzos por generar y compartir (divulgar, diseminar y difundir) nuevos conocimientos no son pocos, pero son aislados, ello desemboca en una falta de atención por parte de autoridades y de la sociedad en general.

4. Conclusiones

En este apartado se exponen las conclusiones del ensayo con relación al objetivo planteado y sintetizando los hallazgos más relevantes:

La incorporación de la temática en la normativa boliviana indica un reconocimiento formal de su importancia. Esto también se puede observar en el hecho que el Viceministerio de Ciencia y Tecnología, como entidad gubernamental, fomenta el desarrollo de capacidades científicas y reconoce el trabajo de investigadores y tecnólogos que contribuyen al desarrollo del país.

Bolivia cuenta con una diversidad de espacios y actividades divulgativas en museos de ciencia y tecnología, observatorios astronómicos, espacios interactivos, parques ambientales y agrupaciones ciudadanas. En las instituciones de ciencia y tecnología que se mostraron en el presente ensayo, se tienen enfoques divulgativos innovadores, utilizando múltiples formatos y plataformas, lo que permite reforzar el discurso y ampliar la audiencia.

A pesar de los significativos esfuerzos existentes, se enfrentan desafíos estructurales y conceptuales que impiden el máximo impacto de la divulgación de la ciencia en el desarrollo de la ciencia en el país:

- Existe una carencia de mecanismos, lineamientos y planes de acción concretos.
- La necesidad de formación especializada en comunicación y divulgación de la ciencia, la dependencia del financiamiento de la cooperación internacional y la dependencia del voluntariado por limitaciones presupuestarias en las instituciones, afectan la frecuencia y continuidad de los esfuerzos.
- Se observa que no existe un consenso claro sobre cómo abordar la divulgación de la ciencia en el país.
- Las prácticas de comunicación y divulgación científica tienden a una transferencia de conocimientos unidireccional, se realizan sin un estudio previo del público y no cuentan con mecanismos de evaluación o retroalimentación, lo que reduce su efectividad y pertinencia.
- Se observa en las actividades divulgativas poca integración del diálogo de saberes.

Se espera que este ensayo sirva para abrir la puerta a futuras investigaciones y procesos de documentación sobre el tema y también al dialogo, con el propósito de analizar la práctica de la comunicación científica y la divulgación de la ciencia en el país, a fin de aprovechar todo su potencial en el desarrollo científico y tecnológico.

5. Referencias

Álvarez-Portugal D., Flores-Turdera C., Jurado C., Maldonado C., Torrez E., Zambrana E., Hurtado R., Hidalgo M. Rico-Cernohorska A., Rasmussen S., Angulo W. & R. Wallace. (2025). Reto Ciudad Naturaleza La Paz: Informe de resultados 2024. Wildlife Conservation Society (WCS), Instituto de Ecología-UMSA, Museo Nacional de Historia Natural, Herbario Nacional de Bolivia, Colección Boliviana de Fauna, Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

- Céspedes, M., De la Peña, D., Avila, T., Reyes, X., Cardona, L., Choque, A., Coca, N. & Aguirre, Y. (2011). *Desarrollo y aplicación de materiales educativos y de divulgación sobre recursos genéticos y biotecnología*. VIII Simposio Internacional de Recursos Genéticos para América Latina y el Caribe.
- Céspedes, M., Avila, T., Reyes, X., Cardona, L., Montoya, C. & Baudoin, J. (2014). *Material didáctico sobre conservación de recursos genéticos y naturales*. Memoria del Primer Congreso Nacional de Recursos Genéticos de la Agrobiodiversidad. Santa Cruz.
- Fernández, E., Bello, A. & Massarani, L. (2015). *Políticas Públicas e Instrumentos para el Desarrollo de la Cultura Científica en América Latina*. En: RedPOP: 25 años de popularización en América Latina. Ed. Por Massarani, L. 1a ed. RedPOP, UNESCO, Museu da Vida, Casa Oswaldo Cruz, Fiocruz.
- Gascoigne, T., Schiele, B., Leanch, J., Riedlinger, M., Lewenstein, B., Massarani, L. & Broks, P. (2020). *Communicating Science A global perspective*. Australian National University, PRESS.
- Lewenstein, B. (2003). *Models of Public Communication of Science & Technology in Public Understanding of Science*. Departments of Communication and of Science & Technology Studies Cornell University.
- Massarani, L. (2018). Estado del arte de la divulgación de la ciencia en América Latina. *Journal of Science Communication – America Latina* 01(01)(2018)A01.
- Massarani, L., de Souza, M., Patiño-Barba, M.L., Amorin, L., Arantes, R. & Ramalho, M. (2023). *Guía de Centros y Museos de Ciencia en América Latina y el Caribe*. Fiocruz-COC.
- Ministerio de Educación, Estado Plurinacional de Bolivia. (2013). *Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación*.
- Ministerio de Educación. (2017). *Redes Nacionales de Investigación Científica y Tecnológica*.
- Ministerio de Educación, Viceministerio de Ciencia y Tecnología, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2021). *Campamento Científico Warmistinkuy... cerrando brechas*.
- Patiño, L., Padilla, J. & Massarani, L. (2017). *Diagnóstico de la Divulgación de la Ciencia en América Latina: Una mirada a la práctica en el campo*. 1.a ed. Fibonacci & RedPOP.
- Rocha, M. & Massarani, L. (2017). *Panorama general de la investigación en divulgación de la ciencia en América Latina*. En: Aproximaciones a la investigación en divulgación de la ciencia en América Latina a partir de sus artículos académicos. Ed. Luisa Massarani ... [et al.] – Rio de Janeiro: Fiocruz – COC.
- Sánchez-Mora, A.M. (2002). *Bestiario de los divulgadores*. In: Sánchez-Mora, Ana María. Antología de la divulgación de la ciencia. México: DGDC, UNAM. p.302-306.
- Trench, B. & Bucchi, M. (2010). Science communication, an emerging discipline. *Journal of Science Communication* 09(03), C03.
- Zapata, G. (2013). *La comunicación científica en Bolivia y el mundo*. Curso Corto "Investigación Comunicacional: Factores Estratégicos". Universidad Andina Simón Bolívar.

the 'information' and 'communication' fields. The 'information' field is defined as:

...the study of the processes of information production, distribution, access, use and evaluation, and the study of the social, cultural, economic and political contexts in which these processes take place. (p. 10)

The 'communication' field is defined as:

...the study of the processes of communication production, distribution, access, use and evaluation, and the study of the social, cultural, economic and political contexts in which these processes take place. (p. 10)

These definitions are very similar to those of the 'information' and 'communication' fields in the *Handbook of Information Science* [10].

It is interesting to note that the 'information' and 'communication' fields are defined in terms of processes, rather than objects or subjects.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of social, cultural, economic and political contexts, rather than technical contexts.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of production, distribution, access, use and evaluation, rather than storage and retrieval.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of social, cultural, economic and political contexts, rather than technical contexts.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of production, distribution, access, use and evaluation, rather than storage and retrieval.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of social, cultural, economic and political contexts, rather than technical contexts.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of production, distribution, access, use and evaluation, rather than storage and retrieval.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of social, cultural, economic and political contexts, rather than technical contexts.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of production, distribution, access, use and evaluation, rather than storage and retrieval.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of social, cultural, economic and political contexts, rather than technical contexts.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of production, distribution, access, use and evaluation, rather than storage and retrieval.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of social, cultural, economic and political contexts, rather than technical contexts.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of production, distribution, access, use and evaluation, rather than storage and retrieval.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of social, cultural, economic and political contexts, rather than technical contexts.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of production, distribution, access, use and evaluation, rather than storage and retrieval.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of social, cultural, economic and political contexts, rather than technical contexts.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of production, distribution, access, use and evaluation, rather than storage and retrieval.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of social, cultural, economic and political contexts, rather than technical contexts.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of production, distribution, access, use and evaluation, rather than storage and retrieval.

The 'information' and 'communication' fields are also defined in terms of social, cultural, economic and political contexts, rather than technical contexts.

Convocatoria presentación de artículos revista Punto Cero n°51

PRESENTACIÓN ARTÍCULOS REVISTA PUNTO CERO N° 51

La revista Punto Cero, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana, convoca a todos(as) los(as) investigadores(as), profesores(as) y estudiantes del campo, a presentar sus contribuciones para el número correspondiente al semestre 2_2025.

Fecha límite para el envío de los documentos: martes 15 de octubre de 2025

Envío documentos:

Los autores podrán realizar consultas o remitir manuscritos en formato Word para su evaluación a la siguiente dirección:

Revista Punto Cero - puntocero.cba@ucb.edu.bo

Los criterios que guían la selección de los manuscritos son los siguientes:

- Apego a los requisitos de presentación de artículos
- Prioridad para trabajos inéditos que sean artículos científicos que presenten hallazgos de una investigación y que tenga la estructura básica de introducción, metodología, resultados y discusión más conclusiones.
- Sin embargo, también se acepta:
- Artículos de revisión que muestren resultados, sistematizaciones y avances del campo de estudios y que presenten una revisión bibliográfica cuidadosa y exhaustiva.
- Artículos de reflexión basados en resultados de investigaciones
- Ensayos argumentativos, debidamente sustentados en una adecuada investigación documental.

Requisitos para la presentación de los artículos:

- Los artículos (investigaciones, revisiones, artículos reflexivos) o ensayos deben tener una extensión mínima de 5000 palabras y máxima de 7000 palabras. Este conteo incluye todas las secciones del documento: título, resumen, desarrollo, conclusiones y referencias.
- Las reseñas deben tener una extensión mínima de 1000 palabras y máxima de 2000 palabras.
- La fuente debe ser Calibri de 11 puntos, con interlineado doble en hoja tamaño carta.
- El documento debe incluir en la primera página: o Título
- Nombre y Apellido del autor o autores
- Breve reseña biográfica del autor o autores considerando la siguiente información y orden:
- Nacionalidad, grados académicos alcanzados. Filiación o cargo(s) que actualmente se encuentra desempeñando y lugar(es) en el que lo hacen. Código de registro ORCID. E-Mail.
- Resumen en español e inglés, mismo que no deberá exceder las 230 palabras (versión en español).
- Palabras clave (hasta seis) en español e inglés (de preferencia identificados con base en una lista estructurada de términos para el análisis temático y la búsqueda de documentos y publicaciones-TESAURO). En caso de NO tener las traducciones respectivas, se deberá incluir una breve nota en la que se autorice a que nuestro equipo editorial pueda hacerlo.
- Introducción y estado de la cuestión: En esta parte se incluirán los fundamentos y el propósito del estudio. Mediante citas bibliográficas se presentará la revisión de la literatura más significativa del tema a nivel nacional e internacional.
- Material y métodos: Presentar con precisión cómo se desarrolló de la investigación. Según corresponda, describir la muestra y las estrategias de muestreos, el tipo de análisis de datos empleado.
- Análisis y resultados: Aquí se presentarán los resultados más relevantes de la investigación. Los resultados se expondrán en figuras y/o tablas según las normas de la revista (ver más abajo). Incluir sólo las tablas o figuras imprescindibles, evitando la redundancia de datos
- Discusión y conclusiones: Presentar las conclusiones en relación a los objetivos del estudio, evitando afirmaciones gratuitas y/o conclusiones no apoyadas completamente por los datos del trabajo. Las conclusiones sintetizan los resultados, vinculando las observaciones propias con otros estudios de interés, destacando aportaciones y limitaciones. Se debe evitar reiterar datos ya comentados en otros apartados. Cerrar con las recomendaciones para futuras investigaciones.
- El cuerpo central del trabajo debe ser escrito sin márgenes especiales o sangrías. El uso de mayúsculas sólo corresponde a nombres propios, inicios de títulos, párrafos o frases después de punto seguido.
- Los títulos y subtítulos deberán ser jerarquizados de acuerdo al sistema decimal de nomencladores (1., 1.1., 1.1.1, etc.) según corresponda.
- La consignación de fuentes en caso de citas textuales o paráfrasis debe hacerse en el mismo párrafo de acuerdo al siguiente formato: autor - fecha, identificando la página correspondiente, bajo disposiciones del sistema APA (Asociación Americana de Psicología), por ejemplo: (Beltrán, 2002, p. 56). En caso de haber realizado una paráfrasis no debe consignarse ni comillas ni número de página, por ejemplo (Kaplún, 1998).
- Se debe verificar que toda fuente citada que se encuentre en la lista final de referencias (listado de información completa sobre fuentes citadas en el texto, sólo aquellas citadas - considerar parámetros APA de acuerdo a tipo de fuente).
- Toda nota aclaratoria debe realizarse a través de una llamada numérica al final del trabajo (y no así a pie de página), justo antes de la bibliografía, bajo el título "Notas".
- Las referencias bibliográficas de los textos utilizados deben incluirse al final del trabajo, después del título "Notas", en orden alfabético y considerando el siguiente formato y puntuación:

Libros: Apellido, N. (año). Título del trabajo. Editorial.

Libro en Internet: Apellido, Inicial del nombre. (año). Título del libro. Editorial. DOI o URL

Revistas: Apellido, Inicial del nombre. (año). Título del artículo específico. Título de la Revista,

Volumen (número de la revista), número de página inicio – número de página fin.

Doc. Electrónicos: Apellido, Inicial del nombre. (Año). Título de la página web. Nombre de la página. Recuperado el DÍA de MES del AÑO de URL.

- Si el trabajo incluyera Tablas o Figuras (fotografías o gráficas), las mismos deben enviarse por separado. La numeración de tablas y figuras se realiza por separado. Se debe indicar claramente su ubicación en el interior del texto de la siguiente manera: Tabla o Figura (Según corresponda) N°, Título (ej. Figura 1 Comparación sobre las nociones de comunicación). Al pie de la ilustración, cuadro o gráfico en caso de no ser de elaboración propia debe indicarse la fuente siguiendo el siguiente formato:

Recuperado o Adaptado (Según corresponda) de "Título del documento" (p. Número de página), de Apellido, G., (Año de publicación).

Ejemplo: Recuperado de "Introducción a la metodología de la investigación científica" (p.154), de Piura, J., (2000).

- Considerar que la digitalización de fotografías o ilustraciones, para ser incluida en el trabajo, deben ser realizadas con una resolución de 300 dpi al momento de realizarse el escaneado, en formato de archivos gráficos JPG, GIF o TIF.
- En cuanto al idioma, los artículos publicados hasta el momento en la revista han sido escritos en español, si bien esta es la preferencia, se aceptan artículos en portugués e inglés.
- Se sugiere el uso de un gestor de bibliografía para el manejo de la referencia bibliográfica (Algunos recomendados son: Mendeley o Zotero) y realizar el ajuste a normativa APA 7ma edición.
- El artículo enviado, como archivo de Word, deberá ser preferiblemente inédito. En caso contrario, se deberá incluir el nombre y la fecha de la publicación en la que ha aparecido, la dirección del editor y una carta del autor o del editor en la que se autoriza su reproducción.
- El formato usado en la revista está basado en las normas APA en su 7ma edición. En caso de alguna duda particular que no se pueda resolver con esta breve guía sugerimos revisar la versión completa de la normativa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3sogPWH> o escaneando el siguiente código QR:



Los criterios que guían la selección de los trabajos son los siguientes:

- Prioridad para trabajos inéditos como ser
- Artículos que presenten hallazgos de una investigación y que incluyan una Introducción y estado de la cuestión, material y métodos, análisis y resultados, discusión y conclusiones.

Sin embargo, también se acepta:

- Ensayos argumentativos, debidamente sustentados en una adecuada investigación documental;
- Artículos de reflexión basados en resultados de investigaciones;
- Artículos de revisión que muestren resultados, sistematizaciones y avances del campo de estudios y que presenten una revisión bibliográfica cuidadosa y exhaustiva.

Tasas

Punto Cero es una revista de acceso abierto y permite la descarga de todos sus artículos publicados con mención de fuente.

No establece ninguna tasa económica durante todo el proceso editorial para la publicación de los artículos.

Asimismo, Como parte de su política de acceso abierto, Punto Cero publica las contribuciones que recibe de los autores, sin mediar retribución económica, bajo autorización expresa de estos autores.

Difusión y promoción

Los autores se comprometen a participar en la máxima difusión de su manuscrito una vez publicado, así como de toda la revista. También deben colaborar y participar de las actividades generadas por la propia revista.

Los artículos se deben promocionar utilizando el link oficial (<https://puntocero.ucb.edu.bo/>), con sus respectivos códigos DOI, para aumentar la lectura, citación e impacto.

Colaboraciones y/o consultas pueden ser enviadas a: puntocero.cba@ucb.edu.bo (Favor indicar en ASUNTO: Punto Cero #)



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA

ERIGIDA CANÓNICAMENTE
POR LA SANTA SEDE DESDE 2023

● **PuntoCero**



SciELO – Bolivia, es una colección de revistas científicas electrónicas, a texto completo de acceso libre y gratuito disponible en línea.

En un trabajo conjunto que se inició en julio de 2008 con la participación de diferentes instituciones bolivianas entre las que se encuentran la Universidad Mayor de San Andrés, el programa de investigación Estratégica en Bolivia, la Universidad Católica Boliviana, la Asociación Boliviana de Editores de Revistas Biomédicas y el viceministerio de Ciencia y Tecnología con el apoyo de la Organización Panamericana de Salud Representación Bolivia.

La Coordinación Ejecutiva del sitio está a cargo del Viceministerio de Ciencia y Tecnología a través del Programa Sistema Boliviano de Información Científica y Tecnológica – SIBCYT, y la Coordinación Técnica de encuentra a cargo de la Universidad Mayor de San Andrés.

El proyecto SciELO es una iniciativa de FAPESP – Fundación de Apoyo a la Investigación del Estado de Sao Paulo y de BIREME (Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud), que contempla el desarrollo de una metodología común para la preparación, almacenamiento, diseminación y evaluación de la literatura científica en formato electrónico. A través del portal www.SciELO.org que integra y provee acceso a la red de sitios SciELO, donde se pueden realizar búsquedas en las colecciones de SciELO existentes o a nivel de un país en particular.

Acerca del SciELO

El objetivo del sitio es implementar una biblioteca científica electrónica, que proporcione acceso completo a una colección de revistas bolivianas, una colección de números de revistas individuales así como al texto completo de los artículos. El acceso tanto a las revistas como a los artículos se puede realizar usando índices y formularios de búsqueda.

El sitio será constantemente actualizado tanto en forma como en contenido, en la medida en que el proyecto avance.

Interfaz SciELO

La interfase SciELO proporciona acceso a su colección de revistas mediante una lista alfabética de títulos, un índice de materias, o una búsqueda por palabra de las revistas, nombres de publicadores, ciudad de publicación y materia.

La interfase también proporciona acceso al texto completo de los artículos por medio de un índice de materias o un formulario de búsqueda por los elementos del artículo como nombre de autoras, palabras del título, materias y palabras del texto completo.

Punto Cero es una revista indizada a la Red SciELO Bolivia. Se puede consultar en:

<http://www.scielo.org.bo/scielo.php>