

II monitorA Bolivia

Locas, PUTAS y Jairas

radiografía de la **violencia política digital**
contra candidatas en Bolivia



INTERNETLAB



IDRC · CRDI

NÚCLEO *AZMina*

Canada

AUTORAS:

- Narayani Rivera
- Sabrina Lanza
- Valentina Guglielmi
- Lu An Mendez
- Hugo Miranda

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:

- Alejandra Torrez



Locas, PUTAS y Jairas

radiografía de la **violencia política digital**
contra candidatas en Bolivia

Contenidos

1. ¿De dónde nace el reporte?	6
1.1. Contexto de la trayectoria de MonitorA.....	8
2. ¿Por qué estudiar la violencia política digital en Bolivia?.....	9
3. Categorías de Análisis	11
4. Misoginia en elecciones. ¿Qué muestran los comentarios en YouTube?	18
4.1. Metodología de análisis de comentarios en YouTube.....	19
4.2. Resultados sobre <i>misoginia</i> en comentarios de YouTube durante las elecciones.....	20
4.3. Conclusiones del análisis.....	23
5. ¿Cómo se dió la violencia política digital contra candidatas en redes sociales?.....	24
5.1. Metodología del análisis manual.....	25
5.2. Representaciones degradantes en el discurso político: La alcaldesa de El Alto como sujeto de sexualización y exclusión social.....	26
5.3. Estereotipos sexuales y descalificación a una candidata a la vicepresidencia.....	30
5.4. Entre la <i>misoginia</i> y el racismo. Los discursos de violencia digital hacia una candidata de El Alto	35
5.5. La polarización y la normalización de la violencia política digital de género.	38
6. Conclusiones generales del reporte.....	41
7. Referencias bibliográficas	43
8. Anexos.....	47

A hand is visible on the left side of the page, holding a large, colorful, textured ball. The background is a grid pattern with a color gradient from purple at the top to blue and green at the bottom. The text is contained within a white rectangular area on the right side of the page.

Resumen:


Este reporte presenta un análisis sobre la violencia política digital dirigida a candidatas en Bolivia durante las elecciones generales de 2025. La investigación se dividió en dos partes, un monitoreo semiautomático de comentarios en YouTube basado en un léxico de términos ofensivos, y un análisis manual de entrevistas difundidas en Facebook y TikTok de 28 candidatas. En total se recolectaron más de 850 comentarios con expresiones de violencia política digital.

Los resultados muestran que los insultos más frecuentes se apoyan en estereotipos misóginos y sexuales que buscan deslegitimar la participación de las mujeres en la política, trasladando el debate de lo público a lo íntimo. A partir del análisis, se identificaron cuatro hallazgos principales: (1) la raza, el género y la ideología son factores que atraviesan la violencia recibida por las candidatas; (2) la violencia política digital se nutre de normas patriarcales que niegan la autonomía política de las mujeres; (3) el discurso misógino se extiende también hacia los hombres, colocándolos en una posición de inferioridad al asociarlos con atributos considerados “femeninos”; y (4) la acumulación de rasgos de vulnerabilidad produce un efecto interseccional, intensificando la violencia contra quienes concentran múltiples formas de exclusión. Estos hallazgos evidencian que la violencia política digital en Bolivia no puede entenderse como un fenómeno aislado de *misoginia*, sino como una práctica estructural e interseccional que combina racismo, clasismo, ideología y normas patriarcales. En consecuencia, constituye un obstáculo para el ejercicio democrático de los derechos políticos de las mujeres.

¿De dónde nace el reporte?

Los procesos electorales en la región se han convertido en escenarios comúnmente polarizados, donde prevalece la violencia política digital hacia candidatas. Un informe publicado en 2023 por MonitorA, develó cómo 97 mujeres en carrera electoral recibieron casi 4.500 agresiones y/o insultos en Twitter en sólo la primera semana de campaña. En 2023, el proyecto “Mujeres y Política en Twitter” ejecutado por la Universidad de Santiago junto a ONU Mujeres presentó un reporte en el que analizó tuits referentes a 72 mujeres políticas que participaron del proceso constituyente en Chile y determinó que el 75% de ellas recibió insultos, mensajes violentos y de incitación al odio. En Bolivia, las elecciones generales del 17 de agosto de 2025 se realizaron en un contexto de crisis política, institucional y socioeconómica, con la participación de unos ocho millones de votantes para renovar los principales cargos nacionales. La jornada transcurrió con normalidad y los resultados preliminares confirmaron una segunda vuelta entre Rodrigo Paz Pereira y Jorge “Tuto” Quiroga, prevista para el 19 de octubre. Pese a la polarización y

los cuestionamientos a la administración electoral, los informes de observación destacaron el rol del Tribunal Supremo Electoral en garantizar un proceso pacífico y transparente, considerado un ejercicio democrático clave para el país. Sin embargo durante la campaña electoral, el Observatorio de Género de la organización Coordinadora de la Mujer denunció al menos cinco casos de candidatas que fueron víctimas de violencia política digital a través de ataques sistemáticos en redes sociales. Una de ellas, la alcaldesa Eva Copa y ex candidata a la presidencia, renunció a la carrera electoral, tras denunciar acoso y violencia política. La Lupa Digital, observatorio de violencia política digital, registró agresiones dirigidas a la candidata, principalmente desde cuentas anónimas en redes sociales, difíciles de rastrear y sancionar. Copa, alcaldesa de El Alto y ex candidata, denunció que la ley de protección a las mujeres en política “no funciona” y relató presiones políticas, incluso del expresidente Evo Morales, basadas en la idea de que, por ser mujer y joven, cedería fácilmente su candidatura.



Frente a esta coyuntura, la Fundación InternetBolivia.org a través del Centro S.O.S. Digital en unión con MonitorA, observatorio de violencia política y electoral en redes sociales contra candidatas y candidatos, desarrollado en Brasil por el Instituto AzMina e InternetLab, con el apoyo del IDRC en colaboración con Núcleo de Periodismo, realiza una investigación que busca una comprensión más profunda sobre las expresiones discursivas de violencia política digital mediante un monitoreo sistemático de redes sociales durante el periodo electoral. El estudio se centra en las candidatas y mujeres electas en cargos como vicepresidencia, senadurías, diputaciones, etc., con el fin de identificar los discursos y las formas en que se manifiesta la violencia política de género en entornos digitales, diferenciándose de las expresiones legítimas de participación democrática, y comprender sus efectos sobre la participación política de las mujeres en el país con el objetivo de fortalecer las capacidades de investigación de organizaciones y activistas en la región sobre la Violencia de Género Facilitada por la Tecnología (VG FT) y así promover cambios concretos en el reconocimiento y abordaje de la violencia política digital. Esto resulta particularmente relevante en Bolivia porque esta problemática aún no recibe la atención institucional necesaria en el país.

Actualmente, la investigación sigue en curso. No obstante, este primer reporte presenta algunos hallazgos preliminares.

Contexto de la trayectoria de MonitorA

Entre 2020 y 2024, MonitorA desarrolló tres ediciones que reflejan la evolución del monitoreo de la violencia política de género en línea en Brasil.

- En 2020, durante las elecciones municipales y en plena pandemia, el proyecto analizó discursos violentos en Twitter, YouTube e Instagram dirigidos a candidatas en sus propias redes. Los resultados mostraron que las mujeres fueron atacadas no por sus propuestas políticas, sino por su identidad —mujeres, negras, mayores o trans—, evidenciando un patrón de descalificación moral, intelectual y corporal.
- En 2022, con la entrada en vigor de la Ley N.º 14.192/2021, que tipificó la violencia política contra la mujer como delito, MonitorA amplió su enfoque para examinar cómo se manifestaba la violencia política de género en línea y cómo se aplicaba la nueva legislación. Además, introdujo una distinción metodológica entre ataques e insultos, con el objetivo de reflexionar sobre el papel de las plataformas digitales en la gestión de estos contenidos.
- Finalmente, en 2024, ante las restricciones de acceso a datos provocadas por cambios en las API de las plataformas digitales, el proyecto adaptó su metodología y se centró en el análisis de los comentarios en transmisiones en vivo de debates electorales en YouTube, manteniendo su compromiso con documentar y visibilizar los patrones persistentes de violencia política de género en los espacios digitales.

A partir de 2025, MonitorA se expande por América Latina, impulsando la investigación sobre violencia política digital de género en países como Colombia y Bolivia. Esta expansión busca comparar resultados, metodologías y estrategias a nivel regional, aprovechando la experiencia consolidada en Brasil y otros países, con el fin de fortalecer la cooperación regional y promover democracias más inclusivas y libres de violencia.

¿Por qué estudiar la violencia política digital en Bolivia?

2

El espacio digital se ha consolidado como un escenario central para la difusión política, caracterizado por su interactividad y alcance, pero también por la hostilidad que genera hacia las mujeres. Diversas investigaciones evidencian que la violencia digital contra las mujeres políticas es un fenómeno persistente (OEA-CIM, 2021), la visibilidad que adquieren las convierte en blanco de expresiones discursivas violentas que pueden limitar o silenciar su participación.

El Informe “Entre la impunidad y la polarización: acoso y violencia política digital en Bolivia” (2024) publicado por la Fundación InternetBolivia.org junto con Oxfam Bolivia, reveló que las mujeres que sufren violencia política no logran sobreponerse a esta y ante la falta de mecanismos y herramientas, terminan naturalizándola o abandonando espacios de visibilidad para evitar ataques. Así mismo este estudio dejó ver que el abuso sexual relacionado a las TIC y el desprestigio con contenido sexual es elaborado y organizado para dañar la imagen de mujeres en política. Estas estrategias terminan reduciendo la participación de mujeres en la política y por tanto, debilitando el debate democrático.

Por otro lado, en Bolivia, la producción de datos y conocimiento sobre violencia política de género es aún limitada, particularmente en su dimensión digital. Aunque existen estudios recientes impulsados por ONU Mujeres, Coordinadora de la Mujer y Oxfam junto con la Fundación InternetBolivia.org, persiste una brecha frente al papel creciente de las redes sociales en la participación de las mujeres y disidencias en la política nacional. Esta carencia de información resulta más crítica en un contexto de polarización, en el que proliferan y se legitiman discursos misóginos y actos de violencia contra mujeres de diversas corrientes ideológicas.

Las expresiones de violencia digital en el país adquieren particularidades asociadas a las estructuras coloniales y patriarcales que condicionan el acceso desigual al poder. Mujeres indígenas, afrobolivianas, jóvenes, con menos recursos económicos o trayectorias políticas no tradicionales enfrentan formas más intensas de violencia, que buscan excluirlas de los espacios políticos y por consecuencia, desacreditar sus identidades y luchas históricas.

Frente a ello, se requiere generar evidencia empírica que permita comprender la configuración de la violencia política digital de género en Bolivia mediante herramientas de análisis interseccional que capturen no sólo la magnitud de los ataques, sino también su dimensión simbólica y política. En este marco, el presente reporte se propuso responder la pregunta: ¿cómo se manifiesta la violencia política en entornos digitales hacia las candidatas más visibles durante las elecciones nacionales de 2025 en Bolivia?

Cabe señalar que en términos de visibilidad nos referimos a aquellas candidatas que tuvieron mayor cobertura mediática durante la campaña electoral y que recibieron más comentarios en su contra en los videos de las entrevistas que realizaron y que fueron monitoreadas por esta investigación.

Categorías de Análisis

3



Violencia Política de Género

En la Ley Contra el Acoso y Violencia Política Hacia las Mujeres se entiende por violencia política a las acciones, conductas y/o agresiones físicas, psicológicas, sexuales cometidas por una persona o grupo de personas, directamente o a través de terceros, en contra de las mujeres candidatas, electas, designadas o en ejercicio de la función político – pública, o en contra de su familia, para acortar, suspender, impedir o restringir el ejercicio de su cargo o para inducirla u obligarla a que realice, en contra de su voluntad, una acción o incurra en una omisión, en el cumplimiento de sus funciones o en el ejercicio de sus derechos.

Desde la teoría feminista, el género se concibe como una categoría relacional que organiza jerarquías y se entrelaza con factores como etnicidad, clase o sexualidad (Scott, 2003). En la esfera política, esta construcción se traduce en estereotipos que legitiman a los hombres como líderes y relegan a las mujeres al ámbito privado (Pérez, 2024). Así, la creciente presencia femenina en arenas políticas dominadas históricamente por varones desafía dichos mandatos y genera reacciones violentas cada vez más frecuentes y virulentas (Esposito, 2021; Inter-Parliamentary Union, 2018). En este marco, la violencia política de género puede definirse como cualquier acción u omisión basada en el género que busque obstaculizar, anular o restringir los derechos políticos de las mujeres, vulnerando tanto su derecho a una vida libre de violencia como a participar en condiciones de igualdad (Secretaría General Iberoamericana, 2024).

A partir de todo lo mencionado, en el presente estudio, la violencia política se entiende como un conjunto de prácticas, explícitas o implícitas, orientadas a preservar relaciones de dominación en el campo político. En este estudio se la conceptualiza como actos que refuerzan dinámicas de exclusión hacia poblaciones históricamente marginadas, especialmente mujeres, con el fin de limitar o deslegitimar su participación en la toma de decisiones. Esta definición permite reconocer que la violencia política no sólo se expresa en ataques físicos o discursivos, sino también en estructuras y representaciones sociales que perpetúan la desigualdad de género.



Violencia política digital de género

El género constituye un eje central para visibilizar la violencia digital como una forma de violencia real, dado que afecta de manera desproporcionada a mujeres, niñas y adolescentes, con impactos directos en el ejercicio de sus derechos políticos. Más que un fenómeno inédito, esta violencia puede entenderse como la continuidad de formas preexistentes que, en entornos digitales, adquieren nuevas modalidades y una capacidad de amplificación sin precedentes.

En el ámbito político, sus manifestaciones abarcan desde agresiones simbólicas hasta ataques sexuales y psicológicos. ONU Mujeres (2022) ha documentado prácticas como el doxing, la difusión de noticias falsas, el uso de trolls y bots, así como amenazas de violencia sexual. Más recientemente, el empleo de inteligencia artificial para producir *deepfakes* de carácter sexual ha intensificado el problema, con más del 98% de estos contenidos dirigidos a mujeres políticas, periodistas y activistas (El HuffPost, 2025).

Para los fines de esta investigación se priorizan las expresiones discursivas de la violencia digital que se diferencian de otras formas de violencia digital como la creación o difusión no consentida de imágenes íntimas, la suplantación de identidad, el robo de cuentas o la vigilancia ilegal. En este marco, resulta necesario diferenciar entre dos nociones conceptuales que, si bien no son equivalentes, se superponen parcialmente, la violencia política digital de género y el discurso de odio.

La violencia política digital de género puede definirse como toda acción basada en elementos de género y cometida, instigada o agravada mediante el uso de tecnologías de la información, cuyo objeto o resultado sea limitar, anular o menoscabar el ejercicio efectivo de los derechos políticos y electorales de una o varias mujeres (Association for Progressive Communication [APC], 2017; Ríos Tobar, 2024). Este tipo de violencia apunta directamente a restringir el acceso y ejercicio de funciones públicas, el desarrollo libre de la actividad política, la toma de decisiones y el ejercicio de prerrogativas inherentes a precandidaturas, candidaturas o cargos de representación.

Por su parte, el discurso de odio se refiere a cualquier forma de comunicación (oral, escrita o visual) o comportamiento que emplea un lenguaje peyorativo o discriminatorio dirigido a una persona o grupo por características identitarias como religión, etnia, nacionalidad, género, orientación sexual u otras formas de pertenencia. Su propósito o efecto es denigrar, deshumanizar o incitar hostilidad, poniendo en riesgo la paz social y los derechos fundamentales de los grupos afectados (Naciones Unidas, 2025).

Ambos conceptos coinciden en el uso de estereotipos discriminatorios para atacar a personas o colectivos, pero difieren en su alcance y finalidad. Mientras que el discurso de odio constituye una categoría más amplia que abarca múltiples dimensiones de la discriminación, la violencia política digital de género se enfoca específicamente en aquellas agresiones que buscan obstaculizar o anular la participación de las mujeres en el ámbito político. En consecuencia, esta investigación empleará el concepto de expresiones discursivas de violencia política digital de género, por considerarlo más preciso para analizar el contexto electoral que constituye su objeto de estudio.



Expresiones discursivas de Violencia política digital

Las expresiones discursivas de violencia política digital de género constituyen un fenómeno complejo, amplio y difícil de delimitar. Su identificación, diferenciación frente a otras formas de violencia digital y posterior clasificación representa un desafío teórico y metodológico, ya que actualmente no existen criterios ni tipologías consensuadas en torno a esta manifestación de violencia. La literatura especializada muestra distintas aproximaciones: algunas investigaciones se han centrado en categorías reducidas y específicamente orientadas a la discriminación y reproducción de estereotipos de género (Pérez 2024; Luchadoras, 2018), mientras que otras han desarrollado marcos de análisis más amplios que incluyen expresiones de violencia y discriminación no necesariamente vinculadas únicamente al género (MonitorA, 2022, 2024; INE, 2020)

A pesar de la diversidad en las propuestas, es posible identificar al menos tres ejes de análisis que permiten perfilar una base conceptual para la clasificación de la violencia política digital de género: Contenido, frecuencia e interseccionalidad.

1. Contenido:

la dimensión cualitativa de la violencia

El eje del contenido se refiere a la naturaleza de los mensajes violentos y la manera en que incorporan estereotipos de género. Aquí, las agresiones digitales no se limitan a críticas políticas, sino que buscan deslegitimar a las mujeres en función de su identidad de género. Insultos sexistas, burlas sobre su apariencia física, cuestionamientos a su capacidad intelectual o amenazas de carácter sexual son ejemplos que revelan cómo lo «femenino» es colocado en una posición de inferioridad respecto a lo «masculino». Dentro de este eje encontramos dos categorías de violencia: Misoginia y sexualización.

- **Misoginia:** La *misoginia* constituye una categoría central en la violencia política digital de género, en tanto se refiere a expresiones de odio cuyo objetivo directo es la condición de ser mujer. Puede definirse como una forma persistente de hostilidad y aversión hacia las mujeres y las niñas, que se manifiesta en distintos niveles —individual, institucional y cultural— y que adopta expresiones tanto explícitas como sutiles (Jukes, 1993; VandenBos, 2015).

En este sentido, la *misoginia* se traduce en prácticas que limitan la participación y autonomía de las mujeres, desde la marginación y el menosprecio hasta la violencia directa (Code, 2000). En el entorno digital, estas dinámicas se refuerzan mediante formas de acoso, troleo y discursos de odio que actualizan las lógicas patriarcales (Jane, 2014; Ging y Siapera, 2018). En el ámbito político, la *misoginia* se expresa en discursos que reproducen estereotipos de género, difunden prejuicios vinculados al ejercicio de la sexualidad femenina y promueven narrativas que subordinan a las mujeres respecto de los hombres. De esta manera se identificará como *misoginia* a todo comentario despectivo hacia mujeres basados en estereotipos, creencias, roles de género que ubiquen a la mujer en una situación de inferioridad en relación al hombre, entre los que se incluyen comentarios que sostengan roles de género, que desvalore a las candidatas por estándares de belleza impuestas en base al género y que refuerce estereotipos de género, como estereotipos psicológicos y estereotipos sexuales.

• **Sexualización**

La sexualización constituye una estrategia de deslegitimación simbólica (Bourdieu, 2000) que opera en el plano discursivo para negar a las mujeres su condición de sujetas políticas plenas. Se entiende como el proceso mediante el cual se atribuyen de manera inapropiada características sexuales o erotizadas a una persona sin su consentimiento, reduciéndola a un objeto de deseo para otros en lugar de reconocerla como un ser autónomo, capaz de actuar y tomar decisiones por sí misma (APA, 2007). Esta práctica se sostiene en la concepción tradicional de la mujer como un ser esencialmente sexual, asociada a la procreación y a un rol “seductor” por naturaleza (Díaz Altozano et al., 2020).

En el ámbito político, la sexualización se manifiesta cuando las mujeres candidatas o autoridades son valoradas principalmente por sus atributos físicos o sexuales, desplazando la atención de sus capacidades, propuestas y trayectorias hacia su cuerpo. Este tipo de expresiones refuerza la cosificación, la erotización y la subordinación de las mujeres, incluso cuando se presentan bajo la forma de “piropos” o halagos aparentemente positivos, perpetuando así la desigualdad en el ejercicio de lo político.

2. Frecuencia:

la dimensión cuantitativa del hostigamiento

La frecuencia permite analizar la reiteración e intensidad de los ataques. Incluso cuando los mensajes no incluyen referencias explícitas al género, su ejercicio desproporcionado hacia mujeres respecto a varones constituye un rasgo distintivo. La violencia no opera como un hecho aislado, sino como una práctica constante y persistente que crea un entorno digital hostil. La saturación de agresiones genera efectos acumulativos que pueden derivar en silenciamiento, retraimiento de la participación o autocensura. Así, el eje de frecuencia permite dimensionar la violencia política digital como una estrategia sistemática de exclusión. Dentro de este eje se encuentran las siguientes categorías:

- **Descalificación**

La descalificación agrupa expresiones que buscan socavar la credibilidad, la capacidad intelectual o la imagen de una persona mediante insultos, ridiculizaciones o cuestionamientos de sus competencias. Si bien en esta categoría no se incluye insultos asociados a estereotipos de género, raza, etc., y por lo tanto puede dirigirse a cualquier actor político, diversos estudios muestran que se ejerce con mayor frecuencia contra las mujeres (Krook, 2020; Krook y Restrepo Sanín, 2020). En contextos políticos, esta violencia discursiva no sólo afecta la percepción pública de las mujeres como líderes, sino que refuerza la idea de que su participación en espacios de decisión es ilegítima o secundaria. Incluso cuando no hacen referencia explícita al género, estas expresiones reproducen un patrón cuantitativo de hostigamiento más intenso contra mujeres, lo que evidencia su carácter diferenciado.

- **Discurso que incite a la violencia**

Esta categoría abarca expresiones que promueven, legitiman o incitan de manera explícita el uso de la violencia física contra una persona o grupo. En el caso de las mujeres en política, estas amenazas suelen adoptar formas específicas, como la violencia sexual o las agresiones dirigidas hacia sus hijos e hijas, apelando a estereotipos que las asocian con la maternidad y el ámbito privado (Bardall, 2013; Piscopo, 2016).

El discurso que incita a la violencia, aunque puede presentarse como neutro, tiene impactos diferenciados al reforzar la intimidación de mujeres que participan en la esfera política, limitando sus posibilidades de expresión y generando un efecto de silenciamiento (Krook, 2020). En entornos digitales, este tipo de discurso se multiplica rápidamente y adquiere mayor alcance, lo que intensifica sus consecuencias.

3. Intersección:

la convergencia de múltiples desigualdades

El eje de intersección resulta fundamental para comprender la complejidad del fenómeno. Reconoce que la violencia política digital de género no afecta a todas las mujeres de la misma manera, sino que se entrelaza con otras formas de discriminación vinculadas a la pertenencia a pueblos indígenas, comunidades afrodescendientes, identidades sexuales disidentes, condiciones socioeconómicas o etarias, entre otras. Esta convergencia produce una violencia más intensa y específica, dirigida contra quienes se sitúan en la intersección de múltiples vulnerabilidades. Reflexionar desde este eje implica cuestionar las lógicas de poder que configuran un escenario en el que ciertas mujeres son más atacadas que otras, evidenciando que la violencia política digital de género es también un reflejo de las desigualdades estructurales más amplias que atraviesan a nuestras sociedades. Las categorías que componen este eje son:

- **Discriminación en otros ejes de vulnerabilidad**

La violencia política digital de género rara vez se presenta de manera aislada, con frecuencia se combina con formas de discriminación basadas en la raza, la clase, la orientación sexual, la edad, entre otras. Este entrelazamiento refleja lo que Crenshaw (1989) conceptualizó como interseccionalidad, es decir, la manera en que distintos sistemas de opresión se cruzan y producen experiencias únicas de violencia. Así, mujeres indígenas, afrodescendientes, lesbianas, trans o de sectores populares, enfrentan no sólo *misoginia*, sino también racismo, homofobia, clasismo o edadismo, que en conjunto intensifican su exclusión política (Collins y Bilge, 2016). En los entornos digitales, estas formas de discriminación se materializan en insultos racistas, comentarios sobre el origen social, burlas relacionadas con la orientación sexual o cuestionamientos basados en la edad, todos los cuales refuerzan la marginalización.

- **Discriminación por ideología**

Otra categoría relevante es la violencia discursiva basada en ideología política o religiosa. Si bien, a diferencia de la raza o el género, la ideología no constituye un rasgo identitario innato, sí configura una dimensión central de la identidad personal y colectiva, particularmente en contextos de polarización política (Norris e Inglehart, 2019). En estos escenarios, la discriminación por ideología se expresa en insultos, estigmatización y discursos de odio hacia quienes defienden determinadas posturas, reforzando dinámicas de exclusión y vulnerando el derecho a la libertad de opinión y expresión, al igual que al derecho a la libertad de pensamiento.

En el caso de las mujeres políticas, esta forma de discriminación adquiere una dimensión particular cuando se combina con otras, potenciando la violencia que enfrentan. Por ejemplo, las mujeres que representan ideologías históricamente estigmatizadas suelen ser doblemente atacadas, tanto por su condición de mujeres como por su afiliación política. Este cruce refleja cómo la violencia política digital no responde únicamente a una dimensión, sino a la intersección de múltiples factores de vulnerabilidad.

Misoginia en elecciones. ¿Qué muestran los comentarios en YouTube?

4

El análisis de 385 comentarios recolectados en YouTube, a partir de un léxico de términos ofensivos diseñado para identificar expresiones de violencia política digital, permitió examinar la forma en que se manifiesta la *misoginia* en el ámbito digital hacia mujeres en la esfera política. Los resultados muestran que los insultos más frecuentes fueron “loca”, “amante” y “perra”, todos ellos cargados de estereotipos de género. El término “loca” refleja un estereotipo psicológico, que asocia a las mujeres con la irracionalidad y la emotividad desbordada, negando su capacidad de liderazgo y de su ejercicio político. En cambio, “amante” y “perra” reproducen estereotipos sexuales que reducen la participación política de las mujeres a relaciones íntimas o de dependencia hacia los hombres, trasladando el debate político a la esfera íntima y despojando de legitimidad sus aportes públicos.

Asimismo, se observó el uso de insultos feminizados contra hombres políticos, no como una crítica neutral, sino como un recurso discursivo que los deslegitima al asociarlos con atributos considerados “femeninos”. Esto refuerza la jerarquía patriarcal que sitúa lo masculino como racional y superior, y lo femenino como débil, pasivo e inferior. Estos hallazgos evidencian que la *misoginia* digital hacia las mujeres en la política se sostiene en estereotipos de género arraigados, que operan como mecanismos de silenciamiento y exclusión, reproduciendo desigualdades históricas y limitando su participación plena en la esfera pública.

4.1

Metodología de análisis de comentarios en YouTube

El monitoreo de comentarios en la plataforma YouTube se realizó mediante un procedimiento semiautomático basado en la identificación de palabras contenidas en un léxico de términos ofensivos. Este léxico fue diseñado específicamente para la presente investigación e incluyó expresiones y modismos bolivianos, recopilados a partir de experiencias previas de investigación y de la revisión de bibliografía especializada en violencia digital de género y violencia política digital. El objetivo de este insumo fue capturar palabras frecuentemente empleadas en discursos de violencia política digital dirigidos hacia mujeres.

Con el apoyo de Núcleo Periodismo y a través de la API¹ de YouTube, se extrajeron todos los comentarios correspondientes a una muestra de 34 canales² que producen contenido en torno a las elecciones nacionales y que contenían, al menos, una palabra del léxico previamente establecido. Los canales fueron clasificados en tres categorías: medios digitales (28), radio (3) y televisión (3).³

Los comentarios recolectados fueron posteriormente organizados en las cinco categorías analíticas mencionadas anteriormente: (1) *misoginia*, (2) sexualización, (3) descalificación, (4) discurso que incita a la violencia y (5) discriminación. Para los fines del presente informe, se seleccionó como objeto de análisis únicamente la categoría de *misoginia*, por su alta recurrencia y centralidad en el marco de la violencia política digital de género.

El periodo de análisis comprendió del 1 de enero al 17 de agosto. La mayoría de los comentarios examinados estuvieron dirigidos a mujeres en calidad de candidatas, entrevistadoras, políticas y analistas, aunque en menor medida también se identificaron mensajes orientados hacia hombres candidatos y figuras políticas masculinas. En total, los comentarios analizados fueron 385 los cuales hacen referencia directa a 30 personas relacionados con el contexto electoral.

Es importante señalar que todos los comentarios extraídos fueron anonimizados, no obstante, el contenido no fue censurado ni modificado, conservando íntegramente las expresiones gráficas, así como los errores ortográficos y gramaticales.

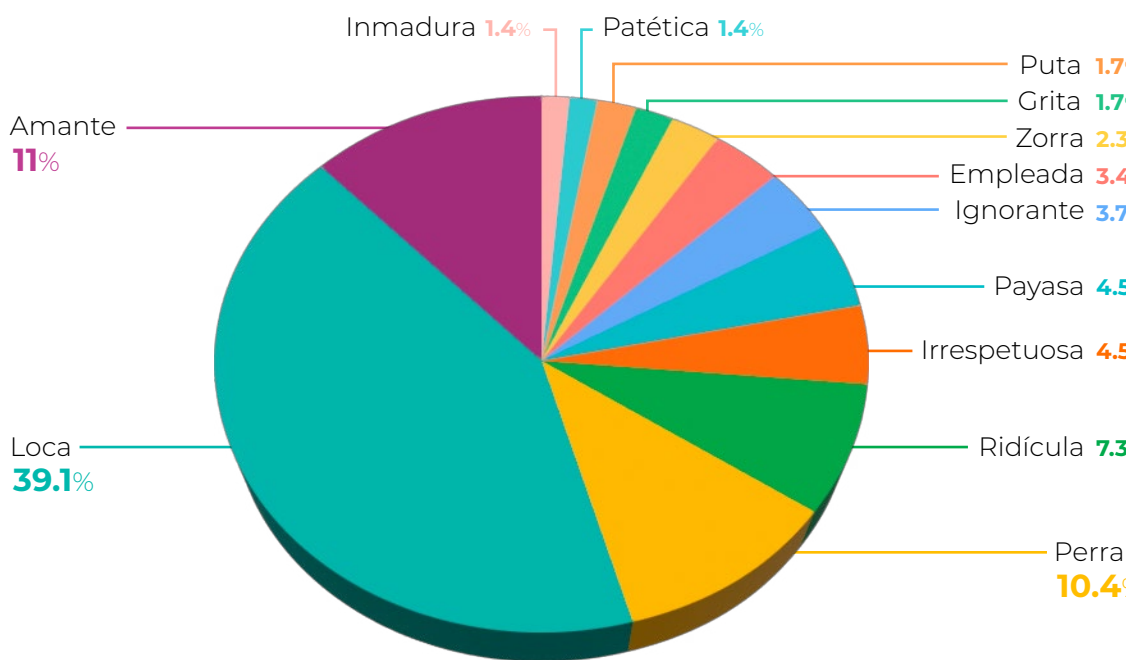
1 Una API (por sus siglas en inglés *Application Programming Interface*) es una herramienta que permite que diferentes programas o plataformas se comuniquen entre sí. En este caso, la API de YouTube permitió acceder y recopilar de forma automatizada los comentarios públicos de los videos analizados para esta investigación.

2 Se puede revisar la lista de canales en el anexo 1.

3 **Medio digital:** se refiere a un medio de comunicación creado originalmente en entornos digitales y que desarrolla sus actividades exclusivamente a través de plataformas y entornos virtuales, sin presencia en formatos tradicionales impresos, radiales o televisivos. Televisión: comprende a los medios de comunicación tradicionales de carácter televisivo que, además de su emisión por señal abierta o por cable, transmiten su programación de manera simultánea en plataformas digitales y redes sociales. Radio: alude a los medios de comunicación tradicionales de radiodifusión que mantienen su transmisión en señal abierta, pero que, de manera paralela, reproducen sus contenidos en plataformas digitales y redes sociales.

4.2 Resultados sobre misoginia en comentarios de YouTube durante las elecciones

GRÁFICO NO 1.
FRECUENCIA DE TÉRMINOS MÁS UTILIZADOS EN LA CATEGORÍA DE MISOGINIA



Fuente: Elaboración propia con los datos extraídos de los comentarios de Youtube

Dentro de la categoría de *misoginia*, las palabras de mayor recurrencia fueron: en primer lugar, **“loca”**; en segundo lugar, **“amante”**; y en tercer lugar, **“perra”**. Cabe destacar que las dos últimas presentan una marcada connotación sexual. Sobre la palabra “loca”, este término se ha utilizado históricamente como una forma de silenciamiento muy vinculada a estereotipos de género. Mientras a los hombres se les ha asociado tradicionalmente con la racionalidad, la franqueza y la lógica, a las mujeres se les ha atribuido lo contrario, emociones impredecibles, arrebatos y “locura”.

De este modo, la palabra “loca” funciona como un mecanismo de descalificación frente a cualquier comportamiento femenino que no se ajuste a los roles asignados socialmente, especialmente cuando se trata de mujeres en la política o en posiciones de liderazgo. Aunque a simple vista pueda parecer inofensiva, su utilización persigue restar valor, desacreditar o desprestigiar las acciones, posturas y discursos de las mujeres en el espacio público.

“Si se le puede llamar analista a esta loca”

“Esta loca cada vez le entregaba el culo al evaristo”

“Lo más peligroso es su ignorancia de la loca.”



El uso de la palabra también se pudo ver en comentarios ofensivos hacia hombres candidatos:

“El andrónico es una loca”

El uso del femenino en expresiones como la anterior no es casual, revela el trasfondo de un estereotipo de género. No es la palabra “loco” lo que resulta ofensivo, sino su forma femenina, que busca desde la perspectiva de quién la utiliza, añadir una carga denigrante. Esta estrategia busca humillar al hombre al asociarlo con atributos considerados “inferiores” según normas sociales. En este marco, emplear un término femenino para referirse a un hombre tiene una intención evidente, desprestigiar vinculándolo con aquello que la sociedad percibe como débil o humillante, un aspecto que analizaremos con mayor detalle más adelante.

Las palabras “amante” y “perra” ocupan el segundo y tercer lugar en términos más usados como ofensivos dentro de la categoría *misoginia* de los comentarios analizados de youtube.

“No lo traicione sigio siendo la amante”

“amante de evofilos”

“Achacollo amante de ortega da nicarágua”

“Pomacusi amante de evo”

Estos ataques evidencian que una estrategia recurrente para desacreditar a las mujeres políticas es centrar la atención en su vida privada en lugar de su acción pública. Mientras que la vida íntima de hombres políticos es poco señalada o se los ataca desde su incapacidad en resolver problemas en sus funciones, para las mujeres se construye socialmente la idea de que su participación depende de vínculos sexuales o amorosos con hombres, cuestionando así su legitimidad, autonomía y capacidad de decisión. Esta lógica se extiende a su afiliación política, asumiendo que responde a relaciones personales y no a convicciones propias, reflejando un sesgo de género que reproduce estereotipos de subordinación al poder masculino.

“Para hacer quedar bien a esta perra inutil”

“Perra del partido popular”

“Jhonny es la perra del evo”

“Esa perra necesita un buen bozal”

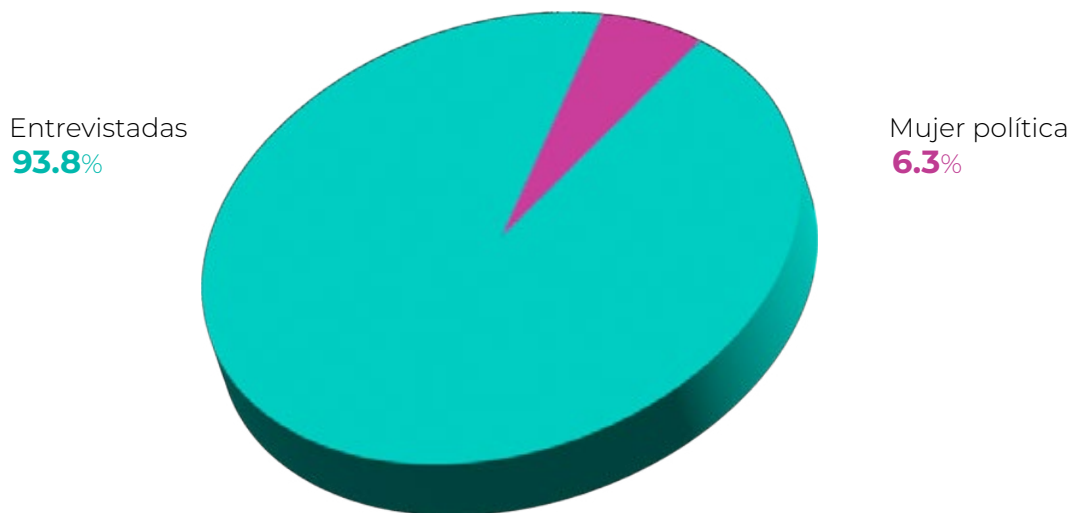
“Él era la perra del Goni”

De manera similar, el término “perra” sexualiza la experiencia de las mujeres en la política y está asociado a estereotipos sexuales de género. Habitualmente, se emplea para referirse a mujeres consideradas promiscuas y, en ese sentido, se convierte en un recurso para cosificarlas, sexualizarlas, degradarlas y deshumanizarlas. Asimismo, en los comentarios analizados se evidencia una representación en la que las mujeres políticas son percibidas como subordinadas o a disposición de los hombres, reforzando la idea de que deben obedecer y actuar conforme a las expectativas masculinas.

En este primer reporte es importante hacer referencia al término “irrespetuosa”, incluido dentro de la categoría de *misoginia*. Este término se encuentra recurrentemente en la muestra de comentarios recolectados de YouTube y evidencia cómo ciertos mensajes están dirigidos específicamente hacia mujeres en espacios de visibilidad pública. De manera significativa, la mayoría de estos comentarios se dirigieron a entrevistadoras reconocidas, como Cecilia Bellido, María Galindo y Jimena Antelo, figuras públicas que destacan por el carácter crítico de sus entrevistas.

Estos hallazgos ponen de relieve la persistencia de estereotipos de género sobre lo que se considera apropiado o esperado de una mujer en espacios públicos y mediáticos. En este sentido, estos resultados también evidencian cómo las expectativas sociales y los prejuicios de género siguen condicionando la forma en que se percibe y se juzga a las mujeres con visibilidad pública.

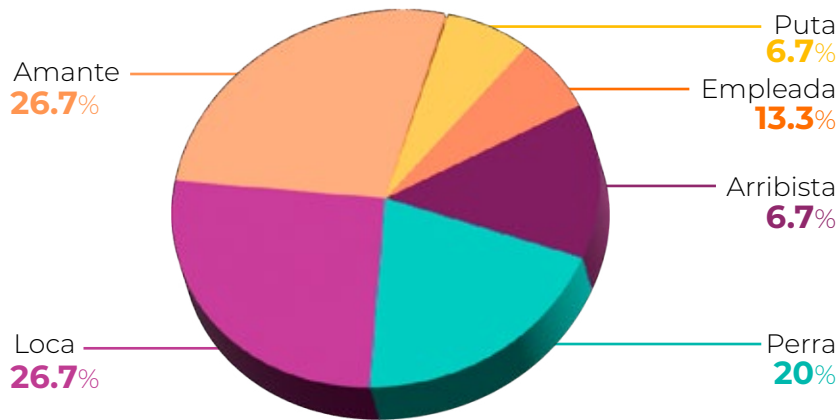
GRÁFICO NO 2.
A QUIÉNES SE DIRIGE EL TÉRMINO “IRRESPETUOSA”



Fuente: Elaboración propia con los datos extraídos de los comentarios de Youtube

El uso de insultos feminizados contra hombres políticos funciona como una estrategia discursiva que reproduce un orden de género jerárquico. Al asociarlos con lo femenino, considerado en la cultura patriarcal como subordinado y débil, se los deslegitima políticamente y se refuerza la idea de que lo femenino y lo sexualizado ocupan un lugar degradado en la jerarquía del poder. Incluso cuando los hombres son el blanco, las mujeres y lo femenino permanecen como el referente negativo que sostiene la agresión.

GRÁFICO NO 3.

FRECUENCIA DE PALABRAS DE LA CATEGORÍA *MISOGINIA* PARA AGREDIR A HOMBRES EN POLÍTICA.

Fuente: Elaboración propia con los datos extraídos de los comentarios de Youtube

4.3

Conclusiones del análisis

La violencia política digital se manifiesta mediante comentarios y expresiones misóginas que utilizan estereotipos de género, tanto psicológicos como sexuales, para deslegitimar y silenciar a las mujeres en espacios de poder y decisión. Los términos más recurrentes, como “loca”, “amante” o “perra”, evidencian cómo el lenguaje opera como un mecanismo de control simbólico. En el caso de “loca”, se trata de un estereotipo psicológico que asocia a las mujeres con la irracionalidad, la emotividad desbordada y la falta de lógica, en contraposición a la racionalidad y objetividad atribuidas culturalmente a los varones. De este modo, cualquier postura crítica o disruptiva de una mujer política puede ser invalidada apelando a su supuesta “inestabilidad mental”. Por su parte, términos como “amante” y “perra” reproducen estereotipos sexuales que reducen a las mujeres a su vida íntima o a su capacidad de vinculación con los hombres, reforzando la percepción de que su participación política no obedece a convicciones propias, sino a relaciones de dependencia o subordinación. Estos ataques trasladan el debate político hacia la esfera privada y sexual, despojando de legitimidad la acción pública de las mujeres y evidenciando que la violencia política digital se nutre de normas patriarcales que niegan su autonomía política.

Además, el uso de insultos feminizados también se dirige contra hombres políticos, pero no como una crítica neutral, sino como una estrategia discursiva que los deslegitima al asociarlos con atributos considerados “femeninos”. En un marco cultural patriarcal donde lo masculino se asocia con lo racional, fuerte y superior, y lo femenino con lo débil, pasivo e inferior, llamar a un hombre “loca” o “perra” funciona como un mecanismo de degradación que reafirma la jerarquía de género. De esta manera, el discurso misógino se utiliza también para agredir a hombres y situarlos en una posición inferior, reforzando la idea de que lo femenino y lo sexualizado ocupan un lugar degradado en la jerarquía del poder.

En conjunto, estos hallazgos muestran que la violencia política digital sostiene y reproduce estructuras jerárquicas de dominación masculina, limita la participación política de las mujeres y consolida desigualdades históricas en el ámbito digital y en la esfera pública, utilizando la *misoginia* como un instrumento central para mantener relaciones de poder desiguales entre hombres y mujeres.

¿Cómo se dió la violencia política digital contra candidatas en redes sociales?

5

El análisis manual de comentarios ofensivos contra 28 candidatas⁴ a las elecciones de 2025, realizado a partir del monitoreo de entrevistas en las que participaron, buscó responder a las preguntas: ¿de qué manera se da la violencia política digital y qué factores intervienen en ella? A partir de la data recolectada, este primer reporte desarrolla los cuatro casos de candidatas que recibieron mayor cantidad de comentarios ofensivos en los espacios monitoreados: Eva Copa (101), Mariana Prado (229), Soledad Chapetón (20) y Susana Bejarano (33).

El estudio permitió reconocer y destacar patrones reiterados de violencia ejercida contra las candidatas. Entre los principales resultados se evidenció que las agresiones se concentraron, sobre todo, en una perspectiva misógina, donde la sexualidad y el género tuvieron un papel predominante. De igual manera, factores como la raza, el género y la ideología se hicieron presentes en la violencia política digital recibida, la cual no se manifestó de forma aislada, sino mediante acciones coordinadas y con dinámicas repetitivas. También se identificó la utilización de recursos como símbolos especiales y emoticonos para enmascarar insultos y evadir los filtros de las plataformas digitales; esta táctica, a su vez, favoreció la propagación de la violencia, ya que usuarios y usuarias replicaban los mismos mensajes en diversas entrevistas. El análisis igualmente reveló que cuando una persona concentra múltiples factores de vulnerabilidad, no experimenta sólo una acumulación de violencias, sino una agresión más profunda y particular que emerge de la intersección de esas opresiones. En un sentido más general, la violencia política digital se sostiene en normas patriarcales que buscan negar la autonomía política de las mujeres. A continuación se expone la metodología utilizada y el análisis de los casos.

4 Se puede ver la lista de candidatas monitoreadas en el anexo 2

5.1

Metodología del análisis manual

Para el monitoreo manual se consideraron todos los medios de comunicación con presencia en Internet, así como a todas las candidatas que participaron en las Elecciones Generales 2025. Con base en estos dos criterios, se definió la muestra de estudio, conformada por 48 medios: 33 digitales, 5 radios y 10 canales de televisión que transmiten en plataformas digitales.

La selección de medios se realizó bajo dos condiciones:

- Que generen contenido político.
- Que realicen entrevistas a candidatas.

De los 48 medios seleccionados, se identificaron sus principales canales de difusión digital: 42 canales de YouTube, 46 páginas de Facebook y 52 cuentas de TikTok, donde transmiten o publican sus contenidos.⁵

La muestra de candidatas cuyas entrevistas monitoreadas estuvo compuesta por 28 mujeres postuladas a la presidencia, vicepresidencia, diputación o senaduría. En esta selección se incluyó al menos una representante por departamento de Bolivia y por cada fuerza política registrada para las Elecciones Generales 2025. Asimismo, se procuró garantizar la diversidad etaria, incorporando candidatas entre los 18 y 58 años.

El monitoreo abarcó todas las entrevistas transmitidas por los medios seleccionados entre el 26 de mayo y el 17 de agosto (día de las elecciones), en las que participaron las candidatas de la muestra. De estas entrevistas se recopilaron únicamente los comentarios que contenían expresiones denigrantes. Para este fin, se elaboró un glosario diseñado específicamente para la investigación, el cual integró dichos y modismos propios del contexto boliviano, reunidos a partir de experiencias previas y de la revisión de literatura especializada en violencia digital de género y violencia política en entornos digitales. El propósito fue reconocer los términos más recurrentes en los discursos de agresión política digital dirigidos hacia mujeres, para posteriormente clasificarlos de acuerdo con las categorías de análisis establecidas.

La extracción de los comentarios se realizó manualmente, ingresando a cada transmisión o publicación y copiando los textos seleccionados para su análisis. Hasta el 17 de agosto se habían registrado 468 comentarios y se habían revisado 178 videos de entrevistas.

5 La lista de páginas de Facebook y cuentas de TikTok monitoreadas se encuentra disponible en el Anexo 3.

5.2 Representaciones degradantes en el discurso político:

La alcaldesa de El Alto como sujeto de sexualización y exclusión social

GRÁFICO NO 4.
FRECUENCIA DE EXPRESIONES DISCURSIVAS DE VIOLENCIA DIGITAL DIRIGIDAS A EVA COPA



Fuente: Elaboración propia con los datos extraídos del monitoreo manual

Los ataques a Eva Copa comenzaron cuando asumió la presidencia del Senado el 2019. A través de páginas de organizaciones políticas fue acusada de “traidora” por cambios en el gabinete y disputas con otra relevante senadora. En el contexto de las elecciones subnacionales, Eva Copa buscó respaldo de su partido para ser candidata a la alcaldía de El Alto, sin embargo, y pese a contar con el respaldo social, se enfrentó con resistencia interna de un sector del Movimiento al Socialismo, partido que finalmente eligió a Zacarías Maquera como su candidato. Copa decidió no respaldar esta candidatura y se postuló con otra organización política, la agrupación ciudadana Jallalla - LP liderada por Leopoldo Chui.

Eva Copa fue una de las pocas Alcaldesas electas en los comicios subnacionales del 2021; a la vez, fue una de las Alcaldesas electas con más votos (67%) (Fundación Intenet-bolivia.org, 2024). Según Machaca (2025), durante la campaña para la alcaldía se la vinculó con la muerte de universitarios tras el colapso de una baranda, sugiriendo que ella habría estado involucrada en la convocatoria a esa asamblea, con el claro objetivo de dañar su imagen. Esto le significó una pérdida considerable de respaldo político. Durante su gestión como alcaldesa, la etiqueta de “traidora” fue reemplazada por la de “jaira”, término que ya había sido empleado previamente contra Soledad Chapetón, exalcaldesa de El Alto. A este escenario se sumaron publicaciones que le atribuían falsamente múltiples amantes, un patrón que también se había utilizado en el caso de Chapetón.



Eva Copa es fundadora del partido político MORENA. Actualmente es alcaldesa de El Alto y fue candidata a la presidencia en las elecciones nacionales de 2025 hasta el 29 de julio, cuando anunció su renuncia a la candidatura por acoso político.

En este estudio, se analizaron 101 comentarios en total de todas las plataformas, siendo Facebook la que tuvo más contenido analizado. Las expresiones discursivas de violencia política digital predominantes de estos ataques, en general, estuvieron relacionadas con la descalificación, *misoginia* y racismo y discriminación.

Las palabras más frecuentes asociadas a la candidata fueron: pasposa, *jaira*, india, puta y amante. Estos términos se inscriben en distintas categorías de análisis: desde la *misoginia* vinculada a estereotipos sexuales, hasta la discriminación por motivos raciales y la descalificación mediante expresiones que buscan socavar la credibilidad, la capacidad intelectual o la imagen de una persona a través de insultos, ridiculizaciones o cuestionamientos de sus competencias.

En el caso de Eva Copa, los comentarios reflejan de manera evidente la intersección entre *misoginia* y racismo. Los ataques combinan elementos que permiten esta lectura. Por ejemplo, el insulto *jaira* (palabra aymara utilizada para describir a una persona floja) es el más recurrente en relación con esta candidata. Sin embargo, aparece con frecuencia acompañado de términos con una fuerte carga misógina, como puta, utilizado para aludir a la supuesta promiscuidad de las mujeres, así como de referencias a la “calle 12 de octubre” de El Alto, conocida por la presencia de prostíbulos. Cabe señalar que la expresión 12 de octubre no había sido incluida en la primera versión del léxico, pero será incorporada debido a su recurrencia en los comentarios analizados.

JAIRA, PASPOSA, INDIA Y 12 DE OCTUBRE

La asociación que algunos hacen entre una mujer política con un espacio cargado de prejuicios sociales, se intenta reducir su identidad pública a lo sexual, reforzando estereotipos que cuestionan la capacidad de las mujeres para ejercer liderazgo. Esta táctica busca menoscabar su imagen y autoridad, transmitiendo la idea de que su participación en la política es ilegítima o “indecorosa”, y reproduciendo así normas patriarcales que pretenden excluir a las mujeres del poder.

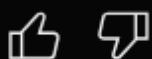
JAIRA ALCALDESA CARIÑOSA DE LA 12 DE OCTUBRE...

7-5 Responder

Por otro lado, una expresión discursiva que inicialmente no estaba incluida en el léxico es la de “16 maridos”. En 2023, Eva Copa fue entrevistada en el podcast “Una noche y ya” por Héctor Uriarte. Durante la conversación, Uriarte le pregunta si los comentarios negativos la afectan, a lo que ella responde que actualmente no, aunque al principio se sentía tan abrumada que incluso evitaba salir de su casa debido a las críticas: “decían que era una tal y cual, hasta tengo 16 maridos, te diré, no sé después de ese aniversario cuántos maridos ya me pongan”. Esta declaración fue claramente sacada de contexto: fragmentos del video fueron recortados y difundidos en redes sociales, dando la impresión de que ella afirmaba “yo tengo 16 maridos”, cuando en realidad estaba relatando cómo los comentarios de terceros afectan su vida personal.

La manipulación de su declaración se convirtió en un recurso discursivo dentro de la violencia política digital durante el contexto electoral, ya que la expresión está estrechamente vinculada con estereotipos sexuales que buscan desacreditar y sexualizar su experiencia en la política, con el objetivo de deslegitimar su trabajo. Se busca atacar a la candidata a través de su vida personal y sexual. Aunque hoy está divorciada, los comentarios de usuarios y usuarias sugieren que esta falsa afirmación sería una falta de respeto hacia su familia, reforzando estereotipos tradicionales sobre los roles de género.

Esta tiene que atender a sus 16 maridos 😊 con nuestra no se juega



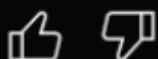
Responder

Otro patrón identificado, tanto en esta entrevista como en diversos videos difundidos en redes, es que Copa disfruta de espacios de recreación y fiesta en su vida personal. Este aspecto ha sido usado como base para agresiones misóginas, incluyendo la asociación con el llamado “Ken boliviano” tras ser vista con él en un contexto festivo, así como burlas y cuestionamientos por videos donde aparece bailando.

Estas agresiones refuerzan una narrativa restrictiva sobre cómo deben comportarse las mujeres: no salir, no divertirse, no someterse a cirugías estéticas y, en general, no expresar su autonomía ni hacer bromas en público. Todas estas expresiones de autonomía fueron convertidas en motivos de ataque y tergiversación hacia la candidata.

Finalmente, la palabra “pasposa” en Bolivia se utiliza de manera despectiva para referirse a mujeres de sectores populares, aludiendo a rasgos físicos asociados a su origen rural o campesino (como piel reseca o facciones consideradas “imperfectas” según los estándares hegemónicos de belleza). Este insulto no es neutral, refuerza estereotipos raciales que históricamente han marginado a mujeres con estas características. El comentario evidencia la intersección entre racismo y género, ya que no se trata únicamente de un ataque por ser mujer política, sino que se combina con el racismo. Esta dinámica no se observa en el análisis de otras candidatas, lo que muestra cómo la violencia política digital de género se intensifica cuando se suman factores de vulnerabilidad

Eva copa pasposa, eres una persona muy arrogante, farsante



Responder

Jaira 22:29 si dices que te bajas por acoso. Es que te intimidaron. Pasaposa, vas a caer.

5.3 Estereotipos sexuales y descalificación a una candidata a la vicepresidencia

El lunes 19 de mayo de 2025, la Alianza Popular del Movimiento Tercer Sistema (MTS) presentó a Mariana Prado Noya como su candidata a la vicepresidencia. Entre aplausos y desacuerdos de las y los militantes presentes, su compañero de fórmula y candidato a la presidencia, Andrónico Rodríguez, oficializó el binomio en un acto público en la ciudad de La Paz, Bolivia.

A partir de ese momento, Mariana con 43 años de edad, inició su carrera electoral hacia las elecciones nacionales programadas para el 17 de agosto de 2025. Prado fue Ministra de Planificación en el gobierno de Evo Morales en el año 2016, trabajó en el Fondo Financiero para el Desarrollo de la Cuenca del Plata del 2014 al 2017 y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) el año 2006.

Durante la campaña electoral, enfrentó el rechazo a su candidatura por parte de algunos sectores sociales. El 21 de septiembre de ese año, la Federación de Campesinos, conminó a Rodríguez a reemplazar la candidatura de Prado, dando un ultimátum de 48 horas. Sin embargo, su candidatura se mantuvo intacta hasta las elecciones. El 1 de agosto de 2025, la candidata a la vicepresidencia declaró en una entrevista en radio Erbol, que fue atacada reiteradas veces en redes sociales. “Hay momentos que abro las redes y quiero llorar, o sea francamente quiero llorar. Me afecta muchísimo. Trato de engrosar la piel, pero me duele mucho y más por mi familia”, señaló. Mariana perdió la carrera electoral. Su alianza solo logró alcanzar el 8,51% del total de votos.

Tras analizar un total de 229 comentarios contra la candidata Mariana Prado recolectados entre el 26 de mayo al 17 de agosto de 2025, se halló que el 36,4% de estos corresponden a la categoría de *misoginia*, el 36,4% a descalificación, 17,6 % a racismo y discriminación y el 5 % a ideología.

Los comentarios correspondientes a la categoría “*misoginia*” están relacionados a estereotipos sexuales que tergiversan declaraciones que hizo la candidata durante la campaña electoral. A continuación describimos algunos ejemplos.

"LA NENA DEL ESTADO"

El viernes 4 de julio de 2025, Mariana Prado asistió a una entrevista en el canal de televisión Tele C, en la que declaró lo siguiente:

"Yo diría que casi el 80% de mi perfil ha sido orientado al sector público, he tenido mis experiencias en el ámbito internacional, algo muy reducido en el sector privado, pero soy una nena del Estado".

A partir de ese momento, usuarios y usuarias usaron el término "Nena del Estado" para lanzar ataques hacia Mariana. Los mismos hacen referencias sexuales o descalificativas. "Será cariñosa del Estado", "La nena cariñosa del Estado", "Ridícula del Estado", son algunos de estos. Esto muestra cómo declaraciones que hizo la misma candidata, luego son tergiversadas por terceras personas para escribir comentarios ofensivos. Estas expresiones buscan desacreditar y deslegitimar a la candidata, trasladando su propuesta y experiencia hacia la sexualización de su figura pública. La *misoginia* en este caso funciona como violencia que tiene como fin deslegitimar y desvalorizar la figura política de la candidata y su propuesta electoral.

Ridícula la nena del estado XD

1 d Me gusta Responder

La Nena cariñosa del Estado

Hace 5 d Responder



1

será cariñosa del Estado.. 😊😊😊

Hace 3 d Responder



13

Apelación a figuras masculinas por rol político

En la entrevista mencionada en el párrafo anterior, Mariana dijo:

"Cuando conversamos con Andrónico sobre este tema, le dije: 'Andrónico, no vamos a hacer nosotros nada contra Evo (Morales); si es contra Evo, no cuentas conmigo. Puede ser a pesar de Evo, pero contra él no'".

A partir de estas palabras, diversos medios de comunicación y generadores de contenido señalaron que Mariana defendía a Evo Morales. Esto condujo a otra ola de críticas hacia Mariana. En las redes sociales analizadas, diversos usuarios, tomaron esta declaración para atacar a la candidata bajo estereotipos sexuales. Algunos ejemplos son: "La nena de evofilo", "Cochina chvpacul0 de Evo Morales", "Pero sí está está ahí por abrir las piernas al Evo, el Evo ponía de ministra según eran en la cama", "Chota del Evo".

Este tipo de comentarios coinciden con los estereotipos recurrentes en medios de comunicación y redes, como son las “alusiones a su sexualidad, identidad u orientación sexual o de género y valoración en función de su comportamiento” (Barrera, Zamora, Pérez, Aguirre, y Esculloa, 2018, p.26-27). Estas alusiones a hipotéticas relaciones de tipo sexual de la candidata con hombres del mismo entorno político, tienen como fin desvalorizar y deslegitimar las capacidades de la candidata para ejercer un rol político por mérito propio.

La nena del evofilo

Hace 2 d Responder

Pero si está está ahí por abrir las piernas al Evo, el Evo ponía de ministra según eran en la cama y eso es bien sabido

4 d Me gusta Responder

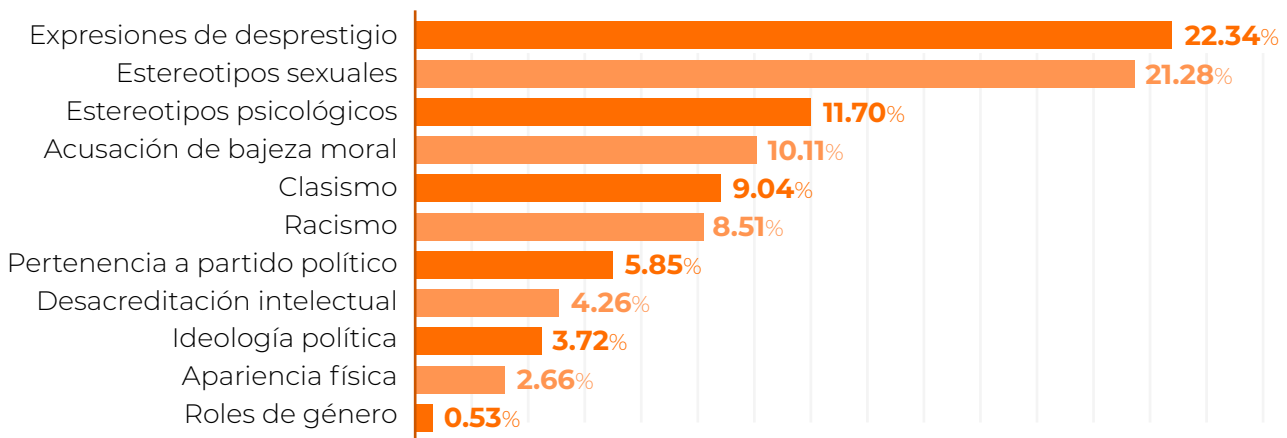
Chota del Evo.

2 d Me gusta Responder

Subcategorías de violencia política

El 22,3% de comentarios que recibió Prado corresponden a la subcategoría de expresiones de desprecio, seguidamente un 21,28% a estereotipos sexuales, 11,07% a estereotipos psicológicos, 10,11% a acusación de baja moral y el restante a clasismo, racismo, pertenencia a un partido político, desacreditación intelectual, ideología política, apariencia física y roles de género.

GRÁFICO NO 5.
PRINCIPALES SUBCATEGORÍAS DE COMENTARIOS RECOPIADOS Y ANALIZADOS DE LAS ENTREVISTAS DE MARIANA PRADO



Fuente: Elaboración propia con los datos extraídos del monitoreo manual

El término “Puta” fue el que se identificó más en los comentarios ofensivos contra Mariana (17% del total, 36 veces). Esta palabra aparece en comentarios recolectados de Tik Tok de manera disimulada a través de caracteres especiales y emoticones.

El insulto “puta” representado en emoticones y caracteres especiales fue copiado y pegado de la misma manera por usuarios/as en diferentes entrevistas en las que participó Mariana. La estrategia de ilustrar el insulto a través de emoticones, tuvo el afán de saltar filtros de moderación de contenido en las plataformas digitales. Además se añadían palabras al inicio o al final para ampliar el insulto, como ser : “Grandísima PUTA”, “Gran PUTA”.

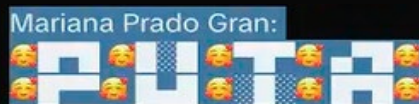


7-28 Responder

Ver 3 respuestas ▾



7-14 Responder



7-14 Responder



Hace 1 d Responder

Ver 1 respuesta ▾

La recolección de estos comentarios reflejó un patrón sostenido y coordinado, ya que lo encontramos escrito de la misma manera en diversos espacios y hacia otras candidatas, como ser Eva Copa. Es decir que los usuarios copiaban el comentario para pegarlo rápidamente en otros espacios.

Cabe destacar que a través del caso de Mariana Prado y las candidatas Susana Bejarano y Eva Copa, pudimos conocer cómo las mujeres que representan ideologías históricamente estigmatizadas, como son las alineadas a la izquierda política, suelen ser doblemente afectadas desde una mirada misógina. Mientras que cuando realizamos la búsqueda de comentarios ofensivos hacia candidatas de derecha como ser Silvana Mucarzel (candidata a senadora del partido Súmate alineado a la derecha política), no se encontró comentarios misóginos que ataquen su ideología política.



5.4

Entre la misoginia y el racismo. Los discursos de violencia digital hacia una candidata de El Alto

Soledad Chapetón de 44 años de origen aymara y formada como profesora, inició su carrera en Unidad Nacional, siendo constituyente en 2006, el 2015 hizo historia al convertirse en la primera mujer alcaldesa de la segunda ciudad más poblada de Bolivia, la ciudad de El Alto, fue una de las máximas victorias de la oposición durante el gobierno del MAS. Su gestión municipal se destacó por los retos en infraestructura, seguridad y la fuerte **presión política del oficialismo**, según sus propias palabras.

La nueva alcaldesa Eva Copa interpuso varias acciones judiciales por irregularidades en su gestión, el 14 de septiembre de 2022 fue **aprehendida con su bebe en brazos** y el 12 de julio de 2024 **dictaron detención domiciliaria** en su contra, en mayo de este año se **confirmaba su postulación para primera senadora** por el departamento de La Paz por Alianza Unidad. Durante su campaña los momentos más importantes en términos de presencia mediática fueron la **Barricada⁶ que le hizo Maria Galindo**, que provocó gran cantidad de comentarios.

En las elecciones generales de 2025 fue elegida como Senadora por el departamento de La Paz. En el monitoreo que se realizó, se recolectó un total de 25 comentarios: 21 en Tiktok y 4 en Facebook. Tal como se puede observar en la nube de palabras a continuación, la palabra más reiterada en los comentarios es “*jaira*” palabra que es también bastante usada para Eva Copa, es un modismo propio de la ciudad de El Alto y se la ha usado más para las mujeres no de la misma manera hacia hombres.

La otra palabra usada es “Vividora” que hace referencia a que ya ha sido alcaldesa y ahora busca continuar en la función pública.

6 Barricada, programa de la activista Maria Galindo donde entrevista a sus invitados con su estilo personal.



Fuente: Elaboración propia con los datos extraídos del monitoreo manual

Ejemplo en este comentario cuando hace referencia a “la otra *jaira*” hace referencia a Soledad Chapetón pero también se refiere a la actual Alcaldesa Eva Copa.

la otra jaira del alto , realmente hay que ser...para votar por ella



7-5 Responder

Ver 5 respuestas ▾

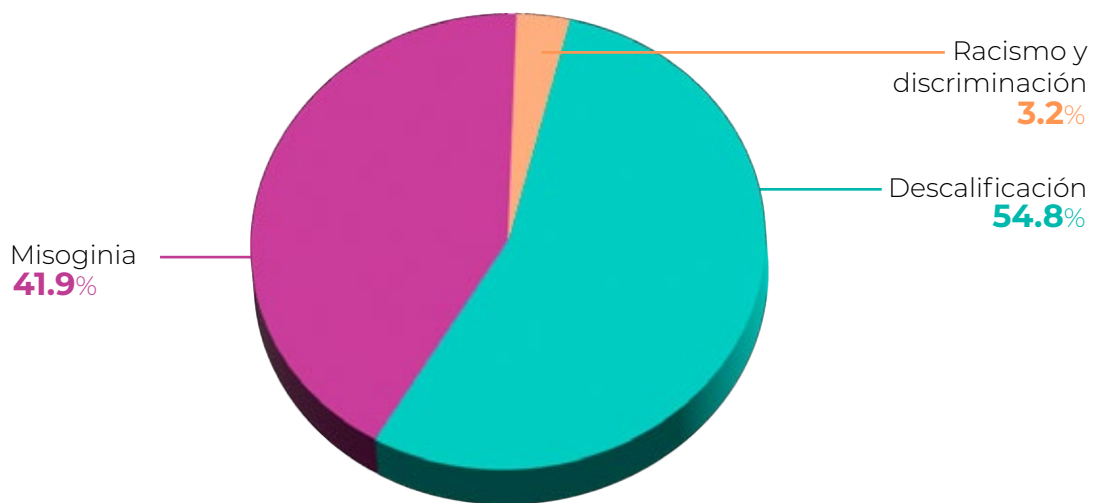
Llama la atención la presencia de la palabra “sirvienta” en los comentarios dirigidos hacia Soledad Chapetón. Este término retrata a la candidata como un objeto al servicio de los políticos para llegar a distintos públicos, reforzando la idea de que, por pertenecer a un partido de centro derecha, su rol en la política no es el de una lidereza capaz de aportar al debate público, sino el de una empleada subordinada dentro de esa estructura. De este modo, se articulan dos categorías discursivas: la *misoginia* y el racismo. La figura de la mujer se reduce a un papel de servicio, especialmente cuando forma parte de partidos o ideologías que no coinciden con las expectativas sociales asociadas a su origen.

En este contexto, la palabra “sirvienta” se clasifica tanto como *misoginia* como racismo. La *misoginia* constituye una categoría central en la violencia política digital de género, pues se refiere a expresiones de odio dirigidas a la condición de ser mujer. En el ámbito político, se manifiesta mediante estereotipos de género, prejuicios vinculados a la sexualidad femenina y narrativas que subordinan a las mujeres frente a los hombres.

Por su parte, el racismo (que para este reporte incluye el clasismo) se evidencia al reducir a la mujer a un rol de subordinación basado en su origen social o económico, reforzando desigualdades históricas vinculadas a la clase. La violencia política digital de género rara vez ocurre de manera aislada, con frecuencia se combina con discriminación por raza, clase, orientación sexual, edad u otras categorías sociales. Este entrelazamiento refleja lo que Crenshaw (1989) conceptualizó como interseccionalidad, distintos sistemas de opresión se cruzan y producen experiencias únicas de violencia.

GRÁFICO NO 8.

PRINCIPALES CATEGORÍAS DE COMENTARIOS RECOPIADOS Y ANALIZADOS SOBRE SOLEDAD CHAPETON



Fuente: Elaboración propia con los datos extraídos del monitoreo manual

Del 100% de los comentarios analizados, el 54,8% corresponden a descalificación, el 41,9% a *misoginia* y el 3,2% restante a racismo y discriminación. La mayoría de estos comentarios hacen referencia al rol que llevó a cabo cuando fue alcaldesa de la ciudad de El Alto.

Los ataques de descalificación se expresan como agresiones destinadas a disminuir, humillar o desacreditar a la persona mediante juicios negativos sobre su valor. Un dato significativo es que el 53,85% de los comentarios contenía la palabra *jaira* que, como se mencionó previamente, significa “floja”. Este término, se inscribe dentro de la subcategoría de descalificación. La Fundación InternetBolivia.org ha señalado que, en Internet, al igual que en otros espacios, existe una tendencia a descalificar la vida privada de las mujeres que participan en política, reduciendo su identidad únicamente a la esfera laboral. En este contexto, cuando las mujeres políticas muestran aspectos de su vida que no están relacionados con sus funciones públicas, suelen ser juzgadas por “no dedicarse exclusivamente” a su trabajo, sino también a su vida personal. Esta lógica probablemente motivó el uso de la palabra “*jaira*” hacia la candidata, un término que, como se mencionó anteriormente, surgió con frecuencia durante su gestión como alcaldesa de El Alto.

Los comentarios recopilados evidencian esta visión reduccionista, niegan a las mujeres políticas el derecho a mostrar otras dimensiones de su vida, disfrutar de su tiempo libre, compartir con amistades o cultivar intereses personales, sin ser cuestionadas ni expuestas. De esta forma, quienes se atreven a visibilizar aspectos más allá de su labor pública son descalificadas, como si su única obligación fuera el trabajo político.

APARECIO LA JACHA JAIRA

6-26 Responder



2

5.5 La polarización y la normalización de la violencia política digital de género.

GRÁFICO NO 9. NUBE DE PALABRAS

FRECUENCIA DE EXPRESIONES DISCURSIVAS DE VIOLENCIA DIGITAL DIRIGIDAS A SUSANA BEJARANO



Fuente: Elaboración propia con los datos extraídos del monitoreo manual

Susana Bejarano es una politóloga, analista política, gestora cultural y comunicadora, a lo largo de estos años ha combinado su labor en medios con roles en instituciones culturales. Su programa más exitoso fue “Esta casa no es hotel” que comenzó en la cadena de televisión ATB y ha estado en el aire en otros medios de comunicación hasta el 2024; en este programa ha entrevistado a grandes figuras de la política nacional, incluyendo presidentes y ex presidentes. Ha sido parte del consejo editorial del suplemento El Desacuerdo y también ha ejercido como Consejera en el Consejo de Administración de la Fundación Cultural del Banco Central de Bolivia.

El 4 de julio oficializó mediante su cuenta de Facebook su candidatura como primera senadora por La Paz por Alianza Popular. Su campaña fue corta pero muy mediática debido a:

- Su candidatura fue tomada como una traición por parte de los sectores que apoyan a Evo Morales siendo criticada por él mismo.
- Desde el anuncio de su candidatura, su vida privada adquirió mayor protagonismo que las propuestas que ella presentaba. Diversas publicaciones en redes sociales comenzaron a difundir información sobre su esposo y su afinidad política, destacando que apoyaba a uno de los candidatos que en ese momento lideraba las encuestas. En los primeros días posteriores al anuncio, este tema ocupó más espacio en el debate público que las propias iniciativas de la candidata, lo que deslegitimó sus ideas políticas cuando los medios de comunicación colocaron su vida íntima en el centro de la discusión.
- El jueves 17 de julio, a un mes de las elecciones generales, es protagonista de la Barricada de María Galindo, entrevista que marcaría el resto de su campaña.

Se analizaron un total de 32 comentarios publicados en distintas plataformas. Un aspecto relevante es que el periódico oficial del Estado Plurinacional de Bolivia difundió un extracto de la entrevista mencionada anteriormente cuya titulación evidenciaba la intención de provocar reacciones vinculadas con la violencia política digital. (<https://www.tiktok.com/@ahoraelpueblo/video/7528150471773670662>).



ahoraelpueblo ✓
Periódico - Ahora El Pueblo · 7-17

Seguir

👤 ✖ La activista María Galindo increpó a la candidata Susana Bejarano por no poder nombrar las 20 provincias del departamento de La Paz. "Territorio no es tu barrio (...) ¿Cómo vas a representar lo que no conoces?", cuestionó. ●
Video: Radio Deseo
[#mariagalindo](#) [#susanabejarano](#) [#politica](#) [#elecciones](#) [#ahoraelpueblo](#)

Las palabras más comentadas

Tal como se observa en la nube de palabras, el término más reiterado es “zurda”, empleado para referirse a los partidos de izquierda. Su uso en este contexto trasciende la mera identificación ideológica, pues funciona como un marcador de estigmatización política, generando polarización y usando la estigmatización para normalizar la violencia política digital

ZURDA ya la pagarás!!

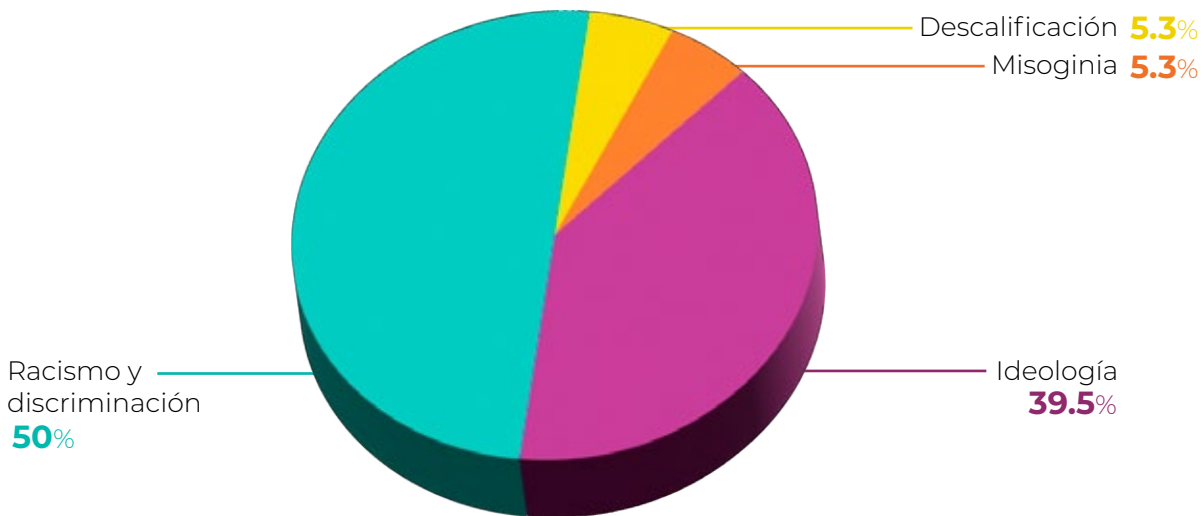
De manera similar, el vocablo “masista”, asociado al Movimiento al Socialismo (MAS), partido hegemónico en Bolivia durante los últimos veinte años, adquiere aquí un sentido peyorativo. Más allá de señalar una adscripción partidaria, esta denominación opera como una estrategia discursiva de deslegitimación, cargada de connotaciones raciales y discriminatorias que buscan desvalorizar tanto a la persona como a su adscripción política. La Fundación InternetBolivia.org mencionó que la polarización puede contribuir a la normalización de la violencia política. Los discursos políticos hostiles pueden crear un entorno propicio para la aceptación de comportamientos violentos, como la violencia digital.

CHOLA MASISTA

Esta es una loca chupa sangre
masiburra q no era una periodista neutral ahora es
candidata masista

Categorías de violencia política digital

GRÁFICO NO 10.
PRINCIPALES CATEGORÍAS DE COMENTARIOS RECOPIRADOS Y ANALIZADOS DE SUSANA BEJARANO



Fuente: Elaboración propia con los datos extraídos del monitoreo manual

Del 100% de los comentarios recopilados el 50% fue sobre “racismo y discriminación”, el 39% a “ideología” dejando el resto a “descalificación” y “misoginia” ambas con el 5,3%.

En la lectura de los comentarios se puede inferir el origen de los ataques, que provienen de distintos frentes políticos e ideológicos. Por un lado, sectores afines al MAS, particularmente identificados con la facción “evista”, la cuestionan por su cercanía con el partido de Andrónico Rodríguez. Por otro lado, opositores al MAS la desacreditan al catalogarla como masista. A ello se suma un tercer grupo, conformado por actores que ponen en duda su rol neutral como periodista o analista, asignándole la etiqueta de “zurda”. Estas expresiones se inscriben en lo que denominamos discriminación por ideología, entendida como una forma de violencia discursiva basada en afiliaciones políticas que, en contextos de polarización, se traduce en insultos y estigmatización. En el caso de las mujeres políticas, esta discriminación adquiere una dimensión particular, pues no solo se las ataca por sus posturas ideológicas, sino también por su condición de mujeres, lo que multiplica las formas de violencia que enfrentan. En conjunto, estas descalificaciones reflejan un patrón de polarización discursiva en el que las identidades políticas se convierten en instrumentos de estigmatización y deslegitimación del trabajo y del discurso público.



Jorge Muñoz Paredes

Masista recalcitrante, siempre invitaba a sus programas a sus comunistas, socialistas corruptos. por eso el país está así. 20 años de corrupción y prebendas.



Hace 1 d Responder



Ana Fernando Escobar Sanchez: fracasada analista y obviamente zurda


Conclusiones generales del reporte

6

Los discursos misóginos están en el centro de la violencia política digital de género. A pesar de los avances normativos, como la Ley 243 Contra el Acoso y la Violencia Política hacia las Mujeres, las candidatas siguen siendo blanco de expresiones con claras connotaciones sexuales “loca”, “amante”, “perra” o “puta” que generan una opinión pública negativa hacia ellas y cuestionan su legitimidad política. Estas expresiones también alcanzan a periodistas y entrevistadoras, e incluso a candidatos varones, en cuyo caso se recurre al uso femenino como forma de insulto, mostrando que lo asociado a “lo femenino” se construye como sinónimo de debilidad o inferioridad.

La equiparación de la mujer en política con la figura de la “mujer pública” o con la transgresión sexual fuera del ámbito doméstico funciona como un mecanismo de disciplinamiento. Siguiendo a Manne (2017), este tipo de discursos castigan a las mujeres que rompen con el orden patriarcal, reforzando la idea de que lo político es un espacio incompatible con los valores asignados a la feminidad. De este modo, aludiendo a su vida privada o a su sexualidad, se busca deslegitimar su capacidad de ejercer poder y liderazgo.

La violencia política digital no puede entenderse como un fenómeno aislado de *misoginia*, sino como un entramado interseccional donde convergen racismo, clasismo e ideología. Cuando una persona acumula más características que lo hacen vulnerable —por ejemplo, ser mujer, indígena y de origen popular—, la violencia se intensifica. En este sentido, las candidatas bolivianas enfrentan ataques que no solo cuestionan su género, sino también su clase social, su identidad étnica y sus posiciones políticas, configurando múltiples capas de exclusión. Asimismo, la ideología política opera como un eje central de ataque, los discursos hostiles no se limitan a cuestionar programas o afiliaciones partidarias, sino que fusionan estas críticas con insultos sexistas, debilitando la legitimidad de las candidatas y reduciéndolas a objetos de descrédito público.



El análisis de caso muestra también que gran parte de las expresiones violentas fueron tergiversadas o sacadas de contexto, lo que evidencia un patrón deliberado de manipulación discursiva. Estos ataques no son episodios aislados, sino prácticas sostenidas y coordinadas, con mensajes replicados en distintas plataformas, frecuentemente modificados con emojis o caracteres especiales para evadir los filtros de las redes. Esto refuerza la evidencia de una violencia política digital de carácter sistémico y organizado.

Por otro lado, la cobertura mediática presenta una fuerte disparidad. Mientras figuras como Mariana Prado, Eva Copa y Susana Bejarano recibieron una alta exposición (aunque cargada de violencia discursiva), la mayoría de candidatas fueron invisibilizadas por los medios nacionales y digitales. Esta falta de representación, en un país donde existe normativa de paridad, constituye también una forma de opresión y exclusión.

En síntesis, la violencia política digital hacia mujeres en Bolivia se alimenta de normas patriarcales que niegan su autonomía política y refuerza jerarquías de género, raza y clase. Su carácter interseccional, mediático y coordinado exige respuestas integrales que permitan proteger a las candidatas y garantizar un debate político más justo, democrático e inclusivo.

Referencias bibliográficas

7

- Alcántara, J., & Valentim, J. (2024). *Gender-based disinformation: A scoping review. ex aequo*, Revista da Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres, (49), 27–46. <https://doi.org/10.22355/exaequo.2024.49.03>
- American Psychological Association. (2007). *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. Washington, DC: American Psychological Association. Recuperado de <https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>
- Bardall, G. (2013). Gender-Specific Election Violence: The Role of Information and Communication Technologies. *Stability: International Journal of Security & Development*, 2(3), 1–11. <https://doi.org/10.5334/sta.cs>
- Barreto, I., & Borja, H. (2007). Violencia política: algunas consideraciones desde la psicología social. *Diversitas*, 3(1), 109-119. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-99982007000100008&lng=pt&tlng=es.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2015). *Declaración sobre la Violencia y el Acoso Políticos contra las Mujeres*. Lima, OEA.
- Code, L. (2000). *Encyclopedia of Feminist Theories*. Routledge.
- Coordinadora de la Mujer; Comité de Género del Órgano Judicial y Tribunal Constitucional Plurinacional; Asociación de Concejalas y Alcaldesas de Bolivia. (2023). *El acoso y violencia política en el sistema de justicia penal en Bolivia* (Colección Mujeres en la Política). La Paz, Bolivia.
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, *Feminist Theory and Antiracist Politics*. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 139–167.
- Díaz- Altozano, P., Padilla- Castillo, G., Requeijo- Rey, P. (2020) Sexualización de niñas en redes sociales: la necesidad de inteligencia semántica en Instagram. *Revista Feminista* 12(1): 31- 45 <https://dx.doi.org/10.5209/infe.69559>
- El País. (2024, 28 de noviembre). *La violencia política en la esfera digital se ensaña contra las mujeres en América Latina, según IDEA Internacional*.

- Escuela de Periodismo (Enero 2025). Informe “Mujeres y Política en Twitter”: Violencia online contra mujeres constituyentes aumenta 12 % en julio. Escuela de Periodismo, Universidad de Santiago de Chile. Recuperado de <https://periodismo.usach.cl/noticias/informe-mujeres-y-politica-en-twitter-violencia-online-contra-mujeres-constituyentes>
- Espósito, E (2021) Critical perspectives on gender, politics and violence, *Journal of Language Aggression and Conflict*. 9(1) pp 1-20 <https://doi.org/10.1075/jlac.00051.int>
- Ging, D., & Siapera, E. (2018). *Gender Hate Online: Understanding the New Anti-Feminism*. Palgrave Macmillan.
- Gontijo, D. (2023). La viralización de la violencia: género, medios, mimesis, reexistencias. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Fundación InternetBolivia.org. (2024). *Entre la polarización y la impunidad: acoso y violencia política facilitada por la tecnología en Bolivia*. Recuperado de <https://internetbolivia.org/publicacion/entre-la-polarizacion-y-la-impunidad-acoso-y-violencia-politica-facilitada-por-la-tecnologia-en-bolivia/>
- Huffington Post. (2025). *Deepfakes y porno digital falso: el uso de la IA para atacar a mujeres políticas, activistas y periodistas*.
- IDEA Internacional. (2024). *Violencia política digital contra mujeres en América Latina: tendencias y respuestas*. Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral.
- InternetLab. (2023). *MonitorA: Relatório Inglês Digital*. São Paulo, Brasil: InternetLab. Recuperado de https://internetlab.org.br/wp-content/uploads/2023/05/MonitorA-Relato-rio_Ingle-s_Digital.pdf
- Inter-Parliamentary Union (IPU) and Parliamentary Assembly of the Council of Europe (PACE). (2018). “Sexism, Harassment and Violence Against Women in Parliaments in Europe.” <https://www.ipu.org/resources/publications/issue-briefs/2018-10/sexism-harassment-and-violence-against-women-in-parliaments-in-europess>
- <https://www.ipu.org/resources/publications/issue-briefs/2018-10/sexism-harassment-and->
- Ipar, E. (2022). *Discursos de odio y articulaciones político-ideológicas en Argentina*. Buenos Aires: UNSAM Edita.

- Ipar, E. (2019). Discursos de odio y mercados de la crueldad. *Caliban, Revista de la Federación Latinoamericana de Psicoanálisis*, 17(2). <https://calibanrlp.com/discursos-del-odio-y-mercados-de-la-crueldad>.
- Jane, E. A. (2014). “Back to the kitchen, cunt”: Speaking the unspeakable about online misogyny. *Continuum*, 28(4), 558–570. <https://doi.org/10.1080/10304312.2014.924479>
- Jukes, A. (1993). *Why Men Hate Women*. Free Association Books.
- Krook, M. L. (2020). *Violence Against Women in Politics*. Oxford University Press.
- Krook, M. L., & Restrepo Sanín, J. (2020). The Cost of Doing Politics? Analyzing Violence and Harassment against Female Politicians. *Perspectives on Politics*, 18(3), 740–755. <https://doi.org/10.1017/S1537592718002881>
- Kumar, P., Cruz, A., Mai, P. (2021) Mapping out violence against women of influence on Twitter using the Cyber-Lifestyle routine activity theory. *American Behavioral Scientist*. 65(5). PP 689-711. <https://doi.org/10.1177/0002764221989777>
- Luchadoras MX. (2024). *Violencia política de género a través de las tecnologías* [Informe].
- Machaca, W. (2025, 17 de junio). CASO EVA COPA – *Disciplinamiento Político*. Lupa-Digital. Recuperado de <https://www.lupadigital.org/progress/view/id/16>
- Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*. Cambridge University Press.
- Organización de los Estados Americanos. (2021). *La violencia de género en línea contra las mujeres y niñas: Guía de conceptos básicos, herramientas de seguridad digital y estrategias de respuesta* (OAS / Ser.D/XXV.25). Secretaría General de la OEA.
- Oxfam México / INE. (2018–2019). *Subordinadas y bellas: la violencia política contra las mujeres en prensa y redes sociales durante el proceso electoral local 2018-2019* [Informe]. INE repositorio.
- Piscopo, J. M. (2016). When Informality Advantages Women: Quota Networks, Electoral Rules and Candidate Selection in Mexico. *Government and Opposition*, 51(3), 487–512. <https://doi.org/10.1017/gov.2014.45>
- Pérez, M. E. (2024). *Violencia digital y mediática contra las mujeres que participan en la arena política* [Tesis / informe]. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

- Ríos Tobar, M. (2024). *Violencia política de género en la esfera digital en América Latina*. IDEA Internacional. <https://www.idea.int/sites/default/files/2024-12/violencia-politica-de-genero-en-esfera-digital-america-latina.pdf>
- Secretaría General Iberoamericana. (2024). *Relatoría VPRG IIPEVCMesp*. Recuperado de https://mujereslibresdeviolenciaeniberoamerica.org/wp-content/uploads/2024/06/Relatoria-VPRG_IIPEVCMesp.pdf
- UN Women. (2022). *Accelerating efforts to tackle online and technology-facilitated violence against women and girls*. Policy Brief. Nueva York: UN Women.
- UN Women Regional Office for the Americas and the Caribbean. (2023). *Online gender-based violence against women with a public voice*. Ciudad de Panamá: ONU Mujeres.
- United Nations. (2025). *What is hate speech?* United Nations. Recuperado de <https://www.un.org/es/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>
- VandenBos, G. R. (Ed.). (2015). *APA Dictionary of Psychology* (2nd ed.). American Psychological Association.
- International IDEA. (2024, 27 de noviembre). *Violencia política digital contra mujeres en América Latina* [Comunicado]. Recuperado de sitio web de IDEA.
- El País. (2024, 14 de mayo). *Las caras de la violencia en línea contra mujeres políticas*.

Anexos

9

ANEXO 1. CANALES DE YOUTUBE MONITOREADOS EN EL ANÁLISIS SEMIAUTOMÁTICO

NO.	NOMBRE DEL CANAL	FORMATO	URL
1.	Alele en Bolivia	Medio Digital	https://www.youtube.com/@AleleEnBolivia
2.	La Aparicio	Medio Digital	https://www.youtube.com/@la.aparicioooo
3.	Vida y Libertad Carola Antezana Bolivia	Medio Digital	https://www.youtube.com/@vidaylibertadcarolaantezan9475
4.	Voces de Poder	Medio Digital	https://www.youtube.com/@vocesdepoderbolivia
5.	El Bunker	Medio Digital	https://www.youtube.com/@virginiolematrigo6170
6.	MadHaus	Medio Digital	https://www.youtube.com/@MadHausProducciones
7.	Bolivia Unida	Medio Digital	https://www.youtube.com/@BoliviaUnida-t7g
8.	Maggy Talavera	Medio Digital	https://www.youtube.com/@MaggyTalavera
9.	Cabildeo Digital	Medio Digital	https://www.youtube.com/@CabildeoDigital
10.	Carlos Valverde en la Red	Medio Digital	https://www.youtube.com/@CARLOSVALVERDEENLARED
11.	En La Mira con Cecilia Bellido	Medio Digital	https://www.youtube.com/@EnLaMiraconCeciliaBellido
12.	Nicolás Sanabria Garrón	Medio Digital	https://www.youtube.com/@nicolassanabriagarron2609
13.	No Mentiras	Televisión	https://www.youtube.com/@nomentirasbolivia
14.	Sentido Común	Medio Digital	https://www.youtube.com/@SentidoComunX
15.	Planeta Interactivo	Televisión	https://www.youtube.com/@planetainteractivo8628
16.	José Carlos Sánchez Verazain	Medio Digital	https://www.youtube.com/@JoseCarlosSanchezVerazain
17.	ContraParte Bolivia	Medio Digital	https://www.youtube.com/@contrapartebolivia1943
18.	Presente Bolivia	Medio Digital	https://www.youtube.com/@PresenteBolivia
19.	Radio Deseo 103.3	Radio	https://www.youtube.com/@RADIODESEO-nt8gh
20.	GEN_ERA_ZION	Medio Digital	https://www.youtube.com/@gen_era_zion4515
21.	Doy fe podcast	Medio Digital	https://www.youtube.com/@Doyfepodcast
22.	Lambda Laboratorio Creativo	Medio Digital	https://www.youtube.com/@lambdalaboratoriocreativo1550
23.	GeneReacción	Medio Digital	https://www.youtube.com/@genereaccion/
24.	6 a 1	Medio Digital	https://www.youtube.com/@unagranescuela
25.	Rubén Atila	Medio Digital	https://www.youtube.com/@xShinSeikix
26.	El Colega Sad	Medio Digital	https://www.youtube.com/@elcolegasadBO
27.	Ilu	Medio Digital	https://www.youtube.com/@iLu69
28.	Cafe de la Mañana	Radio	https://www.youtube.com/@RadioFidesdeBolivia
29.	Puntos de fuga	Medio Digital	https://www.youtube.com/watch?v=RW5IW5LUHX4&t=33s
30.	La Hora de la Verdad	Televisión	Encontrados
31.	Dialogando	Radio	RPOS Bolivia
32.	LPM	Medio Digital	Ailiveok
33.	Piedra, Papel y Tinta	Medio Digital	La Razón Digital
34.	Política (Asuntos Centrales)	Medio Digital	Asuntos Centrales

Anexo 2.

LISTA DE CANDIDATAS MONITOREADAS

LISTA DE CANDIDATAS MONITOREADAS

NO.	NOMBRE	PARTIDO
1.	Eva Monica Copa Murga	MORENA
2.	Mariana Prado Noya	ALIANZA POPULAR
3.	Bertha Cartagena Sánchez	PDC
4.	Felipa Yalily Montenegro Montaña	MAS
5.	Claudia Mallon Vargas	SÚMATE
6.	Silvana Mucarzel Demetry	SÚMATE
7.	Paola Lorena Barriga Machicao	SÚMATE
8.	Carla Minerva Sahonero Ribera	SÚMATE
9.	Jessica Anne Jordan Burton	ALIANZA POPULAR
10.	Carmen Soledad Chapeton Tancara	ALIANZA UNIDAD
11.	Toribia Lero Quispe	ALIANZA UNIDAD
12.	Azucena Alejandra Fuertes Mamani	ALIANZA UNIDAD
13.	Cecilia Isabel Requena Zarate	ALIANZA UNIDAD
14.	Daniela Cabrera Guillen	ALIANZA UNIDAD
15.	Andrea Bruna Barrientos Sahonero	ALIANZA UNIDAD
16.	Luciana Michelle Campero Chavez	LIBRE
17.	Tomasa Yarhui Jacome	LIBRE
18.	Luna Sharlotte Humerez Aquino	SÚMATE
19.	Susana Bejarano	ALIANZA POPULAR
20.	Eugenia Colque	ALIANZA UNIDAD
21.	Maria Pachacute	LIBRE
22.	Anais Merlin	LIBRE
23.	Maribel Avalos	MAS
24.	Maru Basualdo	MAS
25.	Paulina Sanchez Tomata	SÚMATE
26.	Gabriela Gonzales	SÚMATE
27.	Evelyn Mayra Pinaya Condori	PDC
28.	Cintia Mónica Puerta Campos	PDC

Anexo 3.

LISTA DE PÁGINAS MONITOREADAS EN EL ANÁLISIS MANUAL

NO.	NOMBRE DEL MEDIO	FORMATO	URL YOUTUBE	URL EN FACEBOOK	URL TIK TOK
1.	Alele en Bolivia	Medio digital	https://www.youtube.com/@AleleEnBolivia	https://www.facebook.com/AleleenBolivia	https://www.tiktok.com/@aleleenbolivia
2.	Encontrados	Medio digital	https://www.youtube.com/@encontradosradiotv9393	https://www.facebook.com/encontradosodec	https://www.tiktok.com/@encontrados.odec
3.	Voces de Poder	Medio digital	https://www.youtube.com/@vocesdepoderbolivia	https://www.facebook.com/vocesdepoderbolivia	https://www.tiktok.com/@vocesdepoder
4.	El Bunker	Medio digital	https://www.youtube.com/@virginiolematrigo6170	https://www.facebook.com/BunkerNacional	https://www.tiktok.com/@bunker_bolivia
5.	MadHaus	Medio digital	https://www.youtube.com/@MadHausProducciones	https://www.facebook.com/refrescopodcast	https://www.tiktok.com/@refrescopodcast
6.	Cabildeo Digital	Medio digital	https://www.youtube.com/@CabildeoDigital	https://www.facebook.com/CabildeoDigital	https://www.tiktok.com/@cabildeodigital
7.	Carlos Valverde en la Red	Medio digital	https://www.youtube.com/@CARLOSVALVERDEENLARED	https://www.facebook.com/CFVBSinCompostura	https://www.tiktok.com/@carlosfvalverde
8.	En La Mira con Cecilia Bellido	Medio digital	https://www.youtube.com/@EnLaMiraconCeciliaBellido	https://www.facebook.com/enlamiraconceciliabellido	https://www.tiktok.com/@enlamira.ceciliabellido
9.	Presente Bolivia	Medio digital	https://www.youtube.com/@PresenteBolivia	https://www.facebook.com/profile.php?id=100091768527154	https://www.tiktok.com/@presente.bo
10.	Radio Deseo 103.3	Radio	https://www.youtube.com/@RADIODESEO-nt8gh	https://www.facebook.com/radiodeseo103.3	https://www.tiktok.com/@radiodeseo103.3
11.	Doy fe podcast	Medio digital	https://www.youtube.com/@Doyfepodcast	https://www.facebook.com/marcelo.t.vargas.79	https://www.tiktok.com/@marcelo.tedesqui
12.	6 a 1	Medio digital	https://www.youtube.com/@unagranescuela	https://www.facebook.com/somosunagranescuela	https://www.tiktok.com/@unagranescuela
13.	El Colega Sad	Medio digital	https://www.youtube.com/@elcolegasadBO	https://www.facebook.com/elcolegasad	https://www.tiktok.com/@el_colega_sad
14.	Tal Cual Noticias	Medio digital	No disponible en esta red	No disponible en esta red	https://www.tiktok.com/@talculanoticiasbolivia/
15.	Unitel	Televisión	https://www.youtube.com/@unitel-bolivia	https://www.facebook.com/unitelbolivia	https://www.tiktok.com/@unitel.bo
16.	Bolivisión	Televisión	https://www.youtube.com/@noticiasbolivisionaldia	https://www.facebook.com/NoticiasBolivision	https://www.tiktok.com/@aldiabolivision/
17.	Red Uno	Televisión	https://www.youtube.com/@redunotv	https://www.facebook.com/RedUnotv	https://www.tiktok.com/@redunotv
18.	La Guarida	Televisión	No disponible en esta red	https://www.facebook.com/profile.php?id=61576375016090	https://www.tiktok.com/@laguarida_tv
19.	Cadena A	Televisión	https://www.youtube.com/@CadenaARedNacionalBolivia	https://www.facebook.com/cadenaarednacional	https://www.tiktok.com/@cadenaarednacional
20.	RTP	Televisión	https://www.youtube.com/@rtpbolivia4	https://www.facebook.com/rtpbolivia	https://www.tiktok.com/@rtp_bolivia
21.	Canal 57 CVC	Televisión	https://www.youtube.com/@CVC57.1HD	https://www.facebook.com/profile.php?id=100033841465119	https://www.tiktok.com/@canal57_cvc/
22.	Go Communication Bolivia	Medio digital	https://www.youtube.com/@GoCommunicationBolivia	https://www.facebook.com/GoCommunicationBo	https://www.tiktok.com/@gocommunicationbo
23.	Ahora el Pueblo	Medio digital	https://www.youtube.com/channel/UcKsfhZ0YBlnT4-bBsP-INg	https://www.facebook.com/AhoraElPueblo/	https://www.tiktok.com/@ahoraelpueblo
24.	Urgente Bo	Medio Digital	https://www.youtube.com/@Urgente.boNoticias	https://www.facebook.com/Urgente.boPeriodico#	https://www.tiktok.com/@urgente.bonoticias

NO.	NOMBRE DEL MEDIO	FORMATO	URL YOUTUBE	URL EN FACEBOOK	URL TIK TOK
25.	Pulso Noticias	Medio Digital	https://www.youtube.com/@PulsoNoticiasBolivia	https://www.facebook.com/PulsoNoticiasBo	https://www.tiktok.com/@pulsonoticias
26.	Monumental	Radio	https://www.youtube.com/@MONUMENTALFM	https://www.facebook.com/monumentalbo	https://www.tiktok.com/@monumental_bo/
27.	Vision 360	Medio Digital	https://www.youtube.com/@vision360_bo	https://www.facebook.com/vision360.bo	https://www.tiktok.com/@vision360.bo
28.	Contacto Bolivia	Medio Digital	https://www.youtube.com/@ContactoBolivia	https://www.facebook.com/contactobolivia	https://www.tiktok.com/@contactobolivia
29.	Politica y Algo Mas	Medio Digital	No disponible en esta red	No disponible en esta red	https://www.tiktok.com/@politicayalgotomas
30.	Maria Galindo la Voz	Medio Digital	https://www.youtube.com/@MARIAGALINDO.la.voz.incomoda	https://www.facebook.com/radiodeseo103.3	https://www.tiktok.com/@mariagalindolavoz
31.	NotiBolivia	Medio Digital	No disponible en esta red	No disponible en esta red	https://www.tiktok.com/@noti_dodo
32.	Entre Lineas	Medio Digital	No disponible en esta red	No disponible en esta red	https://www.tiktok.com/@entre.lineas90
33.	Palito Tv	Medio Digital	https://www.youtube.com/@Palitotv_bo	https://www.facebook.com/palito.tv.oficial	https://www.tiktok.com/@palitotv.bo/
34.	La Vieja Politica	Medio Digital	No disponible en esta red	No disponible en esta red	https://www.tiktok.com/@laviejapolitica
35.	Correo del sur	Medio Digital	https://www.youtube.com/@CorreodelSurYT	https://www.facebook.com/correodelsur	https://www.tiktok.com/@correodelsur
36.	Radio Erbol	Radio	https://www.youtube.com/results?search_query=radio+erbol	https://www.facebook.com/RadioErbol100.9FM	https://www.tiktok.com/@erbol.digital
37.	ctv La paz	Medio digital	No disponible en esta red	https://www.facebook.com/CTVLaPaz	https://www.tiktok.com/@ctvbolivia
38.	Radio Fides	Radio	https://www.youtube.com/@RadioFidesdeBolivia	https://www.facebook.com/RadioFidesBolivia	https://www.tiktok.com/@radiofidesboliviaoficiall
39.	RPOs Bolivia	Medio digital	RPOS Bolivia	https://www.facebook.com/BoliviaRpos	https://www.tiktok.com/@rposbolivia/
40.	LPM	Medio digital	Ailiveok	https://www.facebook.com/AiLiveCh	https://www.tiktok.com/@ailiveok
41.	La Razón	Medio digital	La Razón Digital	https://www.facebook.com/LaRazonNoticiasdeBolivia	https://www.tiktok.com/@larazonplus
42.	Asuntos Centrales	Medio digital	Asuntos Centrales	https://www.facebook.com/AsuntosCentrales	https://www.tiktok.com/@asuntoscentrales
43.	F10	Televisión	https://www.youtube.com/@f10hd-bolivia	https://www.facebook.com/F10HDD	https://www.tiktok.com/@contrarelojf10
44.	Al Punto	Televisión	https://www.youtube.com/@televisionuniversitarialap6757	https://www.facebook.com/TVUBolivia	https://www.tiktok.com/@al_punto_tvu/
45.	PAT	Televisión	https://www.youtube.com/@REDPATBolivia	https://www.facebook.com/profile.php?id=61567011002419	https://www.tiktok.com/@vozyvotopat
46.	La Voz de Yacuiba	Radio	No disponible en esta red	https://www.facebook.com/profile.php?id=100054535281346	https://www.tiktok.com/@la_voz_de_yacuiba
47.	Hablando en Serio	Medio digital	No disponible en esta red	https://www.facebook.com/profile.php?id=61577660963353	https://www.tiktok.com/@hablandoenserio1
48.	Hombres de Pensamiento	Medio digital	No disponible en esta red	No disponible en esta red	https://www.tiktok.com/@hombresdepensamiento/

