

The background of the cover features abstract line art in a muted purple color. It consists of several overlapping, stylized profiles of human faces, some facing left and some facing right. The lines are thick and fluid, creating a sense of movement and interconnectedness. The faces are simplified, with dots representing eyes and wavy lines for mouths and hair. The overall composition is layered, with some faces appearing more prominent than others.

**VOCES QUE TRANSFORMAN:**  
Narrativas, diversidad y comunicación

RODRIGO MUÑOZ-GONZÁLEZ  
YANET MARTÍNEZ TOLEDO

Editores

Febrero, 2026

**CC.SIBDI.UCR - CIP/4405**

**Nombres:** Alvarado, Daniela, autora. | Muñoz González, Rodrigo, editor. | Martínez Toledo, Yanet, editora.

**Título:** Voces que transforman : narrativas, diversidad y comunicación / Rodrigo Muñoz González, Yanet Martínez Toledo, editores ; personas autoras Daniela Alvarado [y otros catorce].

**Descripción:** Primera edición. | Montes de Oca, San José, Costa Rica : CICOM, 2026.

**Identificadores:** ISBN 978-9930-632-17-8

**Materias:** LEMB: Comunicación – Aspectos sociales. | Análisis del discurso narrativo. | Identidad colectiva.

**Clasificación:** CDD 302.2--ed. 23

**Comisión editorial:**

Dr. Arturo Arriagada Ilabaca, Universidad Adolfo Ibáñez (Chile)  
Dra. Andréia Athaydes, Universidade Luterana do Brasil (Brasil)  
Dra. Flavia Delmas, Universidad Nacional de la Plata (Argentina)  
Dr. Alejandro García Macías, Universidad Autónoma de Aguascalientes (México)  
Dr. Edgar Gómez Cruz, University of Texas at Austin (EE.UU.)  
Dra. Claudia Labarca Encina, Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile)  
Dra. Silvia Olmedo Salar, Universidad de Málaga (España)  
Dra. Consuelo Vásquez, Université du Québec à Montréal (Canadá)  
Dra. Aimée Vega Montiel, Universidad Nacional Autónoma de México (México)

**Coordinación editorial:** Centro de Investigación en Comunicación (CICOM)

**Revisión filológica:** Natalia Castro Salgado, La Voz Activa.

**Diseño de edición y portada:** Esteban Guevara Walker.

*Impreso en Lara Segura y Asociados S.A.*

Primera edición 2026

Centro de Investigación en Comunicación (CICOM)

Montes de Oca, San José, Costa Rica

2511-6414 / [www.cicom.ucr.ac.cr](http://www.cicom.ucr.ac.cr)



La distribución de esta publicación está protegida bajo la licencia Creative Commons BY-NC-ND 4.0 Internacional (Atribución-No Comercial-Sin Derivadas)



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA



Vicerrectoría de  
Investigación

CICOM

Centro de  
Investigación en  
Comunicación

	<b>Agradecimientos</b>	<b>5</b>
	Introducción: Entre la tormenta y la voz: comunicación y mundos en ebullición. <i>Rodrigo Muñoz-González</i> <i>Yanet Martínez Toledo</i>	<b>7</b>
<b>Parte I</b> <b>SUBJETIVIDADES, AGENCIAS Y NARRATIVAS</b>	Estrategias de negociación, confrontación y superación de la violencia contra las mujeres en el ejercicio político en las redes sociales en Costa Rica <i>Yanet Martínez Toledo</i>	<b>41</b>
	Ausencias en la diversidad: Una mirada crítica a las fotografías de revistas LGBTIQ+ de Costa Rica (1989-2023) <i>Oscar Mario Jiménez Alvarado</i>	<b>79</b>
	Miedo: perspectivas y aproximaciones conceptuales <i>Lisbeth Araya Jiménez</i> <i>Cynthia Córdoba López</i> <i>Jackeline García Fallas</i> <i>Oscar Valverde Cerros</i> <i>Ana Yanci Zúñiga Bermúdez</i>	<b>121</b>

---

¿La verdad llegará a saberse? **153**

Discursos contrahegemónicos sobre la salud en grupos de Telegram durante la pandemia por COVID-19 en Costa Rica

*Larissa Tristán*

*Stiven Herrera*

---

El impacto de la crisis pandémica en la industria cultural y de entretenimiento en España **195**

*María Carmen Salgado Santamaría*

*Dimitrina Jivkova Semova*

*Javier Pérez Sánchez*

---

Capitalismo de Plataformas y tecnofeudalismo: Tendencias políticas digitales en Costa Rica 2021-2023 **227**

*Jorge Adrián Gamboa-León*

---

Experiencia social y mundos en crisis: entender el cambio climático desde la comunicación y la fenomenología **273**

*Rodrigo Muñoz-González*

*Daniela Alvarado*

---

**Índice de tablas 323**

**Índice de figuras e imágenes 323**

**Información sobre las personas autoras 325**

# AGRADECIMIENTOS

Tanto a nivel nacional, regional, e internacional, las sociedades contemporáneas están pasando por procesos sociales marcados por la incertidumbre y la frustración. La pandemia global, ocasionada por la COVID-19, confirmó el deterioro creciente de la armonía social y exacerbó dinámicas de desigualdad económica, de las cuales pocas personas se benefician y muchas sufren. En un mundo pospandémico caracterizado por populismos de muchos tipos, las identidades han tomado un papel central en definir resultados electorales o en acrecentar brechas de muchas índoles.

Con esto en mente, el Programa Narrativas, Género, y Comunicación (PNGC) del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) organizó las Jornadas de Comunicación 2023 en la Universidad de Costa Rica (UCR). En este espacio, se generaron reflexiones muy poderosas en torno a las múltiples formas en que las identidades sociales se articulan a través de narrativas, expresiones de género y sexualidad y prácticas de comunicación.

Tomando como punto de partida este evento, *Voces que transforman: narrativas, diversidad y comunicación* es un libro que explora posibilidades de resistencia y emancipación desde la subalternidad, partiendo de los retos y los dilemas de las sociedades contemporáneas. Este volumen compila trabajos académicos que analizan incisivamente las coyunturas que están moldeando —y, muchas veces, presionando— quiénes somos y cómo puede ser nuestro futuro.

Queremos, primero, agradecer a las personas autoras de los capítulos de este libro, quienes atravesaron un proceso riguroso de escritura

y edición y tuvieron mucha paciencia en los tiempos, muchas veces glaciares, de la publicación académica.

Agradecemos a las personas evaluadoras de cada capítulo por la precisión y cuidado con que revisaron los trabajos de este libro. Su visión crítica implicó retroalimentaciones profundas que permitieron aumentar la calidad de todos los capítulos.

Asimismo, es nuestro deber darles las gracias a todas las personas que conforman el PNGC, quienes apoyaron este proyecto y ofrecieron su apoyo y consejo. Ellas son Ana Xóchitl Alarcón Zamora, Amanda Alfaro Córdoba, Oscar Mario Alvarado Jiménez, Lisbeth Araya Jiménez, Laura Chinchilla Alvarado y Luisa Ochoa Chaves.

Por otro lado, nuestro agradecimiento a Carolina Carazo Barrantes, directora del CICOM, quien ha mostrado un entusiasmo obstinado por este libro y nunca ha dejado de motivarnos.

Además, la ayuda logística de Yariela Picado, asistente administrativa, y Cindy Valverde Mora, jefa administrativa, del CICOM ha sido fundamental para la publicación de este libro. Queremos expresar nuestro infinito agradecimiento con ellas.

Finalmente, agradecemos a las personas integrantes del Consejo Científico del CICOM y a todos nuestros colegas de las Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) por apoyar la investigación en comunicación desde posturas críticas, culturales y con perspectiva de género.

Rodrigo Muñoz-González  
Yanet Martínez Toledo  
Febrero 2026

## Introducción

# ENTRE LA TORMENTA Y LA VOZ: COMUNICACIÓN Y MUNDOS EN EBULLICIÓN

Rodrigo Muñoz-González  
Yanet Martínez Toledo

## Introducción

Todo se desmorona, todo se cuestiona, todo cambia. Esta experiencia se ha vuelto común en el primer cuarto del siglo veintiuno. Las sociedades contemporáneas han dejado atrás imaginarios de prosperidad e ilusión tecnológica, los cuales han sido reemplazados por realidades de inestabilidad e incertidumbre (Banet-Weiser y Kay, 2025). Desde el mundo natural hasta los sistemas políticos, estamos atravesando momentos de conflictos, polarización, sectarismo y poco diálogo (Couldry, 2025; Kubin y Von Sikorski, 2021). Quizás, la única constante de la humanidad ha sido la duda y el temor por las consecuencias de lo que ocurre en el presente —aunque es inevitable señalar que ciertas épocas han tenido contrapesos de esperanza y una búsqueda por la redención (Edström et al., 2024)—. Sin embargo, en un contexto donde las fronteras entre lo local y lo global se desmarcan regularmente, la estabilidad social, política, cultural, económica y ambiental se ha tor-

nado en algo difícil de lograr y asegurar (Livingstone y Blum-Ross, 2020). A pesar de las muchas diferencias que nos separan actualmente, algo es claro: vivimos tiempos de *crisis*.

La palabra “crisis” tiene su origen etimológico en el griego κρίσις (*krísis*), que significa distinguir, elección, punto de decisión. Por un lado, entonces, esto conlleva situaciones difíciles, retos enraizados en lo individual y en lo colectivo; por otro, también implica búsqueda de soluciones, la posibilidad de elegir nuevos rumbos a partir de las lecciones de lo que nos antecede (Adam y Wahyuni, 2020). Al hablar de crisis, tenemos la tendencia de discutir las en abstracto, desde una visión cenital que, si bien nos permite comprender sus principales dilemas, puede ocultarnos su carácter concreto (Morris, 2025). Toda crisis se siente, se experimenta en el cuerpo de múltiples maneras, se articula en la vida cotidiana (Loll et al., 2023). Las instancias sociales existentes nos obligan a replantear nuestras relaciones e interacciones con nuestros pares, instituciones, con el mundo entero. El cambio climático, por ejemplo, acarrea la necesidad de un pensamiento geosocial; es decir, nuevas perspectivas que no separen lo humano de lo natural, que indaguen la reciprocidad de habitar ecosistemas que no tienen recursos ilimitados (Kunelius y Roosvall, 2021).

Resulta tentador afirmar que estas crisis son resultado de la pandemia ocasionada por la COVID-19. Efectivamente, la pandemia global desnudó las debilidades de muchos sistemas políticos y expuso las debilidades de muchas relaciones geopolíticas (Kisa y Kisa, 2024). Incluso, actitudes como el conspiracionismo y el negacionismo, o la formación de agrupaciones antivacunas, pueden verse como consecuencia de este evento extraordinario (Lee et al., 2025). Sin embargo, estas son la expresión de dinámicas sociales, culturales y políticas que

venían construyéndose con antelación; algunas desde décadas atrás. Las sociedades pospandémicas no surgieron de la propagación de una enfermedad; se gestaron a partir de las contradicciones de proyectos socioeconómicos que prometieron prosperidad, pero no lograron distribuirla equitativamente (Romer y Jamieson, 2025).

Ante estos escenarios, el fatalismo y el pesimismo son naturales (Seyd, 2025), el accionar de muchos movimientos y agrupaciones señala la necesidad de nuevos modos de resistencia. Aunque muchos logros políticos y sociales de décadas pasadas sean puestos en jaque, es crucial evitar sentimientos derrotistas (Arora, 2025). Resistir significa reivindicar la valentía de personas y colectivos que decidieron buscar sociedades más igualitarias y justas. En este respecto, las crisis actuales apuntan a la oportunidad de buscar y asegurar la emancipación de grupos que han sido marginados históricamente (Ortega Chávez, 2025). El esfuerzo de muchas comunidades de no ceder ante los embistes de antiguos y nuevos opresores es un referente para continuar preguntándose por las acciones necesarias para garantizar un futuro digno para todas las personas.

La academia, en este contexto, no ha sido un espacio exento de crisis. Muchas voces, principalmente de sectores extremistas, han acusado a las universidades de adoctrinamiento y han atacado a áreas como las humanidades y las ciencias sociales por no responder únicamente a las demandas del mercado (Davis y VanCamp, 2025; Hand, 2025). Incluso, grupos de poder afirman que las universidades ya no tienen relevancia en las sociedades actuales. Estos ataques solo sirven para demostrar la importancia de hacer investigación para comprender por qué se han desencadenado estos conflictos y, aún más importante, hacia dónde deberíamos ir.

La comunicación se ha convertido en un campo académico fundamental para darle sentido a las vicisitudes de un mundo cada vez más conectado entre sí, pero, simultáneamente, cada vez más separado y aislado (Peters, 2011). Como sugiere Waisbord (2019), este campo opera como una *posdisciplina*, en la cual muchos archipiélagos teóricos y metodológicos convergen en intereses y objetos de estudios comunes. La comunicación ofrece miradas inter-, multi- y transdisciplinarias que responden a la pluralidad de factores que movilizan a las crisis del presente (Lechuga y Aswad, 2024). Su enfoque parte de la construcción de sentidos y de cómo a partir de la interacción cotidiana con personas, medios e instituciones se articulan relaciones con historias y culturas particulares. Así, se busca detectar cuáles son las mediaciones desde las cuales se configuran y reconfiguran los significados y las subjetividades de audiencias, grupos sociales y sociedades (Waisbord, 2022).

*Voces que transforman: narrativas, diversidad y comunicación* es un libro que explora diversas problemáticas comunicacionales contemporáneas de manera interdisciplinar. De esta manera, da cuenta de muchas perspectivas teóricas y metodológicas para comprender procesos de comunicación social. Los diferentes capítulos que componen este volumen desarrollan estudios y provocaciones sobre el rol de las narrativas en la construcción contemporánea de identidades sociales y su relación con posibilidades de transformación social desde la comunicación. Así, estos trabajos operan como un *termómetro social* que mide los retos y las oportunidades de cambio en un contexto global pospandémico de polarización, desigualdades crecientes, retrocesos en derechos humanos y y crisis climática.

En esta introducción, problematizamos los dos ejes temáticos de este libro: la dimensión subjetiva, de agencia y narrativa de la realidad social, así como las estructuras sociales actuales que se han convertido en terrenos de batalla para distintos grupos y movimientos políticos. La meta principal es delinear los escenarios a partir de los cuales los capítulos de *Voces que transforman: narrativas, diversidad y comunicación* hacen una intervención desde la investigación académica y el activismo.

### **Subjetividades, agencias y narrativas en ebullición**

Las subjetividades conllevan procesos en los cuales un sentido del ‘yo’ se articula a partir de condiciones externas y de disposiciones internas. Es decir, nuestros planos personales son dinámicos en tanto están en constante construcción a partir de nuestro involucramiento con la realidad social. Las ideas clásicas de Giddens (1979) proponen una dinámica de estructuración, en la cual grandes estructuras sociales, económicas, culturales y políticas establecen marcos de acción, así como también evolucionan de acuerdo con diferentes eventos históricos y agencias que, dependiendo de factores biográficos y contextuales, definen las vidas de las personas y pueden llegar a transformar las estructuras dentro de las cuales se desarrollan. Dicho de otro modo, la interacción entre estructuras y agencia implica una relación de mutua reciprocidad (Meyers y Davidson, 2025; Sewell, 2005).

Bajo estas premisas, las narrativas implican modos de darle sentido y coherencia al mundo. Estas reúnen relatos, mitologías y símbolos que, por un lado, permiten que la sociedad sea comprensible y, por otro, favorecen ciertos valores, significados e ideologías a partir

de los elementos estilísticos y estéticos que las forman (Barthes, 2013; Iser, 1978). Toda narrativa mantiene una relación intertextual con la cultura en la que se crea y en la que se interpreta (Kristeva, 1984), lo que supone la posibilidad de dinámicas de interiorización que ayudan a construir identidades y a definir rangos de agencia. En otras palabras, las narrativas que tenemos sobre nuestra identidad llegan a posicionarnos dentro de la sociedad y pueden llegar a validar jerarquías en términos de categorías sociales como género, etnicidad, clase social, religión, entre otras (Hall, 2013). Las narrativas no son inocentes; al contrario, configuran aquello que es dominante y hegemónico para un grupo social, una comunidad o una sociedad (Chouliaraki, 2024). Esto se evidencia en el hecho de que, a lo largo de la historia, múltiples luchas y movimientos políticos han partido de la necesidad de cambiar los relatos sobre la relación de cierto grupo social o comunidad con las demás personas y el resto de la sociedad (Zaborowski y Hovden, 2024).

El género es una dimensión esencial de la vida social, en la cual las subjetividades, las agencias y las narrativas se *encarnan* y se *experimentan*. A través del género, se fundamentan concepciones socioculturales sobre la sexualidad de las personas (McRobbie, 2025; O'Neill, 2024). Si bien tradicionalmente se ha definido el género como una construcción simbólica basada en la biología de los cuerpos, Butler (1993/2011) señala que es imposible hacer esta separación, pues para entender la realidad necesitamos de un lenguaje que está siempre culturalmente mediado. Por esto, toda expresión de género está atravesada por relaciones de poder que la disciplinan y la ubican dentro de categorías sociales específicas (Repo, 2015). Diferentes perspectivas teóricas han buscado trascender el binarismo de género para reivindi-

car subjetividades e identidades que no calzan con concepciones tradicionales (Tian, 2025). El punto es evidenciar el carácter performativo del género y cómo realmente se encuentra amparado en un amplio espectro de expresiones que van más allá de lo masculino o lo femenino (Orgad y Gill, 2021). Incluso, diferentes trabajos han demostrado que el género y la sexualidad, a lo largo de la historia humana (Parkinson, 2013), eran comprendidos socialmente bajo marcos interpretativos no-binarios, como es el caso de la Antigua Roma (Williams, 2010). Esto apunta a posibilidades de alternativas para su estudio y, quizás aún más importante, para su vivencia contemporánea.

En las últimas décadas, movimientos sociales y académicos *cuir* lograron muchos avances en materia de reconocimiento y visibilidad (Fraccaroli y Simonetto, 2025). Por ejemplo, la aprobación y legalización del matrimonio entre personas del mismo género en diversos países ha representado un hito y un logro para este activismo. Asimismo, las personas transgénero y transexuales han luchado por el respeto a sus identidades tanto en el ámbito legal como en el social. Sin embargo, todos estos logros, en materia de género y sexualidad, se han visto amenazados por oleadas ultraconservadoras a lo largo del planeta (Anduiza y Rico, 2024). Casi siguiendo ‘pasos de cangrejo’, distintos grupos de presión y actores políticos han perseguido agendas que atacan a las diversidades de género y sexualidad a partir de argumentos religiosos y principios sociopolíticos ultratradicionalistas (Pignataro y Treminio, 2019).

Un ejemplo de esto es como el término “ideología de género” ha sido adoptado principalmente por agrupaciones cristianas para denunciar un aparente adoctrinamiento en propuestas y políticas públicas que solo buscan salvaguardar los derechos humanos de la comunidad

LGBTQI+ (Sequeira Rovira, 2020). Este término ha sido operaciona-  
lizado como un *significante vacío* (Laclau, 2005), que traza una fron-  
tera entre un sentido de pertenencia y uno de exclusión y que llega a  
aglutinar muchas consignas de igualdad y diversidad como nocivas  
para la sociedad, lo que contribuye a un clima creciente de polari-  
zación. En Costa Rica, y en otros países de América Latina, esto se  
ha visto palpado en las disputas que programas de educación sexual,  
particularmente en la educación pública, han generado, amparado en  
ideas que pueden llegar a rayar en la conspiración (Sancho Quirós y  
D'Antoni Fattori, 2019). El *quid* de la cuestión radica en cómo ciertas  
minorías se han instrumentalizado políticamente con la intención de  
promover los ideales sociales de movimientos religiosos que buscan  
afianzas su poder.

Sumado a lo anterior, este giro conservador no tiene que ver úni-  
camente con la diversidad de género y sexualidad. También, se ha con-  
centrado en minar la institucionalidad democrática en muchos países.  
El surgimiento de apoyo a líderes con tendencias autoritarias, como  
Donald Trump en los Estados Unidos (Roso, 2025), Nayib Bukele en  
El Salvador (Duarte, 2021) y Nigel Farage en Reino Unido (Zykaj et  
al., 2025), apuntan a una coyuntura de desconfianza hacia los prin-  
cipios de libertad, igualdad y fraternidad, cuya creación data de la  
Revolución Francesa y se consolidaron con el orden geopolítico de  
la posguerra en el siglo XX (Fukuyama, 2023). Estos líderes, y los  
movimientos que los siguen, se caracterizan por atacar directamente  
al Estado y por procurar que las sociedades operen como mercados  
(Brown, 2005), además por intimidar a todas las voces disidentes que  
se les opongan. La prensa y el periodismo han sido blancos frecuentes  
de estos nuevos populismos autoritarios, los cuales han sido adversa-

rios de la libertad de expresión como mecanismo de control ciudadano (Juaréz Miró, 2025).

Con esto en mente, el reto de la democracia parte de hacerle frente a estas agendas que se van enraizando en el poder y que son apoyadas por poderosos agentes económicos. Más allá de simplemente rescatar los procesos democráticos contemporáneos, se deben plantear nuevas avenidas de inclusión, equidad y libertad. En este respecto, la clave conlleva pensar *nuevos sentidos de agencia*. Evidentemente, nuestra época de desconfianza y desilusión se basa en muchos de los fracasos de los sistemas políticos del presente. No obstante, el peligro está en buscar alternativas autoritarias y radicales que vayan a deshacer todos los avances políticos, económicos, culturales y sociales que se han logrado a través de muchas luchas. Quizás, nuestro mundo en crisis puede esconder la oportunidad de crear uno nuevo que funcione para todas las personas.

Este es el trasfondo de la sección *Subjetividades, agencias y narrativas* de este libro. En la misma, distintos trabajos problematizan diferentes identidades, discursos, y registros de emocionalidad que se articulan en un contexto de crisis. A pesar de los contextos espinosos de los cuales parten, estos capítulos también plantean posibilidades de resistencia, dejando ver que toda agencia implica navegar las coordenadas usualmente ambiguas de la vida social.

Primero, en *Estrategias de negociación, confrontación y superación de la violencia contra las mujeres en el ejercicio político en las redes sociales en Costa Rica*, Yanet Martínez Toledo explora, desde un enfoque feminista interseccional y crítico, cómo mujeres políticas costarricenses negocian, confrontan y superan agresiones que se manifiestan en redes sociales mediante ataques personalizados, descrédito

público e invisibilización institucional. Aunque las reformas paritarias han incrementado la presencia de mujeres en este ámbito dentro del contexto de este país centroamericano, este avance ha ido acompañado de una intensificación de la violencia política digital que busca disciplinarlas y limitar su acceso al poder. Basado en entrevistas en profundidad a 26 mujeres que ocuparon cargos entre 2014 y 2024, este capítulo dialoga con teorías sobre agencia narrativa, feminismos interseccionales, violencia mediática y discursos postfeministas. El análisis revela una gama de estrategias que van desde el autocuidado individual hasta acciones colectivas e institucionales, subrayando tanto su capacidad de resistir y resignificar el poder como los límites de respuestas centradas solo en esfuerzos personales. Al proponer una tipología de estas formas de agencia, el capítulo aporta herramientas analíticas para comprender la violencia patriarcal en línea y su impacto estructural, así como para avanzar hacia una democratización del espacio político con justicia de género.

Seguidamente, Oscar Mario Jiménez Alvarado, en *Ausencias en la diversidad: Una mirada crítica a las fotografías de revistas LGBTIQ+ de Costa Rica (1989-2023)*, ofrece un análisis crítico de 1 558 fotografías aparecidas en 93 ediciones de seis revistas LGBTIQ+ costarricenses (1989-2023), concebidas no solo como medios de comunicación, sino como espacios de encuentro, educación y afirmación identitaria en los márgenes sociales. Mediante un estudio exploratorio y descriptivo, el capítulo investiga cómo estas publicaciones, ausentes hasta ahora en la investigación académica de comunicación en Costa Rica, han articulado representaciones de género, raza y corporalidad, revelando tanto presencias como omisiones que configuran el imaginario visual de la diversidad sexual en el país. Al mapear los primeros medios dirigidos

a esta población y aplicar un enfoque interseccional a sus imágenes, el trabajo ilumina una zona poco estudiada del ecosistema mediático costarricense y aporta insumos para que futuros productos editoriales sean más inclusivos y representativos.

La sección cierra con *Miedo: perspectivas y aproximaciones conceptuales*, a cargo de Lisbeth Araya Jiménez, Cynthia Córdoba López, Jacqueline García Fallas, Oscar Valverde Cerros y Ana Yanci Zúñiga Bermúdez. Este capítulo traza un mapa de la tradición académica que ha estudiado las emociones —desde los fundadores de las ciencias sociales hasta los enfoques contemporáneos y latinoamericanos—, para situar su interés en el miedo como emoción hoy globalizada. Define el miedo como respuesta cognitiva, biológica y cultural a lo percibido como peligro y revisa los modelos fisiológicos clásicos que lo describen como coordinación de reacciones corporales y conductuales. Sin embargo, subraya la lectura sociológica que lo concibe como experiencia individual socialmente construida y políticamente instrumentalizada para el control social. El análisis adopta así un enfoque culturalista: reconoce la base biológica del sentir, pero privilegia el estudio de los procesos mediáticos, políticos, económicos y simbólicos que amplifican narrativas de miedo y configuran sus fuentes y objetos en el ecosistema actual.

Esta parte del libro se enfoca en lo micro, en las dinámicas que se sienten, se experimentan y se viven de forma más inmediata en la vida cotidiana. A partir de esto, se plantean reflexiones que vinculan lo personal y lo experiencial con lo colectivo, lo mediático y lo global. El principal aporte de estos trabajos es subrayar que en medio de cualquier crisis hay atisbos de esperanza, resistencia y emancipación.

## Sociedades en disputa

Las sociedades contemporáneas enfrentan crisis que parten de necesidades de pensar la relación entre la vida humana y la naturaleza y la tecnología. El cambio climático representa uno de los mayores retos jamás enfrentados por la humanidad -sino el mayor (Bruhn y Salmose, 2023; Morris, 2025)-. Este acarrea la obligación de repensar nuestros sistemas socioeconómicos para garantizar temperaturas que permitan la conservación y desarrollo del mundo natural, incluido el ser humano como especie (Nyberg y Wright, 2025). El paso del Holoceno, la época geológica caracterizada por patrones climáticos estables, al Antropoceno, la época geológica marcada por transformaciones en los patrones climáticos ocasionadas por la actividad del ser humano, señala lo crucial de plantear una nueva interacción con el planeta (Bergillos, 2021). Como sugiere el filósofo francés Bruno Latour (2018), debemos configurar nuevas prácticas que partan de lo *geosocial*; es decir, de entendimientos que no separen lo humano de lo natural. El punto es trascender la visión del ser humano como maestro y dominador de la naturaleza y construir nuevas perspectivas de colaboración y responsabilidad.

A pesar de la urgencia extrema que demanda la crisis climática, el diseño y ejecución de políticas y medidas para encararla ha encontrado mucha oposición (DeLay, 2024). Por un lado, hay posturas negacionistas que proponen que el cambio climático es falso o es una exageración, alegando que siempre ha habido oscilaciones de temperatura en el planeta (Wong-Parodi y Feygina, 2020). Contradiciendo la mayoría del consenso científico, estas posiciones están asociadas íntimamente a ciertas agendas ideológicas (Mendy et al., 2024). Desde conspira-

ciones hasta acusaciones de “izquierdismo”, el cambio climático se ha convertido en un tema más que ha caído en una arena de polarización (Couldry, 2025). Adicionalmente, este negacionismo ha sido movilizadopor el *lobbying*, o cabildeo, de grupos de poder cercanos a la industria del petróleo, los cuales anteponen sus ambiciones económicas al bienestar y sobrevivencia colectivos (Aronczyk y Espinoza, 2024). La crisis climática, entonces, ha pasado de ser un evento y fenómeno que se experimenta concretamente en el mundo natural, a uno mediático. Distintos movimientos y activistas han acudido a plataformas digitales y redes sociales para movilizar sus posturas y ganar adeptos. Una situación que es netamente científica se politizó y ha pasado a ser un elemento más del ecosistema mediático actual.

Lo anterior apunta a otra crisis, que genera muchos dilemas y abre muchas interrogantes: los vertiginosos avances tecnológicos de los últimos años (Carazo-Barrantes, 2021). Resulta innegable que las tecnologías digitales han permitido una conexión absoluta entre todo el planeta y, en cierta manera, han creado una *aldea global* (McLuhan, 1994). Las redes sociales y las plataformas de *streaming*, por ejemplo, crean experiencias de consumo mediático transnacionales en las cuales se pueden generar comunidades, pero también aparecen prácticas dañinas, desde estafas hasta el *grooming* (Livingstone y Blum-Ross, 2020). La formación de culturas algorítmicas ha conllevado tensiones entre la agencia de las personas usuarias y el poder de los grandes actores del sector tecnológico (Siles, 2023). Estas tensiones parten de los diversos desbalances que existen entre las plataformas digitales, quienes imponen sus ‘reglas’, y las personas usuarias, quienes pueden ‘disfrutarlas’, pero sus datos son extraídos y vendidos a terceras partes sin transparencia (Siles et al., 2024). Sumado a esto, los últimos desarrollos en

inteligencia artificial formulan preguntas sobre su impacto en muchos sectores de la economía y la manera de utilizar estas herramientas de manera ética (Mager et al., 2025). Subyacente a estas disyuntivas, se encuentra el modo de poder regular la producción, distribución y uso de la inteligencia artificial en múltiples áreas como la educación, las finanzas, el hogar, y los mismos medios (Hao, 2025).

Nuestra relación con las tecnologías apunta a la gran situación de desigualdad que se asienta cada vez más en nuestras sociedades (Piketty, 2014). En términos económicos, la distribución de la riqueza es cada vez más dispar; dicho de otro modo, las brechas entre ricos y pobres se ensanchan todos los días. Muchas personas y muchas familias, a lo largo del mundo, luchan por poder sobrevivir y costear sus necesidades básicas (Robles-Rivera et al., 2025). Incluso, se dice que, por primera vez en la historia de la humanidad, las nuevas generaciones percibirán menores ingresos que sus propios padres (Savage, 2021). En términos políticos, estas diferencias se traducen también en un desbalance en la toma de decisiones: quienes tienen más tienen más posibilidades de ejercer presión e incidir en las orientaciones gubernamentales de múltiples naciones (Krozer, 2025). Las oleadas conservadoras y populistas de los últimos años se han aprovechado de la desigualdad a partir de discursos que crean chivos expiatorios y prometen un retorno al orden (Schraff y Pontusson, 2024); no obstante, sus políticas más bien hacen lo contrario, afianzan grupos de poder mientras reproducen un tradicionalismo con tintes religiosos.

Este movimiento conservador se ha visto impulsado por un proyecto ideológico diseñado en el norte global, específicamente en Silicon Valley. Conocido como neoreacción (NRx) o la ilustración oscura (*Dark Enlightenment*), este movimiento surge de las ideas del filó-

sofo británico Nick Land y de blogueros convertidos en intelectuales públicos como Curtis Yarvin —conocido también por su alias digital de Mencius Moldbug—, las cuales han sido auspiciadas por multimillonarios como Peter Thiel (Burrows, 2018). Este proyecto ideológico propone que la democracia, en lugar de facilitar la libertad individual, la coarta, por lo que es necesaria la figura de un monarca que regule toda la vida política; en otras palabras, se promueve la necesidad de tener una especie de rey-CEO que se encargue de administrar un territorio (Taşkale, 2025). Esta visión plantea un futuro de ciudades-estado gobernadas por un monarca absoluto; en este escenario, la principal libertad de las personas es la libertad de tránsito: la manera de ejercer control político y mostrar desaprobación sería cambiar de territorio en busca de mejores oportunidades (Sarmast, 2024). Las premisas de este proyecto no se anclan solamente en un libertarismo radical, sino que promulgan jerarquías raciales y de género —*i. e.*, la creencia de una supuesta superioridad del hombre blanco—. Aunque todo esto pueda sonar como ciencia ficción, o las preocupaciones de un nicho del sector tecnológico global, no se puede subestimar (Hughes, 2024). Al momento de escribir estas líneas, el actual vicepresidente de los Estados Unidos, JD Vance, públicamente ha reconocido la influencia de las ideas monárquicas de Yarvin (Prokop, 2022). El segundo mandato de la administración Trump, a través de sus múltiples acciones, le ha dado una plataforma mundial a este proyecto ideológico, el cual ha comenzado a diseminarse en muchas regiones y tiene el potencial de inspirar a actores políticos aún más extremistas.

Al delinear este contexto, es inevitable que surjan ansiedades por el futuro. Estos escenarios llevan a la desesperanza y parecen indicar que, al menos, lo que queda de la década será definido por la incertidumbre.

Cada ciclo electoral, sin importar el país o la región, se convierte en un enfrentamiento por salvaguardar las pocas garantías sociales que quedan, producto de movimientos y activismos de décadas pasadas. Curiosamente, no es solamente el futuro, sino también el pasado el que se disputa. Mientras unos desean regresar a una época de jerarquías étnicas, sociales y de género, entre otras, otros buscan reivindicar todo el progreso producto de las reformas y avances que dejaron las luchas sociales y políticas de antaño. Nuestras sociedades se disputan un sentido del tiempo, un sentido por definir hacia a dónde vamos a ir. Lamentablemente, es difícil definir cuál será la decisión final.

Este es el telón de fondo de la segunda sección de este libro: *Sociedad, medios, y conflictos*. En esta, diferentes trabajos se enfocan en los conflictos que emergen en la intersección entre lo político y lo mediático. De esta forma, se busca reflexionar sobre las relaciones de poder contemporáneas y tendencias en prácticas de comunicación que articulan, y le dan muchas orientaciones, a las vidas de las personas.

Así, en *¿La verdad llegará a saberse? Discursos contrahegemónicos sobre la salud en grupos de Telegram durante la pandemia por COVID-19 en Costa Rica*, Larissa Tristán y Stiven Herrera sitúan la proliferación contemporánea de la desinformación —*fake news*, “hechos alternativos” y teorías conspirativas— en una crisis más amplia de los regímenes de verdad causada por la disolución moderna de los “marcadores de certeza”, la globalización, la desigualdad y la mediatización, que han nutrido una “sociedad de la desconfianza”. A partir del análisis de contenido y de la multimodalidad de mensajes difundidos en Telegram sobre la COVID-19 en Costa Rica, durante los años 2020 y 2021, el capítulo revela cómo narrativas conspirativas combinan textos, imágenes, audios y videos para cuestionar la autori-

dad científica y estatal, erigir antagonismos identitarios entre “aliados” y “adversarios” y ofrecer interpretaciones alternativas que pretenden ser más verdaderas que el discurso oficial. Estas formas contrahegemónicas de producción de sentido, aunque aparentemente emancipadoras, pueden desestabilizar la salud pública y erosionar la “amistad cívica”, evidenciando que la desinformación sanitaria es parte de una pugna histórica por definir qué cuenta como conocimiento legítimo y por establecer los límites entre lo científico y lo no-científico.

María Carmen Salgado Santamaría, Dimitrina Jivkova Semova y Javier Pérez Sánchez en *El impacto de la crisis pandémica en la industria cultural y de entretenimiento en España*, exploran cómo la pandemia de COVID-19 catalizó una metamorfosis en el sector audiovisual y de entretenimiento español, al entrelazar revisión bibliográfica, análisis de audiencias y tendencias laborales. El confinamiento impulsó un salto notable hacia el consumo digital: mientras la televisión abierta recuperaba su poder de congregación con contenidos informativos y de entretenimiento en directo, el *streaming* bajo demanda y los videojuegos se convirtieron en refugios cotidianos, consolidando un ecosistema híbrido donde lo lineal y lo *on demand* conviven y compiten. Ante la presión de las plataformas globales, las cadenas tradicionales aceleraron su reconversión tecnológica. Pese a la contracción inicial del empleo y la vulnerabilidad de las pequeñas productoras, las ayudas públicas y el impulso creativo del propio sector han propiciado una recuperación que, aunque marcada por plantillas más ajustadas, demuestra una resiliencia inesperada. En términos de consumo, la ficción continúa liderando las preferencias, pero la popularidad de los *realities* y los *dating shows*, polarizantes según la franja etaria, subraya la diversificación de gustos y la búsqueda de experiencias comunitarias

o escapistas según el contexto emocional de la audiencia. Este capítulo argumenta que la crisis sanitaria no originó, sino que aceleró la digitalización y la segmentación del consumo cultural, revelando un sector más innovador, pero también más expuesto a la precariedad y a la competencia por la atención del público.

Seguidamente, en *Capitalismo de Plataformas y tecnofeudalismo: Tendencias políticas digitales en Costa Rica 2021-2023*, Jorge Adrián Gamboa-León traza un panorama exploratorio de la “política de plataformas” en Costa Rica, donde la conversación pública se desplaza cada vez más al espacio digital dominado por Facebook, X y TikTok. A partir de los registros del Observatorio de la Política Nacional (Universidad de Costa Rica) y del Observatorio de la Comunicación Digital (Universidad Latina), se examinan las principales tendencias políticas en redes sociales desde la campaña electoral de 2022 hasta los primeros cien días del Gobierno Chaves Robles, cuando las tácticas digitales de Casa Presidencial impulsaron la centralidad del mandatario y fomentaron narrativas de confrontación con los medios tradicionales. El análisis dialoga con tres marcos teóricos —capitalismo de plataformas, tecnofeudalismo y crítica algorítmica— para mostrar cómo los flujos emotivos de información y las lógicas opacas de los algoritmos configuran nuevas asimetrías de poder y reconfiguran la relación ciudadanía-Estado-medios. Este capítulo ofrece claves para entender la periodización, los actores y los discursos que modelan hoy la esfera pública costarricense en un entorno atravesado por la mercantilización de la atención y la creciente dependencia de infraestructuras digitales privadas.

El libro cierra con *Experiencia social y mundos en crisis: entender el cambio climático desde la comunicación y la fenomenología*. En

este capítulo, Rodrigo Muñoz-González y Daniela Alvarado ofrecen una síntesis crítica de la literatura que vincula crisis climática, comunicación y fenomenología, partiendo de la premisa de que el Antropoceno redefine la relación entre sociedades humanas y naturaleza y plantea dilemas filosóficos, socioeconómicos y culturales que rebasan lo puramente ecológico. Tras revisar las principales corrientes de investigación —desde análisis históricos de la economía extractivista hasta estudios sobre poder, desigualdad y activismo ambiental— este capítulo subraya que la emergencia climática es también un fenómeno mediático inscrito en una era de “mediatización profunda”, donde la experiencia cotidiana se moldea a través de plataformas digitales y narrativas comunicativas. Este capítulo traza las bases fenomenológicas que permiten comprender cómo personas y comunidades “viven” la crisis climática en su *lifeworld*, detalla la metodología empleada para mapear la investigación existente en ámbitos hispano y anglohablante y extrae tendencias temáticas clave. Finalmente, en este capítulo se propone una agenda de investigación que articula enfoques teóricos, metodológicos y normativos para estudiar empíricamente la mediación de la crisis climática y sus implicaciones experienciales, con el fin de impulsar un diálogo interdisciplinario capaz de reconfigurar las mentalidades, instituciones y prácticas necesarias en un mundo geosocial en transformación.

Esta sección se enfoca en lo macro, en esas tendencias que en diversos ámbitos configuran el desarrollo de las sociedades contemporáneas. Si bien, como se muestra en estos capítulos, muchos panoramas son desalentadores, estos trabajos abren discusiones sobre posibles soluciones y nuevas vías de encontrar un futuro mejor; es decir, un futuro que sea armonioso y sostenible.

## Hacia nuevas resistencias y emancipaciones

Mark Fisher (2009), hace unas décadas, reunía el sentir del pensamiento crítico al proponer que era más fácil imaginar el fin del mundo que el fin del capitalismo —o, en su defecto, de nuestro modelo de organización socioeconómico—. Si a lo largo de esta discusión hemos desempacado la noción de crisis, también tenemos que ubicarla en la *imaginación*. Desde el punto de vista de la democracia y la igualdad, todas las tensiones, fricciones y ambivalencias que se están experimentando en la actualidad tienden a generar actitudes y acciones reactivas. La postura más común es la de defender todos los derechos y avances ganados en las últimas décadas, lo cual tiene mucho sentido y es crucial hacerlo. Pero, entre toda la maraña de populismo y perspectivas extremistas, se ha perdido, o se ha dejado de lado, la posibilidad de imaginar una mejor sociedad.

Con esto en mente, resistir adquiere construir y reconstruir nuevos significados. Efectivamente, conlleva oponerse a toda opresión y todo intento de coartar la libertad. Pero su campo de acción debe de ampliarse. En otras palabras, debemos encontrar y ejercer nuestra agencia en los intersticios de la vida social, en sus ambivalencias, en sus contradicciones. Scott (1990) llama *infrapolítica* a “una gran variedad de formas, y de bajo perfil, de resistir que no necesariamente son enunciadas como tal” (p. 19). Estas no implican una lucha directa, sino una manera de oponerse silenciosamente a un mandato o a una práctica. Pensemos en cosas pequeñas, que incluso podrían considerarse insignificantes, como un grafito, una mala *review* en una red social, hacer un meme, ignorar una recomendación algorítmica, *mutear* un anuncio de YouTube, entre otras. El concepto de infrapolítica abre la

posibilidad de pensar las acciones de las personas más allá de un compromiso abiertamente político.

Pensar desde la infrapolítica nos lleva a complejizar nuestro concepto de agencia: esta se desarrolla desde lo más visible de la vida social hasta lo más íntimo. No por nada, para Giddens (1979), tener agencia es la capacidad de “actuar de otra manera” (p. 56). De cierta manera, estamos hablando de una política infrarroja (Marche, 2012, p. 3), de considerar la vida cotidiana, en tanto construcción multidimensional, como un terreno donde ejecutar ciertas acciones que, aunque pasen inadvertidas o no necesariamente sean tradicionalmente calificadas como políticas, tienen una carga de resistencia. Justamente, entonces, al tomar en cuenta lo infrapolítico estamos deconstruyendo nuestras posibilidades de resistencia. Por ejemplo, en el caso de interacciones con algoritmos, Siles (2023) demuestra cómo las personas navegan ambientes datificados desde sus propias perspectivas, evidenciando dinámicas complejas de agencia de acuerdo con sus contextos específicos.

Al ampliar el espectro de resistir, también se pueden encontrar nuevos modos de emancipación. Con esto, queremos destacar la necesidad de encontrar condiciones y modos de producción que no sean extractivistas, opresores ni violentos y que fomenten un bienestar colectivo, desde lo material a lo emocional, respetando la dignidad de cada persona. Quizás, en medio del tumulto político y las crisis del presente, podemos procurar *pequeñas emancipaciones* en lo inesperado, en actos del día a día que, en conjunto, vayan contrarrestando todo aquel intento de deshumanizar la sociedad. El punto es demostrar que se puede tener diálogo y comprensión y que podemos construir mejores relaciones con los demás.

Las reflexiones de *Voces que transforman: narrativas, diversidad y comunicación* invitan a dirigir la imaginación política hacia territorios donde la creatividad, más que la mera reacción, sea la fuerza motriz de la transformación. Lo anterior necesariamente nos lleva a considerar la vida cotidiana como un espacio político en constante composición, se abre la posibilidad de cultivar sensibilidades que desplacen el horizonte de lo “posible”. La tarea consiste en convertir la “infrapolítica” en un ecosistema de aprendizajes mutuos, donde cada gesto aparentemente minúsculo dialogue con estrategias más amplias de justicia social y climática.

Abrir nuevos horizontes implica también revisar nuestras propias gramáticas de futuro: sustituir la retórica de la catástrofe inevitable por narrativas de posibilidad radical, forjadas desde la interdependencia planetaria y la pluralidad cultural. Esto requiere un compromiso epistemológico con voces históricamente marginadas —*i. e.*, pueblos indígenas, juventudes precarias, disidencias corporales y de género—, cuyas cosmovisiones expanden nuestra comprensión de agencia y emancipación. Al final, este libro es una invitación a aventurarnos en la construcción colectiva de mundos donde dignidad, cuidado y creatividad se erijan como principios innegociables. Quizás, vivir en sociedad es vivir en crisis.

## Referencias

Adam, M., & Wahyuni, W. (2020). The image of climate crisis in media: A conceptual metaphor analysis. *Journal of Language and Literature*, 20(1), 10. <https://doi.org/10.24071/joll.v20i1.2413>

- Anduiza, E., & Rico, G. (2024). Sexism and the far-right vote: The individual dynamics of gender backlash. *American Journal of Political Science*, 68(2), 478-493. <https://doi.org/10.1111/ajps.12759>
- Aronczyk, M. & Espinoza, M.I. (2024). *A Strategic Nature: Public Relations and the Politics of American Environmentalism*. Oxford University Press.
- Arora, P. (2025). The privilege of pessimism: The politics of despair towards the digital and the moral imperative to hope. *Dialogues on Digital Society*, 1(1), 33-36. <https://doi.org/10.1177/29768640241252103>
- Banet-Weiser, S., & Kay, J. B. (2025). Through the looking glass: feminism and reactionary politics in the digital hall of mirrors. *European Journal of Cultural Studies*. <https://doi.org/10.1177/13675494241310721>
- Barthes, R. (2013). *Mythologies*. Hill and Wang.
- Bergillos, I. (2021). Approaches to the Anthropocene from communication and media studies. *Social Sciences*, 10(10), 365. <https://doi.org/10.3390/socsci10100365>
- Brown, W. (2005). *Edgeworks: Critical Essays on Knowledge and Politics*. Princeton University Press.
- Bruhn, J., & Salmose, N. (2023). *Intermedial Ecocriticism: The Climate Crisis Through Art and Media*. Bloomsbury Publishing PLC.
- Burrows, R. (2018, September 29). On Neoreaction And other romantic delusions [Online]. *The Sociological Review Magazine*. <https://thesociologicalreview.org/projects/undisciplining/talks-discussions-and-debates/on-neoreaction/>

- Butler, J. (1993/2011). *Bodies that matter: On the Discursive Limits of Sex*. Routledge.
- Carazo-Barrantes, C. (2021). Agenda-setting in a social media age: Exploring new methodological approaches. *The Agenda Setting Journal*, 5(1), 31-55. <https://doi.org/10.1075/asj.20006.car>
- Chouliaraki, L. (2024). *Wronged: The weaponization of victimhood*. Columbia University Press.
- Couldry, N. (2025). *The Space of the World: Can Human Solidarity Survive Social Media and What If It Can't?*. Polity.
- Davis, N. B., & VanCamp, A. (2025). Culture Wars in the Classroom: Perceptions of Social Work Faculty at Public and Private Institutions. *Advances in Social Work*, 25(1), 186-196. <https://doi.org/10.18060/28439>
- DeLay, T. (2024). *Future of Denial: The Ideologies of Climate Change*. Verso Books.
- Duarte, H. (2021). *Agnotología y pandemia: un estudio de prácticas de agnotología en el manejo de la pandemia COVID- 19 por el gobierno de El Salvador*. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.
- Edström, J., Greig, A., & Skinner, C. (2024). Patriarchal (dis)orders: Backlash as crisis management. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 49(2), 277-309. <https://doi.org/10.1086/726744>
- Fraccaroli, Y., & Simonetto, P. (2025). An LGTBIQ+ archival boom? Grassroot archival activism and memory politics in Latin America. *International Journal of Cultural Studies*. <https://doi.org/10.1177/13678779251345149>

- Fisher, M. (2009). *Capitalist Realism: Is There No Alternative?*. Zero Books.
- Fukuyama, F. (2023). *Liberalism and its Discontents*. Picador.
- Giddens, A. (1979). *Central Problems in Social Theory: Action, Structure, and Contradiction in Social Analysis*. University of California Press.
- Hall, S. (2013). The Spectacle of the ‘Other’. In S. Hall, J. Evans, & S. Nixon (Eds.), *Representation (Second Edition)* (pp. 215-287). Sage.
- Hao, K. (2025). *Empire of AI: Dreams and Nightmares in Sam Altman’s OpenAI*. Penguin Press.
- Hand, M. (2025). Does indoctrination still matter?. *Educational Theory*, 75(2), 276-291. <https://doi.org/10.1111/edth.70004>
- Hughes, T. (2024). The political theory of techno-colonialism. *European Journal of Political Theory*. <https://doi.org/10.1177/14748851241249819>
- Iser, W. (1978). *The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response*. John Hopkins University Press.
- Juaréz Miró, C. (2025). “Everything is biased”: populist supporters’ folk theories of journalism. *The International Journal of Press/Politics*, 30(1), 63-82. <https://doi.org/10.1177/19401612231197617>
- Kisa, S., & Kisa, A. (2024). A comprehensive analysis of COVID-19 misinformation, public health impacts, and communication strategies: scoping review. *Journal of Medical Internet Research*, 26, e56931. <https://doi.org/10.2196/56931>

- Kristeva, J. (1984). *Revolution in Poetic Language*. Columbia University Press.
- Krozer, A. (2025). Deserving privilege: a decomposition of positional legitimation among Mexican elites. *Canadian Journal of Development Studies/Revue canadienne d'études du développement*, 46(2), 272-289. <https://doi.org/10.1080/02255189.2025.2478052>
- Kubin, E., & Von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: a systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188-206. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>
- Kunelius, R., & Roosvall, A. (2021). Media and the Climate Crisis. *Nordic Journal of Media Studies*, 3(1), 1-19. <https://www.doi.org/10.2478/njms-2021-0001>
- Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. Verso.
- Latour, B. (2018). *Down to Earth: Politics in the New Climatic Regime*. Polity.
- Lechuga, M., & Aswad, N. G. (2024). “Decolonization” as a metaphor, not a movement, in communication studies: A critical thematic meta-analysis of the discipline. *Communication Studies*, 75(4), 407-424. <https://doi.org/10.1080/10510974.2024.2348300>
- Lee, T., Johnson, T., Jia, C., & Lacasa-Mas, I. (2025). How social media users become misinformed: The roles of news-finds-me perception and misinformation exposure in COVID-19 misperception. *New Media & Society*, 27(3), 1730-1751. <https://doi.org/10.1177/14614448231202480>

- Livingstone S. & Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a Digital Future: How Hopes and Fears about Technology Shapes Children's Lives*. Oxford University Press.
- Loll, L., Schmatz, N., von Lonski, L., Cremer, L. D., & Richter, M. H. (2023). The influence of climate crisis-related media reporting on the eco-anxiety of individuals. *Interdisciplinary Journal of Environmental and Science Education*, 19(2), e2306. <https://doi.org/10.29333/ijese/13044>
- Mager, A., Eitenberger, M., Winter, J., Prainsack, B., Wendehorst, C., & Arora, P. (2025). Situated ethics: Ethical accountability of local perspectives in global AI ethics. *Media, Culture & Society*, 47(5), 1028-1041. <https://doi.org/10.1177/01634437251328200>
- Marche, G. (2012). Why Infrapolitics Matters. *Revue Française d'Études Américaines*, 1 (131), 3-18. <https://doi.org/10.3917/rfea.131.0003>
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT Press.
- McRobbie, A. (2025). On phantasms of gender: A feminist cultural studies perspective. *European Journal of Cultural Studies*. <https://doi.org/10.1177/13675494251335555>
- Mendy, L., Karlsson, M., & Lindvall, D. (2024). Countering climate denial: A systematic review. *Public Understanding of Science*, 33(4), 504-520. <https://doi.org/10.1177/09636625231223425>
- Meyers, O., & Davidson, R. (2025). Time after time: longitudinal qualitative interviewing and the interplay between structure and agency in communication research. *Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaf022>

- Morris, H. E. (2025). *Apocalyptic Authoritarianism: Climate Crisis, Media, and Power*. Oxford University Press.
- Nyberg, D., & Wright, C. (2025). Confronting the climate crisis: Fossil fuel hegemony and the need for decarbonization, degrowth, and democracy. *Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1111/joms.13198>
- O'Neill, R. (2024). By, for, with women? On the politics and potentialities of wellness entrepreneurship. *The Sociological Review*, 72(1), 3-20. <https://doi.org/10.1177/00380261221142461>
- Orgad, S., & Gill, R. (2021). *Confidence Culture*. Duke University Press.
- Ortega Chávez, J. D. (2025). Understanding the role of the Colombian news media in a peace process during crisis times: The 2015 escalation of the conflict. *Media, War & Conflict*. <https://doi.org/10.1177/17506352241307012>
- Parkinson, R.B. (2013). *A Little Gay History: Desire and Diversity Across the World*. Columbia University Press.
- Peters, J. D. (2011). Plenary: Sweet Lemons. *International Journal of Communication*, 5, 1467-1471. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1355>
- Pignataro, A. & Treminio, I. (2019). Reto económico, valores y religión en las elecciones nacionales de Costa Rica 2018. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 39(2), 239-263. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2019000200239>
- Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Harvard University Press.

- Prokop, A. (2022, October 24). Curtis Yarvin wants American democracy toppled. He has some prominent Republican fans. Vox. <https://www.vox.com/policy-and-politics/23373795/curtis-yarvin-neoreaction-redpill-moldbug>
- Repo, J. (2015). *The Biopolitics of Gender*. Oxford University Press.
- Robles-Rivera, F., Muñoz-González, R., García-Castro, J. D., & Acuña, K. (2025). Percepciones de desigualdad en Costa Rica: factores institucionales, sistema político y medios de comunicación. *Anuario Centro de Investigación y Estudios Políticos*, (16), 1-15. <https://doi.org/10.15517/9e02y285>
- Romer, D., & Jamieson, K. H. (2025). Lessons learned about conspiracy mindset and belief in vaccination misinformation during the COVID pandemic of 2019 in the United States. *Frontiers in Communication*, 10. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1490292>
- Roso, J. (2025). Xenophobic and Islamophobic Rhetoric among Evangelical Opinion Leaders in the Age of Trump. *Socius*, 11. <https://doi.org/10.1177/23780231251342657>
- Sancho Quirós, V., & D'Antoni Fattori, M. (2019). Tematizando la heteronormatividad. Una reflexión histórico-pedagógica sobre la educación sexual en Costa Rica. *Revista Reflexiones*, 98. <https://doi.org/10.15517/rr.v98i0.36795>
- Sarmast, B. (2024). The Technocratic Monarchist Movement in America: Theoretical Dimensions and Political Impacts. *Interdisciplinary Studies in Society, Law, and Politics*, 1-13. <http://193.36.85.187:8089/index.php/isslp/article/view/336>
- Savage, M. (2021). *The Return of Inequality: Social Change and the Weight of the Past*. Harvard University Press.

- Schraff, D., & Pontusson, J. (2024). Falling behind whom? Economic geographies of right-wing populism in Europe. *Journal of European Public Policy*, 31(6), 1591-1619. <https://doi.org/10.1080/13501763.2023.2278647>
- Scott, J.C. (1990). *Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts*. Yale University Press.
- Sewell, W. H., Jr. (2005). *Logics of History: Social History and Social Transformation*. University of Chicago Press.
- Sequeira Rovira, P. (2020). Los hippies como metáfora de la ambigüedad o del por qué se los responsabiliza por el surgimiento de la “ideología de género” en Costa Rica. *Cuadernos Inter. cambio sobre Centroamérica y el Caribe*, 17(2), e43520. <https://doi.org/10.15517/c.a..v17i2.43520>
- Seyd, B. (2025). A crisis of crisis management: The polycrisis, the organization of pessimism, and the defensive turn. *European Journal of Social Theory*, <https://doi.org/10.1177/13684310251336133>
- Siles, I. (2023). *Living with Algorithms: Agency and User Culture in Costa Rica*. MIT Press.
- Siles, I., Gómez-Cruz, E., & Ricaurte, P. (2024). Fluid agency in relation to algorithms: Tensions, mediations, and transversalities. *Convergence*, 30(3), 1025-1040. <https://doi.org/10.1177/13548565231174586>
- Taşkale, A. R. (2025). The affective politics of reactionary futurism in Silicon Valley. *Critical Studies on Security*, 1-5. <https://doi.org/10.1080/21624887.2025.2474781>

- Tian, I. L. (2025). Queer techno-orientalism as method: Mr. Robot, uterus man, and other Chinese Techno Futures. *Media, Culture & Society*, 47(7), 1472-1485. <https://doi.org/10.1177/01634437251350046>
- Waisbord, S. (2019). *Communication: A Post-Discipline*. Polity.
- Waisbord, S. (2022). What is next for de-westernizing communication studies?. *Journal of Multicultural Discourses*, 17(1), 26-33. <https://doi.org/10.1080/17447143.2022.2041645>
- Williams, C. A. (2010). *Roman Homosexuality (Second Edition)*. Oxford University Press.
- Wong-Parodi, G., & Feygina, I. (2020). Understanding and countering the motivated roots of climate change denial. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 42, 60-64. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2019.11.008>
- Zaborowski, R., & Hovden, J. F. (2024). The space of immigrant discourse in the European press: Lessons from the "refugee crisis". *MedieKultur: Journal of media and communication research*, 40(77), 1-23. <https://doi.org/10.7146/mk.v40i77.141528>
- Zykaj, E., Morganti, L., & Donders, K. (2025). The staging of the Brexit rhetoric inside the European Parliament: The case of Nigel Farage. *Journal of Contemporary European Studies*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/14782804.2024.2441132>



# **Parte 1** | Subjetividades, agencia y narrativas



# ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN, CONFRONTACIÓN Y SUPERACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN EL EJERCICIO POLÍTICO EN LAS REDES SOCIALES EN COSTA RICA

Yanet Martínez Toledo

## **Introducción**

En las últimas décadas, la presencia de mujeres en cargos de representación política en Costa Rica ha registrado avances significativos, impulsados por reformas institucionales orientadas a garantizar la paridad y la equidad de género en la participación electoral. No obstante, este incremento en la representación no ha sido acompañado por transformaciones proporcionales en las condiciones de ejercicio del poder, particularmente en lo que respecta a la violencia política por razón de género. Muy por el contrario, diversos estudios y diagnósticos han evidenciado un aumento de las formas de agresión hacia las mujeres en política, especialmente aquellas que se manifiestan en entornos digitales y a través de redes sociales.

Este capítulo examina las estrategias de negociación, confrontación y superación que han desarrollado mujeres en política en Costa Rica para enfrentar la violencia de género en redes sociales digitales. A

partir de una perspectiva feminista interseccional y crítica, se busca comprender cómo estas mujeres construyen su agencia en contextos marcados por la hostilidad digital, el descrédito público, la invisibilización institucional y la deslegitimación simbólica.

La violencia política digital constituye una de las expresiones contemporáneas de la violencia patriarcal y opera no solo como una forma de disciplinamiento individual, sino como un mecanismo estructural que intenta restringir el acceso y permanencia de las mujeres en los espacios públicos de poder. Esta violencia se caracteriza por su intensidad, recurrencia y personalización, afectando no solo a las figuras políticas directamente involucradas, sino también a sus entornos familiares, laborales y comunitarios.

En este escenario, resulta fundamental visibilizar las experiencias y estrategias de las mujeres que, desde distintos territorios, partidos y cargos, han resistido y enfrentado estas formas de violencia. El objetivo de este capítulo es, por tanto, doble: por un lado, identificar los principales tipos de violencia digital experimentados por las mujeres políticas en Costa Rica; y por otro, analizar críticamente las respuestas -individuales, institucionales y colectivas- que han desarrollado para confrontarla.

Desde un enfoque cualitativo, se trabajó con entrevistas en profundidad a 26 mujeres con experiencia política entre los años 2014 y 2024. Estas entrevistas permitieron no solo reconstruir las formas de violencia vividas, sino también comprender los sentidos que las participantes atribuyen a su trayectoria política, sus formas de construir autoridad y las tácticas que utilizan para mantenerse activas en el espacio público a pesar de la hostilidad. Asimismo, se consideró el análisis de sus usos

políticos de redes sociales como espacios de visibilidad, interacción y defensa; pero también como escenarios de exposición y riesgo.

A nivel teórico, el capítulo dialoga con debates sobre agencia narrativa (Mahmood, 2006; Chinchilla Alvarado, 2022), feminismos interseccionales (Losch y Wernimont, 2018), violencia mediática y simbólica (Mulvey, 1975; Martínez Toledo, 2022), y discursos posfeministas (McRobbie, 2009; Giraldo, 2020). En este sentido, se busca problematizar las formas de agencia que emergen frente a la violencia digital, considerando sus tensiones, contradicciones y anclajes en marcos culturales neoliberales, institucionales o colectivos.

Lejos de considerar a las mujeres como víctimas pasivas de la violencia, el análisis parte de reconocer su capacidad de resistir, transformar y disputar los sentidos hegemónicos del poder político. Sin embargo, se pone atención a los límites de algunas estrategias —particularmente aquellas centradas en el esfuerzo individual y el autocuidado— cuando no se acompañan de medidas estructurales que garanticen condiciones igualitarias de participación.

Este capítulo se organiza en cinco secciones. Primero, se presenta el marco teórico que guía el análisis, con énfasis en los conceptos de agencia, violencia digital y posfeminismo. En segundo lugar, se detalla la metodología utilizada. Luego, se exponen los principales hallazgos empíricos, organizados en torno a los tipos de violencia, sus efectos y las respuestas que emergen frente a ellas. A continuación, se propone una tipología analítica de las formas de agencia identificadas. Finalmente, se plantean consideraciones que contribuyen al debate sobre la democratización del espacio político en clave de género y justicia social

## **Aproximaciones teóricas: violencia digital en el ejercicio de la política, agencias narrativas y abordajes feministas**

El año 2018 significó una oportunidad y un reto para el ejercicio político de las mujeres, al menos en el nivel político partidario. Las transformaciones en términos de paridad horizontal y vertical contribuyeron a que la actual Asamblea Legislativa sea la de mayor paridad en la historia nacional. Se ha hablado también de la naturaleza de esa paridad. En este trabajo, sin embargo, se quiere destacar cómo la presencia de más mujeres en la esfera política ha contribuido también a la exacerbación de expresiones de violencia, así como también al desarrollo de estrategias de negociación, confrontación y denuncia de dicha violencia por parte de mujeres en el ejercicio de la política. Esta violencia se articula con violencias históricas y contemporáneas y debe ser leída tanto en clave de colonialismo, desarrollo y capitalismo como de racismo, misoginia y LGTBIQ+ fobia (Shokooh Valle, 2020, p. 2).

En investigaciones anteriores (Martínez-Jiménez, 2021; Martínez Toledo, 2022) se ha analizado cómo las mujeres se posicionan frente a la violencia digital basada en género en el ámbito político en las que se ha abordado la violencia política contra las mujeres y su agencia frente a esta; tanto desde los activismos como desde el ejercicio político partidario. Dichos estudios destacan las narrativas de las mujeres en torno a la violencia.

En ambos estudios se aprecia una tendencia por parte de las mujeres de ser sujetos activos frente a la violencia ejercida en el espacio público. A partir de esta constatación y en diálogo crítico con los textos teóricos que abordan este tema, se presenta esta investigación, con el interés de indagar acerca de la agencia de las mujeres (Lucas, 2016) a

partir de dos ejes: las narrativas en torno a ser mujeres políticas tanto a nivel individual como colectivo y las estrategias de superación de la violencia diseñadas por estas mujeres.

Al entender la participación política de las mujeres a partir de su representación mediática y en redes sociales digitales desde una perspectiva feminista, se pueden entrever los procesos de opresión/privilegio en los que se construye la imagen mediada de dichas mujeres. Desde una perspectiva interseccional (Losch y Wernimont, 2018), se pueden entrever los mecanismos en los que las categorías género, raza y clase se articulan en los procesos de invisibilización/visibilización de la participación de las mujeres.

Los estudios que analizan la participación política y su relación con la comunicación establecen un antes y un después de las redes sociales digitales (Margetts et al., 2015, p. 81), permitiendo la activación y el ejercicio de ciudadanía desde las plataformas digitales. La interpelación a personas en el ejercicio político partidario, líderes, representantes de partidos políticos se modifica a partir del uso de estas redes. La sensación de proximidad e interpelación que se produce mediante las mismas modifica criterios tradicionales de jerarquía y lejanía. Esto contribuye a una activación del ejercicio ciudadano de contraloría y crítica política. Pero también activa discursos cargados de violencia simbólica que, para el caso de las mujeres, debe leerse en clave de diferencia sexual y machismo estructural, que no escapan a la participación ciudadana.

La violencia digital contra las mujeres es una problemática social que da cuenta de las actitudes públicas hacia las mujeres y, de manera especial, las formas de discriminación (Barker y Juarasz, 2019, p. 102), deslegitimación e invisibilización que sus discursos generan en las dis-

tintas plataformas digitales. Además, forma parte activa de los sistemas sociotecnológicos, desde su diseño, su infraestructura, la construcción de códigos y algoritmos, la vigilancia y la extracción de datos, hasta las formas de violencia privada que consiste en la distribución no consensuada de imágenes íntimas, el acoso, el *bullying* y el *trolling*.

En cuanto a los estudios que abordan la agencia narrativa de las mujeres, es importante señalar la diferencia que existen entre las posturas que entienden la agencia como un ejercicio individual, construida desde un lugar de poder y aquellas que la ubican en un contexto social y político adverso para las mujeres.

En este capítulo, se parte de la noción de agencia narrativa de Saba Mahmood quien considera que para entender la agencia es preciso pensar las maneras en las que las mujeres negocian y viven en contextos tradicionales y no emancipatorios. (Mahmood, 2006, p. 33). La agencia no se produce en el vacío. Es importante entender cómo opera al interior de las estructuras de subordinación. Los feminismos han analizado la forma en que las mujeres desafían y resisten el orden dominante masculino subvirtiendo los significados hegemónicos y las prácticas subordinantes con el fin de fortalecer sus propias agendas (Mahmood, 2006, p. 37).

Para analizar la agencia narrativa de las mujeres en el ejercicio político es importante considerar que estas se producen en un contexto en el que desde los medios de comunicación, desde el sentido común y las distintas ideologías políticas se legitima una mirada masculina (Mulvey, 1975) hegemónica y patriarcal, que, por una parte, construye a las mujeres desde una perspectiva unidimensional (de Lauretis, 1994; Martínez Toledo, 2022): subordinadas a los sujetos masculinos, recluidas al ámbito de lo doméstico y ausentes en la toma de decisión pública

y objeto de deseo de la mirada masculina en su pasividad. Por tanto, dicha mirada va a penalizar toda protesta, lucha o demanda por el acceso al espacio público político, la participación en la toma de decisiones y el diseño de una sociedad más justa e igualitaria.

Una de las formas en las que se ejerce violencia contra las mujeres en el ejercicio político, la protagonizan los medios de comunicación y tiene que ver con la representación mediática de los sujetos, acciones y discursos que demandan el respeto de derechos humanos de las mujeres.

Un abordaje de las agencia narrativas de las mujeres debería contener: “al sujeto enunciador o agente narrativo, aquel que enuncia el discurso”; “lo narrado, lo enunciado por este sujeto”; la pregunta por “cómo este sujeto enuncia y pone en circulación su discurso: las estrategias, recursos, métodos que implementa para comunicar”, y “las interacciones que ese discurso, ese mundo narrado genera, cuando se pone a disposición de otros actores sociales y políticos en el espacio digital” (Chinchilla Alvarado, 2022, p. 10).

### *El abordaje posfeminista de la agencia de las mujeres ante la violencia*

El posfeminismo hace una lectura de los postulados feministas de autonomía, independencia y derechos desde una perspectiva neoliberal exaltando la individualidad. Se produce en el entrecruzamiento entre el ascenso de discursos y políticas neoconservadoras en materia de sexualidad, familia y derechos sexuales y reproductivos y un discurso económico neoliberal que resalta la individualidad como eje de acción (McRobbie, 2004; Gill, 2007; Giraldo, 2020); sumado a una mayor

representación mediática del feminismo en los medios de comunicación, tanto en la narrativa de ficción como en la noticiosa.

Entre las características distintivas del posfeminismo se encuentran la concepción de la feminidad como una propiedad corporal, en contraste con prácticas representacionales anteriores en las cuales era entendida como una característica social, estructural o psicológica. Existe entre sus postulados una preocupación por el cuerpo como lugar de poder, vigilancia y remodelación (Giraldo, 2020, p. 7). Lo anterior lleva a una presencia en la discusión pública del sexo y la sexualidad.

En la narrativa posfeminista las mujeres son representadas como sujetos de deseo sexual activo; pero sometido a una vigilancia y juzgamiento sobre el cuerpo y la sexualidad. En un entrecruzamiento con las ideologías neoconservadoras, el sujeto mujer del posfeminismo no se libera de los mandatos de felicidad heteronormada ni de las nociones tradicionales de familia (McRobbie, 2004; 2009). Sin embargo, se le otorga agencia, entendida esta como una capacidad individual para elegir.

La idea de empoderamiento como una condición individual, libre y dependiente de la voluntad, que forma parte de la ideología neoliberal adquiere asidero en la narrativa postfeminista. Se plantea un vínculo entre la agencia y el empoderamiento con la disciplina y la autovigilancia de sí. Se entiende el contexto de desigualdad sexual en el que tienen que vivir las mujeres, pero este es anulado y sustituido por una narrativa del esfuerzo individual, del no dejarse vencer ante los reveses. Las desigualdades estructurales son vistas, pero limitadas a su relación con la individualidad y en contextos aislados. Este posfeminismo

se nutre una narrativa que aspira a (re)articular las ideas, valores, emociones y prácticas de ‘las mujeres’ —especialmente, de aquellas que llamábamos nuevas feminidades— a las necesidades de (re)producción del capitalismo neoliberal frente a las posibilidades contrahegemónicas feministas (Martínez-Jiménez, 2021, p. 376).

El sujeto de la narrativa posfeminista tiene clase social y nivel de instrucción. Aunque alaba la individualidad, no lo hace en abstracto o llamando a un sujeto universal. Se refiere a mujeres que deben cumplir con los mandatos antes mencionados. Tienen el mandato de la juventud, del éxito y un poder que se manifiesta en su capacidad de consumo (McRobbie, 2009).

Este sujeto del posfeminismo es portador de una agencia narrativa normativa, que, como se ha dicho con anterioridad, impone a las mujeres ciertos mandatos que, sin desconocer el lugar de las desigualdades basadas en la diferencia sexual, les demandan asumir estereotipos tales como juventud forzada y capacidad para asumir retos y labores, a la vez que no rompe con los mitos de la feminidad y la diferencia sexual heteronormada.

Para Isis Giraldo (2020) el posfeminismo es “un epifenómeno del neoliberalismo, de alcance global y que regula la subjetividad femenina —por ello lo entiendo como régimen más que como cultura— en los contextos urbanos contemporáneos globales. Más aún, es una manifestación contemporánea de la ‘colonialidad del poder’ respecto a la feminidad” (Giraldo, 2020, p. 15). Una mirada descolonial del posfeminismo implica visibilizar las maneras en que “la cuestión racial, la relación norte y sur global respecto a la producción del conocimiento, la cuestión de la hipersexualización” (p. 16) se intersecan para producir

un determinado sujeto mujer coherente con las políticas neoliberales y con los discursos neoconservadores.

La narrativa posfeminista se apropia, a la vez que decodifica los avances en los derechos de las mujeres, producto de luchas y movilizaciones. Frente a los avances feministas en torno a la autonomía económica, psicológica y simbólica de las mujeres, el posfeminismo contrapone una narrativa de la autonomía individual y la agencia como capacidad unilateral de modificar el entorno, de enfrentarse a las adversidades (desigualdades estructurales) vía el esfuerzo individual. La transmisión de esta propuesta ideológica se produce fundamentalmente a través de las culturas mediatizadas y globalizadas (Gill, 2017; McRobbie, 2009, Giraldo, 2020); pero trasciende el mundo del espectáculo y se ubica en espacios públicos como el de la política, la economía. Es decir, en aquellos espacios donde se disputa sentido y las relaciones de poder requieren de un determinado sujeto mujer.

El posfeminismo como posicionamiento ideológico ha tenido impacto no solo en la cultura sino también en la política. Cuando el discurso de que el empoderamiento individual como estrategia para superar las barreras de género, minimizando las dimensiones estructurales de la desigualdad de género en la esfera política, esto tiene implicaciones directas para la participación de las mujeres. El discurso del esfuerzo individual como único motor de participación política, invisibiliza los sesgos de género que, históricamente, han marcado la esfera de lo público, en general, y lo político, en particular.

El posfeminismo como concepto ha estado ligado a la representación de las mujeres en política (Guha, 2017). En primer lugar, ha promovido la difusión de una visión superficial de la igualdad de género en política, centrada en la idea de que el empoderamiento individual

es suficiente para superar las barreras de género. Esta perspectiva minimiza las estructuras sistémicas de opresión que perpetúan la desigualdad de género en la esfera política, como el sesgo sexista en los procesos de selección de candidatos y la falta de apoyo institucional para las mujeres políticas.

Además, el posfeminismo ha contribuido a la comercialización de la imagen de las mujeres políticas, enfatizando su apariencia física y estilo personal sobre sus habilidades y logros políticos. Esto ha llevado a una representación estereotipada de las mujeres en la política, donde se valora su aspecto y comportamiento por encima de su competencia y experiencia.

### **Perspectiva metodológica**

Este estudio adoptó un enfoque cualitativo, orientado a comprender las experiencias de mujeres que ejercieron o han ejercido cargos de representación política en Costa Rica, en relación con el uso político de las redes sociales digitales y las estrategias que desarrollaron para enfrentar y superar la violencia política en estos entornos. La investigación tuvo como propósito describir los perfiles de uso político de las tecnologías digitales, así como reconstruir las formas en que estas mujeres gestionaron la violencia digital como parte de su trayectoria pública.

El abordaje cualitativo permitió acercarse a las participantes en sus contextos de acción, atendiendo a sus relatos, significados y posicionamientos. Las narrativas sobre la violencia digital en el ejercicio político, analizadas desde esta perspectiva, ofrecieron herramientas analíticas para comprender no solo las dinámicas de agresión y exclu-

sión, sino también los procesos de agencia, resistencia y subjetivación política. Asimismo, posibilitaron un análisis situado sobre cómo se configuraron los sujetos políticos femeninos en el contexto costarricense contemporáneo, atravesado por relaciones de poder, estructuras de desigualdad y transformaciones en los modos de ejercer lo público.

### *Criterios de selección y universo de estudio*

El universo de análisis se conformó por mujeres que ocuparon cargos políticos de elección popular o de jerarquía institucional durante el período **2014-2024** en Costa Rica, en al menos una de las siguientes áreas:

Participación político-partidaria, mediante el ejercicio de cargos directivos en partidos políticos.

- Participación en el Poder Ejecutivo, ocupando cargos de jerarquía institucional o ministerial.
- Participación en el Poder Legislativo, como diputadas electas.
- Participación en gobiernos locales, como alcaldesas o vicealcaldesas.

La elección de este período de diez años respondió al interés de abarcar tres administraciones presidenciales distintas y analizar tanto trayectorias institucionales consolidadas como procesos de candidatura o transición política. Este marco temporal permitió observar transformaciones en el uso de las tecnologías digitales y en las formas en que las mujeres enfrentaron la violencia en espacios públicos mediados por plataformas virtuales.

Asimismo, la muestra consideró criterios de diversidad etaria y territorial, especialmente en el caso de diputadas y lideresas municipa-

les, con el fin de capturar una mayor heterogeneidad de experiencias, trayectorias políticas y contextos sociopolíticos.

### *Muestra*

La muestra del estudio estuvo conformada por un total de **26 mujeres** con experiencia en distintos niveles de participación política en Costa Rica, seleccionadas mediante un muestreo intencional y estratégico. Se procuró incluir diversidad en términos de cargos ocupados, períodos de participación, trayectorias políticas y regiones geográficas, con el fin de capturar la complejidad del fenómeno estudiado desde múltiples voces y realidades.

La distribución fue la siguiente:

- 3 funcionarias del Poder Ejecutivo durante el período 2014–2018.
- 2 funcionarias del Poder Ejecutivo durante el período 2018–2022.
- 4 candidatas a diputaciones en las elecciones nacionales de 2022.
- 3 candidatas a cargos municipales en el proceso electoral de 2020.
- 8 diputadas que ejercieron funciones legislativas en el período 2018–2022.
- 6 diputadas en ejercicio para el período legislativo 2022–2026.

Esta composición permitió observar tanto las experiencias durante el ejercicio del poder como en los procesos de acceso, disputa o transición política; además permitió identificar continuidades y rupturas entre diferentes momentos institucionales, territorios y generaciones políticas.

### *Estrategia metodológica*

La estrategia de investigación permitió explorar con profundidad tanto las experiencias individuales como las dimensiones subjetivas y simbólicas de la violencia política digital. El eje central del trabajo de campo consistió en la realización de entrevistas semiestructuradas a una muestra intencional de mujeres participantes. Esta técnica permitió reconstruir, desde las voces de las protagonistas, las experiencias de confrontación, negociación y superación de la violencia digital, así como los efectos que estas tuvieron en su construcción como sujetas políticas.

Las entrevistas ofrecieron información detallada sobre los impactos subjetivos de la violencia, las estrategias de autocuidado, los vínculos entre lo digital y lo institucional y las tensiones entre el ámbito público y privado en el ejercicio del poder. También, permitieron identificar distintos modos de agencia, desde los más individuales hasta aquellos que apelaron a redes de apoyo o a lógicas colectivas de resistencia.

### **Resultados**

Los hallazgos de este capítulo derivan de 26 entrevistas a mujeres vinculadas de manera activa en política en el período 2014-2024, realizadas entre los años 2021 y 2023. Las entrevistas permitieron conocer las experiencias de negociación, confrontación y superación de la violencia política en las redes sociales digitales, cómo dichas experiencias han marcado su forma de hacer política y su construcción como sujeto político, dentro y fuera de las dinámicas digitales y cuáles han sido sus estrategias de superación de dicha violencia.

A partir de las entrevistas, se realizó un análisis narrativo de las experiencias de las mujeres que incluye sus historias personales y trayecto político, sus motivaciones para entrar en política, su militancia y el uso general y con fines políticos de estas redes. Por último, se analizan las experiencias personales vinculadas con violencia digital colocando como centro las experiencias de las entrevistadas.

En este apartado, se presentan los principales hallazgos producto de las 26 entrevistas a profundidad con las mujeres en cargos políticos con quienes se trabajó. A través de estas, se buscó explorar cuál ha sido su experiencia frente a la violencia contra las mujeres en el ejercicio político, recibida a través de redes sociales, así como las estrategias que han sido implementadas para enfrentarla.

Las entrevistas dieron cuenta de vastas experiencias frente a la violencia que son parte de su cotidianidad, no solamente en la esfera digital, sino también en el día a día en sus espacios de trabajo. Específicamente desde los medios de comunicación y en su interacción con redes sociales, se registran distintos tipos de violencia expuestos a continuación.

### *Construcciones de la violencia digital contra las mujeres en política*

Las participantes perciben la violencia digital de manera crítica cuestionando su normalización en los espacios políticos. Algunas rechazan categóricamente su normalización, al afirmar: “Nadie debería presupuestar la violencia como parte del ejercicio político” (Entrevistada 01). Sin embargo, reconocen que “[en] la práctica, se termina aceptando como parte del costo de estar en política” (Entrevistada 02). Aunque la totalidad de las respuestas rechaza la naturalización

de la violencia, reconocen que el entorno político digital impone una dinámica de aceptación implícita, lo que refuerza estructuras de poder que perpetúan la violencia como algo inevitable.

Las mujeres políticas enfrentan distintos tipos de violencia digital, como insultos, amenazas, mansplaining y campañas organizadas para desacreditarlas, tales como mensajes de odio y me etiquetan en publicaciones ofensivas constantemente” (Entrevistada 03). Frases como “han difundido afiches con mi imagen y mensajes intimidatorios para desacreditar mi labor política” (Entrevistada 04, Comunicación personal, 2021) o “un grupo de personas con altavoces se apostó frente a mi casa para hostigarme, generando miedo en mi familia y mis vecinos” (Entrevistada 05) evidencian que las agresiones abarcan un espectro amplio, desde ataques personales hasta intimidaciones públicas y no solo buscan desacreditar a las mujeres, sino también generar un efecto disuasorio sobre su participación política.

Las consecuencias de la violencia digital trascienden lo individual y afectan las relaciones familiares y profesionales de las víctimas, dado que impacta la vida de las mujeres en política y también sus entornos más cercanos. Esto se aprecia en afirmaciones como la siguiente: “me preocupa que mis hijos sean testigos de los ataques dirigidos hacia mí en redes sociales, por lo que he reducido mi participación digital” (Entrevistada 01). Otra de las entrevistadas menciona que “los ataques afectan mi confianza y mi salud mental, generando estrés y ansiedad [...] La violencia me ha aislado de la ciudadanía; ya no sé si es seguro interactuar en el espacio público digital” (Entrevistada 04). La violencia digital, por lo tanto, no solo busca minar la credibilidad de las mujeres en política, sino también restringir su acceso y participación en estos espacios.

### *Estrategias ante la violencia digital en el ejercicio de la política*

Ante la violencia digital, las diputadas y funcionarias desarrollan acciones de respuesta que contemplan el desarrollo de estrategias de neutralización, visibilización y superación de la violencia digital. Las estrategias de neutralización incluyen un uso de las redes sociales despersonalizado. Esto quiere decir, que se hace un uso de los perfiles de redes sociales perfiles como medio para la rendición de cuentas y ejercicio de la transparencia en la gestión pública, de modo que la comunicación se presente como evidencia de las labores que realizan.

Esta estrategia no les exime de violencia digital, pero elimina el componente personal, privado que es uno de los ejes de la violencia digital. Esta estrategia parte de la necesidad de mostrar resultados de la gestión, logros y no opiniones individuales o elementos de la vida privada.

Dicho por las entrevistadas, las estrategias incluyen no dar seguimiento de manera directa a las reacciones en redes sociales, “mi equipo de comunicación filtra y elimina comentarios ofensivos para evitar que estos interfieran con mi labor política” (Entrevistada 05), y optar por delegar la gestión de sus redes sociales. También, se expresa la preferencia por “adoptar un enfoque institucional en mi comunicación digital y no interactuar directamente en redes” (Entrevistada 01). Otra de las acciones es reducir significativamente su presencia en redes: “he tomado la decisión de limitar mi exposición digital para preservar mi bienestar” (Entrevistada 01). Estas estrategias reflejan una respuesta reactiva que depende en gran medida de los recursos disponibles, lo que perpetúa desigualdades entre las participantes y evidencia la nece-

sidad de respuestas estructurales y colectivas para combatir la violencia política digital.

Quienes optan por este uso encuentran que es importante depurar el contenido que comparten, seleccionándolo de forma previa, e incluso mencionan la autocensura como estrategia para evitar recibir violencia en las redes y mantenerlas como medios despersonalizados. Para ellas, una estrategia para despersonalizar sus cuentas ha sido mantenerlas como plataforma para la rendición de cuentas, para que estén al pendiente de las necesidades de las personas ciudadanas, a través de lo que se comparte. Según la experiencia de una de las entrevistadas, no se trata de desligarse de la base votante que las sigue en redes sociales por considerarla una “herramienta más cercana o que nos permite acercarnos más a la población en estos tiempos” (Entrevistada 04). Es decir, optan por entablar un canal de comunicación en sus redes sociales que les permita conocer los intereses de las personas ciudadanas y, así, evitar ser víctimas de violencia.

Las estrategias de visibilización son aquellas en las que se posiciona en el debate público la violencia política en y fuera de los espacios digitales, pero estos son la plataforma desde la que se emiten los mensajes. Se emplean las redes para posicionar temas como la violencia que enfrentan las mujeres en su ejercicio político y presentan muestras de apoyo público a víctimas de violencia. Las redes se vuelven su herramienta para colocar en la palestra la violencia contra las mujeres, mediante la cual se buscan crear espacios de diálogo no violentos que evidencien la violencia contra las mujeres como una problemática real que hay que atender.

A través de estas estrategias, las entrevistadas posicionan temas como la violencia que enfrentan las mujeres en su ejercicio político

y usan sus plataformas para manifestar una postura pública de apoyo a las víctimas de violencia. Las entrevistadas reconocen las formas de violencia política contra las mujeres de las que han sido víctimas, hablan de las experiencias en primera persona y, en casos específicos, llegan a interpelar a los agresores, procurando mantener siempre un espacio de diálogo y respeto.

Las estrategias de superación consisten en mecanismos profesionales de gestión y planificación de la comunicación, alianzas estratégicas y apoyo en su gestión pública. En el día a día, estas figuras políticas cuentan con una sola persona o varias que conforman un equipo que pueden estar al pendiente de sus perfiles en redes sociales. A ellas se delega la revisión de contenido por publicar, evaluar los temas sensibles, sobre qué puntos pronunciarse y cuáles se prefiere evitar. Cuando se presenta violencia a través de comentarios e interacciones en redes como Facebook o Twitter, dicha persona profesional se encarga de revisar esta información, para así evitar que la entrevistada tenga que topar con ataques a su persona y se pueda centrar en el contenido e interacciones que para ella son importantes. En general, se trata de un uso más mesurado, planificado y estratégico de sus redes, que, a su manera, también busca evitar dar motivos para que se exprese violencia hacia la mujer en política.

La oportunidad de contar con un equipo profesional que se dedique al uso y manejo de las redes sociales dependerá completamente de las posibilidades y capacidad de financiamiento con que la mujer en política cuente. Es decir, se puede hablar de una brecha económica que origina que algunas de estas mujeres posean más recursos y herramientas para enfrentar y combatir la violencia, mientras que otras deben naturalizarla y presupuestarla, como parte de su ejercicio político.

En lo que refiere a las acciones de solidaridad colectiva ante la violencia digital, las entrevistadas manifestaron organizarse y responder como colectivo: “Una cosa que sí es muy importante, que no muchas veces se dice, es que sí nos apoyamos” (Entrevistada 04). También se destacan las acciones que resaltan la importancia de la “sororidad y no minimizar los casos” (Entrevistada 17).

En lo que respecta a la respuesta institucional, como estrategia para organizar tanto la denuncia ante los casos de violencia como las acciones de prevención, hasta el 2021 la “Tríada entre Grupo de Mujeres Parlamentarias, Comisión de la Mujer y otros órganos” jugó un papel significativo como espacio crítico y de solidaridad entre mujeres, independientemente del especto políticos (Entrevistada 01; Entrevistada 04). A partir de 2022, se comenzó a evidenciar una disminución de las funciones del grupo de parlamentarias, debido a que el enfoque estaba más en las posturas ideológicas partidarias que en las alianzas de género, especialmente en la respuesta ante la violencia política (Entrevistada 07; Entrevistada 03).

Al analizar estas estrategias desde una perspectiva feminista se puede evidenciar que las posturas de las diputadas varían. Las posturas feministas en la política varían según la afiliación partidaria. Las entrevistadas afiliadas al Partido Liberación Nacional (PLN), que representan un total de 6 del total tienden a mostrar expresiones de feminismo institucional en el que predomina un discurso por la equidad de género sin cuestionamientos estructurales profundos. Mientras que las integrantes del Partido Unidad Social Cristiana (PUSC), con un total de 4 entrevistadas, muestran una relación ambivalente, en la que unas diputadas entrevistadas apoyan medidas de paridad, mientras que otras priorizan valores conservadores. Las dos diputadas del Partido

Progreso Social Democrático (PPSD), entrevistadas en 2023, muestran un enfoque pragmático promoviendo la equidad de género en el ámbito laboral y educativo, aunque sin una agenda feminista explícita.

Las entrevistadas del Frente Amplio (FA), 5 del total de la muestra (tres diputadas, una candidata a diputada y una candidata a elecciones municipales), es el partido que asume una postura feminista interseccional, analizando el género junto con la clase y la etnicidad. Sus diputadas impulsan cambios estructurales y denuncian activamente la violencia política de género. En contraste, el Partido Nueva República (PNR) muestra resistencia a las políticas feministas, defendiendo la meritocracia y rechazando mecanismos de paridad. El Partido Acción Ciudadana (PAC) se sitúa entre el feminismo institucional y el interseccional, promoviendo avances en políticas de equidad de género con diferencias internas entre sus representantes.

La perspectiva del autocuidado también forma parte de la discusión y de las acciones planteadas por las diputadas y funcionarias entrevistadas. Se expresa de dos formas, fundamentalmente. La primera tiene que ver con el cuidado digital individual, que implica tomar distancia de las redes sociales, haciendo uso de los equipos de comunicación como gestores de comunicación. Esto trae consigo la limitación de que, si la persona no cuenta con los recursos financieros y profesionales para asumir dicha tarea, tendría que asumirla de manera individual o no considerar este rubro dentro de su gestión. La segunda se evidencia desde una perspectiva colectiva, que incluye el desarrollo de estrategias políticas para garantizar la seguridad y protección de las mujeres en política.

*Estrategias: posturas posfeministas ante la violencia política en espacios digitales*

A partir de la interpretación de las entrevistas, se logró identificar un discurso con características posfeministas, caracterizado por la tendencia a plantear acciones individuales como respuestas ante la violencia. En vez de referirse a la violencia contra las mujeres en el ejercicio político desde una comprensión estructural, las mujeres entrevistadas hablan de estrategias que se ejecutan desde el plano individual para enfrentarla. Algunas de ellas afirman incluso nunca haber sido víctimas de violencia, o bien, refieren únicamente episodios específicos y puntuales.

Particularmente, sobre el uso de redes sociales, ignorar los mensajes de odio y las agresiones en la esfera virtual se vuelve una estrategia para ellas. Como mencionamos, sus recomendaciones se plantean desde el plano individual y parten de una visión que naturaliza la violencia que reciben cuando deciden ingresar en la política partidaria. Manifiestan que, como mujeres en puestos públicos, políticos y no políticos, ellas presupuestan la violencia para poder seguir adelante. Señalan que el trayecto como mujer en política tendrá agresiones y obstáculos, por lo que proponen estrategias como no tomarse las críticas violentas de manera personal, no prestar atención a ataques sin fundamento y practicar el autocuidado.

Desde esta perspectiva se destaca la importancia de la seguridad y confianza en sí mismas y en su labor, como eje clave para el desempeño positivo de las funciones relativas a su puesto. Esto incluye “no dejar que los ataques contra ellas se interpongan en su meta” (Entrevistada 01; Entrevistada 02). Se menciona incluso el *ser feminista* como

una estrategia para resistir ante los espacios políticos; sin embargo, se habla de la postura feminista como estrategia individual para resistir, en vez de trabajar de manera colectiva para garantizar cohesión entre compañeras y reivindicar sus intereses.

Se puede evidenciar, además, la importancia que relegan en estrategias como el autocuidado:

el autocuidado por encima de cualquier otra cosa, porque ir a terapia, meditar, ejercitarse, comer bien, dormir bien nos hace mucho más fuertes y con muchas más habilidades para enfrentar esa violencia política que si nos descuidamos y nos entregamos por completo un entorno que es violento (Entrevistada 10).

Por otro lado, se expresa también la idea de que desde la individualidad se puede superar la violencia política.

Uno: trazar la meta. Dos: no permitir que nadie corte sus alas, cuando se le presente violencia política, usted tiene la capacidad suficiente para adversar esa esa violencia. La mujer tiene capacidad, no solamente política, tiene el espíritu, tiene el corazón. Ser muy buena administradora y, sobre todo, sobre todo, luchar por sus sueños (Entrevistada 6).

De manera recurrente se posiciona el empoderamiento como una estrategia, el saberse fuertes, seguras y confiadas en lo que hacen, trabajar en su autoestima y no dejar que críticas sin fundamentos se interpongan en sus caminos. Se coloca también el mantenerse firme y fiel a sus convicciones, enfrentar los problemas y ser fuertes, así como

priorizar la salud mental y física propia. Al mismo tiempo, algunas colocan que mantener un perfil bajo, especialmente en redes sociales, es una estrategia que utilizan para evitar ser víctimas de violencia contra las mujeres en el ejercicio político.

### Mirada crítica

Desde esta postura, las estrategias de combate a la violencia se vinculan primordialmente con el impulso y la creación de políticas para la prevención, atención y erradicación de la violencia política. Es decir, hay una comprensión estructural de la violencia por la cual, en vez de hacer referencia a formas individuales de resistencia, proponen posicionar una agenda feminista desde los partidos políticos que representan o instituciones en que trabajan.

Desde esta mirada se tiende a criticar las estructuras patriarcales de la sociedad y su impacto en la participación política de las mujeres; a la vez que se considera la respuesta institucional como un elemento clave para lograr la igualdad en política. Aquí, se combinan la perspectiva crítica a nivel teórico-político: conocimiento sobre género, dominio de la normativa nacional e internacional, con una ejecución técnico-profesional de las rutas para alcanzar dicha igualdad.

En esta postura, las estrategias de combate a la violencia se vinculan primordialmente con el impulso y la creación de políticas para la prevención, atención y erradicación de la violencia política. Es decir, hay una comprensión estructural de la violencia por la cual, en vez de hacer referencia a formas individuales de resistencia, proponen posicionar una agenda feminista desde los partidos políticos que representan o instituciones en que trabajan.

Esta mirada apela a la institucionalidad y a la creación de estrategias “desde arriba”, ya sea desde la misma Asamblea Legislativa, sus fracciones, a través de políticas públicas, entre otras estrategias. Por ejemplo, cuando se menciona la importancia de la aprobación de la Ley Contra el Acoso y/o Violencia Política (Expediente N.º 20 308), porque:

“No hay una ley, no hay una legislación, entonces hasta ahí llegamos porque ya no se puede hacer más, ¿verdad? Nada más que recibir la denuncia y darle un acompañamiento psicológico. Pero no podemos hacer más mientras no esté legalizado el tema, ¿verdad? Mientras no haya una ley que nos ampare el tema va a seguir latente ahí, entonces por eso es tan importante que esta ley se apruebe (Entrevistada 20).

Esta mirada enfatiza la necesidad de transformar las instituciones desde adentro, impulsando marcos normativos que garanticen condiciones equitativas para la participación política. Al priorizar la acción colectiva e institucional sobre las respuestas individuales, se reivindica el rol de las mujeres como actoras políticas estratégicas en la consolidación de una democracia más inclusiva, donde la erradicación de la violencia sea entendida como una responsabilidad del Estado y no como una carga individual.

Esta apuesta por el cambio estructural y normativo también enfrenta tensiones: por un lado, puede depender excesivamente de la voluntad política de actores institucionales que no siempre comparten los principios feministas y, por otro, corre el riesgo de burocratizar las luchas, alejándolas de las vivencias cotidianas de quienes

enfrentan la violencia en su ejercicio político. Aun así, su fuerza radica en la articulación entre conocimiento crítico, acción legal y vocación transformadora.

### *Mirada interseccional*

Desde esta postura, las entrevistadas hacen referencia a la diversidad en las identidades de las mujeres que se desempeñan en política y las implicaciones que esto conlleva. Comprenden que las diferencias ideológicas han representado impedimentos para establecer alianzas duraderas y colectivas desde las cuales hacer frente a la violencia. Estas diferencias generan incluso que el apoyo entre unas y otras, cuando una de ellas es víctima de violencia, se silencie y no se exprese de manera pública para no demostrar simpatía hacia el partido que dicha mujer representa.

Partiendo de que todas ellas, en tanto mujeres en política, son en mayor o menor grado víctimas violencia patriarcal debido a los cargos que desempeñan, algunas de las mujeres entrevistadas proponen dejar las diferencias político-partidarias de lado para crear de manera conjunta estrategias frente a la violencia. La cooperación, sororidad y alianzas son para ellas más importantes y necesarias que las medidas que se toman desde la institucionalidad.

De acuerdo con testimonios de las mujeres entrevistadas, a pesar de que los partidos desde los cuales militan reivindican temas como la erradicación de la violencia basada en el género, no existe un posicionamiento firme ni acciones desarrolladas para combatir la violencia contra las mujeres en el ejercicio político a través de redes sociales y medios de comunicación. Es decir, son críticas incluso de las políticas

de prevención y atención a la violencia, ya que comprenden que estas no garantizan su erradicación.

Entienden que no se trata únicamente de un tema de paridad y de ocupar la mitad de los puestos en los partidos e instituciones, ya que sigue habiendo impedimentos una vez que se garantiza la participación, como los ataques a través de redes sociales y desde la prensa. Por tanto, las estrategias deben estar encaminadas a cuestionar y hacer frente a la violencia política en redes sociales, como expresión de la violencia patriarcal.

Del mismo modo plantean como estrategia el aliarse, acompañar a otras mujeres compañeras cuando son víctimas de violencia política en redes sociales, fomentar el apoyo mutuo y posicionarse. Asimismo, el simple hecho de nombrar la violencia y reconocerla como tal se presenta como una antesala para poder diseñar e implementar estrategias, entre ellas la de “juntarse con las compañeras de lucha, que entienden de manera diferente como lo que le pasa a uno por el cuerpo” (Entrevistada 17).

Desde esta mirada, se enfatiza la importancia de acuzar a otras compañeras cuando están siendo víctimas de violencia. No se trata únicamente de resistir individualmente, sino de solidarizarse y hacerse presente cuando se trata de las demás. Tomar acciones como

acompañarnos y formarnos, sororizar, o sea solidarizarnos y denunciar, ¿verdad? Identificar, o sea, formarnos en estos temas. Y además, digamos, si no me fui, no me está tocando a mí, acompañar a la otra que sí lo está sufriendo, pero - pero si estamos en el mismo espacio, tenga usted por seguro que si hay una compañera sufriendo violencia (Entrevistada 04).

Si bien la postura crítica no está presente en la narrativa sobre el ejercicio político presentado por las entrevistadas, si es importante señalar que aquellas que muestran un enfoque de colectividad y sororidad son aquellas que pertenecen a los partidos políticos que se podrían llamar progresistas, como es el caso del Partido Acción Ciudadana y el Partido Frente Amplio y del Partido Liberación Nacional, cuyo origen socialdemócrata se expresa en los discursos de las entrevistadas, especialmente en lo que refiere a los derechos de las mujeres.

*Agencias ante a la violencia digital: entre la resiliencia individual, la institucionalidad y la resistencia colectiva*

Los relatos de las entrevistadas revelaron diversas formas de agencia frente a la violencia digital en el ejercicio de la política. Estas formas de agencia, si bien pueden clasificarse para su análisis, no son estáticas ni mutuamente excluyentes: se entrelazan, se superponen y se reformulan en función de las trayectorias, los recursos, las condiciones institucionales y los marcos ideológicos desde los cuales las mujeres participan. La categoría de *agencia* aquí no se concibe como una capacidad neutral de acción, sino como un concepto relacional y situado, que refleja cómo las mujeres responden a las condiciones estructurales de desigualdad en contextos específicos de poder, vulnerabilidad y resistencia.

*Agencia individualizante*

Una de las formas más frecuentes de agencia que se identifica en los relatos es aquella centrada en la gestión individual del conflicto. Esta agencia responde a una narrativa posfeminista, en la que el empo-

deramiento se traduce en fortaleza emocional, autocuidado, resiliencia y administración estratégica de la vida pública. Las mujeres que adoptan esta postura entienden la violencia como parte inherente del ejercicio político y apelan a la autogestión para continuar participando, incluso en contextos hostiles.

Esta agencia se expresa en estrategias como la autocensura, el manejo profesionalizado y despersonalizado de redes sociales que incluye que los equipos de comunicación se encarguen de filtrar comentarios ofensivos, o la decisión de mantener un perfil bajo para evitar ser blanco de ataques. Otra de las acciones recurrentes es “no tomarse las agresiones de forma personal”, “concentrarse en los objetivos” o “mantener la paz mental”. Estas acciones, aunque funcionales como mecanismos de protección, desplazan el foco de la violencia como fenómeno estructural hacia una lectura moral del “saber resistir”, basada en el esfuerzo individual (McRobbie, 2004; Gill, 2017).

El autocuidado, en este contexto, adquiere un carácter disciplinante. Si bien se presenta como una herramienta para preservar la salud emocional, responde también al mandato neoliberal de autovigilancia, donde las mujeres deben regular sus emociones, su cuerpo y sus redes para continuar siendo productivas y políticamente viables. Como señala Giraldo (2020), esta forma de agencia forma parte de un régimen que “regula la subjetividad femenina”, colocando la responsabilidad sobre las propias mujeres en lugar de sobre las estructuras que las violentan.

### Agencia institucional

Otro tipo de agencia reconocible en los testimonios es la que se ejerce a través de la institucionalidad: el diseño o impulso de normati-

vas, la creación de espacios interinstitucionales o el fortalecimiento de protocolos de atención a la violencia política. Este tipo de agencia parte de un diagnóstico más estructural del problema, en el que la violencia no es solo una experiencia subjetiva, sino un obstáculo político que debe ser visibilizado y erradicado desde el aparato estatal.

Las participantes que actúan desde esta perspectiva mencionan la necesidad de aprobar leyes específicas (como la Ley contra el Acoso y/o Violencia Política, expediente N.º 20 308), de crear instancias de coordinación entre diputadas o de impulsar acciones desde las fracciones parlamentarias o grupos multipartidarios. Esta agencia se alinea con el feminismo institucional, que reconoce las desigualdades estructurales pero las enfrenta mediante mecanismos legales, normativos o procedimentales.

Sin embargo, esta forma de agencia también enfrenta límites. Por un lado, la inercia institucional, las divisiones partidarias o la falta de voluntad política dificultan la sostenibilidad de estos esfuerzos. Por otro, algunas entrevistadas señalan que las políticas existentes, aunque necesarias, no son suficientes para transformar las culturas políticas patriarcales, ni garantizan un respaldo concreto ante las agresiones cotidianas en redes sociales o medios de comunicación.

#### *Agencia crítica e interseccional*

Un tercer tipo de agencia identificada es la que se construye desde una comprensión crítica e interseccional de la violencia política digital. Esta forma de agencia reconoce que las experiencias de violencia están atravesadas por múltiples dimensiones de desigualdad de género, clase, edad, orientación sexual, ideología y que solo pueden ser trans-

formadas mediante procesos colectivos de organización, denuncia y cuidado mutuo.

Las mujeres que adoptan esta agencia problematizan los límites de las estrategias individualistas o meramente institucionales y apuestan por acciones de acompañamiento, alianzas entre mujeres de distintas fracciones, visibilización de los casos en el espacio público e, incluso, interpelación directa a los agresores. Esta postura no solo posiciona la violencia como un problema político y estructural, sino que también subraya la potencia de la sororidad y el acuerpamiento como formas de resistencia feminista.

Estas acciones incluyen nombrar la violencia, formar redes de apoyo, intervenir públicamente cuando otra compañera es agredida y construir espacios seguros de formación y contención. Algunas participantes plantean incluso la necesidad de “poner las diferencias partidarias a un lado” para luchar juntas contra el patriarcado político. En estos casos, la agencia no se reduce a sobrevivir, sino que busca transformar radicalmente las condiciones en las que las mujeres ejercen el poder.

Desde la teoría, esta agencia crítica interpela los límites del posfeminismo y propone una alternativa política: aquella que no delega la responsabilidad a las mujeres como individuos, sino que colectiviza el cuidado, denuncia las estructuras violentas y busca construir una cultura política diferente (Martínez-Jiménez, 2021; Giraldo, 2020).

## **Consideraciones finales**

En diálogo con los testimonios y experiencias brindadas por las mujeres entrevistadas, emergen múltiples hallazgos que permiten com-

prender cómo opera la violencia política digital desde una perspectiva interseccional y de género. Las siguientes consideraciones recogen los principales elementos analizados en sus narrativas y proponen líneas de reflexión que pueden aportar a la construcción de espacios políticos más equitativos, seguros y transformadores para las mujeres.

En primer lugar, es revelador constatar que todas las entrevistadas, independientemente de su edad, trayectoria, partido político o nivel de exposición pública, reconocen haber transitado un camino más complejo y lleno de obstáculos que sus pares hombres para ejercer cargos de representación y participación política. Esta afirmación se fundamenta en el relato de experiencias de violencia simbólica, estructural y emocional que han enfrentado a lo largo de sus trayectorias: invisibilización de su trabajo, descalificaciones constantes, *mansplaining*, rechazo de los medios de comunicación a entrevistarlas, ataques a su cuerpo y su vida personal, entre otros.

En muchos casos, estas agresiones están marcadas por un componente de género evidente, que busca deslegitimarlas, silenciarlas y devolverlas a la esfera privada. Resulta también significativo que algunas entrevistadas aseguren no haber vivido violencia política; sin embargo, durante el transcurso de la entrevista relatan episodios que, desde una mirada crítica y feminista, evidencian precisamente las formas sutiles y normalizadas en que dicha violencia se manifiesta. Esta situación pone de relieve la necesidad urgente de seguir problematizando y nombrando estas experiencias como formas legítimas de violencia política por razón de género. La falta de conceptualización o el desconocimiento del marco legal y político que ampara a las mujeres puede contribuir a la naturalización de la violencia y dificultar su denuncia.

Asimismo, se observa una conciencia creciente entre muchas participantes sobre cómo sus identidades interseccionales —ser mujeres, jóvenes, lesbianas, migrantes, militantes de partidos de izquierda, defensoras de derechos humanos, entre otras— las colocan en el centro de los ataques más virulentos. Las agresiones no son genéricas, sino altamente personalizadas, orientadas a dañar su autoestima, socavar su legitimidad política y reforzar los mandatos de género tradicionales. Un ejemplo claro de esta intención de deslegitimación se expresa en insultos que combinan violencia sexista, edadismo y capacitismo, los cuales no se usan con la misma frecuencia ni con igual carga simbólica contra los hombres. La violencia digital, en este sentido, actúa como una forma moderna de disciplinamiento social.

Otro elemento relevante es que muchas de las entrevistadas coinciden en que las agresiones en redes sociales —y en general en el espacio digital— no solo son más frecuentes que en otros espacios, sino también más crueles, explícitas y persistentes. Los ataques suelen dirigirse a aspectos de su vida personal, sus relaciones afectivas, su maternidad o su cuerpo, reforzando la idea de que las mujeres deben permanecer confinadas en la esfera doméstica. Esta violencia opera como un dispositivo de exclusión simbólica que busca desalentar su participación política, expulsarlas del espacio público y deteriorar su salud emocional.

No menos importante es el hecho de que varias entrevistadas identifican claramente que quienes perpetúan esta violencia suelen ser hombres. Este patrón se repite de manera reiterada y refuerza la comprensión de que la violencia política digital está profundamente enraizada en una estructura patriarcal que reproduce estereotipos de género y castiga la presencia femenina en el poder.

El análisis también revela que, aunque solo una minoría de entrevistadas se define explícitamente como feminista, la mayoría expresa formas de resistencia, disconformidad y crítica hacia las prácticas patriarcales que enfrentan. Esto confirma que la violencia política digital contra las mujeres no distingue entre ideologías, cargos o identidades; su raíz está en la desigualdad estructural que persiste en el ejercicio del poder y en la forma en que las mujeres son percibidas cuando lo ocupan.

Además, las respuestas dan cuenta de que la violencia digital es un mecanismo de control social que intenta restablecer los límites de lo que las mujeres pueden o no pueden decir, hacer o representar. Frente a ello, se identifican diversas estrategias individuales y colectivas implementadas por las mujeres para mitigar los efectos de esta violencia: autocensura, delegación del manejo de redes, uso de filtros, acompañamiento entre compañeras, denuncia pública y prácticas de autocuidado. Aunque estas estrategias permiten amortiguar los efectos inmediatos, no abordan las causas estructurales del problema, ni garantizan condiciones sostenibles para la participación política plena y libre de violencia.

En este contexto, se hace imprescindible que las instituciones estatales, los partidos políticos, los medios de comunicación y las plataformas digitales adopten medidas concretas y vinculantes para prevenir, sancionar y erradicar la violencia digital contra las mujeres en política. Entre estas medidas, se sugiere fortalecer los mecanismos de acompañamiento institucional, establecer protocolos de actuación frente a casos de acoso y generar campañas de sensibilización con enfoque interseccional. La formación en género y derechos humanos para personas funcionarias públicas, periodistas, operadores de justicia

y militantes partidarios también es fundamental para crear un ecosistema político más justo y equitativo.

De igual forma, es urgente impulsar estrategias de bienestar integral y autocuidado institucionalizado para las mujeres políticas. Reconocer el impacto emocional de la violencia no debe ser un signo de debilidad, sino una oportunidad para transformar las prácticas políticas desde el cuidado, la empatía y la colectividad. Reducir la sobrecarga de trabajo, garantizar espacios de escucha y fortalecer las redes de apoyo feministas dentro y fuera de las instituciones puede marcar una diferencia significativa en la permanencia de las mujeres en la política.

Finalmente, resulta fundamental avanzar en la implementación de políticas públicas y reformas legislativas que reconozcan y sancionen la violencia digital por razón de género. Contar con marcos normativos claros, así como con sistemas de denuncia eficaces y accesibles, es clave para garantizar el ejercicio pleno de los derechos políticos de las mujeres y su participación en condiciones de igualdad en la vida pública del país.

## **Referencias**

- Barker, K. y Juarasz, O. (2019). Online Misogyny: A Challenge for Digital Feminism? *Journal of International Affairs*, 72(2), 95-112.
- Chinchilla Alvarado, L. (2022). Ciberactivismo en Costa Rica: Consideraciones teóricas y metodológicas para el estudio de la agencia narrativa de las mujeres. *Revista PRAXIS*, (86). <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/praxis/article/view/17857>

- Gill, Rosalind. (2017). The Affective, Cultural and Psychic Life of Postfeminism: A Postfeminist Sensibility 10 Years On. *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), 606-626.
- Giraldo, I. (2020). Posfeminismo: Genealogía, geografía y contornos de un concepto. *Debate Feminista*, 30(59), 1-30.
- de Lauretis, T. (1984). *Alicia ya no. Feminismo, semiótica, cine*. Valencia: Ediciones Cátedra.
- Losch, E. y Wernimont, J. (2018). Introduction. En E. Losch y J. Wernimont (eds.), *Bodies of Information* (pp. xx-xx). University of Minnesota Press.
- Mahmood, S. (2006). Feminist Theory, Agency, and the Liberatory Subject: Some Reflections on the Islamic Revival in Egypt. *Temenos*, 42(1), 31-71.
- Margetts, H., John, P., Hale, S., y Yasseri, T. (2015). *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*. Princeton University Press. <https://press.princeton.edu/books/hardcover/9780691159225/political-turbulence>
- Martínez-Jiménez, L. (2021). Postfeminismo neoliberal: Una propuesta de (re)conceptualización desde los estudios culturales feministas. *Investigaciones Feministas*, 12(2), 371-382.
- Martínez Toledo, Yanet. (2022). Análisis de discursos y narrativas de la construcción periodística de las noticias en las que se representa la violencia contra las mujeres en los diarios *Nación* y *Extra* (2008–2011) [Tesis de Doctorado, Universidad de Costa Rica]. <https://hdl.handle.net/10669/87518>
- McRobbie, A. (2004). Post-feminism and Popular Culture. *Feminist Media Studies*, 4(3), 255-264.

McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*. Sage.

Mulvey, L. (1975). *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. *Screen*, 16(3), 6-18.



# AUSENCIAS EN LA DIVERSIDAD: UNA MIRADA CRÍTICA A LAS FOTOGRAFÍAS DE REVISTAS LGBTIQ+ DE COSTA RICA (1989-2023)

Óscar Mario Jiménez Alvarado

## **Introducción**

Este artículo realiza un acercamiento crítico a una serie de fotografías publicadas en 93 ejemplares de 6 revistas LGBTIQ+<sup>1</sup> editadas en Costa Rica entre los años 1989 y 2023. Se trata de un estudio empírico, exploratorio y descriptivo de 1558 imágenes de personas, desarrollado con el fin de indagar las principales tendencias y omisiones presentes en estos productos de comunicación.

---

1 Por un asunto práctico, este artículo utiliza la terminología LGBTIQ+ así como similares, para hacer referencia al complejo abanico de identidades, prácticas, deseos, comportamientos y orientaciones de lo que se considera normativamente diferente en términos de sexualidad y género. En ese sentido entonces, se utiliza esta palabra como una manera de aludir al amplio, y muchas veces contradictorio, campo de lo *queer*, y como una manera de expresar que a lo interno de quienes pertenecen a esta población también existen matices y diferencias, más que identidades sexuales y de género completamente estables.

El trabajo parte del supuesto de que estas publicaciones son mucho más que simples piezas de comunicación. Para las personas LGBTIQ+, son también espacios de encuentro y educación, así como sitios seguros para existir, fantasear y crear discursos propios en áreas tan diversas como la política, el ocio, la sexualidad, el erotismo y la afectividad. Son iniciativas que nacieron y se consolidaron en los márgenes de la sociedad y que, más allá de sus escandalosas fotos y sugerentes textos, siempre han tenido como fin último recuperar y dignificar la memoria y la existencia de esta población.

El estudio académico de estas publicaciones nos acerca a historias de vida que, muchas veces, no han sido tomadas en cuenta por el relato oficial del país. Además, nos permite conocer experiencias de personas sexualmente diversas que, durante décadas, han resistido de forma creativa y con orgullo, en las calles, los bares y las instituciones costarricenses.

De igual forma, explorar estas revistas nos brinda la posibilidad de adquirir nuevos conocimientos sobre los medios no hegemónicos de Costa Rica. En este caso, nos da la oportunidad de tener información novedosas sobre los medios producidos por y para la población LGBTIQ+ del país. Hasta cierto punto, es una manera de comenzar a iluminar una parte del ecosistema mediático costarricense que había permanecido en las sombras y que no había sido de interés ni para los estudios de medios, ni para la Academia costarricense.

El enfoque crítico propuesto en este artículo consiste en estudiar las representaciones de género, raza y talla corporal de las personas que aparecen en las fotografías de estas revistas. Se busca visitar estas imágenes para entender mejor cómo se han representado estas dimensiones en las últimas tres décadas dentro de estos materiales comuni-

cativos, que surgieron inicialmente para dar a conocer y celebrar la diversidad sexual y de género.

Un acercamiento de este tipo puede traer consigo nuevos datos sobre las formas de representación que se han dado en estos materiales. Es un ámbito que hasta el momento no ha sido explorado desde la Academia y que puede generar un mayor entendimiento no solo sobre las presencias sino también sobre las ausencias y exclusiones comunicativas que se dan en los mismos materiales generados a lo interno de esta población. La eventual exposición de estos “olvidos comunicativos” no significa en lo más mínimo un menosprecio a la relevancia histórica de estas publicaciones. Más bien, los hallazgos que se puedan obtener son un insumo para que las personas involucradas en el diseño de estos productos puedan mejorar sus propuestas y hacerlas mucho más inclusivas y representativas de la diversidad humana que buscan reivindicar.

En términos de estructura, este texto tiene siete apartados. En el segundo, se presenta un estado de la cuestión y el encuadre teórico que se utiliza en el trabajo. Posteriormente, se presenta un mapeo de los primeros medios dirigidos exclusivamente a personas LGBTIQ+ en Costa Rica. Este inventario constituye por sí mismo un aporte de la investigación, pues al momento de escribir este texto, la literatura académica del país no había ofrecido ningún tipo de información con respecto a ellos. En la cuarta sección, se explica la metodología que se utilizó para realizar el análisis de las fotografías; luego, en la quinta parte, se describen los hallazgos obtenidos. Finalmente, en el apartado seis se discuten los resultados y en la séptima sección se enumeran las principales conclusiones.

## Estado de la cuestión y encuadre teórico

En 2014, el historiador José Jiménez Bolaños publicó un balance bibliográfico donde demostró un creciente interés académico por estudiar la temática LGBTIQ+ en Costa Rica (Jiménez Bolaños, 2014). En dicho trabajo, se expuso cómo, desde la década de 1980 hasta 2014, se ha ido generando un acervo investigativo en torno a este tema cuyos objetos de investigación e intereses fueron evolucionando con el tiempo. Según este autor, se pasó de estudiar y promover una incipiente necesidad de visibilidad a dar énfasis a asuntos más relacionados con la cotidianidad, el espacio público, los derechos humanos y las experiencias de vida (Jiménez Bolaños, 2014, p. 93).

A pesar de que el artículo cuenta ya con varios años de publicación, sus apuntes aún resultan vigentes y parecen sintetizar muy bien el estado de la investigación sobre este tema. En general, la literatura académica sigue enfocando sus esfuerzos en sistematizar la historia del activismo (Jiménez Bolaños, 2016; 2017; Trejos, 2018; Serrano, 2022), en discernir cómo ha sido la construcción sociopolítica y legal del régimen obligatorio de la heterosexualidad en el país (Jiménez Bolaños, 2021; 2024) y en analizar los discursos políticos, judiciales, gremiales e institucionales con respecto a la sexualidad (Alvarenga, 2007; Jiménez Bolaños y Bahena, 2017; Jiménez Bolaños y Soto, 2019; Ureña, 2019; Arévalo et al., 2022). También, en estudiar las múltiples formas de narrativas LGBTIQ+ presentes en las novelas, poemas y cuentos publicados en el país (Carrasco, 2003; Coto, 2007; Obando, 2008; Vargas, 2019).

El énfasis académico en este tipo de acercamientos ha implicado que otro tipo de enfoques, como los que vinculan los estudios de

medios o de la comunicación con la diversidad sexual y de género, estén todavía en etapas muy tempranas de exploración. La revisión de literatura realizada para este artículo ubicó trabajos elaborados por Arguedas (2018), Fournier (2018) y Ordóñez (2016) que apuntan a colocar la mirada en la intersección de género, sexualidad y comunicación, así como en reflexionar sobre estrategias discursivas y de auto-representación en campañas comunicativas por parte de activistas y movimientos sociales. De igual forma, registró trabajos de Poe (2021) y Rojas Herra (2016, 2018, 2019), que buscan pensar cómo el cine o el espacio público han sido relevantes en la construcción de la ciudadanía y la identidad de las diferentes disidencias sexuales.

Justamente, este artículo pretende aportar en dicha línea de investigación, más cercana a la comunicación, los estudios de medios, los estudios audiovisuales o las estrategias narrativas de distintos contenidos mediáticos. Para hacerlo, asume como propio el enfoque de “amplio umbral de abordaje”, que propone en uno de sus trabajos Jiménez Bolaños (2014) y que permite considerar las revistas LGBTIQ+ recuperadas para este artículo, así como sus fotografías, como una fuente de investigación válida para abordar la diversidad sexual y de género en el país.

Para realizar el análisis de estas publicaciones, el artículo asume los planteamientos teóricos provenientes de los estudios culturales y las teorías *queer*. A continuación, se brindan más detalles de cada uno de ellos.

Los estudios culturales son un campo de estudio surgido en la Inglaterra de la segunda mitad del siglo XX. En sus inicios, sus principales representantes propusieron revalorizar la noción peyorativa que acompañaba la llamada “cultura de masas” (Luengo, 2006). Con esta

revisión, sus principales autores buscaban superar la visión académica dominante en la época de que la cultura popular y sus manifestaciones constituían una degradación de la “alta cultura” de las élites (Alonso, 2011). Este posicionamiento tuvo como fin validar su estudio desde el ámbito académico.

Dentro de los estudios culturales son particularmente relevantes los aportes de Raymond Williams. Este autor amplió el análisis de la “cultura popular” hacia el ámbito de los productos que se generaban en ella. Bajo su perspectiva, los productos de la cultura popular son reflejo de las fuerzas económicas dominantes. Sin embargo, en ellos se podían hacer visibles diversas formas de resistencia, resignificación y oposición a los sistemas hegemónicos de la sociedad que valían la pena estudiar (Luengo, 2006, pp. 117-120). Por esa razón, tenían la capacidad de mostrar las fisuras y contradicciones del capitalismo, evidenciando con ello que quienes los generaban tenían cierta capacidad de resistencia frente al sistema económico.

Bajo esta lógica, lo que se genera en el ámbito de la cultura popular no son solo productos del capitalismo, que lo son, sino también objetos de resistencia que permiten crear y modificar sentidos y significados. Es decir, estos productos, aunque se crean y diseñan para el gran público y para difundirse como parte de un entramado económico industrializado, también reflejan el sentido de la cultura, así como ese carácter de “forma total de vida”, que integra a todas las comunidades del orden social (Williams, 1994, p. 39).

Este acercamiento es vital para este artículo, en tanto permite analizar las revistas no solo como objetos individuales que forman parte del sistema económico, sino también como dispositivos que hacen posible la articulación, en el terreno de lo simbólico y lo discursivo.

sivo, de las personas LGBTIQ+ del país. Se trata de una articulación fundamental, que permite disputar ideas, valores y nociones estéticas hegemónicas sobre distintos temas, como lo pueden ser las relaciones afectivas, los vínculos amorosos o la validez o no de determinadas formas de familias.

Por otra parte, el segundo sustento teórico de utilidad para el análisis de las imágenes son las teorías *queer*. Para efectos de este artículo, se entiende como teorías o estudios *queer* al conjunto de ideas sobre el género y la sexualidad humana que sostienen que las identidades y orientaciones sexuales no son un asunto biológico predeterminado, sino también el resultado de construcciones sociales de carácter histórico, político y cultural. En dicho espacio disciplinar, conviven diferentes tradiciones y planteamientos que tienen como común denominador la afirmación de que el género y la sexualidad humana no deben ser forzados a tener un significado pétreo o monolítico.

Lo anterior implica un abierto cuestionamiento del sistema binario tradicional hombre/mujer que rige, modula y calibra el contrato social dominante en la actualidad (Preciado, 1999). También, conlleva una crítica al llamado “modelo heterosocial” hegemónico, el cual establece y normativiza los cuerpos de las personas a tal punto que evita el completo disfrute de su sexualidad (Sierra, 2009). Las teorías *queer* critican estos y otros aspectos con el fin de promover una caída tanto del patriarcado, como de la heteronormatividad y el binarismo tradicional de género (Preciado, 1999; Halperin, 2012).

Temporalmente, el origen de estos planteamientos es relativamente nuevo, ya que se ubica en las últimas dos décadas del siglo XX. Durante ese período, activistas y académicas, mayoritariamente estadounidenses, como Judith Butler (2007), Teresa de Lauretis (1991),

Donna Haraway (2015) o David Halperin (1995) comenzaron a publicar investigaciones y escritos donde daban difusión a estas ideas (Sibald y Cornejo, 2010).

Estas primeras publicaciones tuvieron como objetivo implícito cuestionar el sistema de sexo/género dominante y resemantizar la palabra *queer*, cuyo origen en el mundo anglosajón fue altamente peyorativo (Seco, 2019; Solana, 2013).

De igual forma, también buscaron denunciar una creciente exclusión que comenzaba a instalarse dentro de las mismas comunidades de sexualidades disidentes, como resultado de la incorporación de algunos de sus integrantes al mercado capitalista internacional. Esta exclusión se manifestaba en el acceso al poder y la visibilidad que un grupo de hombres blancos, cisgéneros, homosexuales, con recursos económicos y capacidad de gasto, comenzaban a tener, en contraste con la no inclusión de otras identidades, como las mujeres lesbianas, las personas trans, las personas afroamericanas no heterosexuales y los homosexuales pobres o VIH-positivos (Sierra, 2009; Joyrich, 2014).

Se puede afirmar entonces que las teorías *queer* surgieron como una respuesta académica a una doble exclusión que comenzaba a manifestarse en la sociedad norteamericana de ese entonces. Por un lado, la exclusión provocada por el régimen heteronormativo obligatorio, que marginaba toda sexualidad y manifestación de género no hegemónica o no binaria. Por otro lado, la exclusión generada por la asimilación de una identidad gay dominante, que también comenzó a apartar a todas las personas sexualmente diversas que no encajaran dentro de los cánones de “respetabilidad”, “normalidad” o “belleza” que un grupo de hombres comenzó a asumir como propios (Fonseca y Quintero, 2009; Muñoz, 2020; De Lauretis, 2015).

La utilización de este planteamiento teórico brinda la posibilidad de analizar las fotografías en cuestión desde una perspectiva crítica, que enfatiza las diferencias, exclusiones, olvidos y relaciones de poder asimétricas que también existen a lo interno de las personas LGBTIQ+. En cierta medida, se trata de un acercamiento que evita romantizar las imágenes que serán motivo de estudio, ya que asume que estas, al ser producto de la cultura popular, también pueden manifestar o reflejar de alguna manera la exclusión que el propio sistema hegemónico promueve.

### **Tras las “imprentas rosas”: inventario de los primeros medios LGBTIQ+ de Costa Rica**

De acuerdo con Segura (2016) y Kennedy (1997, p. 26-45) las revistas *Der Eigene* y *Urmings* se pueden considerar los primeros intentos formales que realizaron personas LGBTIQ+ por establecer sus propios medios de comunicación. A pesar de que la primera publicación tuvo que cerrar debido a la persecución nazi y que la segunda solo tuvo una edición en 1870, ambas iniciativas son precedentes históricos que permitieron que otros proyectos similares surgieran alrededor del mundo.

Eaklor (2011) señala cómo, en 1953, salió al mercado la revista *ONE Magazine*, la primera publicación gay en el mercado de los Estados Unidos de Norteamérica. Posteriormente, entre 1960 y 1970, comenzaron también a circular por toda la unión americana proyectos editoriales similares como la revista *Advocate*, la publicación *Come Out!*, o los periódicos *Fag Rag* and *Community News*, *Christopher*

*Street, Empty Closet, Lesbian Tide, Washington Blade, Lesbian Connection* y *Sinister Wisdom*, entre otros (Eaklor, 2011; Baim, 2013).

En América Latina, los colectivos de personas que reivindicaban una sexualidad mucho más libre también activaron las “impresas rosas” durante la segunda mitad del siglo XX. Con ello, también comenzaron a imprimir publicaciones para contar sus historias de ocio, amor y resistencia. Evidentemente, la situación sociopolítica de los países de la región era muy diferente a la del mundo anglosajón, pues fue en este momento histórico que comenzaron a surgir diversos regímenes autoritarios y militares que implementaron un férreo control en temas morales y religiosos.

A pesar de ello, en los principales mercados mediáticos de la región comenzaron también a editarse diversas propuestas comunicativas dirigidas a las personas LGBTIQ+. Por ejemplo, en Argentina el Frente de Liberación Homosexual publicó *SOMOS*, la primera revista de su tipo en Latinoamérica (Bilbao, 2012, p. 25; Klocker y Wild, 2018). Este producto artístico y comunicativo, de contenido altamente político y beligerante, circuló de manera esporádica en el sur del continente entre 1973 y hasta 1976; año en que se inició la última dictadura militar en ese país y que generó una represión tal que hizo imposible continuar con su edición.

En México, también circularon revistas como *Nuevo Ambiente* y *Nuestro Cuerpo*. Estas publicaciones fueron editadas durante la primera mitad de la década de 1980 por el Centro LAMBDA de prevención al VIH y el Frente Homosexual de Acción Revolucionaria (Robles, 2008, p. 67; Mezo, 2019). Al mismo tiempo, fueron precedentes de *Macho Tips*, *Hermes* o *Del Otro Lado*, productos similares que surgieron después para reseñar la cultura, la vida, el arte y el ocio

homosexual y lésbico del México de los años ochenta y noventa (Flores, 2022; Mezo, 2019).

A pesar de no ser un mercado editorial tan potente o consolidado como México o Argentina y a pesar del carácter conservador de la región Centroamericana, en Costa Rica las personas LGBTIQ+ también buscaron formas de transmitir sus ideas y ejercer su derecho a la libre expresión.

No se cuenta con un registro histórico preciso que permita determinar con exactitud cuándo o en qué fecha se puso en circulación el primer medio dirigido exclusivamente a la población sexualmente diversa de este país. Sin embargo, en una memoria del movimiento lésbico costarricense, Chacón y Cascante (2015) recuperan varias declaraciones de mujeres que hacen referencia a la existencia de una “boletina” con la cual el grupo de activismo lésbico *Las Entendidas* comunicaba sus posiciones políticas o anunciaba actividades sociales y de formación entre sus simpatizantes. A pesar de que contó con pocas ediciones y que su circulación estuvo circunscrita a pequeños círculos de simpatizantes, este parece ser un primer intento por formalizar un medio dirigido prioritariamente a personas LGBTIQ+ del país.

El trabajo de recuperación de material y de revisión hecho para efectos de este artículo<sup>2</sup> también permitió ubicar otras publicaciones similares, así como sistematizar la información de varias de ellas. A continuación, se presenta el resultado de este ejercicio, el cual busca

---

2 Al final del artículo, tras la última referencia bibliográfica, se exponen los títulos, ediciones y años de las 93 revistas que se lograron ubicar. Toda la información consignada en esta sección, así como en la sección de hallazgos y de discusión hacen referencia a ejemplares consignados en esta parte.

ser un primer intento por constituir un inventario de medios LGBTIQ+ del país.

En 1989, se publicó la primera edición de la *Guía Gay de Costa Rica*. Publicada en blanco y negro en el año de 1989, en papel tamaño carta, su primer editorial asegura que surge debido a la inexistencia de un medio de comunicación enfocado exclusivamente en las personas LGBTIQ+ del país. En dicho texto, también afirman ser “el primer vocero” de una población que había sido históricamente discriminada e ignorada en materia de medios de comunicación.

Aproximadamente, entre 1990 y 1993 circuló por las calles la revista *Confidencial*. Este proyecto periodístico fue impulsado por María Amparo Jiménez, Ana Obando, G.A. Álvarez, B. José Esquivel, Víctor Hugo Monge y Rose Mary Madden, y en él se publicaron reportajes con un enfoque feminista, así como artículos sobre la crisis del sida o las diversas formas de persecución estatal.

En 1994, se publicó la primera edición de *Gente 10*. Esta revista tuvo un recorrido editorial de 21 años y es, hasta el momento, el producto comunicativo dirigido a personas LGBTIQ+ con mayor duración en el mercado costarricense. Durante toda su existencia, el proyecto fue liderado por José Gregorio Carrasquero Díaz, un venezolano nacido en el Estado de Zulia y naturalizado tico, y su pareja, Jorge Arturo González. Esta publicación se dejó de editar en 2016, tras la muerte de Carrasquero.

El ejercicio de revisión y recuperación de material también permitió ubicar otras iniciativas de comunicación surgidas en la década de 1990. Por ejemplo, en varias de las ediciones de 1998 de la revista *Gente 10* se hace referencia a un programa de radio llamado *SubteRadio*, que se transmitió durante varios meses a través de la frecuencia

930 de amplitud modulada (AM). En varios de los textos donde se transcriben los editoriales radiofónicos, el programa hace un llamado explícito a alejarse de los medios tradicionales ya que, según ellos, solo tenían como fin dañar la imagen de personas LGBTIQ+ a través de controversias artificiales y perjudiciales.

Al final de la década de 1990, *Gente 10* coincidió en las calles con la revista *Gayness* y con el periódico *INFO-GAY*. En ambos casos, la empresa editora fue *AVP Publicaciones*. Su equipo de producción estuvo conformado, entre otras personas, por Adonay Villalobos Palma, Rodny Alpízar, Julio César Araya, Mauricio Rodríguez, Ronald del Valle, Juan Molina, Rafael Fajardo, Milo Junco, Federico Ugalde, Eva Rojas y Ricardo Mesén. En estas revistas, no solo se presentaban artículos relacionados con actividades sociales y con los distintos colectivos de activismo, sino que también se publicaban notas de contenido político o que buscaban generar debate en el escenario público nacional.

Con la llegada del siglo XXI comenzaron a aparecer otras iniciativas radiofónicas, televisivas y digitales que reivindicaban a las personas LGBTIQ+ del país. Entre todas ellas destaca especialmente *Orgullo*, una guía publicada por primera vez en el año 2014. En dicha ocasión, sus encargados principales fueron Alejandro Piercy, David Ulloa, Alejandro Ibarra y Grettel Monge. Al momento de escribir este texto, es la publicación con más años de existencia en el país.

En 2020, *Orgullo* obtuvo el Premio Nacional de Comunicación Cultural Joaquín García Monge, otorgado por el Ministerio de Cultura y Juventud del Gobierno de la República de Costa Rica (Rodríguez, 2021). Se trata del mayor reconocimiento público o estatal que

se le ha concedido a un medio dirigido exclusivamente a las personas LGBTIQ+ del país.

En el acta del jurado se registra lo histórico del hecho pues se afirma, explícitamente, que se le brinda el galardón por ser un proyecto de enorme valor que posee un carácter “comprometido, plural, inclusivo e innovador” (MCJ, 2021). Además, se afirma que representa “lo mejor de nuestros valores culturales, en tanto se producen y se promueven colectivamente, desde el respeto y la diversidad” (MCJ, 2021). De igual forma, se le refiere como un medio articulador de “prácticas, discursos y relaciones sociales que contribuyen a la riqueza artística y cultural, así como a la multiplicidad étnica, territorial y de género de nuestra sociedad” (MCJ, 2021).

Como se observa, la existencia de medios dedicados a personas LGBTIQ+ no constituye una novedad. Desde hace al menos 35 años, se han publicado páginas, fotografías y textos que buscan compartir mensajes surgidos desde los márgenes de la sexualidad. La evolución de esta historia, desde la clandestinidad de las *Boletinas* hasta el reconocimiento estatal del Orgullo, ha sido larga y difícil. Quienes editaron estos productos enfrentaron carencias económicas en el proceso de producción y obstáculos comerciales significativos. Por eso, es importante sistematizar esta historia y los diversos productos generados.

## Metodología

Como se explicó en la sección inicial, este artículo presenta un análisis de 1558 imágenes de personas que aparecen en 93 revistas LGBTIQ+ de Costa Rica publicadas entre los años 1989 y 2023. El análisis de dicha información implicó la realización de varias tareas.

Primero, se recuperaron las revistas LGBTIQ+ donde se encuentran las fotografías analizadas. Este paso inicial fue posible gracias a una recopilación previa de materiales históricos realizada por el Museo de la Identidad y el Orgullo (MIO), con el apoyo de la Embajada de Canadá en Costa Rica. En el paquete de documentos que el MIO recuperó y que facilitó para este artículo, se encuentran varias ediciones de *Confidencial* y *Gente 10*. Como parte de esta primera acción, también fue importante Jorge Arturo González, fundador de *Gente 10*, quien facilitó más de 50 ejemplares físicos de dicha publicación.

Segundo, una vez recuperadas las publicaciones se tomó la decisión de cuáles revistas analizar. Se incorporaron en el estudio todas aquellas publicaciones a las que se tuvo acceso al momento de redactar el texto. Esta determinación metodológica se tomó bajo el criterio de la disponibilidad de información y porque no existe una base de datos pública que haya sistematizado estos productos comunicativos con anterioridad<sup>3</sup>. Es decir, como no existía un corpus previamente definido sobre el cual se pudieran priorizar algunas publicaciones frente a otras, se optó por analizar todo el material que fue posible recuperar. La principal implicación analítica de esta vía es que no se pueden realizar comparaciones directas entre revistas, ya que la cantidad de ejemplares disponibles por título y por año varía de forma sustancial.

Las publicaciones que se recuperaron bajo esta metodología son las revistas *Gente 10*, *Orgullo*, *Info Gay*, *Gayness*, *Guía Gay* y *Confidencial* (Tabla 3.1). De este grupo, la mayor cantidad de ediciones pertenecen a la revista *Gente 10*, cuyos 71 ejemplares son el 76 % de la muestra. Las 10 ediciones de *Orgullo*, así como las 8 de *Confidencial*

---

3 Al final del texto se encuentra el detalle de los ejemplares recuperados

representan el 10.75 % y el 8.6 % del total de la base de datos, mientras que las otras publicaciones componen el 4.65 % restante.

**Tabla 3.1** Cantidad de fotografías, imágenes de personas y ediciones según revista

Revista	Ediciones consideradas		Cantidad de fotografías		Imágenes de personas	
	Nominal	Porcentaje	Nominal	Porcentaje	Nominal	Porcentaje
Gente 10	71	76.34 %	1096	82.59 %	1246	79.97 %
Orgullo	10	10.75 %	178	13.41 %	214	13.74 %
Confidencial	8	8.60 %	26	1.96 %	42	2.70 %
Guía Gay	1	1.08 %	8	0.60 %	29	1.86 %
Gayness	2	2.15 %	18	1.36 %	26	1.67 %
Info Gay	1	1.08 %	1	0.08 %	1	0.06 %
<b>Suma total</b>	<b>93</b>	<b>100.00 %</b>	<b>1327</b>	<b>100.00 %</b>	<b>1558</b>	<b>100.00 %</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tercero, luego de elegir las revistas se digitalizaron en su totalidad y se utilizó el programa de análisis cualitativo Atlas.ti para registrar las fotografías en donde aparecieran una o varias personas. No se tomaron en cuenta ni caricaturas ni fotografías de multitudes, marchas o eventos en donde no se pudieran distinguir las personas o las figuras humanas. Tras registrar 1328 fotografías, se ubicaron 1558 imágenes de personas en ellas (Tabla 3.1). La diferencia entre la cantidad de fotografías y personas ubicadas se explica porque en algunas fotos aparecen 2 o más personas. Evidentemente, la mayor cantidad de fotografías e imágenes pertenecen a la revista *Gente 10*, seguida de *Orgullo* y *Confidencial*. En conjunto, estas 3 publicaciones conforman el 96.41 % del total de imágenes codificadas.

Cuarto, las 1558 imágenes de personas se clasificaron con la técnica de análisis documental. En términos generales, este tipo de análisis consiste en una operación en la cual se consigna para cada imagen una serie de datos que da lugar a una lista más fácil de interpretar, aunque igualmente precisa que la original (Abela, 2022). Esta técnica no constituye en sí misma un análisis de contenido, pues tiene un carácter más descriptivo que interpretativo. No obstante, una vez que se consigna en cada imagen los datos estipulados se reúne información suficiente para realizar una interpretación de los productos sistematizados.

En este caso, sobre cada imagen de persona se consignó información relacionada con 4 categorías previamente definidas. Específicamente, se registró el género de las personas que aparecen en las fotografías, su identidad de género, su tipo de cuerpo y su color de piel. En cada una de estas categorías, se establecieron tipologías o subclasificaciones más específicas (Tabla 3.2). A continuación, se explican cada una.

**Tabla 3.2** Síntesis de las categorías y tipologías registradas en cada imagen de persona

<b>Categoría</b>	<b>Tipologías</b>
Género	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hombre</li> <li>2. Mujer</li> <li>3. Fluido/NB/Otra</li> </ol>
Identidad de género	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cis</li> <li>2. Trans/NB/Otra</li> </ol>
Tipo de cuerpo/Talla	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuerpo Delgado</li> <li>2. Cuerpo Gordo</li> </ol>
Color de piel/Raza	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persona blanca</li> <li>2. Persona afro</li> <li>3. Otra</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia

El género es una construcción social, histórica y cultural (Córdova, 2020, p. 99). Según Butler (2007, p. 272) se trata de una construcción que se fundamenta en la ficción de un acuerdo social tácito para actuar, crear y garantizar géneros diferenciados y polares. Este acuerdo colectivo se expresa a través de prácticas repetitivas y performáticas, cuidadosamente estructuradas en códigos rígidos de binarismo jerárquico, que nos hacen asumir como naturales ciertas formas y comportamientos específicos (Butler, 2007, p. 282). Estos actos repetitivos y performáticos construyen el significado del género y del cuerpo y permiten que se expresen en la vida diaria a través de distintos estilos corporales, gestos, modales, apariencia, estilos de comunicación y otra serie de características relacionadas (Gros, 2016).

La teoría *queer* establece cierta fluidez en materia del género. No obstante, para efectos de este trabajo se establecieron tres subcatego-

rías de género que son las que usualmente busca establecer la heteronormatividad como únicas y naturales. En este sentido entonces, el ejercicio consistió en registrar si la persona que aparecía en cada fotografía *performaba* un género de mujer, de hombre o si, más bien, afirmaba presentar un género fluido, no binario u cualquier otro. El registro de esta tipología resultó un desafío metodológico importante, pues implicó estudiar los textos o créditos que acompañaban cada imagen con el fin de poder establecer lo que cada sujeto asumía a título personal con respecto a su género. En los casos en que ni siquiera así fue posible obtener una posición concluyente, la imagen se registró en la subcategoría “otra”.

Luego de registrar esta primera categoría, se registró la identidad de género de las personas expuestas en cada fotografía. Esta categoría está asociada a la manera en que el sexo biológico, el cuerpo, el género y la identidad de una persona coinciden o no (Schilt y Westbrook, 2009, p. 119-120). En este caso específico, se registró como “cis” a aquellas personas de las fotografías cuya identidad concuerda con su sexo biológico, cuerpo y género. Por el contrario, se registró bajo la tipología “Trans/NB/Otra” a aquellas personas de las imágenes que consideran que su verdadero género está en desacuerdo con su sexo biológico o a aquellos sujetos que están tratando de “pasar” como miembros de su sexo biológico opuesto (Shapiro, citado por Córdova, 2020). Al igual que en la categoría previa, este registro implicó evaluar no solamente la imagen sino también el texto que le acompañaba. En los casos en que ni siquiera así fue posible obtener una posición concluyente, la imagen se registró en la subcategoría “Trans/NB/Otra”.

El estudio también registró otras categorías adicionales. Se clasificaron los cuerpos que aparecen en las imágenes. Para ello, se regis-

tró si la persona en la fotografía tenía un cuerpo delgado o si, por el contrario, se trataba de un cuerpo gordo. Esta clasificación fue utilizada por Zarballa (2023) en un análisis de fotografías similar que hizo sobre la revista *Shangay*, una publicación española dirigida al público homosexual. En dicho texto, la autora refiere que es cierto que existe una diversidad mucho mayor que esta división binaria de cuerpos. Sin embargo, argumenta que el cuerpo delgado no solo es una norma actualmente sino un rígido canon de belleza que genera exclusión a otros tipos de cuerpos (Zarballa, 2023, p. 57).

También se utilizó esta aproximación conceptual de corporalidad gorda/delgada debido a que no vincula el tamaño del cuerpo con un tema de riesgo para la vida o para la salud como sí lo hacen categorías de índole médico como obesidad o sobrepeso (Vigarello, 2005; Toscano, 2020).

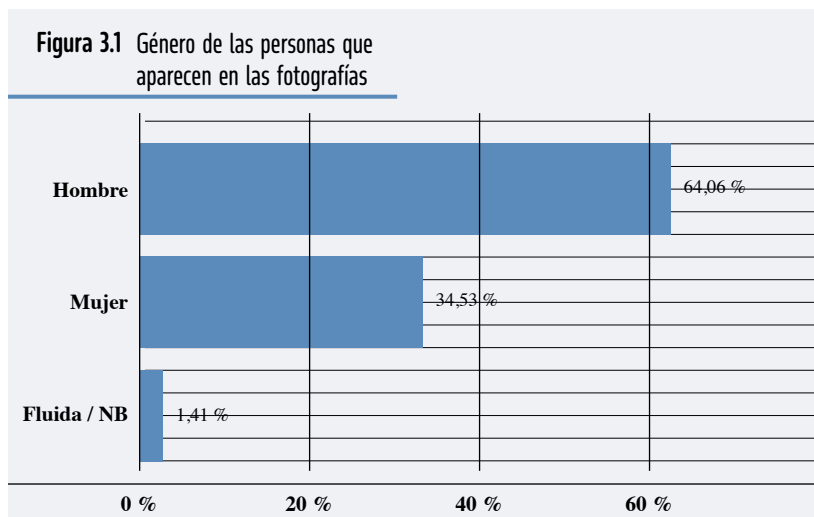
Finalmente, en la categoría de color de piel se consignó si una persona era negra o perteneciente a la comunidad afrocostarricense o si, por el contrario, era una persona “blanca” o con un origen étnico o color de piel que, en el contexto costarricense, no sea racializada. En caso de que se presentara alguna persona en una fotografía que no fuera posible ubicar en ninguna de estas dos subcategorías, se clasificó como “otra”.

### **Principales hallazgos**

La clasificación de las 1558 imágenes registradas permite afirmar que las revistas analizadas han mostrado, en su conjunto y durante las últimas 3 décadas, una predilección mayoritaria por publicar fotogra-

fías de hombres cisgénero, blancos y delgados, muy por encima de cualquier otra identidad o intersección.

En cuanto al género, el 64.06 % de las figuras humanas se registraron como hombres frente al 34.53 % registradas como mujeres (Figura 3.1). El 1.41 % restante representa a las personas de género fluido, no binarias o a figuras que no responden al binarismo tradicional de género.



Fuente: Elaboración propia (n = 1558)

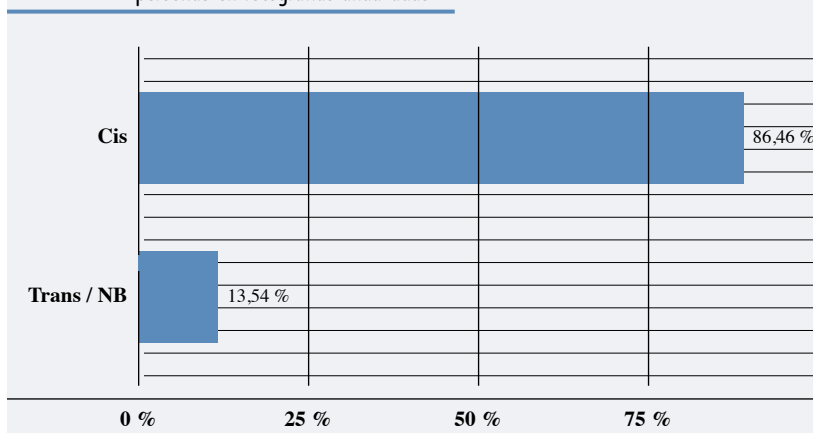
Si se realiza el análisis por publicación se observan algunas diferencias. En *Gente 10* los números no varían radicalmente. El 68.38 % de registros corresponden a hombres frente al 31.62 % de mujeres. En las 1246 imágenes pertenecientes a esta revista y registradas en la base de datos no aparecen personas de género fluido o no binarias.

*Confidencial* expone una representación mucho más balanceada. El 54.76 % de las personas en sus páginas son hombres frente al 45.24 % registradas como mujeres. Son 46 imágenes donde tampoco se presentan personas que escapen o impugnen el binarismo tradicional de género.

*Orgullo* es la que tiene la representación menos masculinizada. En este caso, se registraron 214 imágenes de personas de las cuales el 48.6 % son mujeres y 41.12 % hombres. Además, también presenta 22 apariciones de personas de género fluido o no binarias, correspondiente a un 10.28 % sobre el total de fotografías de esta revista.

La preeminencia de la identidad de género cis es constante en 34 años. El 86.5 % de las 1558 personas que aparecen en las fotografías presentan esta identidad, frente al 13.5 % de las figuras ubicables en el espectro de lo trans o de otro tipo de identidades (Figura 3.2).

**Figura 3.2** Identidad de género de las personas en fotografías analizadas



Fuente: Elaboración propia (n=1558)

La primera imagen de una persona trans se registra hasta 1997. Se trata de Paola Isabel Martínez, una mujer trans que ganó un concurso de belleza organizado por la discoteca Los Cucharones y que apareció en varias fotografías de la revista *Gente 10* correspondiente a los meses de marzo y abril de 1997 (Imagen 3.1). Hay registro de varias imágenes pertenecientes a personas que realizan drag o transformismo en publicaciones previas. No obstante, en todas ellas los textos relacionados y sus propias declaraciones les colocan como hombres cis que ejercen el transformismo o que practican el *drag*.

**Imagen 3.1** Primer registro de una persona trans en las revistas analizadas



Fuente: Revista *Gente 10*, edición marzo y abril de 1997

La siguiente imagen de una persona que no encaja dentro de la identidad cis aparece el mismo año, en la edición de julio y agosto de *Gente 10*. Se presenta la fotografía de una mujer rubia de pelo rizado, la cual acompaña un texto de carácter editorial titulado “Doble prejuicio, doble discriminación”. Este artículo denuncia una prohibición de entrada que aparentemente se extendía en bares y discotecas gays del país en contra de los “travestis”. En la misma edición, aparece también otra fotografía similar a la par de un segundo reportaje que trata el mismo tema. En ambos textos se utilizan como sinónimos las palabras “travesti” y “trans”, además se denuncia una actitud discriminatoria hacia estas personas que parecía estarse expandiendo entre homosexuales y lesbianas del país (Imagen 3.2).

La siguiente imagen de una persona ubicable dentro de una identidad trans aparecería un año después, en 1998, cuando la revista *Gente 10* presentó a Veruska McKenzie, una mujer trans a la cual le dedicaron un texto como ganadora de otro concurso de belleza (*Gente 10*, 1998).

En perspectiva histórica, 2019 y 2020 son los años en que las fotografías de personas trans fueron más importantes. En ambas ocasiones, fue gracias a *Orgullo*. Porcentualmente, esta publicación es la que más espacio les ha brindado a personas trans. De las 214 imágenes de la base de datos, el 74.77 % corresponde a personas cis mientras que el 25.23 % a personas no ubicables en el espectro de lo cis. Son datos muy por encima de los que presenta *Gente 10*, a pesar de contar con muchísimos más registros. En este caso, de las 1246 fotografías registradas, el 87.64 % corresponde a personas cis frente al 12.36 % que exponen a personas trans.

Imagen 3.2 Segundo registro de una persona trans en las revistas analizadas

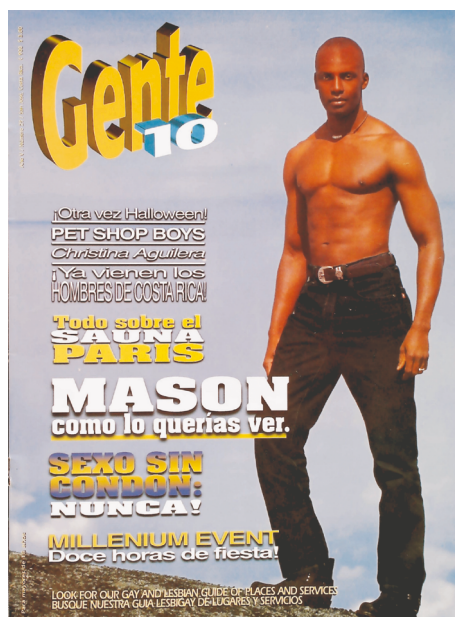


Fuente: Revista Gente 10, edición julio y agosto de 1997

En cuanto al aspecto étnico-racial, el análisis evidencia un predominio mayoritario de personas blancas. Solo el 5.97 % de las imágenes presenta a personas afrocostarricenses o negras frente al 93.97 % que expone a personas blancas. Nominalmente, esto significa que en 34 años de publicaciones solo en 92 veces las revistas presentan LGBTIQ+ presentan a personas racializadas.

Porcentualmente, la publicación que más espacio ha brindado a personas negras es *Orgullo*. Del total de registros de esta revista, el 10.75 % son personas con este color de piel. En el caso *Gente 10*, de las 1246 imágenes registradas solo en 65 de ellas se presentan a personas negras, lo que corresponde a un 5.22 %. *Confidencial* registra 42 imágenes y solo en 4 de ellas hay personas afrodescendientes (Imagen 3.3).

Imagen 3.3 Ejemplo de registro de una persona negra en las revistas analizada



Fuente: Revista Gente 10, edición noviembre de 1999.

Se debe destacar que solo en una ocasión se ha presentado a una persona indígena costarricense que se reconoce como parte de la población LGBTIQ+. Es una primera aparición que ocurre en la edición

### Imagen 3.4 Fotografía de persona indígena en revista Orgullo



Fuente: Revista Guía Orgullo, edición 2020.

2020 de *Orgullo*, con una fotografía de Moisés Fernández, un joven de 23 años perteneciente al clan Sebliwák del pueblo Bribri, uno de los grupos étnicos originarios más numerosos de Costa Rica (Imagen 3.4). En 1997, la revista *Gente 10* también presentó una imagen de una persona indígena para acompañar un texto sobre un pueblo originario de Estados Unidos. No obstante, se trató de una imagen dibujada, por lo que no se contabilizó para efectos de este artículo.

Finalmente, el análisis corporal evidencia un predominio de los cuerpos delgados. El 97.43 % de las imágenes contabilizadas presentan cuerpos delgados frente al 2.57 % de cuerpos gordos. Nominalmente, esto significa que solo en 40 ocasiones se han expuesto cuerpos de personas con tallas grandes en estas revistas. La primera imagen de una persona con un cuerpo gordo apareció hasta 1999.

La distribución porcentual cambia levemente si se analizan los datos por publicación. En *Gente 10*, un abrumador 99.04 % de las imágenes corresponde a cuerpos delgados. Solo en 0.88 % de las fotografías se presentan cuerpos gordos. Nominalmente, esto significa que solo hay presencia de 11 personas con tallas grandes. *Confidencial* presenta cifras similares: en un 97.62 % de las imágenes se expusieron cuerpos delgados. En *Orgullo*, el 88.79 % de las fotografías presentan personas de tallas pequeñas frente a un 11.21 % con cuerpos gordos.

## Discusión

Si se consideran los resultados totales, es claro que, en su conjunto, las ediciones de las revistas recopiladas y analizadas para este trabajo se han inclinado por presentar hombres blancos, jóvenes, delgados y cisgénero en la mayoría de sus fotografías. En las últimas tres décadas, estas imágenes han ocupado un rol predominante en la representación mediática LGBTIQ+ dentro de los productos comunicativos creados por esta población.

Si se analiza en detalle, el sujeto dominante que se construye en las fotografías analizadas tiene, además, características muy específicas. Por ejemplo, la mayoría de los cuerpos de hombres que se presentan no son únicamente delgados, sino que son musculados y siguen

los cánones de belleza hegemónica en relación con el color de piel (blanca) o el de los ojos (claros). Además, la imagen que se construye sobre la cisgeneridad refiere estéticamente a la de un hombre joven, fiestero, altamente sexualizado, hipermasculinizado y poco femenino, que parece seguir los roles impuestos por el régimen de heterosexualidad obligatoria. Hasta cierto punto, el sujeto dominante modelado es un hombre homosexual que, sin embargo, “parece” heterosexual, ya que sigue patrones y comportamientos de esta segunda población.

Evidentemente, este sujeto modelado en el grueso de las fotografías es una visión limitada, aspiracional y homogénea de los hombres no heterosexuales que invisibiliza otras formas, identidades y cuerpos homosexuales. Una posible explicación de la predominancia de este sujeto puede encontrarse en la crítica que realiza Muñoz (2020) a las personas LGBTIQ+ en general. Para este autor, existe una corriente dominante dentro de las personas pertenecientes a la diversidad sexual a partir de la década de 1990 que busca huir de “gustos, ideologías y estéticas que solo pueden parecer excéntricas, extrañas o, de hecho, queer...” (Muñoz, 2020, p. 71) con el fin de ganar cierta respetabilidad en el ámbito de lo público.

Bajo los planteamientos de este autor entonces, se puede interpretar que el alejamiento de las fotografías de la estética excéntrica (que incluye la representación de cuerpos gordos, hombres no musculados o gais afeminados) se explica por este pragmatismo homosexual de presentar lo que se considera más respetable. Hasta cierto punto, el sujeto dominante en las imágenes es aquél que se piensa puede ser más aceptado, en tanto es un hombre gay que parece heterosexual.

En el caso de las mujeres cisgénero presentes en las revistas ocurre algo similar. La mayoría son delgadas, jóvenes y blancas. La principal

diferencia con respecto a las fotografías de los hombres radica en su nivel de erotización. Mientras que los hombres son sexualizados en la gran mayoría de todas las revistas analizadas, las imágenes de mujeres no. En las publicaciones analizadas, las mujeres aparecen usualmente con toda su ropa, en situaciones de poca erotización y asociadas inclusive a roles tradicionales de género como el cuidado. Es más, varias de las fotografías acompañan reportajes que hacen referencia a cómo las lesbianas pueden ser buenas madres o a cómo mantienen relaciones monógamas mucho más estables que las de los hombres. En general, sus imágenes representan la maternidad, la estabilidad afectiva y la tranquilidad del hogar. Esto evidencia otra contradicción dentro de la representación de la diversidad sexual, en tanto se asume a la lesbiana de manera prioritaria como madre y cuidadora, en sintonía con el imaginario hegemónico de lo que significa ser mujer.

Ahora bien, si se realiza un análisis separado por años, el asunto varía. En el caso de las fotografías de revistas publicadas entre 1990 y 2010, parece que existe una necesidad implícita de comunicar cierta “heteronormatividad” en términos de roles de género. Es decir, las fotografías parecen querer reafirmar que el hecho de ser homosexual no implica, ni cultural ni estéticamente, ninguna diferencia con respecto a ser heterosexual, ya que se aspira estética y culturalmente a lo mismo.

Estas fotografías no buscan reinterpretar o desafiar las normas del régimen de heterosexualidad obligatoria, sino más bien presentar imágenes de hombres y mujeres que, desde lo sexualmente diverso, también encajan en las reglas impuestas por este dispositivo de poder. En lugar de subvertir o cuestionar estas normas, las imágenes refuerzan la idea de que las personas LGBTIQ+ pueden y deben conformarse

a los mismos estándares de respetabilidad y normalidad que las personas heterosexuales.

La situación cambia levemente a partir de 2010, sobre todo y particularmente tras la salida al mercado de la revista *Orgullo*. En las fotografías de esta publicación parece existir cierta intencionalidad por representar la cisgeneridad desde un enfoque no tradicional. Por ejemplo, se representan hombres con la cara escarchada, cuerpos gordos que viven su sexualidad o personas de género fluido en situaciones de cierta ambigüedad sexual. De igual forma, se erotizan las relaciones lésbicas, alejándose de ese vínculo con las labores de cuidado tradicionales asociadas a las mujeres, las cuales sí están presentes en revistas del siglo XX.

La representación de personas que pertenecen al espectro trans también debe ser motivo de debate. Además de que existe una aparición visual tardía de este tipo de identidad, la forma en que la que se presenta este tipo de existencia tampoco es la más diversa o incluyente. La mayoría de las fotografías que se publican en las revistas son de mujeres trans que hacen shows en bares o que experimentan con espectáculos *drag*. Salvo algunas contadísimas excepciones presentes en varias publicaciones de *Orgullo*, la mayoría de estas personas se representan fotográficamente en situaciones de fiesta permanente o de comedia. Lo anterior no es algo que necesariamente sea negativo, pues la alegría es fundamental para la resistencia. No obstante, las vidas y experiencias trans son mucho más complejas de lo que el material analizado registra.

Precisamente, una de las intersecciones de género y sexualidad más complejas y, al mismo tiempo, menos representadas en las revistas es la de los hombres trans. En todo el material sistematizado, solo se

ubica una imagen de alguien que se autodefine como tal. Esto no constituye una sorpresa si el encuadre fotográfico elegido para representar esta población pasa por la celebración y los espectáculos nocturnos más que por las experiencias de vida y la cotidianidad.

Por otra parte, la representación de la pertenencia étnico-racial también debe ser un tema que llame la atención. Por ejemplo, desde 1989 hasta 2014 no se ubicaron imágenes de mujeres cisgénero negras en las revistas que fueron motivo de análisis. Las personas afro que aparecen en las publicaciones son de hombres cisgénero negros (que, en algunos casos, participan de espectáculos de transformismo o *drag*) o de mujeres trans (las cuales también usualmente están ligadas a espectáculos nocturnos en bares o discotecas). Es hasta 2019, que se registra la primera fotografía de una mujer cisgénero negra. Específicamente, aparece en la portada de ese año de *Orgullo*.

Esta misma revista es la única que ha dedicado toda una propuesta fotográfica a personas LGBTIQ+ afrocostarricenses. Bajo el título “Negres y *Queer*: Poder Supremo” en 2021, se presentan una serie de imágenes del fotógrafo Youseff Babb en las cuales se reivindica la belleza de este color de piel, así como la existencia *queer* afrocostarricense.

En cuanto al tema de la corporalidad, se debe señalar que la mayoría de los cuerpos gordos que aparecen en las fotografías están asociados mayoritariamente a situaciones de humor, a concursos de belleza o a espectáculos cómicos en bares o discotecas. No hay, en todo el recorrido hecho por revistas de las décadas de 1980, 1990 o 2000, una reivindicación de que tales cuerpos o tallas son corporalidades sanas o que pueden ser también objeto de deseo. Esto se comprueba con el hecho de que siempre aparecen en páginas dedicadas a show nocturnos

o para ilustrar textos relacionados con espectáculos de comedia temáticos, los cuales se realizaban en el marco del Día de *Halloween* o el Día de la Independencia. Esta situación cambió en la segunda mitad del siglo XXI, cuando *Orgullo* presentó fotografías de mujeres gordas en situaciones de pareja dentro de una habitación.

A pesar de que la edad no fue motivo de análisis en el registro documental hecho, el ejercicio realizado para este artículo permitió constatar que en estos productos hay ausencia notable de personas adultas mayores o ancianas en las páginas de estas publicaciones. La primera imagen de este tipo se registra en 1993 en la edición de julio de la revista *Confidencial* (Confidencial, 1993). Se trata de una fotografía de dos ancianas abrazadas y sonrientes, la cual acompaña un texto sobre psicoanálisis y relaciones de pareja. Parece ser que la vejez es uno de los temas a los que más se le huye en términos de representación gráfica de la población LGBTIQ+.

## Conclusiones

Este trabajo analizó 1558 imágenes de personas publicadas en 93 revistas LGBTIQ+ de Costa Rica. El análisis demostró que, en este conjunto de productos publicados entre 1989 y 2023, existe una sobrerepresentación fotográfica de hombres cisgénero blancos, jóvenes y delgados. Esta sobrerepresentación se da en perjuicio de la representación visual de otras identidades o disidencias sexuales, como mujeres lesbianas cisgénero, personas trans, no binarias, negras, racializadas, indígenas o adultas mayores.

Este hallazgo revela que estos productos, supuestamente creados para reivindicar la diversidad sexual y de género, repiten patrones de exclusión propios de la comunicación comercial hegemónica.

Ahora bien, si se realiza el análisis separado por revista es cierto que sobresale positivamente *Orgullo*. En esta publicación, se observa una intencionalidad por mostrar otros cuerpos, así como otras maneras de vivir la experiencia no heterosexual. En sus páginas, se observa cómo el colectivo LGBTIQ+ ha madurado en términos comunicativos y cómo se realiza una apuesta mucho más depurada hacia la inclusión y la representatividad de la inabarcable experiencia *queer* costarricense.

Más allá de estos hallazgos sobre las fotografías, el artículo también amplió el conocimiento sobre el ecosistema mediático costarricense. Específicamente, brindó información sobre la existencia de medios producidos por y para la población LGBTIQ+ del país, aportando datos novedosos que revelan una existencia en el escenario público nacional de este tipo de iniciativas que se prolonga por más de 3 décadas.

El trabajo realizado también abre nuevas líneas de investigación para el futuro. Por ejemplo, en lo relacionado con los mecanismos de financiamiento, formas de organización y presencia actual de los medios LGBTIQ+. Asimismo, la recuperación hecha de todas estas revistas permite plantear nuevos trabajos de análisis que estudien los textos, la publicidad o las temáticas que se desarrollaron en este conjunto de revistas, así como otro tipo de iniciativas que permitan profundizar en las narrativas y discursos mediáticos de esta población.

## Referencias

- Abela, J. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada. Documentos de trabajo: Serie sociología. Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- Alvarenga, P. (2007). ¿Sodomitas u homosexuales? El homoerotismo y el sistema penal costarricense en la primera mitad del siglo XX. *Revista Página Literal, Extraña Intimidad*, 7(1), 48-61.
- Arévalo, A., Rocha, D., y Jiménez Bolaños, J. (2022). Las llagas abiertas del tabú: alteridades sexuales en Centroamérica. En W. Iglecias, Román Solano D., Arévalo A., Aguilar-Antunes A. y Villacorta, C. (coordinadores), *Historia, actualidad y cuestionamientos sobre la región centroamericana en su Bicentenario* (pp. 141 – 183). Edições EACH.
- Arguedas, G. (2018). Incurables: la ironía como estrategia discursiva para la acción de resistencia política contrahegemónica. En Y. Martínez Toledo y R. Muñoz-González (Eds.), *Género y sexualidad. Construcción de sentido, representaciones y vivencias cotidianas* (pp. 114-143). Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Baim, T. (2013). *Gay Press, Gay Power: The Growth of LGBT Community Papers in America*. Independent Publishing Platform.
- Bilbao, B. (2012). Frente de Liberación Homosexual (1972-1975). Las prácticas comunicacionales de resistencia y resignificaciones en la historia reciente. *Question*, 1(33), 23-32.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.

- Carrasco, C. (2003). Voces gay en la narrativa costarricense. *Letras*, 1(15), 81-101. <https://doi.org/10.15359/rl.1-35.6>
- Chacón, E., y Cascante Matamoroso, J. (2015). Una memoria histórica del movimiento lésbico en Costa Rica de 1970 al 2014. *Colectiva Irreversibles*.
- Córdova, H. (2020). Hacia un breve glosario queer: Algunas nociones acerca del género, la sexualidad y la teoría queer. *Revista Colombiana de Humanidades*, 52(96), 95-111.
- Coto, S. (2007). Espacios de marginalidad y nuevas propuestas de género: La construcción del discurso homoerótico en la novela *Tumbas con paisajes pintados en rosa* de José Ricardo Chávez [Tesis de maestría, Universidad de Costa Rica].
- Eaklor, V. (2011). *Queer America. A people's GLBTI History of the United States*. The New Press.
- Flores, A. (11 de agosto de 2022). Del otro lado: Historia de revista gay mexicana. *Homosensual*. <https://www.homosensual.com/cultura/del-otro-lado-historia-de-revista-gay-mexico/>
- Fonseca, C., y Quintero, M. (2009). La Teoría Queer: La de-construcción de las sexualidades periféricas. *Sociológica (México)*, 24(69). [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-01732009000100003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732009000100003&lng=es&tlng=es).
- Fournier, M. (2018). La autorrepresentación en las campañas del movimiento LGBTI: aportes para la construcción de comunicaciones inclusivas. En Y. Martínez Toledo y R. Muñoz-González (Eds.), *Género y sexualidad. Construcción de sentido, representaciones y vivencias cotidianas* (pp. 143-166). Editorial de la Universidad de Costa Rica.

- Gros, A. E. (2016). Judith Butler y Beatriz Preciado: Una comparación de dos modelos teóricos de la construcción de la identidad de género en la teoría queer. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 16(30), 245-260.
- Halperin, D. (1995). *Saint Foucault: Towards a Gay Hagiography*. Oxford University Press.
- Halperin, D. (2012). *How to be Gay*. Belknap Press.
- Haraway, D. (2015). *El patriarcado del osito Teddy*. Sans Soleil Ediciones.
- Jiménez Bolaños, J. D. (2014). Temáticas en construcción. El desarrollo de los estudios LGBT en Costa Rica, 1980-2013. *Cuadernos Intercambio sobre Centroamérica y el Caribe*, 11(2), 91-116.
- Jiménez Bolaños, J. D. (2016). La criminalización de la diversidad sexual y el inicio del activismo gay en Costa Rica, 1985-1989. *Revista Rupturas*, 1(1), 61-90. <https://doi.org/10.22458/rr.v1i1.1121>
- Jiménez Bolaños, J. D. (2021). La construcción de la normalidad sexual en Costa Rica entre 1930-1950. *Diálogos. Revista electrónica de Historia*, 22(2), 28-54. <https://doi.org/10.15517/dre.v22i2.45681>
- Jiménez Bolaños, J. D. (2024). Los debates científicos y políticos en torno a la planificación familiar en Costa Rica, 1957-1978. *Revista Historia de América*, 167, 207-243. <https://doi.org/10.35424/rha.167.2024.4322>
- Jiménez Bolaños, J., y Bahena, M. (2017). Entre la ciencia y la cultura: La conformación de discursos médicos sobre la homosexua-

lidad en el contexto del surgimiento del VIH/SIDA en Costa Rica. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 43(1).

Jiménez Bolaños, J., y Soto, M. (2019). Fotografías del sida: Médicos y homosexuales en la prensa costarricense (1985-1990). *Escena. Revista de las artes*, 78(2), 125-149.

Joyrich, L. (2014). Queer Television Studies: Currents, Flows, and (Main)streams. *Cinema Journal*, 53(2), 133-139.

Kennedy, H. (1997). Karl Heinrich Ulrichs: First Theorist of Homosexuality. En V. Rosario (Ed.), *Science and Homosexualities* (pp. 26-45). Routledge.

Klocker, G., y Wild, C. (2018). Revista somos y la militancia homosexual en los '70. *La Ventana. Revista de estudios de género*, 5(46). [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-94362018000100354](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362018000100354)

de Lauretis, T. (1991). Queer Theory: Lesbian and Gay Sexualities. *Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies*, 3(2), iii-xviii.

de Lauretis, T. (2015). Género y teoría Queer. Mora. *Revista del instituto interdisciplinario de estudios de género*. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-001X2015000200004](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-001X2015000200004)

Luengo, M. (2006). Fundamentos y carencias de los estudios culturales: Una revisión teórico-crítica del ámbito popular culture. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 115, 101-133.

MCJ. (2021). Ministerio de Cultura y Juventud anunció a las personas galardonadas con los premios nacionales de cultura 2020. Ministerio de Cultura y Juventud. <https://www.mcj.go.cr/sala->

de-prensa/noticias/ministerio-de-cultura-y-juventud-anuncio-galardonados-con-premios

- Mezo, J. C. (1 de mayo de 2019). Macho Tips: Revista pionera. Letra S. La Jornada. <https://letraese.jornada.com.mx/2019/05/01/macho-tips-revista-pionera-9894.html>
- Muñoz, J. E. (2020). Utopía Queer. El entonces y allí de la futuridad antinormativa. Caja Negra.
- Obando, A. (Ed.). (2008). La gruta y el arcoíris: Antología de narrativa gay/lésbica costarricense. Editorial Costa Rica.
- Ordóñez, C. (17-19 de mayo de 2016). Recomendaciones para favorecer una cultura publicitaria respetuosa de los derechos de las mujeres y de la igualdad de género en Costa Rica: Aportes de la investigación-acción desde una perspectiva feminista [Ponencia]. Encuentro “Feminismos, género y comunicación”, Centro de Investigación en Comunicación, Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Poe, K. (2021). Abrázame como antes o la despatologización del cuerpo trans. En M. L. Cortés (Ed.), *Violencia, marginalidad y memoria en el cine centroamericano*. Editorial UCR.
- Preciado, P. (1999). *Manifiesto Contrasexual*. Anagrama.
- Robles, V. (2008). *Bandera hueca: Historia del movimiento homosexual de Chile*. Cuarto Propio.
- Rodríguez, S. (28 de enero de 2021). Revista de orgullo LGTBI+ y medio sobre danza ganan premio nacional de comunicación cultural. AmeliaRueda.com. <https://ameliarueda.com/nota/revista-orgullo-lgtbi-medio-danza-premio-nacional-noticias-costa-rica>

- Rojas Herra, L. (2016). Cruising: La apropiación fortuita del espacio público para mantener relaciones sexuales esporádicas entre hombres. *Revista Rupturas*, 6(2), 329-344.
- Rojas Herra, L. (2018). Aprender a correr en tacones: Producción de espacio urbano de las minorías diversas en San José, Costa Rica. *URBS. Revista de estudios urbanos y ciencias sociales*, 8(2), 39-61.
- Rojas Herra, L. (2019). Buscando el "Amor" en el lugar equivocado: Prácticas sexuales disidentes entre hombres como mecanismos de producción de espacio homoerótico y configuración de identidades sexuales indómitas. *Revista La Ventana*, 6(49), 9-44.
- Schilt, K., y Westbrook, L. (2009). Doing Gender, Doing Heteronormativity: 'Gender Normals,' Transgender People, and the Social Maintenance of Heterosexuality. *Gender y Society*, 23(4), 440-464. <https://doi.org/10.1177/0891243209340034>
- Seco, R. (28 de junio de 2019). Qué es ser 'queer'. *El País*. [https://elpais.com/elpais/2019/06/28/ideas/1561722405\\_001524.html](https://elpais.com/elpais/2019/06/28/ideas/1561722405_001524.html)
- Segura, C. (1 de julio de 2016). 120 años de 'Der Eigene', la primera revista gay de la historia. *El País*. [https://elpais.com/cultura/2016/06/30/actualidad/1467301614\\_031970.html](https://elpais.com/cultura/2016/06/30/actualidad/1467301614_031970.html)
- Serrano, E. (2022). De la memoria individual a la historia social: Grupos de encuentro de las mujeres lesbianas costarricenses [Tesis de maestría, Universidad de Costa Rica].
- Sibbald, K., y Cornejo, R. (2010). Introducción: Estudios LGTB hispánicos: Un espacio queer—Queer Space. *Revista Canadiense de Estudios Hispánicos*, 35(1), 1-10.

- Sierra, A. (2009). Una aproximación a la teoría Queer: El debate sobre la libertad y la ciudadanía. Cuadernos del Ateneo, 26, 29-42.
- Solana, N. (2013). La teoría queer y las narrativas progresistas de identidad. Revista de Estudios de Género La Ventana, IV(37), 70-105.
- Toscano, M. (2020). Una aproximación a las corporalidades gordas como espacios políticos que resisten al modelo patriarcal que habitamos. Actas de Periodismo y Comunicación, 6(2). <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
- Trejos, M. (2018). Experiencias del activismo Gay Costarricense: La organización política como estrategia contra la discriminación [Tesis de licenciatura, Universidad de Costa Rica].
- Ureña, H. (2019). La majadería del plumero: Relación del movimiento LGBTIQ con los partidos políticos Liberación Nacional (PLN), Acción Ciudadana (PAC) y Frente Amplio (FA) en Costa Rica en el período 2014-2017 [Seminario de graduación de licenciatura, Universidad de Costa Rica].
- Vargas, A. (2019). Las representaciones de los sujetos queer en la narrativa costarricense de 1975 al 2011 [Tesis de licenciatura, Universidad de Costa Rica].
- Vigarello, G. (2005). Historia de la belleza. Nueva Visión.
- Williams, R. (1994). Sociología de la cultura. Paidós.

### **Anexo: Revistas recuperadas**

Revista Guía Gay: Edición Diciembre 1989

Revista Gayness: Ediciones Mayo 2001, Noviembre 2021

Revista Info Gay, Edición Diciembre 2001

Revista Confidencial: Ediciones Abril 1992, Mayo 1992, Septiembre 1992, Octubre 1992, Noviembre 1992, Diciembre 1992, Febrero 1993, Mayo 1993, Julio 1993, Septiembre 1993, Noviembre 1993

Revista Gente 10. Ediciones Noviembre 1994, Marzo-Abril 1995, Mayo-Junio 1995, Julio-Agosto 1995, Septiembre-Octubre 1995, Octubre 1995, Noviembre-Diciembre 1995, Enero-Febrero 1996, Marzo-Abril 1996, Mayo-Junio 1996, Julio-Agosto 1996, Septiembre-Octubre 1996, Noviembre-Diciembre 1996, Enero-Febrero 1997, Marzo-Abril 1997, Mayo-Junio 1997, N° 16-1997, N° 17-1997, N° 18-1997, N° 19-1998, N° 21-1998, N° 22-1998, N° 23-1998, N° 24-1998, N° 25-1998, N° 26-1999, N° 27-1999, N° 28-1999, N° 29-1999, N° 30-1999, N° 31-2000, N° 32-2000, N° 33-2000, N° 34-2000, N° 35-2000, N° 36-2000, N° 37-2000, N° 38-2002, N° 39-2001, N° 40-2001, N° 42-2001, N° 43-2002, N° 44-2002, N° 45-2002, N° 46-2002, N° 47-2002, N° 48-2002, N° 49-2003, N° 50-2003, N° 51-2003, N° 52-2003, N° 53-2003, N° 54-2003, N° 54-2003, N° 55-2004, N° 56-2004, N° 57-2004, N° 58-2004, N° 59-2004, N° 60-2004, N° 61-2005, N° 62-2005, N° 67-2006, N° 73-2007, N° 79-2008, N° 85-2009, N° 92-2015, N° 121-2015, N° 126-2016

Revista Orgullo: Ediciones de 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023

# MIEDO: PERSPECTIVAS Y APROXIMACIONES CONCEPTUALES

Lisbeth Araya Jiménez  
Cynthia Córdoba López  
Jacqueline García Fallas  
Oscar Valverde Cerros  
Ana Yanci Zúñiga Bermúdez

## **Introducción**

Estudiar las emociones es una tarea que se ha emprendido de manera sistemática en las ciencias sociales, llevada a cabo por algunos de sus fundadores, como Sigmund Freud (1979), George Simmel (1979), Émile Durkheim (2000) y Marcel Mauss (1999); por quienes podríamos llamar nuevos clásicos, como Ian William Miller (1997) y Zigmunt Bauman (1998), David Le Breton (2009) y Michel Maffesoli (2014); hasta llegar a las corrientes contemporáneas en sus más diversas vertientes con Martha Nussbaum (2006), Vincent de Gaulejac (2007), Alain Ehrenberg (2010), Eva Illouz (2011), Sara Ahmed (2015), Byunh-Chul Han (2017) y más. Del giro afectivo a las neurociencias, de los estudios culturales a los abordajes latinoamericanos del sur del continente con Paulo Vaz (2010), João Freire (2010), Vera França (2010), Joel Birman (2010), Adrián Scribano (2013) y Cecilia Arizaga (2017) hasta las visiones siempre latinoamericanas (específi-

camente mexicanas) de Rossana Reguillo (2002), Oliva López Sánchez y Rocío Enríquez Rosas (2023) y Marta Rizo (2025). Procurar un listado exhaustivo es imposible.

En este texto nos avocamos a estudiar específicamente la emoción del miedo, a pensar en su característica de miedo generalizado y global; a reflexionar sobre el ecosistema mediático y el papel que tiene en la amplificación de narrativas del miedo (Riaño-Vargas y Rocha-Salamanca, 2020); y a teorizar brevemente sobre las fuentes y los objetos del miedo.

El miedo es una respuesta a algo (evento, persona, fenómeno, proceso, situación) que consciente o inconscientemente se define como peligroso (Delmeau, en Villa-Martínez, 2002, p. 18). La emoción del miedo ha sido estudiada en su dimensión biológica, cognitiva y cultural y, también, a través de perspectivas que articulan varias de estas categorías analíticas.

Una de las formas más extendidas de entender el miedo, tanto en la cultura popular como en el conocimiento académico, lo vincula con nuestro organismo. En su dimensión orgánica el miedo supone una serie de reacciones corporales.

En esta línea, los primeros modelos explicativos se basaron en las propuestas de teóricos como Cannon y Lange (citados en Fernández et al., 2007), quienes plantearon que la emoción se genera por la interacción de una respuesta fisiológica ante un estímulo (externo y de configuración social), la cual genera cambios en el sistema nervioso desencadenando respuestas denominadas psicofisiológicas. Ello permite diferenciar entre respuestas fisiológicas a estímulos, estados emocionales y comportamientos (Fernández et al., 2007).

James, citado en Fernandez et al., (2007), describió las emociones como una coordinación entre respuestas conductuales y fisiológicas que permiten enfrentar las demandas ambientales.

Por otra parte, en una lectura sociológica “el miedo es siempre una experiencia individualmente experimentada, socialmente construida y culturalmente compartida” (Reguillo, 2000 p. 4). El miedo, es también una emoción política usada para el control social.

En este texto, se abraza la perspectiva culturalista que, sin desconocer la importancia que la biología tiene en nuestra forma de entender y experimentar el mundo, prioriza el análisis de los procesos sociales, políticos, económicos y culturales y su influencia en nuestras formas de sentir.

Este capítulo deriva de las discusiones teóricas que ha asumido el equipo de investigación del estudio denominado: De las narrativas del miedo a las habilidades para la vida y la ciudadanía (en adelante sintetizado como Narrativas del miedo), inscrito en el programa denominado Narrativas, Subjetividades e Interseccionalidades del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica (UCR) y contó con la participación del Instituto de Investigación en Educación (INIE), la Oficina de Bienestar y Salud (OBS-UCR) y La Fundación PANIAMOR; las personas autoras conforman en pleno, dicho equipo de investigación. Narrativas del miedo se ejecutó durante tres años (2023-2025) gracias al Fondo de Estímulo a la Investigación, otorgado por la Vicerrectoría de Investigación, también de la UCR.

## Lo histórico y lo actual del miedo

La profesora e investigadora mexicana Rossana Reguillo ha venido estudiando la emoción del miedo durante el último cuarto de siglo. Ella argumenta que una buena parte de las creaciones de la humanidad han sido maneras de responder a su fragilidad y a sus miedos. De las religiones a la ciencia, de los amuletos a las instituciones del Estado y a sus dispositivos de vigilancia, del desarrollo sostenible a la técnica y la tecnología (Reguillo, 2000).

Delumeau (en Villa-Martínez, 2022) por otra parte, recorre los antiguos miedos al mar de las civilizaciones cuyas técnicas y tecnologías no generaban la seguridad que hoy nos significa abordar un barco para vacacionar. Según el autor, los seres humanos de las épocas de Verne y sus monstruos marinos tenían un miedo radical al mar que nosotros no conocemos, aunque en herencia cultural quizá, algunas personas aun temen a su inmensidad o a sus profundidades. El historiador francés también nos recuerda las asociaciones que tanto los textos bíblicos como la literatura clásica hicieron entre la noche, la oscuridad, el infierno, las tinieblas y el miedo. Espinoza-Rojas y Méndez-Esquivel (2015) afirman que el mayor miedo es a lo invisible, a lo que escapa a nuestros ojos.

En este recuento, debemos incluir los miedos que el folclore latinoamericano colocó para generaciones anteriores en monjas, niños o novias que se aparecían en calles, conventos y edificios, en la llorona que recorría los ríos buscando a su hijo perdido, en la imagen de un padre sin cabeza o en los bichos cuyos rasgos se exageraban en los cuentos y las historias populares con las que los abuelos asustaban (y controlaban) a sus hijos, hijas, hijos y nietos.

Cada época ha tenido y tiene sus miedos, pero también ha definido las formas preponderantes de afrontarlos o evadirlos. En este texto, hablaremos del papel del ecosistema mediático en los miedos, teorizaremos sobre las fuentes y los objetos del miedo. Sin embargo, antes, es necesario indicar que una característica del miedo en la actualidad es que se volvió masivo; esto lo plantean tanto Beck (2011) como Reguillo (2001; 2006).

Como es sabido durante la pandemia por COVID-19 el miedo tomó dimensiones globales y genéricas. Sin duda esta experiencia, como lo señala Castellanos (2022), ha sido lo suficientemente fuerte, como acontecimiento histórico, para dejar impactos, costos físicos y emocionales; es decir, generó huellas que se traducen en sensaciones, recuerdos, escenas mentales vívidas por y en esta experiencia extrema, límite, la cual formará parte de testimonios históricos de haber enfermado, haber sanado, haber recibido vacunación, haber enfrentado pérdidas, en sí ser víctima, testigo y superviviente.

El comportamiento del virus durante las diversas fases de la pandemia implicó la presencia de amenazas continuas y con ello la preocupación, pensamientos rumiantes y estrés anticipatorio, continuo, crónico y traumático, zozobras, vivencias que se traducen en estados altamente estresantes y de ansiedad desmedida que afectan las respuestas neurofisiológicas de las personas comprometiendo la salud mental y el bienestar psicosocial (Castellanos, 2022). La pandemia puso en relieve la preocupación por la salud mental y el bienestar emocional.

De hecho, en esta línea de pensamiento y partiendo de la conceptualización que Ignacio Martín-Baró (1984) hizo de “trauma psicoso-

cial”<sup>4</sup>, podría decirse que la pandemia causada por el COVID-19 y las medidas que se tomaron en el país tuvieron características que podrían categorizarse como parte de la dimensión “trauma psicosocial” por su impacto en la población; aunque no se haya tratado de una guerra como fue el contexto sociohistórico y político en el que Martín-Baró acuñó el término.

Afirmamos esto sobre la base de que la experiencia social y subjetiva que vivimos frente a la pandemia, constituye un hito histórico, una “marca” social que será recordada por las generaciones que la experimentamos y que generó y dejó remanentes, efectos negativos o desfavorables. En este sentido, hablamos de una situación “perturbadora” (de la cotidianidad, de la salud, de la convivencia, de las normas sociales) que provocó un estado de excepción muy prolongado en el tiempo, con cambios repentinos y profundos en la vida cotidiana de las personas y todo “lo conocido”, con altísimas dosis de incertidumbre y de miedo, con distanciamiento físico o social que conmovió incluso los afectos más profundos y las cercanías familiares o de amistad, encerramiento y aislamiento, enfermedad y muerte, entre otras.

Precisamente, podemos hablar de trauma psicosocial para referirnos al impacto que tuvo la pandemia sobre la sociedad en su conjunto

---

4 Para Ignacio Martín-Baró (1988), el trauma psicosocial (concepto que integra las nociones de trauma psíquico y trauma social), enfatiza “el carácter esencialmente dialéctico de la herida causada por la vivencia prolongada de una guerra ... Con ello no se quiere decir que se produzca algún efecto uniforme o común a toda la población o que de la experiencia de la guerra pueda presumirse algún impacto mecánico en las personas; precisamente si se habla del carácter dialéctico del trauma psicosocial es para subrayar que la herida o afectación dependerá de la peculiar vivencia de cada individuo, vivencia condicionada por su extracción social, por su grado de participación en el conflicto así como por otras características de su personalidad y experiencia” (pp. 135-136).

y de manera muy particular y diferenciada sobre la experiencia individual. Esto es parte de la dialéctica que define el concepto, ya que este tipo de trauma no genera un efecto homogéneo a todo el conjunto de la sociedad, sino que sus efectos están determinados por la situación, la condición (económica, territorial, etaria, entre otras) y la vivencia particular de cada persona.

En esta experiencia que encuentra sus raíces, origen y causa fuera del sujeto, se pueden identificar las características psicológicas de los procesos desencadenados por un estado de miedo, descritas por Elizabeth Lira y su grupo de trabajo (1985-1986) y citadas por Martín-Baró (1988): “(1) la sensación de vulnerabilidad, (2) un estado exacerbado de alerta, (3) el sentimiento de impotencia o pérdida de control sobre la propia vida y (4) una alteración del sentido de realidad, al volverse imposible validar objetivamente las propias experiencias y conocimientos” (p. 137).

Para incluir más elementos en la definición epocal del miedo la antropóloga y activista mexicana afirma que “A los miedos ‘invisibles’, a la crisis sistémica, a la desconfianza en las instituciones, a la percepción difusa de las fuentes de amenaza, la sociedad responde con la construcción de figuras, relatos y personajes que son transformados en los verdugos de la sociedad. Mecanismo histórico, que hoy se amplifica por la presencia, ubicuidad y velocidad de las tecnologías de información” (Reguillo, 2000 p. 6).

### **Narrativas del miedo y ecosistema mediático**

En nuestras sociedades actuales, es imposible teorizar sobre miedo y no incluir en la reflexión el ecosistema mediático, el cual entendemos

como la conjugación de los medios masivos tradicionales (radio y televisión) con las plataformas de *streaming* y las redes sociales.

En este ecosistema, poco importa la veracidad de los datos (muchos son los estudios que versan sobre la desinformación y las noticias falsas), al tiempo que se acostumbran lecturas simplistas de los eventos y los hechos. En palabras de Reguillo (2000), las narrativas del miedo abrazan otra racionalidad, diferente a la tradición occidental que procuraba relaciones causales entre los eventos, y separada de lecturas que procuran aportar complejidad y profundidad. A esto, es necesario agregar que dichas narrativas asumen características globales, planetarias.

Si a estos dos argumentos sumamos la idea de Rincón y Rey (2008, p. 35) sobre la relación entre discurso y realidad, según la cual “una sociedad es más insegura por lo que se dice que por la realidad que habita”, podemos entonces, con esta contextualización, teorizar la relación entre miedo y ecosistema mediático.

Desde una perspectiva sociológica de las emociones (es decir, entendiendo como estas explican la vida en colectivo y las formas de sociabilidad), el autor aducía que los medios de comunicación (televisión, prensa y radio, especialmente en aquel momento) habían colocado a la muerte (o a los riesgos de morir) en el centro del escenario, de aquel escenario que construían como noticioso. Nos parece que podemos extender esta afirmación hasta nuestros días, especialmente cuando sabemos por estudios recientes del Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) de la Universidad de Costa Rica, más específicamente la “Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación” (2023), que la tele-

visión sigue siendo el medio predilecto de información de las personas que habitan el país.

Con el argumento de la difusión, priorización y ampliación, los medios de comunicación, en el sentido amplio del término, utilizan el miedo a través de una numerosa gama de eventos y situaciones relacionadas. Con ese argumento del megáfono en el que se convierte el ecosistema mediático, concuerdan tanto Rosanna Reguillo (2000) en México, como Omar Rincón y Germán Rey (2008) en Colombia y, para el contexto costarricense, lo afirman también Sebastian Huhn (2012), Johan Espinoza y Josué Méndez (2015).

Omar Rincón y Germán Rey (2008, p. 34) afirman que “la inseguridad ciudadana es un buen cuento mediático porque tiene historias, produce un alto impacto emocional y genera habla en la vida cotidiana de la gente”.

Para Rincón y Rey (2008) los miedos son consecuencia, no causa, y están vinculados con una tríada otrora descrita por el teórico argentino de la comunicación, Sergio Caletti (2001) como poder político-poder económico-poder mediático.

El tema de la (in)seguridad ciudadana se ha convertido en un asunto de interés público, político y comunicativo. A más miedos, más mercado de la seguridad: vigilancia, tecnologías, dispositivos, seguros, policías, penas, políticos autoritarios; siempre pérdida de libertades. A más miedos, más cuentos mediáticos del miedo: más publicaciones, más historias, más sensacionalismo, más individuo, más estigmatización, menos investigación, menos democracia (Rincón y Rey, 2008, p. 35).

Al tiempo que los medios asumen su función de megáfono, las pérdidas del Estado benefactor, como garante de condiciones de subsistencia mínimas en tres ámbitos que consideramos vitales (salud, educación y empleo) influyen en la inseguridad, la esperanza y la credibilidad.

Pero volvamos a la idea de ecosistema mediático, del cual Barbero (2002) explica sus manifestaciones. Primeramente, se habla sobre un aumento y una presencia más densa de las tecnologías de la información que se refleja en las nuevas sensibilidades, lenguajes y formas de expresión que se desarrollan a través de estos canales comunicativos y que son adoptadas principalmente por las generaciones más jóvenes (p. 5)

Canavilhas (2011) identifica tres factores que lo componen. En primer lugar, el factor intermediático que corresponde a la manera en que se relacionan los medios, seguido del factor contextual, que se refiere al espacio que ocupan y la forma que toman a través de su consumo y, por último, el factor tecnoambiental que consta de las interfaces disponibles y el papel del consumidor en este ecosistema (p. 16).

En este texto, nos interesa problematizar una posibilidad que las redes sociales ofrecen, tanto a las personas jóvenes como a quienes pertenecen a otros grupos etarios: se trata del rol de productoras de contenido; lo que se ha llamado prosumidores. Este rol ofrece una potencia a las narrativas del miedo, pues las personas pueden compartir todo tipo de opiniones, contenidos (en los más diversos formatos) e información (sea verdadera o falsa), que se propagarán por el globo.

Los medios de comunicación tradicionales dejaron de ser los únicos productores de contenido. Quizá los movimientos antivacunas que surgieron durante la pandemia por COVID-19, son un ejemplo útil para ilustrar este título de productora y difusora de contenido

que ahora ostenta la así llamada “persona común”, cualquiera puede asumir ese papel.

Otra arista distinta de lo anterior, pero no menos importante, es la reflexión entre virtualidad, creación y reproducción de sentidos. Baudrillard (2000) citado en Guevara (2016) también se refiere a la realidad virtual como minadora de sentido. El mundo de las redes y la información emite los acontecimientos en tiempo real, todo circula de forma infinita e inmediata haciendo que las cosas tengan todos los significados posibles, al final, el resultado es la ausencia misma de sentido. Lo anterior es muestra de cómo en un mundo que pretende almacenar y memorizar todo, no hay finalidad diferente a la eterna reproducción de lo mismo; es decir, a la continua reproducción del sistema actual.

### **Fuentes y objetos del miedo**

En la perspectiva teórica que abrazamos en *Narrativas del miedo*, conceptualizamos las fuentes y los objetos del miedo, estableciendo entre ellos una relación particular. Las fuentes son entendidas como orígenes del miedo, es decir aquellos aspectos que lo pueden detonar<sup>5</sup>, mientras que los objetos son los eventos, entidades, formas o procesos dentro de cada fuente y a través de los cuales cada fuente se materializa o concreta.

Delumeau (citado en Villa-Martínez, 2022) y Nussbaum (2006) han planteado que el miedo fundante es a la muerte, es decir, que morir

---

5 Si bien esta tipología es nuestra, algunas de las ideas de las que parte se encuentran en Delumeau (citado en Villa-Martínez, 2002), pero no están tipificadas como fuentes, ni clasificadas de la forma en que aquí las organizamos.

sería nuestro temor central como humanidad y que todos los otros son miedos derivados de aquel.

Si profundizamos en la idea del miedo a la muerte (Mondragón-Sánchez et al., 2020; Pérez y Valverde, 2022), podemos incluir en él sus derivaciones, tales como rupturas, pérdidas<sup>6</sup> o desgastes (Ornelas et al., 2016). Los objetos de los miedos que tipificamos dentro de la fuente *psicosociales*, pueden entenderse como pérdidas, tal sería el caso para el fracaso, la exclusión o el rechazo. Estos últimos relacionados directamente con la dimensión vincular y relacional que tanto nos interesa, con ellos referimos a una suerte de muerte social. De igual manera las políticas de cancelación en las redes sociales pueden explicarse, al menos en una medida, como rupturas.

La perspectiva teórica que de manera amplia explicamos en las primeras secciones de este apartado, se puntualiza acá en seis fuentes del miedo; a saber: 1. Naturaleza; 2. Salud; 3. Economía; 4. Miedos psicosociales; 5. Procesos sociopolíticos y 6. Tecnología. A continuación describimos cada una y nombramos sus objetos.

Las amenazas que son producto de la *naturaleza* siempre han estado presentes en la historia de la humanidad. Así, los objetos de la fuente naturaleza son inundaciones, terremotos, incendios, tsunamis, maremotos, erupciones volcánicas. En esta categoría, situamos todo lo

---

6 En los últimos años, el uso de microchips para recuperar mascotas potencialmente perdidas se popularizó. Muchas empresas nacionales y extranjeras pasaron a ofrecer el implante. Véanse dos ejemplos: <https://gentradecostarica.com/identificacion-mascotas/> <https://www.todomascotascr.com/our-shop/4936-microchip-de-identificacion-.html> Lo mismo sucedió con la publicidad de GPS para rastrear infantes, tal como lo propone el siguiente site: <https://geekflare.com/es/kids-gps-tracker/> Evidentemente a este respecto, cabe una muy seria discusión ética sobre el miedo como herramienta política y de control social, tal como lo señalamos con anterioridad.

que tiene que ver con la emergencia climática actual (crisis ambiental, cambio climático), sus procesos y sus consecuencias.

Tipificamos otra fuente del miedo en la salud, cuyos objetos son las pestes, los virus (incluido el VIH), las enfermedades, las adicciones y las epidemias. Aquí incluimos las pandemias relacionadas con la gripe aviar, el ébola y, claro, el COVID-19. Como señalan Espinoza-Rojas y Méndez-Esquivel (2015) en el 2009 se dio la pandemia por la gripe AH1N1, en la cual según los autores, murieron cerca de 18 000 personas. Luego, en 2014, el ébola aquejó a muchos países de África Occidental. En aquel momento, ignorantes de lo que la humanidad viviría con el COVID-19, la OMS había afirmado sobre el ébola que se trataba de la enfermedad más grave y más compleja de las cuatro décadas transcurridas desde su reconocimiento (Espinoza-Rojas y Méndez-Esquivel, 2015, p. 72).

Espinoza-Rojas y Méndez-Esquivel (2015) afirman una relación particular entre las pandemias, las enfermedades y su difusión, a través de lo que en este texto llamamos ecosistema mediático. Los autores sostienen que “debido a su carácter escénico, el cual logra representar de manera fácil lo que se vive a partir de las imágenes sangrientas, de sufrimiento y dolor que viven las personas enfermas” (p. 73) estas imágenes son más susceptibles de ser transmitidas. En el ámbito de la salud el miedo de las personas jóvenes universitarias ha sido estudiado de muchas maneras, entre ellas, se ha indagado en su relación con el estrés y el insomnio (Ramos-Vera et al., 2021) así como en sus características y estrategias de atención (Torres-Pérez et al., 2021). En Narrativas del miedo se consultó a las personas estudiantes sobre su miedo a enfermarse, a que alguien cercano enferme, a la muerte

de familiares y el miedo ante la propia muerte (de forma similar a lo estudiado por Quintero y Simkin, 2020).

En nuestra tipología la tercera fuente del miedo es la *economía*, relacionada con los siguientes objetos: crisis económicas, desempleo, subempleo, precarización laboral, arriba explicados de forma más amplia y general.

Si hacemos una revisión crítica de la manera en que la lógica del emprendedurismo se ha posicionado en nuestros imaginarios, podemos reflexionar sobre lo que en su tesis doctoral la comunicóloga brasileña Julia Salgado (2016) (siguiendo a Foucault, 2008) denomina *identidad emprendedora*. Esta tiene como características la predisposición al riesgo, capacidad visionaria, pragmatismo en las relaciones y búsqueda incesante por el lucro (Salgado, 2016, p. 21). Un grupo de miedos de nuestra época están relacionados con aspectos económicos: tener trabajo, no tenerlo, precarización laboral, acceder al régimen de pensiones, ser una persona exitosa, contar con reconocimiento social, encontrar la vocación y el propósito mediante un trabajo donde realizarse.

Este sujeto contemporáneo se enfrenta además a la demanda de ser feliz permanentemente, lo cual genera culpa y dolor por no ser suficiente, no cumplir con esas expectativas culturales de ser tan felices como deberíamos, tal como Rousseau vaticinó hace dos siglos y medio (McMahon, 2007, p. 261).

Dentro de la economía como fuente, tenemos también la *economía criminal*: cuyos objetos van de la delincuencia en su dimensión socio-cultural como forma de gestionar los conflictos, a la trata de personas, hasta el crimen organizado (narcotráfico). Estos, a su vez, establecen diversos tipos de relación, de violencia y dominación social que genera

miedo entre los habitantes del territorio donde estas dinámicas criminales operan (Rodríguez y Reyes, 2016; Orozco-Ramírez et al., 2020; Nava y García, 2021). En este sentido, Duncan señala (2013) que

debido a la mayor criminalización de la variable mercancía las operaciones de producción de drogas ocurren en los espacios periféricos de la sociedad. Allí el riesgo de producir drogas se reduce por el menor control relativo del Estado. Al mismo tiempo, debido a la menor capacidad represiva del Estado y a la baja acumulación de capital en la periferia los efectos del narcotráfico sobre el orden de estas sociedades son mucho mayores. Las jerarquías sociales, la organización de la producción y la distribución material y simbólica de la riqueza experimentan transformaciones sustantivas. Al ser el narcotráfico una actividad importante en la definición del orden social y al no poder el Estado regular la actividad, en gran parte porque se trata de la producción de una mercancía ilícita, las mafias extienden su capacidad regulatoria sobre muchos otros espacios y transacciones de la sociedad. Imponen así una serie de instituciones de dominación social que son alternas a las instituciones de dominación impuestas por el Estado y por las élites tradicionales (pp. 117-118)<sup>7</sup>.

Por otra parte, los *miedos psicosociales* corresponden a la cuarta fuente. En esta categoría, reflexionamos sobre la compleja separa-

---

<sup>7</sup> Sugerimos a las personas interesadas en la reflexión sobre criminalidad, miedo, juventudes y ciudadanía los textos de Rotker (2000) y Suárez et al., (2021).

ción entre miedos reales, entendidos como aquellos derivados de una amenaza real, y miedos psicológicos, es decir, los asociados a una experiencia subjetiva que interpreta una situación o evento como amenazante, sin serlo necesariamente.

La actual e intensa demanda de éxito, expuesta anteriormente, la incluimos en los miedos psicosociales. Por ello, el reconocimiento hoy se vuelve clave, especialmente en el espacio de los medios digitales y en el contexto de las políticas de cancelación, donde la intolerancia, el ataque a la diferencia, el irrespeto y la desconsideración se mezclan con el miedo a no encajar, a vivir el rechazo o la exclusión.

En Costa Rica, según un estudio realizado, a finales de 2020, por el Instituto de Investigaciones Psicológicas (IIP-UCR) y el Centro de Investigación en Biología Celular y Molecular (CIBCM), un 58 % de las personas reportaron problemas de concentración, 55.6 % miedo al futuro, 51.6 % mucha inquietud y 45.9 % se sentían solas. Además un 70.3% de las personas encuestadas reportó tristeza, ansiedad o enojo, el 65.7 % cansancio y fatiga, el 65.6 % dolor y el 62.4 % trastornos del sueño (Cordero, 2021).

Según este estudio sobre trastornos depresivos y de ansiedad en 204 países y territorios, en 2020, Costa Rica incrementó en un 35.2 % el reporte de trastornos depresivos y en un 35.6 % los trastornos de ansiedad (Cordero, 2021).

En palabras de Guinsberg (2001, párr. 14), se está frente a un sistema que ve a la sociedad como suma de individuos que actúan y luchan —cada vez más despiadadamente— por alcanzar sus objetivos y triunfar frente a otros que intentan algo similar donde, generalmente, no alcanza para todos ni para muchos.

Cecilia Arizaga (2017) afirma que la incertidumbre es la emoción propia de nuestra época, en este contexto los procesos intrínsecos a la vida han pasado a ser concebidos como fuentes de sufrimiento que debe evitarse. En términos de Paulo Vaz (2010, p. 150.), hemos patologizado eventos y procesos que otrora —desde nuestras pautas culturales— eran entendidos como naturales, por ejemplo las pérdidas, la muerte, la frustración, el dolor. Procesos vitales como hablar en público (Maldonado y Reich, 2013), relacionarse, enfrentar frustraciones, o fallar (Martins et al., 2018), se han vuelto fuentes de miedo.

Nos referimos a lo que Ivan Illich (1975) ha denominado la medicalización de la vida, pues las farmacéuticas han diseñado una amplia oferta de productos para minimizar el dolor y el sufrimiento (véase como dato la crisis de opioides que vive Estados Unidos en la actualidad<sup>8</sup>). En la era del productivismo y del exceso de positivismo (Han, 2017), lo que la cultura construye como negativo, improductivo o ineficaz se asocia con enfermedad. En esta construcción ha colaborado, al menos en una medida, el nombrar algunas emociones como negativas (tristeza, dolor, ira), conceptualización realizada por la psicología positiva. En nuestro estudio (*Narrativas del miedo*), interesan las formas en que las personas jóvenes reaccionan a los miedos psicosociales, teorizamos tales reacciones como estrategias de afrontamiento.

Cabe recordar que la Comisión sobre Determinantes Sociales de la Salud, de la Organización Mundial de la Salud en su Informe final del 2008, expone que los determinantes sociales de salud son el conjunto de factores complejos, que al interactuar determinan los niveles

---

8 Hawkins, A. (12 de julio del 2023). Opioid crisis: US and China at odd over influx of fentanyl. The Guardian.

de salud de los individuos, grupos sociales y comunidades. La OMS (2025, párr. 6<sup>o</sup>) los define así:

Los determinantes sociales de la salud son las circunstancias en que las personas nacen, crecen, trabajan, viven y envejecen, y las fuerzas más amplias que conforman las condiciones de la vida cotidiana. Nuestra salud está determinada en gran medida por estas causas fundamentales ajenas a la medicina, que incluyen una educación de calidad, el acceso a alimentos nutritivos y unas condiciones de vivienda y trabajo dignas.

El modelo contempla determinantes sociales estructurales, las que desde la perspectiva de la equidad explican la mayor parte de las inequidades de salud; o sea, las diferencias injustas y evitables observadas en y entre diferentes estratos sociales en lo que respecta a la situación de salud de los espacios-población. Los determinantes intermediarios son los más próximos a producir inequidades y ellos son las condiciones materiales y psicosociales de vida, los factores de comportamiento o conducta y los estilos de vida, los factores biológicos y de herencia, así como los servicios de salud y bienestar y las políticas dirigidas al sistema de salud de un país.

Una vez retomadas las complejidades en las que inscribimos nuestra comprensión de salud y la lectura de sus indicadores, podemos volver a la idea de éxito y a otras a ella asociadas, siendo una la de la belleza (ligada a la delgadez y la eterna juventud); otro ámbito para el cual el mercado ha generado una amplia y diversa oferta. Desde

---

9 <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/social-determinants-of-health>

una lectura amplia y compleja de las realidades actuales entendemos que existen propuestas hegemónicas que promueven la delgadez como ideal, como modelo a seguir; pero al mismo tiempo otras que buscan (como las líneas de fuga de Deleuze) resignificar la belleza de un modo más amplio y contestario (la belleza en todas las tallas)<sup>10</sup>.

Hace algunas décadas surgieron diversos movimientos para resignificar la salud y desmitificar los estándares de belleza impuestos hasta el momento, como lo es el caso del marco para un enfoque de Salud en Todas las Tallas (HAES®) que nace en 1990, retomando valores de los movimientos de derechos civiles que se remontan a los años de 1960; esto lleva a crear una primera declaración de principios que se revisa en 2024. Salud en Todas las Tallas (HAES®) se basa en los siguientes principios:

- “1. La atención médica es un derecho humano para las personas de todos los tamaños, incluidas las que están en el extremo más alto del espectro de las tallas.
2. El bienestar, el cuidado y la sanación son recursos que son a la vez colectivos y profundamente personales.
3. Se proporciona una atención completa, solo cuando está libre de sesgo contras las personas gordas y se ofrece pensando en las personas de todos los tamaños.
4. La salud es una construcción sociopolítica que refleja los valores de la sociedad.” (párrs.:4-8).<sup>11</sup>

---

10 Véase Suárez, 2017.

11 Tomado de: <https://asdah.org/wp-content/uploads/2024/04/SpanishTranslation.pdf>

Finalmente, en la categoría de miedos detonados por *procesos psicosociales*, incluimos la violencia, sea intrafamiliar, interpersonal, de género (Suárez, 2017; Mingo, 2020), sexual, en el comportamiento vial, en la calle o el trabajo.

Chávez (2009), escribiendo desde el contexto salvadoreño, afirma que la mayor fuente de miedo la encontramos en un Estado que desatiende sus responsabilidades de ofrecer bienestar y bienes públicos a la ciudadanía. En este sentido, actualmente, objetos del miedo propios de la dimensión sociopolítica son el descrédito de la política y los políticos, la pérdida de credibilidad en las instituciones y fragilización de la institucionalidad democrática y del Estado de derecho.

La *tecnología* también ha sido una fuente de diversos miedos sociales, tanto en sus desarrollos actuales como potenciales (Puente et al., 2015); por ello, la incluimos como la sexta y última fuente de miedos que analizamos en *Narrativas del miedo*, estudio del cual deriva este capítulo, como indicamos anteriormente. Dentro suyo se tipifican las violencias mediadas por tecnologías, como el *cyberbullying* (Marín-Cortés et al., 2020), el FOMO (Luque et al., 2020; Varchetta et al., 2020) la política de la cancelación y los discursos de odio en las plataformas. Por ello se analizó el nivel de consumo (horas de consumo de contenido digital diario), de las personas jóvenes, pues algunos estudios han evidenciado la asociación entre relaciones interpersonales y adicción a las redes sociales (Ramírez, 2022), o bien entre consumo de redes sociales y adicción a internet (Rojas-Jara, 2018), entre otros.

## **Reencontrándonos en comunidad frente el miedo**

El miedo en tanto emoción forma parte de la intimidad de nuestro ser, la cual requiere ser considerada también en su función constructiva. Por esta razón, es importante afirmar que dada la presencia del miedo, de la incertidumbre, de la inseguridad y de la desesperanza, hay que recordar que frente a estas emociones requerimos la vivencia en comunidades solidarias, seguras, respetuosas, al lado de redes de apoyo, con un sentido de amistad y de compañía a lo largo de las trayectorias de vida, producto de las situaciones que marcan nuestras historias individuales y colectivas.

Reafirmar esta opción por el encuentro del sí mismo con las otras personas es clave para sobrellevar y asumir positivamente dichas emociones que exacerbaban lo individual. Se requiere apreciar en la vida la hospitalidad, de la cual la autora, Hanna Arendt, nos hace eco frente al horror de la guerra y la pérdida de la dignidad en su libro *La condición humana* (Arendt, 2009). Así, proponemos la comunidad como forma ideal para vivir el miedo, para gestionarlo y lidiar con él.

## **Referencias**

- Ahmed, S. (2015) *La política cultural de las emociones*. Distrito Federal: Programa Universitario de Estudios de Género, Universidad Autónoma de México.
- Araya, L., & Rizo, M. (2025) Una aproximación culturalista y situada para estudiar el miedo de las personas jóvenes. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Socie-*

dad - RELACES, 49 (17), 25-36. Disponible en: <http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/issue/view/688>

- Arendt, H. (2009). *La condición humana*. Paidós.
- Barbero, J. M. (2002). Jóvenes: comunicación e identidad. *Pensar Iberoamérica*, 6.
- Bauman, Z. (1998) *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar editores.
- Beck, U. (2011). *Sociedade do Risco*. Editora 34.
- Birman, J. Muchas felicidades?! O imperativo de ser feliz na contemporaneidade. In: Freire, J. (2010). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Editora FGV.
- Caletti, S. (2001). Siete tesis sobre comunicación y política. *Diálogos de la Comunicación*, (63), 37-49.
- Canavilhas, J. (2011). El nuevo ecosistema mediático. *Index. Comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 1(1), 13-24.
- Castellanos, V. (2022). Confinamiento involuntario durante la Pandemia COVID-19: Costos en la salud mental y psicosocial. *Horizonte Sanitario*, 22(2), 445-454. <https://revistahorizonte.ujat.mx/index.php/horizonte/article/view/4984/4258>
- Cordero, M. (27 de octubre de 2021). La otra epidemia: Costa Rica supera crecimiento mundial de casos por depresión y ansiedad. *Semanario Universidad*. <https://semanariouniversidad.com/pais/la-otra-epidemia-costa-rica-supera-crecimiento-mundial-de-casos-por-depresion-y-ansiedad/>

- Chávez, A. (2009). La industria del miedo en la sociedad contemporánea. *Realidad y reflexión*, 8(25), 85-94.
- Duncan, G. (2013). La división del trabajo en el narcotráfico: mercancía, capital y geografía del Estado. En J. Giraldo (Ed.), *Economía criminal y poder político*. Centro de Análisis Político, Universidad EAFIT.
- Durkheim, É. (2000). *As formas elementares da vida religiosa: O sistema totêmico na Austrália*. São Paulo: Martins Fontes.
- Ehrenberg, A. (2010). O culto da performance: Da aventura empreendedora à depressão nervosa. *Aparecida: Idéias & Letras*.
- Espinoza-Rojas, J. y Méndez-Esquivel, J. (2015) La cuestión de las sociedades posapocalípticas y el miedo al fin del mundo: el caso de the walking dead. *Revista Comunicación*. 36 (24), 70-78.
- Fernandez, A. M., Dufey, M., y Mourgues, C. (2007). Expresión y reconocimiento de emociones: un punto de encuentro entre evolución, psicofisiología y neurociencias. *Revista Chilena de Neuropsicología*, 2(1), 8-20.
- França, V. “A felicidade ao seu alcance”: Que felicidade, e ao alcance de quem, afinal? In: Freire, J. (2010). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Editora FGV.
- Freire, J. (2010). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Editora FGV.
- Foucault, M. (2008). *O nascimento da biopolítica*. São Paulo: Editora Martins.
- Freud, S. (1921) *Psicología de las masas y análisis del yo*. Argentina: Amorrortu Editores, 1979. (Obras completas, v. XVIII).

- Gaulejac, V. D. (2007). *Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social*. Editora Ideias & Letras.
- Guevara, A. (2016). El otro como objeto: biopolítica, transpolítica y diagnóstico. *IUSTITIA*, (14), 163-180. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6000764>
- Guinsberg, E. (2001). *La salud mental en el neoliberalismo*. Plaza y Janés.
- Han, B.C. (2017). *Sociedade do Cansaço*. Editora Vozes Limitada.
- Huhn, S. (2012) *Criminalidad y discurso en Costa Rica: reflexiones críticas sobre un problema social*. FLACSO.
- Illich, I. (1975). *Nêmesis médica. La expropiación de la salud*. Barral.
- Illouz, Eva (2011). *O amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Le Breton, D. (2009). *As paixões ordinárias: antropologia das emoções*. Petrópolis: Vozes.
- López-Sánchez, O. y Enríquez-Rosas, R. (coord.) (2023). Dimensión emocional. Abordajes analíticos y exploraciones empíricas socioantropológicas e historiográficas. México: ITESO/UNAM.
- Luque, L. E., Osre, V. R., Aramburu, E., Aguirre, C. C., Fernández, M., & Gómez, R. A. (2020). Uso problemático de redes sociales virtuales y miedo a quedar afuera (FoMO). *Anuario de Investigaciones de la Facultad de Psicología*, 4(4), 63-77.
- Maffesoli, M. (2014). *Homo Eroticus: Comunhões emocionais*. Grupo Editorial Nacional. Rio de Janeiro: Forense.

- Maldonado, I., & Reich, M. (2013). Estrategias de afrontamiento y miedo a hablar en público en estudiantes universitarios a nivel de grado. *Ciencia Psicológicas*, VII (2), 165-182.
- Marín-Cortés, A., Franco-Bustamante, S., Betancur-Hoyos, E., & Vélez-Zapata, V. (2020). Miedo y tristeza en adolescentes espectadores de cyberbullying. Vulneración de la salud mental en la era digital. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (61), 66-82.
- Martín-Baró, I. (1984). Guerra y salud mental. *Revista de Psicología de El Salvador*, IX(35), 71-88. San Salvador: UCA.
- Martín-Baró, I. (1988). La violencia política y la guerra como causas del trauma psicosocial en El Salvador. *Revista de Psicología de El Salvador*, VII(28), 123-141.
- Martins, I., Monsalve, J. P. P., & Martinez, A. V. (2018). Self-confidence and fear of failure among university students and their relationship with entrepreneurial orientation: Evidence from Colombia. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 31(3), 471-485.
- Mauss, M. (1999). A Expressão Obrigatória dos Sentimentos. In: *Ensaio de Sociologia*. 2ª. ed. São Paulo: Perspectiva.
- Miller, W. (1997) *The anatomy of disgust*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Mingo, A. (2020). “Juntas nos quitamos el miedo”. Estudiantes feministas contra la violencia sexista. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, II (31), 3-23.
- Mondragón-Sánchez, E. J., Landeros- Olvera, E., & Pérez-Noriega, E. (2020). Validación de la Escala de Miedo a la Muerte de

- Collett-Lester en estudiantes universitarios de enfermería de México. *MedUNAB*, 23(1), 11-22.
- Nava, M., & García, G. A. (2021). Socialización de información y miedo al crimen en universitarios: Consecuencias en la economía nocturna en el Paseo del Ángel, Culiacán, Sinaloa. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, 42(166), 119-147.
- Nussbaum, M. (2006). *El ocultamiento de lo humano: Repugnancia, vergüenza y ley*. (Vol.77). Katz Editores.
- Ornelas, M., Gastélum, G., Lopez-Walle, J., & Rodríguez-Villalobos, J. M. (2016). Composición factorial de la escala de ansiedad ante el envejecimiento de lasher y faulkender en estudiantes universitarios mexicanos. *Formación universitaria*, 9(2), 73-80.
- Orozco-Ramírez, L. A., Ybarra-Sagarduy, J. L., Romero-Reyes, D., & Esparza-del-Villar, O. A. (2020). Direct and indirect victimization and post-traumatic stress symptoms in university students in Northeastern Mexico. *Acta Colombiana de Psicología*, 23(1), 311-319.
- Pérez, J. M., & Valverde, N. E. (2022). Escala de miedo a la muerte de Collett-Lester (CL-FODS): evidencias psicométricas y datos normativos en jóvenes universitarios de la ciudad de Lima, 2022.
- Pérez, V. R., Olan, J. R. A., Rodríguez, A. R., & Morales, R. F. (2017). Miedo, ansiedad y afrontamiento. Estudiantes universitarios mexicanos. *Revista iberoamericana de psicología*, 10(1), 83-92.
- PROLEDI. (2023). *Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación*. Universidad de Costa Rica.

- Puente, H., Fernández, M., Sequeiros, C., & López, M. (2015). Los estudios sobre jóvenes y TICs en España. *Revista de estudios de juventud*, 110, 155-172.
- Quintero, S., & Simkin, H. (2020). Adaptación y Validación al español de la Escala de Miedo a la Muerte de Collett–Lester “FODS”. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 24(1), 84-93.
- Ramírez, A. M. (2022). *Adicción a las redes sociales y su relación con la adaptación interpersonal en los adolescentes* [Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Psicóloga clínica]. Universidad Católica del Ecuador.
- Ramos-Vera, C., García Ampudia, L., & Serpa Barrientos, A. (2021). Rol mediador del estrés en la relación del miedo al COVID-19 y el insomnio en universitarios de ciencias de la salud. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 40(7), 691-699.
- Ramos, R., & Pac, D. (2019). La juventud como early adopter del cambio tecnológico: un análisis de los jóvenes aragoneses (España). *Sociologia, Problemas e Práticas*, (91), 23-37.
- Reguillo, R. (2000). Los laberintos del miedo. Un recorrido para fin de siglo. *Revista de Estudios Sociales*, (05), 63-72.
- Reguillo, R. (2001). Imaginarios globales, miedos locales. La construcción social del miedo en la ciudad. *Estudios: revista de investigaciones literarias*, (17), 47-64.
- Reguillo, R. (2006). Los miedos: sus laberintos, sus monstruos, sus conjuros. Una lectura socioantropológica. *Etnografías Contemporáneas*, 2(2), 45-75.
- Riaño-Vargas, A., Rocha-Salamanca, P. (2020). La estadística en los medios de comunicación como detonante del miedo en

estudiantes Universitarias Colombianas. *Revista Científica*, 37(1), 6-17.

- Rodríguez, J. A., & Reyes, M. Q. (2016). Miedo al delito y medios de comunicación tradicionales: Un estudio exploratorio con universitarios venezolanos. *Espacio abierto: cuaderno venezolano de sociología*, 25(2), 145-166.
- Rojas-Jara, C; Henríquez, F; Sanhueza, F; Núñez, P, Inostroza, E; Solís, A; Contreras, D (2018). Adicción a Internet y uso de redes sociales en adolescentes: una revisión. *Revisiones*, 43(4). p. 39-54.
- Rotker, S. (2000). *Ciudadanía del miedo* (p. 7). Caracas: Nueva Sociedad.
- Salgado, J. (2016). *Entre solitarios e solidários: o empreendedor nos discursos da Folha de São Paulo (1972-2011)*. [Tesis de Doctorado, Universidad Federal de Rio de Janeiro].
- Scribano, A. (2013). *Teoría Social, Cuerpos y Emociones*. Editora: Estudios Sociológicos.
- Simmel, G. (1979). A metrópole e a vida mental. In: Velho, Otávio (Org). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Suárez, A. A. G., Núñez, R. P., & Castro, W. R. A. (2021). Percepciones de seguridad ciudadana en jóvenes escolarizados en una ciudad fronteriza. *Revista Boletín Redipe*, 10(13), 880-893.
- Suárez, C. (2017). Gordofobia: Un tránsito entre la enfermedad y la cosificación del cuerpo femenino. *Trabajo de Grado. Universidad La Laguna*.
- Torres-Pérez, Y., Peña-Leyva, E., & Almarales-Ramos, O. (2021) ¿Cuáles son los principales miedos de los estudiantes uni-

versitarios y cómo atenderlos en tiempos de Covid?. *Opuntia Brava*, 13(4), 167-180.

Villa-Martínez, M.I. (2002) *El miedo: Reflexiones sobre su dimensión social y cultural*. Corporación Región, Medellín, Colombia.

Varchetta, M., Frascchetti, A., Mari, E., & Giannini, A. M. (2020). Adicción a redes sociales, Miedo a perderse experiencias (FOMO) y Vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 14(1)

Vaz, P. (2010). A vida feliz das vítimas. In: Freire Filho, J. (2010). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo de felicidade*. Rio de Janeiro: FGV.



## **Parte 2** | **Sociedad, medios y conflicto**



# ¿LA VERDAD LLEGARÁ A SABERSE? DISCURSOS CONTRAHEGEMÓNICOS SOBRE LA SALUD EN GRUPOS DE TELEGRAM DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19 EN COSTA RICA

Larissa Tristán Jiménez  
Stiven Herrera

## **Introducción**

Aunque los fenómenos desinformativos como las noticias falsas no son nuevos y pueden rastrearse incluso hasta el Imperio Romano (Marqués, 2019), su creciente presencia en el debate público contemporáneo plantea interrogantes que van más allá de la mera circulación de información falsa (Han, 2022). Comprender su relevancia actual exige situarlos en un marco de transformaciones sociales más amplias, relacionadas con cambios en las formas de producir, comunicar y legitimar la verdad, así como con la emergencia de nuevos fenómenos discursivos, entre ellos la posverdad.

Así, las manifestaciones contemporáneas de la desinformación y sus diferentes expresiones como las *fake news*, los “hechos alternativos” o las teorías de conspiración podrían ser sintomáticas de una crisis de los regímenes de verdad (Foucault, 2009), es decir, de las

estructuras de poder y mecanismos de significación con los que se produce “lo verdadero”.

Un antecedente para comprender este proceso puede ser lo que Lefort (2004) llama la “disolución de los marcadores de certeza”. Según el autor, con el advenimiento de la democracia y la caída del Antiguo Régimen, los criterios de inteligibilidad social, atados otrora al soberano, quedaron disueltos, de manera que, para la modernidad, las relaciones entre las instancias del saber, el poder y la ley están des-fijadas y no encuentran nunca un fundamento último ni único.

En este escenario, la democracia ha tenido dificultades profundas para responder a este “lugar de vacío” impuesto por la modernidad (Álvarez, 2011). Más aún, esta indeterminación del lugar del poder se ha visto radicalizada por grandes transformaciones socioculturales en las últimas décadas, tales como, la globalización, el incremento de la desigualdad (producto de la profundización del neoliberalismo) y los cambios sociales asociados al desarrollo tecnológico.

Todo ello ha contribuido a reforzar lo que Lazar y Diamanti (2019) denominan “sociedad de la desconfianza”, para referirse a un ambiente generalizado de incredulidad y escepticismo en las comunidades políticas. A esto, se le debe sumar la aparición de la *antipolítica* como paroxismo de esta desconfianza y como ruptura definitiva del lazo social (Hernández, 2023).

Este contexto, caracterizado por la incertidumbre, la desconfianza y la indeterminación, constituyó el terreno político y social sobre el que se desplegó la pandemia y, con ella, el aumento de la desinformación y la proliferación de discursos alternativos en torno a la salud. La pandemia de COVID-19, además de su impacto sanitario, implicó un profundo desajuste de los marcos de comprensión y de las certezas

de un mundo que ya se encontraba en una situación de inestabilidad y cambio permanente (Flores y Morán, 2020). En este escenario, la circulación de desinformación y de discursos alternativos vinculados a la pandemia desafiaron a las autoridades hegemónicas del campo de la salud, evidenciando una dimensión más de la crisis de los regímenes de verdad. Como señala Waisbord (2018), se trató de “un nuevo capítulo en la vieja lucha por la definición de la verdad” (p. 1).

A partir de esta controversia sobre las formas en que se disputan las representaciones de verdad dominantes sobre salud, este capítulo explora los discursos contrahegemónicos que circularon en aplicaciones de mensajería instantánea, en concreto Telegram, durante los dos primeros años de la pandemia por COVID-19 en Costa Rica (2020-2021). Para ello, se aplicó una secuencia metodológica que integró el análisis de contenido, el estudio de la realización textual y de la multimodalidad de los discursos que desafiaron el discurso oficial sobre la pandemia. Los hallazgos indican que las estrategias argumentativas se fundamentaron en narrativas conspirativas en las que se ofrece una interpretación aparentemente verdadera sobre acontecimientos sociales supuestos como falsos. Estos discursos contrahegemónicos sobre la salud combinan distintos modos semióticos (imagen, textos, audios y videos) orientados a crear un antagonismo discursivo entre “aliados” y “adversarios”, que sirve también de base para construcciones identitarias a lo interno de estas comunidades digitales. En un sentido más amplio, los discursos conspirativos reflejarían la imposibilidad actual de articular una construcción colectiva de la verdad y de pensar el futuro más allá de la amenaza.

### **(Contra) hegemonía y crítica a las autoridades epistémicas**

Como se ha afirmado, más que de dinámicas comunicacionales y discursivas aisladas, la desinformación se refiere a una desestabilización histórica de los regímenes de verdad. Dicho de otro modo, las coordenadas tradicionales de producción y prescripción de la verdad, que ordenan la realidad en torno a marcos de (relativa) certeza, están puestos en cuestión y en continua pugna en las sociedades actuales (Corner, 2017).

En este sentido, la noción de hegemonía está relacionada con ese “ordenamiento” de la realidad que apuntala los hechos en esquemas interpretativos comunes. La hegemonía (contraria a la dominación) requiere de consenso, es decir, de producir condiciones de legitimidad en el cuerpo social. Hasta aquí se desprenden dos cuestiones: por un lado, que las explicaciones hegemónicas del mundo son producto de los dispositivos de poder y, por lo tanto, son susceptibles a conflicto y transformaciones, y, por otro lado, que estas ocurren en un marco relacional, es decir, por un juego de oposición entre lo hegemónico y lo contrahegemónico.

Es por esta naturaleza relacional que los discursos contrahegemónicos son tales, es decir, en tanto que ocupan una posición antinómica con los discursos hegemónicos; en este caso, el discurso emitido por el Ministerio de Salud de Costa Rica. Así, es a partir de esta configuración entre contigüidades y contrastes, en dependencia con lo considerado verdadero, que los discursos sobre la pandemia por COVID-19 pueden ser calificados como hegemónicos o contrahegemónicos.

Las teorías de conspiración asociadas a la salud se clasifican como discursos contrahegemónicos por estar fuera de las delimitaciones de

la ciencia predominante. A este respecto, Harambam (2020) recuerda que no existe una constitución inherente a las prácticas y discursos científicos que determinen sus contornos, sino que, los límites del campo científico son el resultado provisional de dinámicas repetidas e interminables de inclusión y exclusión de personas, conocimientos y prácticas; es decir, el intento de separar la ciencia de otros ámbitos de la vida (p. 180). Por lo tanto, la tensión epistemológica entre las teorías de conspiración y las narrativas hegemónicas de la ciencia se debe fundamentalmente a una disputa por el establecimiento de las fronteras discursivas entre lo científico y lo no-científico.

Para Harambam (2020), esta pugna tiene como traducción cultural la crítica hacia las “autoridades epistémicas” (medios de comunicación, gobierno y ciencia), esto es, que la certeza que se le atribuye a instancias de saber especializado, por ejemplo, a las instituciones asociadas al poder biomédico, pierden su estatus de irrefutables. Por el contrario, las explicaciones provenientes de estos centros de autoridad científica pueden ser contestadas y hasta sustituidas por narrativas alternativas. De manera que las teorías de conspiración pueden conformar comunidades de pensamiento contraepistémico orientadas a desafiar la validez del discurso experto y proponer así una contraverdad (Waisbord, 2018) .

Este cuestionamiento contemporáneo sobre conocimientos antes innegables (la forma esférica del planeta, por ejemplo) no se explica sólo por los análisis culturalistas que hacen posmodernos sobre la base de una supuesta relatividad generalizada (Lyotard, 2006), ni la verdad como condición líquida, sin sustancia e inaprensible (Bauman, 2009). Más bien, el desafío hacia las “autoridades epistémicas” se enmarca en múltiples procesos de cambio cultural (mediatización, secularización,

globalización, entre otros) en los que modernidad y posmodernidad se intersecan y se codeterminan (Harambam, 2020).

Ahora bien, el estatuto contrahegemónico de las teorías de conspiración no las convierte en equivalentes con otros discursos contrahegemónicos articulados en clave emancipatoria. Esta diferencia radical se sustenta sobre la base democrática, liberadora e igualitaria que sirve de matriz o no a los discursos desafiantes de la hegemonía. En este sentido, algunas investigaciones asocian las teorías de conspiración con un problema de salud pública (Barraza et al., 2012; Fernández-Niño y Baquero, 2019), mientras que otras señalan el peligro que representan para la cultura democrática (Berlet, 2009; Van Prooijen y Van Lange, 2014). Sobre este último aspecto, las teorías de la conspiración pueden erosionar la “amistad cívica” (Valenzuela, 2017) y promover la desconfianza en las instituciones, incentivando comportamientos contrarios a la convivencia democrática (DiMaggio, 2022; Douglas et al., 2019; Uscinski et al., 2017).

### **Teorías de conspiración, subjetividad y ecosistemas mediáticos**

Las teorías de conspiración son un concepto complejo, cuyo campo semántico ha tenido varios desplazamientos históricos, no obstante, en el uso actual de las ciencias sociales refiere fundamentalmente a la creencia de que grandes acontecimientos sociales pueden explicarse a través de un “pequeño grupo de individuos poderosos que trabajan en secreto en beneficio propio y contra el bien común” (Uscinski, 2020, p. 22).

Puesto así, las teorías de conspiración se presentan como un “decir verdadero” frente a explicaciones de la realidad que se asumen como

engañosas y manipuladas. Así, mediante la conexión de múltiples hechos de la realidad social, cuestionan los regímenes de verdad promovidos por las instituciones epistémicas y se proveen otros discursos sustitutivos sobre acontecimientos contemporáneos. En ese sentido, todas las teorías de la conspiración comparten tres principios narrativos: “nada sucede por accidente”, “nada es lo que parece” y “todo está conectado” (Barkun, 2003).

Desde esta perspectiva, las teorías de conspiración conforman una racionalidad política basada en la desconfianza hacia las “autoridades epistémicas” (Bratich, 2008). A este respecto, Harambam (2020) afirma que “conspiracy culture exemplifies the difficulty of living in an age of epistemic instability, a historical context where the truth can no longer be fully guaranteed by one epistemic authority, institution, or tradition, while its consequential relativism and ambivalence cannot fully be embraced either” [La cultura de la conspiración ejemplifica la dificultad de vivir en una era de inestabilidad epistémica, un contexto histórico en el que la verdad ya no puede ser plenamente garantizada por una autoridad epistémica, institución o tradición, mientras que su relativismo y ambivalencia consecuentes tampoco pueden ser plenamente abrazados] (p.221).

Así, más allá de las teorías académicas que sitúan a la teorías de conspiración como una patología mezclada con mala ciencia (Hofstadter, 1965) y hasta un ejemplo de la “falsa conciencia”, según la clásica concepción marxista (DiMaggio, 2022), se puede afirmar que las teorías de conspiración funcionan como un mecanismo de significación social que, por un lado, le permite a los sujetos estructurar la realidad en un mundo cargado de desinformación (Bennett y Livingston, 2018) o de exceso de esta (Eysenbach, 2020) y, por otro lado, servir

de mecanismo de enunciación subjetiva, brindándole a los sujetos un lugar epistémico-subjetivo con el cual relacionarse ante el mundo (Douglas et al., 2019).

Sobre el primer punto, es importante recordar que la información no se integra automáticamente a modo de conocimiento en la cognición, si no que ocupa de la organización para conformar estructuras sistémicas de interpretación (Zins, 2007). Dicho así, los datos y la información se transforman en conocimiento una vez son configurados en relatos. Según Fonseca (2017), estos relatos son “ficciones” que sirven para apropiar la información en la vida cotidiana: “en vez de experiencias, la información solo parece darnos algo con lo que jugar, copiar, diseminar y alterar. Es decir, la información — inicialmente muda — siempre pide de ficciones que nos ayuden a incluirla en nuestras vidas” (p. 193). La pregunta sobre por qué en el actual momento epocal estas “ficciones” o relatos tienen una importante deriva conspirativa es la interrogante que merece total atención por parte de las ciencias sociales.

En cuanto al segundo punto, las teorías de conspiración ofrecen un espacio privilegiado a las personas que se adscriben a ellas. En estas, el lugar del sujeto es significativamente importante; a menudo, las personas inscritas en las teorías conspirativas se afirman portadoras de una verdad que la mayoría ignora (Uscinski, 2020). Esto puede contribuir a la creencia de un “sujeto inflado”, autoatribuido como singular y especial frente a la multitud homogeneizada e ignorante (Imhoff y Lamberty, 2017).

Por otro lado, ante la pregunta por el vínculo entre las teorías de conspiración y el comportamiento político, algunos autores han afirmado cierta “afinidad electiva” entre teorías de conspiración y auto-

ritarismo (Giry y Gürpınar, 2020), extrema derecha (Wodak, 2015), populismo (Butter y Knight, 2020), entre otros. En concordancia con Sadin (2020), esta reciprocidad entre la cultura de la conspiración y las expresiones antigulitaristas y antidemocráticas de la política, se puede rastrear en la destrucción de las narrativas comunes por parte del tecno-liberalismo, o es lo mismo, la “ruptura de los pactos de confianza”.

Con este último término, Sadin (2020) refiere a la dificultad actual para aceptar axiomas comunes que habiliten un relato compartido sobre la comunidad política, de tal manera que, de la ruptura de las referencias simbólicas compartidas y los lazos de confianza, emana un *ethos* contemporáneo basado en las “subjetividades revanchistas” y de “sospecha aguda respecto de toda palabra que se perciba como derivada de la doxa mayoritaria o dominante” (p. 198).

Así, las teorías de conspiración pueden dar cabida a estas “subjetividades revanchistas”, es decir, subjetividades con una imperiosa voluntad de resarcimiento que buscan restituir su propio relato a toda costa y validarlo como “verdadero” en oposición al discurso “oficial” (Sadin, 2020).

### **Las teorías de la conspiración como un tipo de saber o de conocimiento**

De acuerdo con Boulier et al. (2022) la categoría de “teorías de la conspiración” es problemática en términos heurísticos por dos razones: (1) suele ser reduccionista al agrupar una diversidad de fenómenos que varían enormemente entre sí y (2) porque, al emplearla, se incurre en una clasificación normativa.

Para solventar estas problemáticas, los autores proponen dos soluciones: (1) en primer lugar sugieren entender las teorías de la conspiración como “desviaciones informativas” y, (2) en segundo lugar, designarlas como un tipo de “conocimiento incierto”, es decir, un “conjunto heterogéneo de representaciones del mundo usualmente descalificadas bajo el término de ‘teorías de la conspiración’” y que desafían el conocimiento legitimado (Boullier et. al, 2022, p. 10).




En el marco del capítulo estos discursos se entienden como prácticas sociales que se desvían de los discursos hegemónicos y legitimados sobre la salud. Como tales, se asume que vehiculizan o transmiten un tipo de saber que, a su vez, articula una noción de lo que se constituye como verdadero.

## **Metodología**

### *Recolección de los datos*

Los datos fueron recolectados de tres grupos públicos de Telegram, a saber: Patriotas Costa Rica, Patricio Villeda y Médicos por la Verdad Costa Rica. Solo se analizaron aquellos mensajes que se publicaron desde el grupo o que provenían de otras fuentes impersonales (por ejemplo, algún medio digital, conferencia de YouTube, etc.); mientras que se excluyeron los mensajes de usuarios identificados. Esto se hizo para evitar consignar cualquier dato de índole personal que pudiera atentar contra la privacidad de quienes integraban los grupos en el momento del análisis. En la tabla 5.1 se describen las características de cada grupo.

**Tabla 5.1** Grupos públicos de Telegram

Nombre del grupo	Imagen	Bio <sup>12</sup>	Suscriptores
Patricio Villeda		<p><i>por acá no nos banean...</i></p>	<p>5552</p>
Médicos por la Verdad Costa Rica		<p>NA</p>	<p>988</p>
Patriotas Costa Rica		<p><i>Si tienes los ojos abiertos, y estás consciente de tu alrededor, éste canal es para ti. Para quienes sabemos que hay quienes han manipulado el mundo, pero tenemos la certeza de que después de la tormenta llega la calma y todo tiene que cambiar....</i></p>	<p>867</p>

Fuente: Elaboración propia

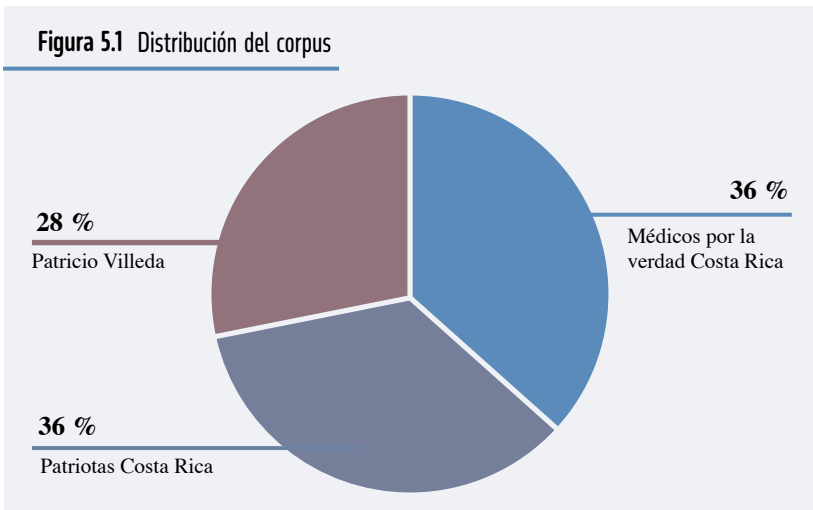
En este artículo, se parte de la premisa de que los grupos de Telegram, o cualquier otra aplicación de mensajería instantánea, funcionan como comunidades en línea (*online communities*); es decir, espacios virtuales en los que personas, que no siempre se conocen entre sí pero

12 Esta es la descripción que se incluye en la información del grupo en Telegram

que suelen compartir afinidades ideológicas, se unen para intercambiar información sobre temas específicos (Lea et al., 2006; Preece, 2001).

En el contexto concreto, pero no exclusivo, de la pandemia y de la plataforma Telegram las comunidades digitales también funcionan como canales para que las personas expresen su descontento (Schelette et. al, 2022). Como se verá más adelante, ese malestar surgió como respuesta al manejo —tanto político como sanitario— de la pandemia por parte de las autoridades políticas y epistémicas.

El periodo de recolección abarcó los dos primeros años de la pandemia por COVID-19 en Costa Rica, es decir, de marzo de 2021 a agosto de 2022. Este proceso permitió recopilar un corpus compuesto por 307 unidades de análisis. La figura 5.1 representa la distribución del corpus por cada grupo de Telegram estudiado.



Fuente: Elaboración propia

Las unidades de análisis fueron registradas en un archivo de Excel que contiene las siguientes columnas: fecha, formato, imagen, tema, actor social individual, actor social colectivo y *copy*.

### *Secuencia analítica*

Cada una de las unidades de análisis constituye un texto porque en su producción intervienen una serie de elementos simbólicos regidos por reglas y convenciones lingüísticas (Bremmen, 2013). Como esa composición involucró distintos modos semióticos (imagen, textos o audios), la secuencia analítica se desarrolló en tres etapas: (1) análisis de contenido, (2) análisis de la realización textual y (3) estudio de la multimodalidad.

El análisis de contenido permite identificar los temas que estructuran el discurso, o sea, identificar *qué* se dice; mientras que el estudio de la realización textual permite determinar *cómo* se dice aquello que se enuncia. Para determinar cómo se manifiestan los temas en los textos estudiados, se aplicaron las siguientes categorías analíticas: estrategias discursivas, estructuras de la transitividad y marcas de modalidad.

Las estrategias discursivas son todas aquellas prácticas lingüísticas, relativamente intencionales, que la voz hablante aplica para alcanzar un objetivo social, político o psicológico (Wodak y Meyer, 2001). El análisis de las estrategias discursivas permite identificar cómo se expresan los contenidos de un discurso, para ello se relacionan las estructuras semánticas (los temas) con las estructuras sintácticas que se expresan en la materialidad de los textos, es decir, en las oraciones.

Para este artículo, se estudiaron dos estrategias discursivas específicas: las estrategias de transitividad, es decir, las acciones que des-

empeñan los actores sociales y las estrategias referenciales empleadas para describir a los objetos, entidades o personas que aparecen en un discurso (Fowler, 1991).

Por su parte, la modalidad es la expresión lingüística de la actitud del hablante en lo que enuncia (Pérez, 2002). La premisa es que la forma en la que el emisor construye su discurso, concretamente las palabras y fórmulas sintácticas que elige para la enunciación, son un reflejo de su subjetividad (Calsamiglia y Tusón, 1999; Richardson, 2007). Desde el punto de vista teórico, esas elecciones son entendidas como “marcas modales” que pueden ser expresadas a partir de tres formas generales: *modalidad epistémica*, *modalidad axiológica* y *modalidad deóntica*. Cuando predomina la modalidad epistémica, el discurso se construye desde una postura de saber y certeza sobre el origen del evento narrado. Cuando destaca la modalidad axiológica el emisor recomienda cómo debe actuarse ante dicho evento; mientras que desde la deóntica esas recomendaciones adquieren un rango de obligatoriedad (Bybee y Fleischman, 1995).

La última etapa de la secuencia analítica consistió en un análisis multimodal que permitió identificar si el uso de determinados artefactos multimodales dotaba al mensaje de verosimilitud. Para tal efecto, fueron aplicadas las siete dimensiones que propone Vergara (2021) para el análisis de textos multimodales potencialmente desinformativos (pp. 204-205). Esas dimensiones son las siguientes:

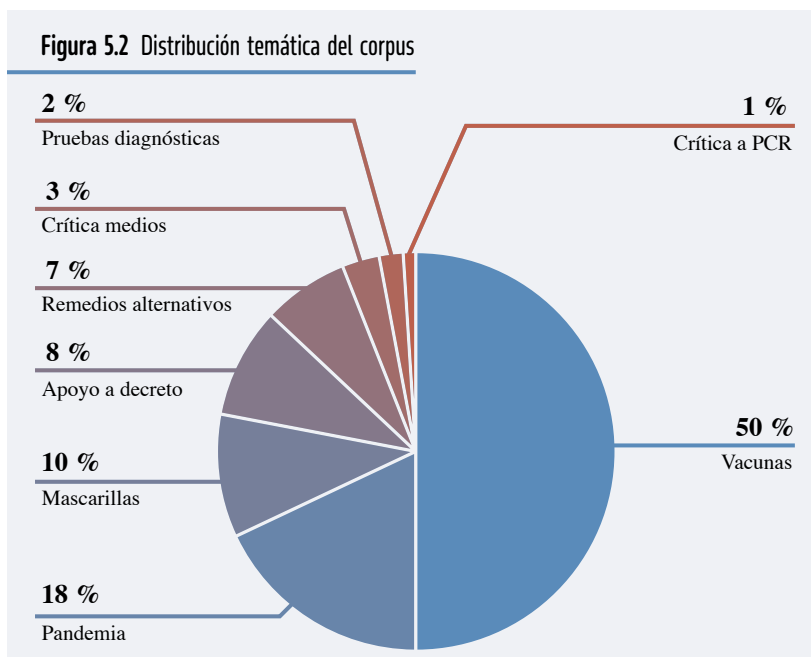
1. *Descriptiva* (presencia o ausencia de imágenes).
2. *Tipo de artefacto visual* que se corresponde con la imagen (fotografía, ilustración, imagen intervenida, gráficos, etc.).
3. La intertextualidad y originalidad de la fotografía (imagen extraída o no extraída de otros textos).

4. Manipulación de la imagen.
5. Identificación del contenido principal del texto en función de tres elementos: *actor o actores* que aparecen en el mensaje, el *acontecimiento* principal sobre el que se construye el sentido del texto y la *asociación*, que es cuando en la fotografía aparece un elemento (persona u objeto) que puede ser vinculado con el contenido textual.
6. *Tópico*, es decir, cuando en la fotografía aparece un actor o actores que guardan relación con el tema principal del texto.
7. *Fuente*, que es cuando en la imagen aparece un actor social que se corresponde con una persona informante en el texto.

## Resultados

### *Temas, realización discursiva y marcas de modalidad*

Los resultados del análisis de contenido indican que, para efectos del corpus estudiado, el discurso se articula a partir de tres macrotemas recurrentes: “vacunación” (50 %), pandemia (18 %) y “mascarillas” (10 %). Estos temas se complementan con otros que también aparecen referenciados en el discurso, aunque con menor frecuencia. En la figura 5.2, se detalla la distribución temática del corpus.



Fuente: Elaboración propia

Los macrotemas están presentes en los tres grupos estudiados, pero desde diferentes encuadres. Por ejemplo, en Patriotas por Costa Rica y Patricio Villeda (PV), el tema de la pandemia se articula desde un encuadre de cuestionamiento de la pandemia, tanto en su origen como en su veracidad. Además, se argumenta que es una invención de las “élites globales” y del Gobierno de Carlos Alvarado Quesada para aplicar medidas de control sobre la población. Por su parte, en el grupo Médicos por la Verdad Costa Rica no se cuestiona el origen ni la veracidad del SARS-CoV-2, pero sí su virulencia (se aduce que no es

más peligroso que una gripe común) y se cuestionan los tratamientos que el *establishment* médico recomienda para paliarlo.

Lo mismo ocurre con el tema de “mascarillas” y “vacunación”. Mientras que en los grupos Patriotas por Costa Rica y Patricio Villeda se cuestiona que ambas medidas sean obligatorias, en Médicos por la Verdad Costa Rica se alerta sobre los efectos nocivos y la peligrosidad de las mascarillas y de las vacunas para la salud. Para el caso específico de las vacunas, se argumenta que su desarrollo se encuentra todavía en una fase experimental que no garantiza su seguridad y que además contienen elementos tóxicos, como, por ejemplo, aluminio neurotóxico. De ahí que sean descritas como “el inóculo experimental”.

En el caso del tema de las mascarillas, a nivel textual se enfatizan dos argumentos: (1) que no son efectivas para detener el contagio y (2) que son peligrosas para la salud, especialmente si son usadas por personas en edad infantil. Al respecto se afirma que el uso obligatorio de las mascarillas es una estrategia de control político, no una medida sanitaria efectiva. Por esa razón, en el discurso de estos grupos las mascarillas son referenciadas mediante metáforas eufemísticas como “bozal político impuesto”. Para respaldar este criterio, se incluye en el discurso a una fuente médica, el “Dr. Stefan Hockertz”, quien es descrito como “inmunólogo y toxicólogo alemán que lleva 30 años investigando vacunas” (Médicos por la Verdad Costa Rica, 03 de octubre de 2020).

Por otra parte, el estudio de la transitividad permitió identificar dos grandes categorías de actores sociales representados en el discurso: *actores sociales aliados* y *actores sociales antagonistas*. Cada categoría se dividió en dos: actores sociales colectivos y actores individuales. Al complementar el estudio de la transitividad con el de las estrategias

discursivas, sobre todo las de índole referencial, se pudo determinar cómo fueron designados y descritos los actores en el texto. La tabla 5.2 presenta un resumen de los actores sociales antagonistas.

**Tabla 5.2** Cuadro de los Actores Sociales Antagonistas

Colectivos		
Actor	Acciones que se les atribuyen	Estrategias referenciales empleadas para describirlos
Gobierno de Carlos Alvarado Quesada	Controlar Obligar Atemorizar Violar libertades individuales	“Dictadura sanitaria del PAC” “PAC - demia” “PLAN - demia”
Autoridades de la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS)	Manipular e inflar datos sobre contagios, fallecimientos y hospitalizaciones	“Médicos corruptos” “Médicos oficialistas”
Comisión Nacional de Vacunación y Epidemiología (CNVE)	Violar derechos al impulsar vacunación obligatoria	“Terroristas humanos”
Universidad de Costa Rica (UCR)	Imponer la obligatoriedad del uso de las mascarillas y de la vacunación a personal administrativo, docente y estudiantes	
Medios de comunicación	Manipular a la población Ejercer el “periodismo falaz”	Medios corruptos Prensa canalla
Facebook	Censurar contenidos	“no es tan neutral como ellos quieren hacerse pasar”
Ciudadanía en general	Acatar las medidas sanitarias	“borregos”, “tele creyentes”, “estar en un coma inducido”, “focas del PAC”
Actores individuales		
Actores	Acciones que se les atribuyen	Estrategias referenciales
Dr. Daniel Salas, Ministro de Salud durante el gobierno de Carlos Alvarado Quesada	Lucrar con la pandemia Engañar a la población	“Zepolito”
Tedros Adhanom, director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS)	Planear la pandemia	“terrorista africano”

Fuente: Elaboración propia

Por tanto, a los actores antagonistas colectivos se les acusa de querer infundir miedo en la población para justificar medidas de control. Desde el punto de vista de los grupos estudiados, la pandemia es una invención de las “elites globalistas” que buscan imponer una agenda de dominación supranacional. El gobierno del PAC, en su condición de actor colectivo, sería un aliado local de este plan global. Lo anterior se ve ilustrado en la realización discursiva del tema “pandemia”, la cual suele manifestarse mediante el uso de neologismos como *Plan-demia* o *PAC-demia* y se asocia con un proyecto global que busca el control de la población a través de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. A modo de ejemplo, se incluye el siguiente fragmento en el que se emite una valoración sobre los objetivos de la Agenda 2030 (el destacado es nuestro):

*El Plan. Este material muestra la agenda oficial de la OMS para tener diez años de pandemias en curso, de 2020 a 2030. Así lo revela una viróloga de la OMS, Marion Koopmans. Un racconto de varios eventos que fueron preparando el terreno para llevar a cabo la pandemia del Covid y la implementación de medidas de control y vigilancia sin precedentes. [...] Para tener a mano y compartir, en especial con aquellos que aún continúan rehenes de este gran engaño (Comentario a video de la ONU extraído de Patriotas Costa Rica, publicado el 24 de mayo de 2022 en Patriotas Costa Rica).*

Los actores individuales referidos en el discurso son representados como cómplices de dicho plan. Esta atribución es particularmente vehemente hacia el Dr. Daniel Salas, quien es designado en estos gru-

pos de Telegram con el apodo de “Zepolito”, en alusión a la marca de un ungüento medicinal costarricense. Al Dr. Salas se le atribuye tener tratos con farmacéuticas y lucrar con la comercialización de mascarillas a través de un negocio familiar. Desde la óptica de los grupos estudiados, las autoridades políticas y médicas cuentan con el apoyo de los medios de comunicación tradicionales a los cuales critican y acusan de manipular y mentir. Las acusaciones son dirigidas con mayor intensidad hacia Canal 7 y el periódico *La Nación*. En el discurso, la televisora es referenciada mediante el disfemismo “Anal 7”, mientras que el diario lo es mediante la deformación textual “*La NAZIon*”. Además, a este medio se le acusa de hacer reportajes en contra del grupo Médicos por la Verdad Costa Rica.

De manera opuesta, los actores sociales aliados son todos aquellos colectivos y personas que han impulsado acciones destinadas a frenar las medidas sanitarias dispuestas por el Gobierno durante la pandemia, combatir el uso de mascarillas y la vacunación obligatoria. En la tabla 5.3 se identifican los actores sociales aliados.

**Tabla 5.3** Cuadro de los Actores Sociales Aliados

Colectivos		
Actor	Acciones que se les atribuyen	Estrategias referenciales empleadas para describirlos
Movimiento por la Salud, la Libertad y la Vida	Defensa de libertades individuales	
Justicia para todos	Defensa de libertades individuales	
Mujeres en Lucha Social	Defensa de libertades individuales	
Bicentenario (grupo pro – vacunas, pero contrario a la obligatoriedad)	Luchar contra la obligatoriedad de la vacunación	
CRprensa	Difusión de la verdad	
Médicos	Difusión de la verdad	“Médicos censurados”
Actores individuales		
Actores	Acciones que se les atribuyen	Estrategias referenciales
Marco Albertazzi	Defender la libertad individual	“Verdadero héroe”
Tatiana Campos Esquivel, líder <i>Médicos por la Verdad Costa Rica</i>	Desmentir falsedades Promover terapias alternativas Velar por el bienestar de la ciudadanía	“valiente”
Dra. Jimena Campos	Alertar a la población sobre los peligros de la vacuna	Heroína, pero aparece también como víctima por represión policial

Fuente: Elaboración propia

También, fue posible identificar *estrategias discursivas autorreferenciales*, es decir, las formas discursivas que emplean los miembros de los grupos estudiados para referirse a ellos mismos y a las personas que comparten su forma de pensar y entender la pandemia. Por ejemplo, se autodenomina mediante frases como “masa crítica de ovejas negras”, en oposición a los “borregos”, que creen y obedecen las disposiciones emitidas por el Gobierno y las autoridades de salud.

En el caso específico del gremio médico, en los mensajes que se comparten en el grupo Médicos por la Verdad Costa Rica, se establece una distinción entre “médicos corruptos”/“médicos oficialistas” y los “médicos censurados”, que es como se autodenominan los profesionales en medicina que no se alinean con los criterios emitidos por la CCSS y el MINSA. En los tres grupos, se rechaza la etiqueta de “conspiranoide” o “antivacunas”, pues se argumenta que son formas peyorativas impuestas por los medios de comunicación tradicionales en contubernio con el Gobierno. También, enfatizan que no son “antivacunas” *per se*, sino contrarios a las vacunas específicas contra el COVID-19 por considerar que se desarrollaron con una rapidez inusual.

En el ámbito de los actores aliados, destacan personas con formación en medicina que constituyen fuentes “científicas” y que son constantemente referenciadas en los mensajes con el fin de dotar de legitimidad los enunciados que circulan por estos grupos.

A nivel internacional, se cita de manera recurrente a Andreas Ludwig Kalcker, un ciudadano alemán, que se define como “biofísico”, y que ganó notoriedad por formular y comercializar el dióxido de cloro como remedio contra el virus del COVID-19. También se hace referencia a Heiko Schöning, médico alemán fundador de Médicos por la Verdad, la Dra. Karina Acevedo Whitehouse, oponente a la vacuna



ción, y a Chinda Brandolino, una médico argentina que se hace llamar “La Mujer de la Ola Celeste” por su postura en contra de la interrupción voluntaria del aborto y quien además sostiene que la pandemia por COVID-19 fue una invención de las casas farmacéuticas. A nivel nacional, las fuentes legitimadas al interno de estos grupos fueron Tatiana Campos, directora de Médicos por la Verdad Costa Rica, la doctora Jimena, quien afirmaba que las vacunas eran terapias transgénicas, y varios profesionales en derecho contrarios a la vacunación.

La inclusión de estas fuentes, calificadas como “expertas” al interno de los grupos estudiados, le permite a la voz hablante dotar de legitimidad a su discurso. En ese sentido, el análisis de las marcas de modalidad evidencia un predominio de la modalidad epistémica, especialmente cuando se trata de explicar los efectos adversos de la vacunación. Por ejemplo, se afirma con total certeza que la vacuna de ARN mensajero provoca trastornos menstruales o que produce una “manipulación epigenética” al modular los genes relacionados con la fertilidad, tanto en hombres como en mujeres. Para esto, nuevamente, se incluye el criterio de un especialista, en este caso el Dr. Luis Marcelo Martínez Médico, descrito como “médico genetista con maestría en biología molecular” (Médicos por la Verdad Costa Rica, 10 de abril de 2021).

Desde el punto de vista axiológico, el discurso se refiere directamente a los padres y madres de familia para exhortarles a impedir que sus hijos e hijas sean vacunadas. En su lugar, les sugieren permitir que se contagien de forma natural para contribuir con la inmunidad de rebaño.

Asimismo, se califica a las campañas de vacunación como una forma de genocidio y se aduce que las mismas están “contaminadas

con células de fetos” y otros ingredientes tóxicos, como, por ejemplo, el grafeno o el aluminio neurotóxico. Luego de presentar esta evidencia, se hace un llamado desde la modalidad axiológica para no vacunarse, tal y como puede verse en el siguiente ejemplo (el destacado en nuestro):

Con respecto a la vacuna del Covid-19, que estará por llegar a inicios del otro año ¡NO sean parte de este experimento masivo! Médicos por la Verdad Costa Rica  ¡¡¡COSTA RICA DESPIERTA!!!  (Médicos por la Verdad, Costa Rica, 11 de diciembre de 2020).

Por otro lado, aunque el tema de los “remedios o terapias alternativas” solo alcanza el 7 % de la totalidad del corpus, no deja de ser un pilar de la identidad colectiva que se construye al interno del grupo Médicos por la Verdad Costa Rica. La realización discursiva del tema indica que para esta agrupación era necesario implementar en el país la investigación en terapias alternativas; para ello envían un comunicado al MINSA pidiéndole, mediante una modalidad deóntica y epistémica, que la población aplique remedios naturales o que confíe en la capacidad del sistema inmune para curarse y evitar así la vacunación. En los mensajes que circularon por este grupo durante la pandemia también se promueve, desde una modalidad axiológica, el uso del dióxido de cloro para prevenir y tratar la enfermedad por COVID-19. Para ello, se comparten entrevistas con el creador de este supuesto remedio, Andreas Kalcker, y otros contenidos de un canal de Telegram que impulsa la comercialización y consumo del dióxido de cloro en distintas presentaciones como gel, *spray* o solución oral. Al interno de estos grupos el dióxido de cloro es referenciado como

un “antídoto universal” que tiene la capacidad de “salvar vidas”, tal y como se señala en el siguiente extracto de una entrevista a Kalcker (el destacado es nuestro):

“¿En qué se basa para sostener que el dióxido de cloro puede eliminar el Covid-19? El denominador común es que aporta oxígeno al cuerpo. En el 90% de las enfermedades hay una falta de riego sanguíneo, entonces, si aportamos suficiente oxígeno a nuestro cuerpo, puede curarse a sí mismo, el cuerpo está diseñado para eso. (...) *El dióxido de cloro se convierte en cloruro sódico y en oxígeno, en este proceso produce una carga eléctrica que mata los patógenos, en este caso, los virus.* Esta carga elimina los cápsides o coronas y el virus perece” (Entrevista publicada en el *deber.com* y compartida en el grupo Médicos por la Verdad Costa Rica, 11 de abril de 2021).

### *Análisis de la multimodalidad*

El 18 % (n = 59) de los mensajes que se compartieron en los grupos analizados involucraron más de un modo semiótico, además del texto. El principal recurso fue la fotografía (35 %), seguida del infográfico (25 %) y el meme (23 %). Como se verá a continuación, la inclusión de estos recursos semánticos refuerza la realización discursiva de los temas.

Por ejemplo, la imagen 5.1 ilustra cómo, a través del recurso del infográfico, se condensa la postura que el grupo Médicos por la Verdad Costa Rica tenía sobre el virus, la vacuna y las pruebas PCR. Asimismo, permite expresar gráficamente la modalidad epistémica del

discurso y definir claramente las distancias entre “los médicos censurados” (contrahegemónicos) y los “oficialistas” (hegemónicos).

Imagen 5.1 Publicación sobre COVID-19



Fuente: El Investigador.org, republicado en Médicos por la Verdad Costa Rica (septiembre de 2022).

La imagen 5.1 ejemplifica cómo el grupo considera que sus posturas tienen la condición de “hechos” mientras la institucionalidad médica lo que difunde son “mitos”. Por su parte, el uso de memes permite consolidar un punto de vista al tiempo que ejerce una función persuasiva que les indica a las personas cuál es la postura que más les conviene tomar. Por ejemplo, la imagen 5.2 ilustra una modalidad axiológica que desaconseja la vacunación en humanos.

Imagen 5.2 Publicaciones en grupo de Telegram



Fuente: Médicos por la Verdad Costa Rica (diciembre, 2020) y Patriotas Costa Rica (julio, 2022).

El estudio de la intersemiosis también permitió determinar que el uso de ciertos recursos visuales ayuda a consolidar la representación de

los actores sociales en el discurso. Por ejemplo, la imagen 5.3 refleja la dicotomía y antagonismo entre los “médicos oficialistas” y los “médicos censurados”, así como las medidas que cada grupo defiende.

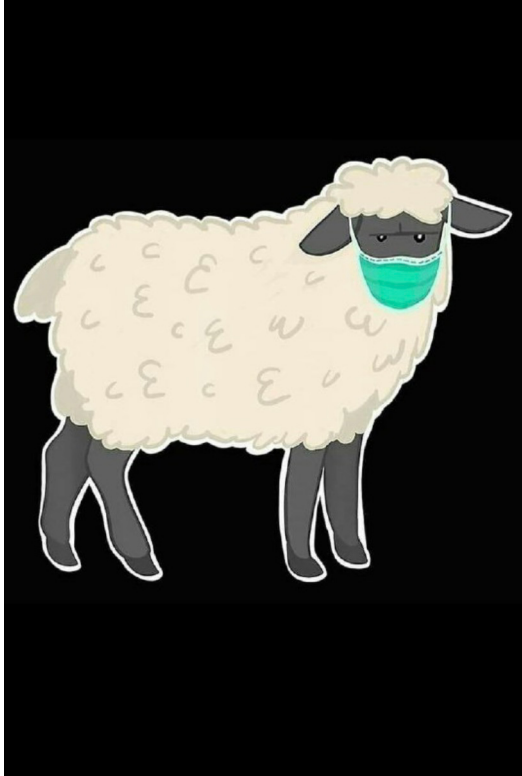
**Imagen 5.3** Publicación sobre medidas para la COVID-19



Fuente: Médicos por la Verdad Costa Rica (mayo, 2021).

Del mismo modo, la imagen 5.4 representa visualmente como son representadas en el discurso las personas que sí acatan las medidas sanitarias impuestas por el Gobierno. Recordemos que a este grupo se le denomina “rebaño” o “borregos”, por lo que no es casualidad que aparezca una oveja precisamente con una mascarilla, una de las medidas sanitarias de acatamiento obligatorio que más malestar despertó entre los grupos estudiados.

**Imagen 5.4** Publicación en Patricio Villeda



Fuente: Patricio Villeda, ( mayo, 2022).

En esa misma línea argumentativa, la imagen 5.5 favorece la realización textual del tema de la crítica hacia los medios nacionales. Recordemos que, según estos grupos, los medios tradicionales costarricenses ejercen un tipo de periodismo que es descrito como “falaz” y al servicio de las élites políticas.

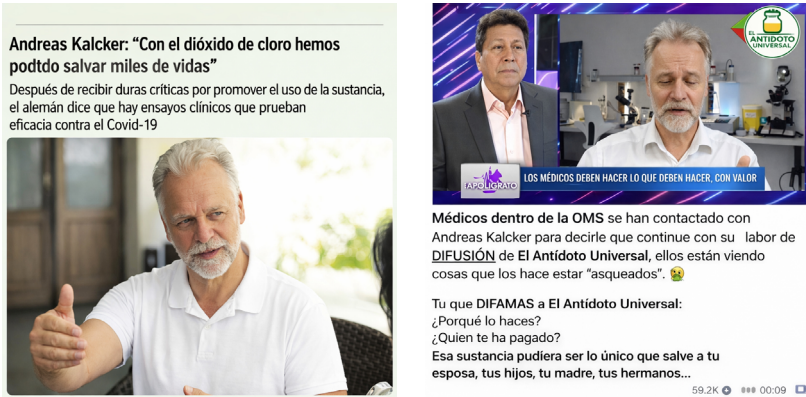
Imagen 5.5 Publicación sobre variante Ómicron



Fuente: Médicos por la Verdad Costa Rica (enero, 2022).

Finalmente, el análisis de la multimodalidad permitió identificar que en el 52 % de los mensajes se incluye una imagen que se corresponde con la fuente, es decir, es la fotografía de la voz experta a la que se alude en el texto. De esta forma, el enunciado adquiere mayor legitimidad. La imagen 5.6 así lo ilustran.

### Imagen 5.6 Publicaciones sobre médicos



Fuente: Médicos por la Verdad Costa Rica (agosto, 2021)

## Discusión

Los resultados sugieren que los discursos que se difunden en los grupos estudiados cumplen con los tres criterios de las “teorías de la conspiración” (Barkun, 2003): “*nada sucede por accidente*” sino que la pandemia fue parte de un plan, “*nada es lo que parece*” en el sentido de que tanto los medios como la clase política manipularon a la población a través de “mitos” y que “*todo está conectado*” porque habría un contubernio entre las autoridades locales y las “elites globales”.

La realización discursiva de estas tendencias se desarrolló con estrategias referenciales y transitivas que dibujaron un mapa de actores antagonistas: *ministro de salud contra líder de médicos por la verdad, médicos censurados contra corruptos, o borregos contra ovejas*

*negras*. Y todo ello desde una marcada modalidad epistémica expresada en el sentido de que para estos grupos lo que dicen las elites son “mitos” mientras que lo que ellos están enunciando son “hechos”.

A pesar de que el corpus analizado indica que los discursos contrahegemónicos asociados a la salud en la pandemia por COVID-19 representan “teorías de la conspiración”, esta interpretación es incompleta si no se toma en cuenta el modo en que estas posturas representan también modos de afirmación identitaria y de expresión del malestar social.

A nivel performativo, los grupos funcionan como comunidades digitales en línea que, entre otras cosas, vehiculizan malestares colectivos. En el caso de los grupos Patriotas Costa Rica y Patricio Villeda, esos malestares tienen que ver con el control y la obligatoriedad, mientras que en el caso de Médicos por la Verdad Costa Rica el malestar está relacionado con la legitimación del discurso médico verdadero y los dispositivos de control que se ejercen sobre la salud y el cuidado del cuerpo.

A nivel identitario, la pertenencia a estos grupos les permite a sus miembros acceder y difundir un tipo de saber que, al no ser compartido por la mayoría, les otorga un carácter de excepcionalidad. Pareciera, entonces, que este tipo de saberes encuentran asidero ahí en donde la “promesa neoliberal” ha quedado en deuda, como afirma Sadin (2020).

En este escenario, se instala una disputa por el control no solo de la narrativa sino también de lo que se considera como verdadero. Lo cual, a su vez, ilustra la llamada “disolución de los marcadores de certeza” (Lefort, 2004). Pareciera, entonces, que la verdad no es una construcción social sino algo que se obtiene a partir de elecciones epistémicas y sobre todo, de las derivas subjetivas de cada quien. En otras

palabras, *las verdades contemporáneas* se articulan más en función de elementos que sean congruentes con la identidad y cada vez menos en torno a lo social.

Como se mencionó al inicio, algunos discursos sobre la salud se clasifican como contrahegemónicos porque sus planteamientos están al margen de la ciencia predominante. En el caso del corpus analizado, se pudo determinar que, pese a su orientación contrahegemónica, los discursos de estos grupos se construyen con descriptores similares a los de la ciencia hegemónica. Por ejemplo, se apela a profesionales del ámbito médico como voces legitimadas o se citan estudios o ensayos clínicos, pero sin evidencia de que hayan sido realizados. A nivel discursivo, esto se complementa con el uso de imágenes y de marcas de modalidad epistémica que buscan, en ambos casos, brindar verosimilitud a lo enunciado.

Los resultados del análisis de la multimodalidad son consistentes con lo señalado por Vergara (2021), quien argumenta que el uso de fotografías permite generar “efectos de captación y de credibilidad” en los contenidos desinformativos “al legitimar tanto la instancia de producción como la de recepción” (p. 220).

## **Conclusiones**

Los discursos que se catalogan como “teorías de la conspiración” son un síntoma de procesos sociales más amplios caracterizados por una crisis en los modelos de representación de la verdad y de la disputa por establecer los límites entre lo científico y lo pseudocientífico.

Si el síntoma es lo visible, es decir, lo que se manifiesta en la dimensión textual de los discursos contrahegemónicos de enfoque

conspirativo, ¿qué es lo que le da forma y origen? En otras palabras, si el síntoma es la sospecha, ¿cuál es su núcleo, de donde emana?

Los resultados sugieren que, para efectos del *corpus* analizado, es un núcleo fragmentado, donde confluyen diversos tipos de motivaciones que catalizan esa desconfianza. En primer término, fue posible identificar una afinidad electiva entre la adscripción a las ideas que circulan a través de estos grupos de Telegram y una postura ideológica que se autodescribe como “liberal” y que también refleja matices autoritarios. Esto es especialmente visible en los grupos de corte político: Patriotas Costa Rica y Patricio Villeda.

En segundo lugar, fue posible detectar una motivación identitaria que se satisface al compartir ideas que disputan las prescripciones del modelo biomédico sobre el cuidado del cuerpo, la salud y, en especial, la autonomía individual para gestionar estas prácticas. En algunos casos analizados, estas ideas se mezclan con intereses económicos porque la apología del dióxido de cloro también funciona como una estrategia de *marketing* que busca incentivar su venta comercial.

Sin embargo, para la mayoría de los médicos que se autodescriben como “médicos censurados”, la defensa de sus posturas en torno al COVID-19, las mascarillas o los efectos nocivos de la vacunación constituyen un *ethos* caracterizado por un cuestionamiento al modelo sanitario hegemónico. Como tal, podría pensarse que no es una postura exclusiva del periodo pandémico, sino una forma de relacionarse con la institucionalidad médica más sostenida en el tiempo y que la pandemia activó con una vehemencia particular. Como resultado de ese *ethos*, “los médicos censurados” construyen una comunidad que defiende un determinado tipo de saber que, aunque se reconoce como periférico, se asume como verdadero.

Y, en tercero, los hallazgos podrían ser explicados como el resultado de la llamada “parálisis del presente” caracterizada por una tendencia al catastrofismo y el “analfabetismo ilustrado”; es decir, sociedades en las que hay un exceso de información, pero pocas posibilidades de pensar el futuro bajo otros términos que no sean los de la amenaza (Garcés, 2017). Los discursos contrahegemónicos de encuadre conspiranoico reflejan a cabalidad el contexto que describe Garcés (2017): a partir del caudal de información (no de conocimiento) disponible en la actualidad construyen explicaciones de los fenómenos sociales desde una visión de inevitable fatalidad. Ya sea la red 5G, la Agenda 2030 o las pandemias que están por venir, cualquier cosa es susceptible de ser entendida como un “plan de las élites” (políticas, epistémicas o económicas) que busca acabar con “la gente”. En este contexto, se dificulta construir un “nosotros” que se pueda traducir en una representación colectiva de la verdad o la construcción de un futuro común.

Asimismo, este capítulo señala cómo el discurso de corte conspiranoico ofrece una modalidad lingüística fructífera para la producción y circulación de desinformación asociada a temas de salud. En este sentido, la pandemia representó un contexto de incertidumbre idóneo para la proliferación de este tipo de narrativas contrahegemónicas. No obstante, más allá de los rasgos de tipo coyunturales, las condiciones estructurales que sostienen este tipo de manifestaciones discursivas se encuentran en las dinámicas de la política contemporánea. Por ello, la pugna por la representación de la verdad parece ser tan vigorosa y alcanzar todas las dimensiones de la vida pública, siendo la salud un terreno fértil para que algunas voces cuestionen a las autoridades epistémicas.

Desde este punto de vista, los discursos contrahegemónicos en salud que se modulan y expresan en términos conspirativos, además de ser reflejo de las complejas configuraciones comunicacionales y culturales actuales, llevan consigo la marca de un malestar político. Los resultados de este estudio describen la afirmación identitaria y la construcción de un “nosotros” imaginado como aspectos sociopolíticos que median entre ese malestar y las teorías de la conspiración. Así, indagar sobre este tipo de mediaciones puede dar luz sobre el vínculo entre discurso contrahegemónico (conspirativo), el enojo y la desafección política. La pregunta por el papel de las emociones es un ejemplo valioso en esta dirección. Estas a menudo son utilizadas políticamente para fabricar “atmósferas afectivas”, que brindan significados emocionales a las experiencias sociales (Illouz, 2023), pero cuya forma de imbricarse con las estrategias discursivas asociadas a las teorías de conspiración aún está por explorar.

## Referencias

Álvarez, L. (2011). *El mito democrático costarricense y su impacto en la constitución de la práctica política en períodos de conflicto social* [Tesis de Maestría, FLACSO México]. <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/2755>

Amnistía Internacional. (2022). *Américas: Desigual y Letal: Cinco claves para recuperarse de la crisis de derechos humanos que desató la pandemia en América Latina y el Caribe*. Amnistía Internacional.

<https://www.amnesty.org/es/documents/amr01/5483/2022/es/>

- Barraza, L., Orenstein, D. G. y Campos-Outcalt, D. (2012). Denialism and its Adverse Effect on Public Health. *Jurimetrics*, 53, 307.
- Bauman, Z. (2009). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Bennett, W. L. y Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Berlet, C. (4 de junio de 2009). Toxic to Democracy. *Political Research Associates*. <https://politicalresearch.org/2009/06/04/toxic-democracy>
- Bratich, J. Z. (2008). *Conspiracy Panics: Political Rationality and Popular Culture*. State University of New York Press.
- Boullier, H., Baptiste Kotras, B. y Siles, I. (2021). Uncertain Knowledge. Studying “Truth” and “Conspiracies” in the Digital Age. *RESET (Online)*, 10. <https://doi.org/10.4000/reset>
- Butter, E. B. y Knight, P. . (2020). Conspiracy Theory and Populism. *Routledge Handbook of Conspiracy Theories*. Routledge.
- Brennen, B. (2013). *Qualitative research methods for media studies*. New York: Routledge.
- Bybee, J. y Fleischman, S. (1995). *Modality in grammar and discourse*. J. Benjamins Publishing Company.
- Corner, J. (2017). Fake news, post-truth and media-political change. *Media, Culture & Society*, 39(7), 1100-1107. <https://doi.org/10.1177/0163443717726743>
- DiMaggio, A. R. (2022). Conspiracy Theories and the Manufacture of Dissent: QAnon, the ‘Big Lie’, Covid-19, and the Rise of

Rightwing Propaganda. *Critical Sociology*, 48(6), 1025-1048.  
<https://doi.org/10.1177/08969205211073669>

Douglas, K. M., Uscinski, J. E., Sutton, R. M., Cichocka, A., Nefes, T., Ang, C. S. Y Deravi, F. (2019). Understanding Conspiracy Theories. *Political Psychology*, 40(S1), 3-35. <https://doi.org/10.1111/pops.12568>

Eysenbach, G. (2020). How to Fight an Infodemic: The Four Pillars of Infodemic Management. *Journal of Medical Internet Research*, 22(6), e21820. <https://doi.org/10.2196/21820>

Fernández-Niño J.A, Baquero H. (2019). El movimiento anti-vacunas y la anti-ciencia como amenaza para la Salud Pública. *Rev Univ Ind Santander Salud*. 51(2): 103-106. doi: <http://dx.doi.org/10.18273/revsal.v51n2-2019002>

Flores Sánchez, M., y Morán Carrillo, J. M. (2020). COVID-19, entre lo cotidiano y el acontecimiento: una interpretación desde la filosofía de Zizek. *Revista Andaluza de Antropología*, 19, 143-150. <https://doi.org/10.12795/RAA.2020.19.09>

Fonseca, C. (2017). *La lucidez del miope: Cuaderno de lecturas*. Editorial Germinal.

Foucault, M. (2009). *Nacimiento de la biopolítica: Curso del Collège de France*. Ediciones Akal, S.A.

Fowler, R. (1991). *Language in the news: discourse and ideology in the press*. Routledge.

Garcés, M. (2017). *Nueva ilustración radical*. Anagrama.

- Giry, J. y Gürpınar, D. (2020). *Functions and Uses of Conspiracy Theories in Authoritarian Regimes*. Routledge Handbooks Online. [https://doi.org/10.4324/9780429452734-3\\_5](https://doi.org/10.4324/9780429452734-3_5)
- Han, B.-C. (2022). *Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia*. Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Harambam, J. (2020). *Contemporary Conspiracy Culture: Truth and Knowledge in an Era of Epistemic Instability*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429327605>
- Hernández, M. (2023). ¿Qué es la antipolítica? *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 32(1), 9-29. <https://doi.org/10.26851/rucp.32.1.1>
- Hofstadter, R. (1965). *The Paranoid Style in American Politics: And Other Essays*. Knopf.
- Illouz, E. (2023). *La vida emocional del populismo: Cómo el miedo, el asco, el resentimiento y el amor socavan la democracia*. Katz editores.
- Imhoff, R. y Lamberty, P. K. (2017). Too special to be duped: Need for uniqueness motivates conspiracy beliefs. *European Journal of Social Psychology*, 47(6), 724-734. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2265>
- Lazar, M., y Diamanti, I. (2019). *Peuplecratie. La métamorphose de nos démocraties*. Editions Gallimard.
- Lefort, C. (2004). *La incertidumbre democrática: Ensayos sobre lo político*. Anthropos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=248962>
- Liotard, J.-F. (2006). *La condición postmoderna: Informe sobre el saber* (edición). Ediciones Cátedra.

- Marqués, N. F. (2019). *Fake news de la antigua Roma: Engaños, propaganda y mentiras de hace 2000 años*. Editorial Espasa.
- Pérez, S. I. (2002). Verbos de actos de habla y modalidad: una mirada desde el análisis del discurso. *Iztapalapa: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (53), 51-66.
- Sadin, E. (2020). *Era del individuo tirano*. Caja Negra.
- Uscinski, J. (2020). *Conspiracy Theories* (Illustrated edition). Rowman & Littlefield.
- Uscinski, J. E., Douglas, K. y Lewandowsky, S. (26 de septiembre de 2017). Climate Change Conspiracy Theories. *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.328>
- Valenzuela, S. (28 de enero de 2017). Desinformación por noticias falsas: Expertos explican los daños de este fenómeno y cómo enfrentarlo. *Emol Nacional*. <https://www.emol.com/noticias/Nacional/2017/01/28/842250/Desinformacion-por-noticias-falsas-Expertos-explican-los-danos-de-este-fenomeno-y-como-enfrentarlo.html>
- Van Prooijen, J. W. y Van Lange, P. A. M. (2014). *Power, politics, and paranoia: Why people are suspicious of their leaders*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139565417>
- Vergara, A. (2021). Desinformación y multimodalidad. En I. Siles, L. Tristán y C. Carazo (Eds.), *Verdad en Extinción: Miradas interdisciplinarias a la desinformación en Costa Rica* (pp. 197-226). CICOM.

- Waisbord, S. (2018). Truth is What Happens to News. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
- Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446270073>
- Wodak, R. & Meyer, M. (Eds.). (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. Sage Publications Ltd., London.
- Zins, C. (2007). Conceptual approaches for defining data, information, and knowledge. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(4), 479-493. <https://doi.org/10.1002/asi.20508>



# EL IMPACTO DE LA CRISIS PANDÉMICA EN LA INDUSTRIA CULTURAL Y DE ENTRETENIMIENTO EN ESPAÑA

María Carmen Salgado Santamaría

Dimitrina Jivkova Semova

Javier Pérez

## **Introducción**

El impacto de la pandemia por COVID-19 en la industria audiovisual y de entretenimiento en España ha puesto de manifiesto la transformación del sector, provocando cambios que se han traducido en un aumento de los consumos mediáticos en soportes digitales y en la red, definiendo nuevas estrategias de producción y nuevas formas de trabajo, así como al crecimiento de los contenidos de ficción y entretenimiento.

Los medios de comunicación están adoptando nuevos formatos y narrativas, adaptándose especialmente al consumo mediante dispositivos móviles y a las últimas tecnologías online (Varona-Aramburu et al., 2017). Esta transición hacia lo digital ha provocado una redefinición tanto de los medios como de sus audiencias (Díaz-Noci, 2010; Rodríguez-Martínez et al., 2012), así como de las “condiciones de la ecología mediática contemporánea” (Scolari et al., 2018). En este con-

texto, las empresas no solo están realizando ajustes específicos, sino que también están emprendiendo una reestructuración corporativa profunda, en la cual la crisis ha impulsado y acelerado sus estrategias de transformación digital (De-Tender et al., 2020).

Antes de la pandemia, la industria cultural en España aportó a la economía nacional cerca del 2.5 % del PIB. La cultura, las industrias creativas —entendiendo este concepto en el sentido más amplio, incluyendo cualquier disciplina creativa o cultural como la televisión, la publicidad, el diseño, la música, el cine, las artes escénicas o el mundo editorial entre otros— representaban el 2.6 % de la riqueza mundial y daban trabajo a 30 millones de personas, según datos de la UNESCO. De hecho, suponía unos ingresos de casi 2 billones de euros, mucho más que otras industrias tradicionalmente entendidas como esenciales o productivas. Particularmente en Europa, la creatividad y los sectores económicos ligados a la cultura suponían en 2019 más del 4 % del PIB de toda la eurozona, según la Comisión Europea, y se preveía un crecimiento anual de sus ingresos del 4.3 % para 2020 (Martínez Tercero, 2021).

En los últimos años, las industrias culturales y creativas han tenido un gran aumento en nuestro país, ya que son generadoras de valor cultural (Martín Mesonero, 2019) por eso, son muchas las personas autoras que hacen estudios para definir cómo está la situación de este sector a nivel nacional.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la cancelación de eventos culturales, la suspensión de grabaciones audiovisuales o la interrupción de las salas de cine, tuvieron un impacto negativo en la cultura en España, ya que en la mayoría de los casos se trataba de trabajadores independien-

tes o pertenecientes a pequeñas y medianas empresas que no disponían de los recursos suficientes para hacer frente a una situación como la que se vivió con la pandemia.

Sin embargo, pese al devastador impacto de la pandemia, el consumo de *streaming on demand* o los videojuegos, como una modalidad concreta de consumo de contenidos audiovisuales, se ha visto impulsado o reforzado por la situación. Así, las prácticas y consumos culturales en el hogar se multiplicaron e intensificaron, al mismo tiempo que el sector cultural sufría una crisis severa por el cierre de espacios e instituciones culturales, la suspensión de actividades productivas y las dificultades para sostenerse de los trabajadores y artistas.

Durante la pandemia, la audiencia televisiva en abierto y lineal experimentó un incremento notable. Entre el 16 de marzo y el 21 de junio, el consumo de televisión se elevó un 22 % en comparación con el mismo período del año anterior, alcanzando los 278 minutos por persona al día, según datos de Barlovento Comunicación (2020, p. 4). Además, los programas de televisión se vieron obligados a modificar sus métodos de producción para cumplir con las normativas estatales. Los medios de comunicación de servicio público, como las cadenas de televisión pública europeas, intensificaron su función como servicios esenciales. En este contexto, la pandemia impulsó un cambio en la producción de programas, desde una perspectiva técnica a una más emocional, promoviendo una fusión de estilos con contenidos en línea. Esto resultó en una mayor dependencia del *software* y modificaciones en los procesos de creación de noticias, dando paso al “periodismo remoto” (Túñez-López et al., 2020). Los contenidos de actualidad e

infoentretenimiento<sup>13</sup> fueron inicialmente los que obtuvieron un mayor incremento de audiencia, por la necesidad informativa y la credibilidad que aún posee el medio televisivo. Sin embargo, con el paso de los meses el consumo de productos de ficción, especialmente largometrajes y series en las plataformas *on demand* fue aumentando considerablemente como medio de escape de la realidad a la que estábamos acostumbrándonos. Según estudios de audiencia, avalados por diversos estudios posteriores, “uno de los aspectos que ha demostrado la crisis COVID-19 es que los espectadores no han dejado de consumir ficción cinematográfica y televisiva” (Roger-Monzó, 2022).

Pese a los cambios significativos que está experimentado el sector audiovisual, estos últimos años, los indicadores de audiencia televisiva lineal en España ofrecen datos que corroboran su impacto con tasas elevadas de penetración entre la población, todavía no superadas por otros medios o dispositivos, a pesar de producirse un descenso de telespectadores desde finales del siglo XX. El porcentaje de individuos a los que llegaba la televisión en 1996 era del 91.3 % (antes de la consolidación de Internet) para situarse en el 83.1 % en 2020, según los datos de AIMC. La evolución de la tasa de penetración de las cadenas de televisión en España indica una disminución progresiva de telespec-

---

13 El infoentretenimiento ha sido una herramienta fundamental a la hora de informar y entretener, siempre entendidas por separado hasta que se acuñó su término por primera vez (Brants, 1998; Delli Carpini y Williams, 2001; Thussu, 2007). Este tipo de programas al principio empezaron a incorporar noticias menores, las denominadas *soft news*, posteriormente comenzaron a abordar asuntos más serios del debate público dentro de los formatos destinados al entretenimiento, como los *magazines* y *talk shows* y, por último, en la aparición de programas en los que la realidad se desacraliza y se ridiculiza mediante el humor y la sátira (Peris-Blanes y López Rico, 2017).

tadores de 4.5 puntos entre 2004 y 2020, pasando de 89.6 % en 2004 a 85.1 % en 2020.

El confinamiento de millones de personas y la paralización de actividades llevaron a la industria audiovisual a adaptarse a contextos inéditos para continuar con la producción. Esto implicó la adopción de metodologías de trabajo innovadoras, incluyendo, entre otras, el uso de videollamadas como técnicas de producción, para enfrentar los desafíos impuestos por las restricciones de movilidad y el distanciamiento social.

El COVID-19 provocó inicialmente una reducción de números de empleos en las industrias culturales en España de más de 40 000 trabajadores, situándose en 668 100 personas en 2020, y desde entonces ha ido aumentando hasta 2023, volviendo a superar los 700 000 empleos directos, pero sin alcanzar las cifras prepandemia según datos del Ministerio de Cultura y Deporte (2023a). Un dato muy positivo, a pesar de que esta crisis sanitaria trajo una reducción de 41 empresas productoras cinematográficas en 2020 respecto a las que había en España en 2019, la recuperación a fecha de 2022 ha mejorado en más de 100 las empresas previas al COVID-19, situándose en 494 (Ministerio de Cultura y Deporte, 2023b). Lo que indica claramente que, a pesar de que existe un crecimiento empresarial y de número de producciones, todo ello se realiza con menos personal, una situación que se ha extendido también a otros ámbitos del sector audiovisual como la televisión y las plataformas de vídeo bajo demanda.

En la Unión Europea, en comparación con el año 2019, las industrias culturales y creativas habrían perdido cientos de millones de euros, lo que representa más del 30 % del negocio, retrocediendo en lo que se había ganado del 2013 al 2019, con una media del 2.6 % más

cada año (Murciano y González Saavedra, 2021). Debido a esta crisis, desde la UE, se pusieron a su disposición ayudas financieras hasta que poco a poco consiguieron recuperarse, con los Fondos UE Next Generation y su inclusión en el panorama financiero entre los años 2021-2027. Siempre partiendo de que la reapertura de los espacios culturales fuese segura, teniendo en cuenta la situación de cada país en cuanto a la pandemia y siguiendo las indicaciones del Centro Europeo para la Prevención y el Control de las Enfermedades (ECDC) y el Comité de Seguridad Sanitaria.

En 2019, los ingresos producidos por el cine y los contenidos audiovisuales aportaron 4115 millones de euros a la economía española. La contribución al PIB ese mismo año fue de 812 millones, favoreciendo la creación de 14 000 empleos directos y 4000 indirectos. El porcentaje de aportación al PIB del sector audiovisual en 2019 fue del 0.69 %, que supuso el 28.5 % de la aportación total de la cultura a la economía española.

El informe elaborado por el Observatorio de la Cultura sobre el estado de la cultura en España 2022 revela que la salida digital ha sido la más buscada, hasta un 73 % de los agentes ha puesto en marcha actividades digitales, la mayoría gratuitas (62 %). Un 19.2 % ha desarrollado actividades solidarias y un 10.9 % ha promocionado la venta online de sus servicios o productos culturales. El propio sector apuesta por la digitalización de la oferta cultural en el futuro (88 %), si bien hay mucha incertidumbre y no se alcanza a ver claramente si lo digital será un complemento o se adoptará como modalidad principal de consumo cultural (Observatorio de la Cultura, 2022).

Estas cifras pueden darnos una idea de la fortaleza del audiovisual. Por otro lado, el crecimiento del sector se ha visto reforzado

por la transformación de los hábitos de consumo y el desarrollo de la tecnología. Las perspectivas de crecimiento plantean un panorama de desarrollo acelerado. Según el último informe Digital TV Research y Strategy Analytics los ingresos estimados para las OTT (*Over The Top*, término para referirse a las plataformas *on demand*) en 2027 ascienden a 214 000 millones de euros. El incremento de suscripciones SVOD (*streaming video on demand*) entre 2021 y 2027 se espera que supere los 485 millones, lo que permitirá alcanzar 1690 millones.

Gracias a la tecnología, el sector de las industrias culturales y creativas pudo ayudar a que mucha gente sobrellevase la pandemia de una mejor manera, a pesar de haber sido uno de los más afectados por el panorama social, ya que se sustentan a base de espectadores y de encuentros personales, como un concierto o un museo. En Europa, las actividades que más crecieron fueron las artísticas, recreativas y de entretenimiento (Eurostat, 2021).

La forma en que consumimos y experimentamos los diversos medios de comunicación y sus contenidos está definiendo el futuro de estos medios. Aunque en el ámbito audiovisual la televisión sigue siendo el medio principal, el panorama está cambiando a un ritmo acelerado. La aparición de la audiencia social es resultado de la fragmentación que experimenta la audiencia tradicional dentro del nuevo ecosistema mediático. Esta evolución es consecuencia de una segmentación basada en la interactividad a través de las redes sociales (Quintas-Froufe y González-Neira, 2014). En el actual ecosistema híbrido audiovisual o de televisión donde conviven las plataformas bajo demanda, los canales lineales de televisión y las redes sociales, las operadoras televisivas tradicionales han tenido que adaptarse a esta realidad convirtiéndose en operadores *on demand*. Esta conversión ha

provocado el aumento de la inversión, los medios humanos y técnicos de los productos audiovisuales producidos por las cadenas de televisión. Especialmente, en lo que se refiere a ficción televisiva, dado que es donde mayor competencia y pérdida habían tenido con las OTT. Con lo cual llegaron a crear productos *premium* y exclusivos similares a estas plataformas (Pérez Sánchez, 2018). Esto se ve reflejado en el caso de Atresmedia con la producción y catalogación de productos de suscripción en su plataforma, o bien mediante la distribución de contenidos de estreno a terceros, como es el caso de algunas series de Mediaset a Amazon Prime Video.

### **Estado de la cuestión**

Las audiencias en televisión, desde el COVID-19, se han ido estabilizando en algunos casos o, en otros, reduciéndose considerablemente. La fragmentación audiovisual junto con el agotamiento de algunos formatos y el alto consumo de vídeos en redes sociales ha hecho que los contenidos tradicionales emitidos en la televisión lineal vean su audiencia reducida a prácticamente la mitad, respecto a hace una década.

Las redes sociales y las plataformas de vídeo en internet se han posicionado como uno de los elementos más usados en el consumo audiovisual. En la pandemia, YouTube se usó como una de las principales ventanas de informaciones provenientes de los sistemas de medios convencionales y como alternativa a estos. La OMS, agencia internacional de la salud, fue referente en las decisiones adoptadas por la mayoría de los países afectados y usó esta plataforma, lo que plantea una reflexión sobre la oportunidad del uso estratégico de YouTube

como medio de difusión masiva durante situaciones de riesgo para la salud pública, como lo fue la crisis del coronavirus (Gil et al., 2020).

La creación de contenidos audiovisuales se ha visto influenciada precisamente por esta fragmentación del consumo, especialmente a raíz de la llegada de las grandes plataformas *streaming*. La forma de producción para la televisión en abierto o tradicional ha sufrido leves variaciones desde el COVID-19, especialmente entre el 2020 y el 2021, donde aumentó levemente la producción propia alrededor de un 0.2 hasta llegar al 32.6 % en 2021, la producción delegada varió respecto al año anterior 0.8 puntos situándose en un 27.6 % y, por último, descendió la producción ajena en 0.8 puntos, quedando fijada en un 39.8 % del total (GECA, 2022). Con respecto a estos datos es importante mencionar que Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual (GECA) entiende por producción propia los contenidos creados por la propia cadena de televisión, la producción delegada los creados por productoras de España y producción ajena los contenidos elaborados por productoras extranjeras. La pandemia por el COVID-19 no modificó realmente la dinámica que se venía dando en los últimos 6 años, donde la producción propia y la producción delegada han ido incrementándose sustancialmente, siendo más afectada por la fragmentación del consumo audiovisual y la llegada de las OTT en 2016 a España, que por la crisis pandémica. Desde la llegada de las plataformas de contenidos bajo demanda las televisiones en abierto han reducido sus producciones ajenas en más de un 5 %, aumentando las otras dos opciones, especialmente como una manera de competir con las gigantes empresas audiovisuales internacionales, poniendo valor en los contenidos nacionales. Este dato de horas de contenidos de producciones extranjeras es debido principalmente a los canales

temáticos de la Televisión Digital Terrestre (TDT), ya que aglutinan más de 80 000 horas de estos contenidos, suponiendo casi el 60 % de la programación de estas cadenas y casi el 80 % de la producción ajena total (GECA, 2022).

Durante la pandemia numerosos estudios han confirmado el aumento del consumo de noticias a nivel mundial, especialmente a través de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa. El consumo de noticias por televisión aumentó casi 15 % en Europa y 42 % en EE. UU. (Cimino y Besson, 2020; Nielsen et al., 2020).

Sin embargo, los resultados del estudio realizado por Digital News Report (2022) indican que el consumo de medios tradicionales disminuye en casi todos los países, al mismo tiempo que se reduce el interés de los ciudadanos por las noticias relativas a cualquier asunto, pasando del 63 % en 2017 al 51 % en 2022 (Newman et al., 2022). Los países donde se ha notado un mayor descenso del consumo de noticias han sido en los Estados donde existe una mayor polarización del debate político, como es el caso de EEUU, Brasil o Reino Unido (ECODES, 2022).

En el caso concreto de España, la pandemia elevó el consumo televisivo de los españoles en 2020 hasta una media de 3.9 horas diarias, un 6.7 % más que en 2019, según el Anuario de Audiencias de TV 2020 de Kantar. La televisión se reafirmó como canal de confianza para acercar la actualidad a los ciudadanos (AIMC, 2020). Se puede decir que la televisión retomó el paradigma del funcionalismo estructural y social y permitió la cohesión, el orden, la adaptación al cambio y la gestión de la tensión como vía de consumo de información, entretenimiento, cooperación y funcionamiento de la vida social (McQuail, 1983; Lazarsfeld y Merton, 1977).

El consumo audiovisual ha crecido considerablemente, no solo por el aumento de contenidos audiovisuales, sino también por las múltiples opciones de visionado de productos de vídeo. Esta multiplicidad de posibilidades de visionados se debe a que en los últimos años a las plataformas de *streaming video on demand* (SVOD), como son Netflix, HBO, Disney+ o Prime Video, se suman las *broadcaster video on demand* (BVOD), que son las plataformas de los canales tradicionales o lineales como Atresmedia player, Miteleplus, Movistar+, RTVE Play, entre otras. Además, no menos importantes, los *free and supported TV and advertising on demand* (FASTAVOD), como son los agregadores de contenidos y canales como Pluto TV, Samsung TV plus o Lovestv. Según Barlovento Comunicación (2024), las tres SVOD con mayor penetración suman más de 41 millones de espectadores únicos (Netflix, Prime Video y Disney+), las tres principales plataformas de los canales tradicionales poseen casi 19 millones de espectadores únicos (Movistar+, RTVE Play y Atresmedia player) y, por último, los agregadores de canal llegan a casi los 6 millones de espectadores únicos. A esta diversificación de oferta se suma la emisión lineal de contenidos de la televisión y las redes sociales como You Tube y Twitch, mencionadas anteriormente, lo que lleva que al final el espectador haya pasado de un consumo de 4 horas de contenidos audiovisuales hace una década, a las más de seis horas actuales entre todas las ventanas y plataformas.

## **Metodología**

Con el objetivo de profundizar en la situación y comprender mejor las dinámicas existentes, recurrimos a una encuesta realizada en España en 2023, centrada en el consumo de contenidos audiovisuales

en diversas plataformas, proporcionando una muestra representativa de la sociedad española en términos de género y edad con 1007 respuestas válidas. Las categorías de edad definidas son 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 y 65 años en adelante. Respecto al consumo de contenidos, se investiga en seis categorías: *realities*, *factual* y *dating shows*; magazines e infoentretenimiento; ficción seriada y películas; informativos; concursos, *game shows* o *talent shows*, y *talks shows* o tertulias.

De esta investigación, se derivan resultados estructurados tanto en frecuencias absolutas como relativas, prestando especial atención a las frecuencias relativas segmentadas. Esto implica el uso de dos métodos estadísticos de contraste con un nivel de confianza del 95 %. Por un lado, se emplea la prueba T-Student para evaluar si la media de una muestra difiere de manera estadísticamente significativa de una media poblacional conocida o supuesta, lo que permite identificar diferencias significativas dentro de los resultados de una misma categoría. Por otro lado, se utiliza el test de chi-cuadrado para comprobar la hipótesis sobre la conformidad de los datos observados con los datos esperados, facilitando la identificación de diferencias significativas entre un segmento específico y el conjunto total de la muestra. Este enfoque metodológico ha permitido organizar y analizar un volumen considerable de información compleja, obteniendo conclusiones e interpretaciones coherentes y de relevancia para el estudio.

Los resultados finales respecto a la variable género se han presentado considerando la división binaria de género, con un 51 % de participantes identificándose con el género femenino y un 49 % con el masculino. Las respuestas clasificadas bajo las categorías “otro” o “prefiero no contestar”, que suman un total de 4, no se han considerado estadísticamente significativas. Debido a la ausencia de pro-

protocolos establecidos para determinar la representatividad de estos grupos en situaciones similares, dichas respuestas no se han incluido en el análisis.

La prueba T-Student es una herramienta estadística fundamental que se emplea para comparar las medias de una o dos muestras con medias poblacionales conocidas o para comparar directamente las medias entre dos muestras. La elección de esta prueba en nuestro estudio se debe a su eficacia en manejar situaciones donde los tamaños de las muestras son pequeños y la varianza entre grupos no se conoce a priori, condiciones comunes en investigaciones de diversas disciplinas. La aplicación de la prueba T-Student en nuestra investigación sigue un enfoque detallado y riguroso, iniciando con la verificación de los supuestos necesarios para su implementación. Estos supuestos incluyen la normalidad de la distribución de los datos y la homogeneidad de varianzas entre las muestras comparadas.

Los resultados de la prueba proporcionan evidencia crucial sobre la presencia o ausencia de diferencias significativas en los datos analizados. Un valor bajo, generalmente menor que 0.05 para un nivel de confianza del 95 %, indica que las diferencias entre las medias son estadísticamente significativas, lo que sugiere que es improbable que estas diferencias se deban al azar. Por otro lado, un valor alto sugiere que no hay suficiente evidencia para afirmar que existe una diferencia significativa entre las medias comparadas.

La interpretación cuidadosa de estos resultados es esencial para extraer conclusiones válidas de nuestro estudio. La significancia estadística encontrada mediante la prueba T-Student nos permite identificar patrones y tendencias relevantes dentro de los datos, contribuyendo

significativamente a la comprensión de las dinámicas subyacentes en el área de investigación.

El test de chi-cuadrado es una prueba estadística no paramétrica utilizada ampliamente para investigar si las distribuciones de variables categóricas difieren de las distribuciones teóricas o esperadas. En el contexto de nuestra investigación, esta prueba se ha utilizado para evaluar hipótesis sobre la relación entre variables categóricas, proporcionando un método riguroso para identificar si las diferencias observadas entre los segmentos de datos son estadísticamente significativas. El procedimiento comienza con la formulación de una tabla de contingencia, que resume las frecuencias observadas de los eventos o características estudiadas, distribuidas en varias categorías.

El valor calculado de  $\chi^2$  se compara luego con un valor crítico de la distribución chi-cuadrado, que depende del nivel de confianza deseado (comúnmente 95 %) y los grados de libertad del test (típicamente el número de categorías menos uno). Si el valor de  $\chi^2$  es mayor que el valor crítico, se rechaza la hipótesis nula, lo que indica que existen diferencias estadísticamente significativas entre las frecuencias observadas y las esperadas.

En este estudio se plantean las siguientes hipótesis de trabajo:

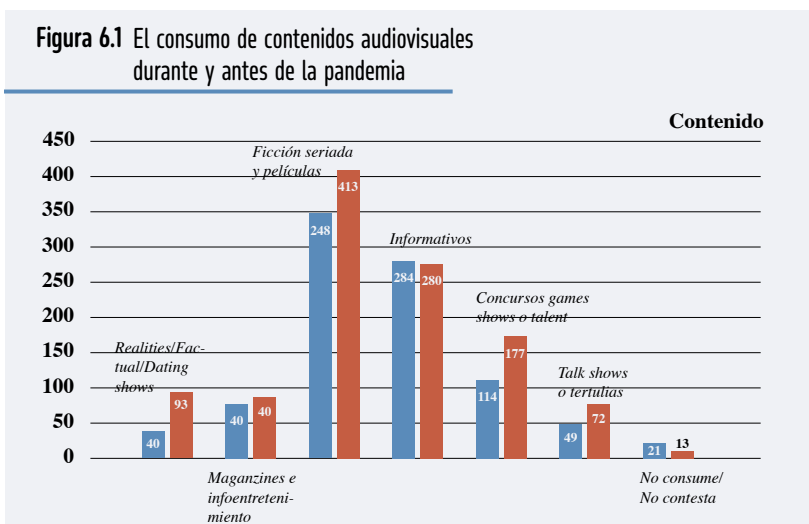
Hipótesis 1: El consumo de los principales formatos audiovisuales ha cambiado comparado con el período pandemia/prepandemia.

Hipótesis 2: Existen diferencias significativas relacionadas con la edad y por eso podemos esperar que cuanto más alejadas están las franjas de edad, mayor será la diferencia significativa en relación con el interés por los distintos géneros de contenidos audiovisuales en la actualidad.

## Resultados

A partir de la encuesta indicada en la metodología, hemos elaborado diferentes gráficos y tablas con los resultados del análisis aplicado en función de las distintas variables.

La encuesta se estructura en dos secciones principales: la primera examina el consumo de contenidos durante y antes de la pandemia, basándose en la memoria de las personas encuestadas, mientras que la segunda se enfoca en el consumo actual, en el período posterior a la pandemia. Las comparaciones de las respuestas obtenidas muestran que, aunque no se identifican diferencias significativas en los tipos de formatos preferidos por las personas espectadoras, sí se observa un cambio en el orden de sus preferencias.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta. Resultado sobre el total de respuestas: 1007. Azul: periodo pandemia y prepandemia. Naranja: periodo postpandemia.

Casi todos los tipos de contenidos desde la pandemia a la fecha que se ha realizado el estudio (2023) han aumentado su consumo o preferencia, solo el caso de los informativos se han visto reducidos levemente. Especialmente relevante es el aumento de *realities/factual* y *dating shows*, que doblan su consumo con 232 % de incremento. Igualmente importante es el crecimiento de los concursos, *game shows o talent* que aumentan en un 155 %. Más moderado pero que es la primera opción en preferencia de consumo audiovisual es la ficción seriada y películas.

De cara a la hipótesis 1, no existen grandes cambios en los tipos de contenidos en cuanto a la variación de consumo antes de la pandemia y en la actualidad, si bien se aprecia ese aumento de consumo general. La ficción sigue siendo la principal opción, ya que exceptuando los primeros meses de la pandemia donde la información, los magazines y el infoentretenimiento dominaron las audiencias (Barlovento Comunicación, 2020), en seguida la población espectadora fue progresivamente recuperando sus hábitos de consumo anteriores, donde la ficción ya dominaba gracias a las propias plataformas. A pesar de ello, el consumo de informativos sigue siendo alto y situado como el segundo contenido audiovisual más consumido, que, a pesar del descrédito y amenazas a las que constantemente se enfrentan por la polarización del debate político, mantienen un alto nivel de fortaleza y credibilidad. Los *games* o concursos se han establecido claramente como la tercera opción preferida, siendo el primer género de entretenimiento no ficcionado de todos. Este resultado se refleja perfectamente en las audiencias televisivas actuales, donde los canales que obtienen los mejores resultados en estos formatos lideran las audiencias. Por otro lado, los programas *realities, dating y factual* han aumentado de

forma considerable, situándose como la cuarta opción preferida por la audiencia superando a los magazines y a los *talk shows*. Precisamente este cambio de géneros se puede deber al agotamiento de la audiencia por el exceso de información y actualidad pospandémica, ya que estos últimos formatos, que, aunque han crecido no lo han hecho del mismo modo que el resto, funcionaron y consiguieron sus mejores registros durante la crisis sanitaria, al mantener debates de expertos y contar la actualidad de esos delicados momentos.

En el siguiente punto nos centramos en el consumo de contenidos en la actualidad por franjas de edad.

**Tabla 6.1** El consumo de contenidos audiovisuales en la actualidad (tabla con diferencias estadísticamente significativas)

	Total	Masculino	Femenino	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
		a	b	a	b	c	d	e	f
Total	1007	488	515	104	138	194	190	151	230
Realities/Factual /Dating shows	13,3	8,2-	18,1+ a	34,6+ cdef	23,2+ cdef	11,9 f	10,0 f	9,9 f	3,9-
Magazines e infoentretenimiento	16,1	15,6	16,7	9,6	9,4-	19,1 ab	20,0 ab	17,9 a	16,1
Ficción seriada y películas	76,0	71,3	80,2 a	68,3	76,1	81,4 af	84,2 aef	74,2	69
Informativos	56,3	58,2	54,4	34,6-	34,1-	43,3-	58,9 abc	69,5+ abcd	79,6+ abcde
Concursos, Game shows o talents shows	29,0	23,4-	34,4+ a	38,5 df	29,7	29,9	23,7	30,5	27,0
Talks shows o tertulias	12,0	10,0	14,0	15,4 e	18,1+ ce	8,2	11,6	7,3	13,5

	Total	Mas- culino	Femi- nino	18- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65+
		a	b	a	b	c	d	e	f
Programas sobre diferentes estilos de vida	11,7	9,6	13,8+ a	13,5	8,0	10,8	15,3 b	13,2	10,0
Programas sobre arte y cultura	24,6	24,8	24,1	12,5-	19,6	23,2 a	27,9 a	29,8 ab	28,3 a
Programas sobre cocina	25,1	20,9-	29,3+ a	16,3	18,8	24,2	23,7	30,5 ab	31,3+ ab
Programas de diferentes culturas y tradiciones del mundo	23,6	22,5	24,5	21,2	15,2-	21,1	26,3 b	27,8 b	27,0 b
Programas dónde se muestran imágenes de otros tiempos pasados	18,0	18,6	17,3	13,5	10,9-	19,6 b	20,5 b	19,9 b	19,6 b
No consumo este tipo de programas	3,4	4,3	2,5	6,7+ e	4,3 e	3,6	2,6	0,7-	3,5
<i>MEDIA DE MENCIONES</i>	<i>3,16</i>	<i>2,96</i>	<i>3,35</i>	<i>2,98</i>	<i>2,75</i>	<i>3,04</i>	<i>3,31</i>	<i>3,33</i>	<i>3,37</i>
<i>Desviación</i>	<i>1,76</i>	<i>1,61</i>	<i>1,86</i>	<i>1,66</i>	<i>1,71</i>	<i>1,85</i>	<i>1,79</i>	<i>1,85</i>	<i>1,60</i>

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta.  
*Significance Level: 95%*

Según los resultados obtenidos, las películas y ficción seriada son los contenidos preferidos en todas las franjas de edad, excepto para los mayores de 65 años donde el mayor porcentaje se corresponde con el género noticias e informativos.

Los contenidos de ficción son los preferidos y es un resultado coincidente con el crecimiento de las plataformas audiovisuales en *streaming* de los últimos años, en el que actualmente la televisión de pago

en sus distintos modos (OTT, IPTV, etc.) posee un nivel de alcance del 81.2 % de los españoles.

Por otra parte, los *talk shows* y *tertulias* son los formatos que menos interés suscitan entre todas las franjas de edad tanto antes de la pandemia como ahora.

Observamos también un alto nivel de interés hacia los espacios informativos en todas las franjas de edad, donde resulta especialmente llamativo el cambio registrado en las franjas de 18-24 años (del 16.3 % pasa al 34.6 %), de 25-34 años (de 18.8 % pasa al 34.1 %) y de 35-44 años (28.4 % al 43.3 %).

De cara a la hipótesis 2, detectamos que, en lo que respecta a las películas y series de ficción, el grupo de edad de 45 a 54 años muestra el mayor porcentaje de consumo, presentando una diferencia significativa en comparación con el grupo de 18 a 24 años y con los mayores de 55 años, donde el índice de consumo es menor.

En el caso del género noticias e informativos, se nota una diferencia estadística progresiva a partir del grupo de 45-54 años, con cada grupo de edad subsiguiente, mostrando una diferencia significativa con respecto a todos los grupos anteriores. Esto sugiere que el interés por las noticias e informativos crece con la edad.

En cuanto a los concursos, el grupo de 18-24 años, que muestra el mayor nivel de preferencia por este tipo de contenidos, solo registra una diferencia estadística significativa con los grupos de 45-54 años y de 65 años o más. Esto indica que los jóvenes de 18-24 años consumen más concursos, *game shows* o *talent shows* que los grupos de mayor edad, aunque no se pueden establecer conclusiones definitivas respecto a los grupos de 25-44 o de 55-64 años.

Respecto a los *realities*, *factuals* y *dating shows*, se observa que el grupo de mayores de 65 años es el que menos consume este tipo de programas en comparación con el resto. También, se puede afirmar que los jóvenes de 18 a 34 años son los espectadores más habituales de estos formatos, manteniendo su interés antes y después de la pandemia.

Para el resto de contenidos, podemos concluir lo siguiente

- Los programas de cocina son más populares entre las personas mayores de 55 años, en comparación con los jóvenes de 18-34 años, puesto que el grupo de mayor edad indica más interés por este tipo de contenidos.
- En cuanto a los programas que exploran diferentes culturas y tradiciones, hay un mayor interés por parte de los mayores de 45 años, en contraste con los usuarios de 25-34 años, lo que sugiere una preferencia por contenidos que profundizan en el conocimiento de nuevas cultura entre las personas de mayor edad.
- Por otra parte, los programas relacionados con arte y cultura gozan de una alta aceptación en casi todas las franjas de edad, con la excepción notable del público joven de 18-24 años, lo que podría reflejar diferencias en los intereses o en la forma en que las distintas generaciones se relacionan con estos temas.

A partir de estos resultados, podemos concluir que la segunda hipótesis ha sido validada parcialmente, es decir, no podemos esperar que, en todos los casos, cuanto más alejadas están las franjas de edad, mayor será la diferencia significativa en relación con el interés por los distintos géneros de contenidos audiovisuales. Solo en los programas de *realities*, *factuals* y *dating shows* junto con los informativos se aprecia una diferencia evidente entre las distintas edades, donde los pro-

gramas de telerrealidad suelen gustar más a las edades más jóvenes y prácticamente nada a las edades más adultas. Además, estas diferencias en el consumo están asociadas también a una diferencia de género muy importante, donde los mayores niveles de preferencia se registran por parte de las mujeres.

## **Discusión**

Nuestra investigación se propone como objetivo principal analizar el consumo de contenidos audiovisuales en diversas plataformas, a través de una muestra representativa de la sociedad española introduciendo las variables de género y edad. Se trata de saber si se han producido grandes cambios en cuanto al consumo de contenidos audiovisuales, géneros, formatos, entre otros, y si estos nuevos hábitos provocarán cambios de tendencia en los consumos audiovisuales en plataformas tradicionales y en línea. Este estudio sobre los posibles cambios producidos en el consumo es sustancialmente importante, dado que no es habitual que se produzcan modificaciones en los contenidos audiovisuales, especialmente en el ámbito televisivo tradicional. Normalmente, las operadoras de televisión lineal comparten los mismos géneros de contenidos, prácticamente, en la totalidad de cadenas, en casi todas las franjas horarias (mañana, tarde y alguna noche) y todos los días de la semana, siguiendo pautas muy similares. Estas obedecen a la homogeneización del sistema televisivo español, marcado por una notable concentración empresarial y por un miedo atávico a la innovación y el riesgo (Bustamante, 2014).

Del análisis de resultados se desprende, en primer lugar, que desde la pandemia, se ha producido un incremento en el consumo de todo

tipo de contenidos, especialmente de los *realities/factual y dating shows* que doblan su consumo hasta alcanzar un 232 %. Igualmente importante es el crecimiento de los concursos, *game shows o talent* que aumentan en un 155 %. La ficción seriada y las películas, con un crecimiento más moderado, se convierten en la primera opción en cuanto a preferencia de consumo audiovisual.

Otras investigaciones, como la de Silva-Torres et al. (2022) sobre el impacto en el consumo de televisión en España debido a las restricciones de movilidad por COVID en 2020, indican que las restricciones a la movilidad y la constante incertidumbre ante la situación vivida en el 2020 supusieron un aumento en el consumo televisivo del 8 % respecto a 2019. Esto significó un importante cambio de tendencia con consecuencias para el medio difíciles de predecir a medio plazo. Igualmente ponen de manifiesto que la audiencia de los informativos de las principales cadenas de televisión aumentó significativamente en los meses del primer estado de alarma y llegó, en el caso de Antena 3, a presentar una audiencia media de 2.6 millones de espectadores en marzo y 2.9 millones en abril en su informativo del mediodía. Esto representa un aumento del 29 % y del 38 %, respecto a los meses de enero y febrero. Incrementos similares se observaron para los informativos de Telecinco y La Sexta.

En cuanto al impacto de la pandemia en el consumo de medios, Blasco et al. (2020) señalan que más del 80 % de la población encuestada utilizaba la TV para informarse, incluyendo a las personas jóvenes, pues se consideraba una fuente de información fiable y veraz. El que se hayan incorporado los contenidos informativos, y, en especial, las denominadas *hard news* en multitud de formatos de entretenimiento puede suponer un elemento “empoderador” (Hartley, 2000; Brants,

1998), dado que consigue que muchos espectadores que inicialmente no están interesados en estos temas ahora estén más informados, generen opiniones propias y tengan una posición clara y real sobre lo que les afecta directamente. Por eso, estos formatos fueron fundamentales a la hora de luchar contra la desinformación de la pandemia; hecho que se mantiene actualmente en una sociedad más polarizada.

En los últimos años, acelerado en parte por la pandemia, se ha observado una transformación en la popularidad de ciertos géneros audiovisuales. Un ejemplo notable es el crecimiento de los *talk shows*, según los recientes informes de 2024, que antes de la pandemia atraían principalmente a audiencias en los extremos de la distribución por edad —es decir, jóvenes de 18 a 24 años y personas mayores de 65—. Sin embargo, después de la pandemia, no solo se ha mantenido su popularidad en estos grupos, sino que también ha aumentado significativamente entre las personas de 25 a 34 años, convirtiéndose en el grupo con mayor crecimiento. Este cambio coincide con el hecho de que Telecinco ahora domina la audiencia en esta franja de edad, a diferencia de hace cuatro años, cuando lideraba en casi todos los demás grupos etarios. Por otro lado, las series de televisión continúan siendo el contenido más visto y preferido por las personas espectadoras, tanto antes como después de la pandemia, sin cambios significativos en sus patrones de consumo.

Los *games shows* y *talents* mantienen en líneas generales su consumo, si bien se ha reducido en la franja más joven y ha crecido en las dos franjas de mayor edad desde la pandemia. Esto ha provocado que, junto con el crecimiento de la audiencia de los espacios informativos de Antena 3 televisión, el canal de Atresmedia domine actualmente la audiencia. Esto dado que los contenidos preferidos por el denominado

“grupo ancla” (45-54 y 55-64) tienen un alto nivel de penetración entre los programas estrella de este canal en los últimos años, como son Pasapalabra (*game show*), informativos y El Hormiguero 3.0 (*magazine*). Estos tres contenidos destacan porque los resultados en las franjas de edad superiores son muy elevados. Sumado a ello, el *game show* tiene una audiencia transversal generacional. Adicionalmente, la ficción seriada, especialmente las series turcas de emisión en el segundo *prime time*, cuentan con buenos resultados de audiencia; todos estos factores explican el liderazgo de Antena 3 en la actualidad.

Es destacable, y muy ilustrativo, que los contenidos preferidos de la franja más joven son a su vez los contenidos de los *realities shows* y *dating*, que suelen ser consumidos de forma individualizada (Barlovento Comunicación, 2022) y también con un alto consumo *on demand* o en plataformas de los canales tradicionales o redes sociales. El visionado a través de estos dispositivos es vinculante con la edad, pero si bien en los resultados se demuestran que se han extendido a la mayoría de las franjas de edad, elevando su uso en casi todos los contenidos audiovisuales. Además, el estudio refleja un resultado cuanto menos sorprendente y es que los *magazines* y los *talk shows* tienen el consumo más elevado a través del ordenador y el móvil, lo que indica también que el consumo se suele realizar de forma individualizada.

## Conclusiones

El consumo de contenidos audiovisuales ha aumentado en cuanto al número de horas, si sumamos todas las plataformas y ventanas que poseen los productos televisivos o de vídeo *broadcast*. Sin embargo,

no ha sufrido grandes variaciones respecto al tipo de contenidos que consumimos.

Respecto a la primera hipótesis planteada en esta investigación se observa que no existen diferencias significativas en cuanto al tipo de contenidos que se consumen previo a la pandemia y posterior a esta, si bien existen pequeñas variaciones puntuales en cuanto algunos géneros, así como la forma de visionar los programas o la ventana elegida para hacerlo.

En cuanto a los géneros, el crecimiento de la ficción está justificado principalmente por la dinámica que venía dándose desde la llegada de las plataformas internacionales. La ficción seriada y única sigue siendo la principal opción, aumentando su consumo de forma considerable, debido principalmente al éxito y la consolidación de las plataformas *on demand* en el ecosistema televisivo, a las que se han sumado la HBBtv y las plataformas o canales FAST (*free and supported television*), cuyos contenidos mayoritarios son las series y las películas. Básicamente, aunque todos los contenidos han crecido en consumo, los formatos de *realities*, *factual* y *dating* son los que exponencialmente más han crecido, así como los concursos de televisión, *talents*, y *game shows*, lo que hace que la televisión lineal mantenga aún su liderazgo frente a las otras opciones, debido a la capacidad de generar eventos únicos a través de estos programas. Por ello, este medio sigue teniendo un poder de congregación inigualable por el resto de sistemas de distribución de contenidos audiovisuales. Además, estos formatos suelen ser los contenidos con una mayor interacción en redes sociales, lo que provoca la viralización de los programas y una fidelización de la audiencia a largo plazo. El éxito que puntualmente vivieron algunos géneros durante la pandemia por la propia emergen-

cia sanitaria y la necesidad de poseer información veraz, que benefició especialmente a contenidos como los espacios informativos y a los *magazines* e infoentretenimiento, ha provocado que el consumo generalizado haya bajado en el primer caso y que los productos de infoentretenimiento, aunque han subido su consumo, hayan sido los que menos lo han hecho.

Respecto a la hipótesis 2, en líneas generales no existen diferencias significativas entre los diferentes tramos de edad a nivel general, si bien específicamente en algunos contenidos si hay una ruptura generacional, especialmente en *realities*, *dating shows* y *factual* y también en informativos. En los programas de entretenimiento de telerrealidad es muy evidente la diferencia entre las franjas más jóvenes y las más maduras, que además respecto a su consumo de hace cuatro años se ha incrementado y polarizado sustancialmente, siendo las diferencias más evidentes. Estos formatos mantienen un alto nivel de penetración entre las franjas de 18-24 e, incluso, crecen levemente en los espectadores de 25-34, mientras que en las franjas de mayor edad se ha reducido: 3 puntos de media en los grupos de 35-44 y 45-54 años y casi dos puntos en los de 55-64 y +65 años. En cuanto a los informativos, su consumo ha crecido en todas las franjas de edad respecto a hace cuatro años, aunque en cifras globales de consumo se ha reducido levemente. En cambio, si el dato lo fragmentamos por edades, el crecimiento ha sido muy notorio en las franjas más jóvenes, donde de los 18 a los 35 años ha crecido casi 20 puntos de media respecto a hace cuatro años. Sin embargo, a pesar de esa mejora, sigue siendo una diferencia notable con las franjas más mayores donde también ha crecido una media de 10 puntos, por lo que hay marcadas diferencias con las más jóvenes; por ejemplo los 34.6 y 34.1 por ciento de 18-24 y 25-34 frente a los

79.6 de consumo en la franja de +65. En el resto de los contenidos audiovisuales, en cuanto al porcentaje de consumo, son cambios muy leves o no significativos.

Una diferencia significativa, que se aprecia respecto a los consumos audiovisuales de hace cuatro años a la actualidad, ha sido que, a pesar de que la televisión sigue manteniéndose como la ventana preferida para la mayoría de los contenidos audiovisuales, la forma de consumir muchos productos audiovisuales favorecen el aumento del consumo en dispositivos individualizados, como lo *smartphones* (Barlovento Comunicación, 2022). El móvil se ha convertido en la principal ventana del consumo de los *realities*, *factual* y *dating shows*, compartiendo protagonismo con la televisión en los concursos y *games*. Todos estos contenidos destacan porque su forma de visionarlos es de forma individual y la ventana tiene una correlación directa con las franjas de edad y el dispositivo utilizado.

En conclusión, desde la pandemia el tiempo de consumo audiovisual ha ido aumentando progresivamente con ligeras variaciones. La ficción es el formato dominante, especialmente en las plataformas *on demand*, si bien los *realities* y *dating shows* han crecido exponencialmente y, en cuanto a edad, son contenidos polarizantes. El éxito de contenidos de no ficción hace que la televisión lineal siga consolidada como el medio de mayor congregación de audiencia simultánea.

## Referencias

Barlovento Comunicación. (2020). *Análisis de la industria televisiva-audiovisual 2020*. <https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2022/10/analisis-de-la-industria-televisiva-audiovisual-2020-Barlovento-1.pdf>

- Barlovento Comunicación (2022). *Análisis de la industria televisiva-audiovisual 2022*. [https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2023/01/Informe-anual-2022\\_Barlovento-Comunicacion.pdf](https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2023/01/Informe-anual-2022_Barlovento-Comunicacion.pdf)
- Barlovento Comunicación (2024). *Estudio barómetro TV-OTT: 1ª Ola 2024 Evolución acceso a las diferentes OTTs en España*. <https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2024/02/BAROMETRO-TV-CONECTADA-OTTS-TV-CONECTADA-1a-ola-enero-2024.pdf>
- Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment?, *European journal of communication*, 13(3), 315-336.
- Bustamante, E. (2014). El caso español: mutación ideológica de modelos. En M. Francés, J. Gavaldà, G. Llorca, À. Peris (coords.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital* (pp. 15-28). Gedisa.
- Delli Carpini, M. y Williams, B. A. (2001). Let us infotain you: Politics in the new media. En L. W. Bennet y R. M. Entman (eds.), *Mediated politics: Communication in the future of democracy* (pp. 160-181). Cambridge University Press.
- De-Tender, J., Eeman, E., Scott, S. y O'Sullivan, E. (2020). *Casebook. The digital transformation initiative. European Broadcasting Union*. <https://www.ebu.ch/publications/strategic/member-only/case-study/the-digital-transformation-casebook>
- Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en Internet: Algunas tendencias. *El Profesional de la Información*, 19(6), 561-567. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.01>.

- ECODES. (2022). *IV Informe del Observatorio de la Comunicación del cambio climático: La comunicación del cambio climático y de la transición ecológica*. Editorial ECODES.
- Geca. (2022). *La producción en televisión 2021. Informe elaborado por Geca en base de los datos facilitados por Kantar Media*. [https://www.geca.es/geca/informes/20220105-Informe%20Producción\\_df.pdf](https://www.geca.es/geca/informes/20220105-Informe%20Producción_df.pdf)
- Hartley, J. (2000). *Los usos de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- Martínez Tercero, C. (2021). El impacto de la pandemia COVID-19 en la industria cultural española. *Revista de Derecho de la Cultura*, (4), <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8288371>
- Ministerio de Cultura y Deporte sección de Estadísticas culturales (2023). *Impacto del Covid-19 en el empleo cultural*. Ministerio de Cultura y Deporte (MECD). <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:ca54eb7c-45e7-446c-b09a-9e3bd788256f/impacto-covid-19-empleo-cultural-tercer-trimestre-2023.pdf>
- Ministerio de Cultura y Deporte sección de Estadísticas culturales (2023). *Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento*. Resultados. Ministerio de Cultura y Deporte (MECD). <https://www.cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/cine-contenidos-audiovisuales/resultados-cine-contenidos-audiovisuales.html>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K. y Nielsen, R. K. (2022). *Digital News Reports 2022*. Reuters Institute, Oxford University. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

[digital-news-report/2022/how-people-access-and-think-about-climate-change-news](#)

- Pérez Sánchez, J. (2018). Analogía del ecosistema televisivo español e italiano (TVE vs. RAI). En M. Rodríguez-Castro, S. Pérez-Seijo y F. Campos-Freire (Eds.), *La TV Pública en Europa: Innovación, Retos y Tendencias* (pp. 151-174). Universidad de La Laguna, Universidad de Alicante, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Málaga, Sociedad Latina de Comunicación Social. <http://dx.doi.org/10.4185/cac146>
- Peris-Blanes, À. y López Rico, C. M. (2017). Los programas de entretenimiento: espectáculo y emoción en la comunicación política española. En G. López García y L. Valera Ordaz (eds.). *Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015* (pp. 129-151). UOC.
- Rodríguez-Martínez, R., Codina, L., & Pedraza-Jiménez, R. (2012). Indicadores para la evaluación de la calidad en cibermedios: análisis de la interacción y de la adopción de la web 2.0. *Revista Española de Documentación Científica*, 35(1), 61-93. <https://doi.org/10.3989/redc.2012.1.858>
- Roger-Monzó, Vanessa. (2022). Imágenes en crisis: análisis del discurso en prensa de los efectos de la Covid-19 sobre la producción audiovisual española. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, (28), 191-202. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.77762>
- Quintas-Froufe, N. y González-Neira, A. (2014). Active audiences: Social audience participation in television. *Comunicar*, 43, 83-90. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-08>
- Scolari, C.A., Winocur, R., Pereira, S., y Barreneche, C. (2018). Alfabetismo transmedia. Una introducción. *Comunicación y Socie-*

*dad*, 33, 7-13. <https://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/7227>

Silva-Torres, J. J., Martínez, L. y Cuesta, U. (2021). Impacto en el consumo de TV en España debido a las restricciones de movilidad por covid-19 en 2020. *Palabra Clave*, 25(1), e2515. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.1.5>

Túñez-López, M., Vaz-Álvarez, M., & Fieiras-Ceide, C. (2020). Covid-19 and public service media: Impact of the pandemic on public television in Europe. *Profesional De La información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.18>

Thussu, D. K. (2007). *News as Entertainment*. Sage

Varona-Aramburu, D., Sánchez-Martín, M., y Arrocha, R. (2017). Consumo de información política en dispositivos móviles en España: Caracterización del usuario tipo y su interacción con las noticias. *Profesional de la información*, 26 (4), pp. 641-648. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.08>



# CAPITALISMO DE PLATAFORMAS Y TECNOFEUDALISMO: TENDENCIAS POLÍTICAS DIGITALES EN COSTA RICA 2021-2023

Jorge Adrián Gamboa-León

## **Introducción**

En el 2024, la aparición de las plataformas digitales de redes sociales a mediados de la década del 2000 parece ya lejana; no obstante, la velocidad y profundidad con la que estos medios de comunicación digitales impactaron todos los aspectos de la vida hace creer que se trataría de un fenómeno de mucha más larga data. Esta apariencia es aún mayor al ver los cambios que han traído estos espacios a la política. Este “espacio político digital” se ha convertido en el medio donde transcurre de forma privilegiada lo político y la política (Araya, 2024, p. 199) y, por ende, se trata de un objeto de estudio que merece profundización e investigación por parte de la academia. De ahí, la discusión académica ha venido tratando de darle forma a la “política de plataformas”, una era en la que la política se experimenta a través de la circulación de información emotiva en plataformas de redes sociales como Facebook, Twitter (ahora “X”) y TikTok (Pangrazio, 2018, p. 6-7).

Este capítulo busca contribuir de manera exploratoria a esa discusión por medio de un balance general de las tendencias políticas digitales en Costa Rica y su análisis desde desarrollos teóricos recientes en el campo: el capitalismo de plataformas, el tecnofeudalismo y la teoría sobre el papel de los algoritmos en la interacción humana con las plataformas de comunicación digital. Para ello, se analiza la información publicada por dos proyectos de observación de tendencias políticas digitales en Costa Rica: el *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales* del Observatorio de la Política Nacional de la Universidad de Costa Rica y el *Observatorio de la Comunicación Digital* de la Universidad Latina de Costa Rica.

Se expondrá como las tendencias políticas en redes sociales observadas en Costa Rica responden a una periodización específica de acuerdo con las elecciones nacionales del 2022 y los primeros 100 días de la Administración Chaves Robles, momento en el que empieza el protagonismo de la figura del presidente y su gabinete en la conversación digital, impulsado por tácticas de comunicación digital desde Casa Presidencial. También, se abordarán las discusiones sobre la manera en que, desde la teoría reciente, pueden entenderse las narrativas contra los medios de comunicación, que han impulsado esas tácticas de comunicación desde el gobierno.

Con ese fin, este capítulo se compone de cuatro secciones: una discusión teórica sobre los enfoques de capitalismo de plataformas, tecnofeudalismo y teoría sobre los algoritmos sobre los que se construyen las plataformas digitales, una breve exposición metodológica sobre ambos proyectos de observación, un balance de las tendencias

políticas digitales observadas por ambos y un apartado de discusión de los hallazgos con base en la teoría comentada.

### **Estado de la cuestión/discusión teórica**

*Política de plataformas: ¿capitalismo de plataformas o tecnofeudalismo?*

La tradición crítica de las teorías de la comunicación parte del interés de entender los sistemas dados por sentado, estructuras de poder, ideologías dominantes y los intereses a los que sirven (Littlejohn et al., 2017, p. 43). Desde esa tradición, el concepto de hegemonía cultural de Antonio Gramsci funciona como puente de una idea de poder desde la economía política del marxismo más clásico a una idea de poder cultural. Este concepto y su posterior desarrollo abrió una gran posibilidad de análisis y herramientas teóricas para autorías incluso fuera del marxismo (Lears, 1985, p. 568).

Dentro de la tradición crítica, Jürgen Habermas postula como teoría general la construcción de la sociedad a partir de la relación del trabajo, la interacción y el poder (Littlejohn et al., 2016, p. 435). Este triángulo analítico postula en sí mismo una combinación de campos de estudio y enfoques que enriquecen la producción teórica. Primero, el trabajo refiere a la producción material y el abordaje empírico que se le da desde la ciencia. Segundo, la interacción mediante el uso del lenguaje en la comunicación, que remite a la cooperación social y al abordaje interpretativo. Por último, el poder, su distribución social, efectos y un abordaje desde la teoría crítica.

La política de plataformas es un campo de estudio en desarrollo y expansión que une autorías e investigación en múltiples disciplinas desde las ciencias sociales, la tecnología y la ingeniería informática. Los primeros abordajes de la política de plataformas exploraban la parte política de las, en aquel momento, nuevas plataformas de redes sociales y comunicación digital, como YouTube y Facebook (Gillespie, 2010; Renzi, 2011). Se trataba de primeros esfuerzos básicos por adentrarse en el modelo de negocios de esos nuevos espacios digitales.

El punto de cambio en la trayectoria de los estudios de la política de plataformas se da en el contexto de la victoria de Donald Trump en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016; específicamente, con el escándalo de la compañía Cambridge Analytica. Este giró en torno al hecho de que la campaña de Trump utilizó datos privados de millones de personas para generar contenido digital que lo ayudase a ganar las elecciones (Rosenberg et al., 2018; Lewis y Hilder, 2018; Confessore, 2018).

Aunque para estándares de 2024 los motivos de ese escándalo puedan parecer incluso inocentes, su impacto y características llevaron a que las preocupaciones desde la academia se transformaran. Si en un principio solo se estudiaba el modelo de negocio de las plataformas, ahora era necesario incluir todo un nuevo conjunto de preocupantes fenómenos como la relación afectiva con la información, las noticias falsas o desinformación en medios digitales y el uso de datos por parte de las plataformas.

El desarrollo de la teoría en el campo pasó de entender los contenidos noticiosos en plataformas de redes sociales como textos o productos de comunicación con contenido informativo a un “conjunto de relaciones afectivas entre individuos” (Pangrazio, 2018, p. 11). A partir

de ese cambio fundamental proliferaron nuevos abordajes enfocados en la venta de datos (Srniczek, 2017), en la vigilancia mediante esos datos (Zuboff, 2015) y en el control social que pueden ejercer estas plataformas con nuestros datos (Schroeder, 2018).

### *Capitalismo de plataformas*

La discusión teórica dentro del campo de estudio ha puesto sobre la mesa el rol de las, ya no tan nuevas, plataformas de redes sociales en esa relación entre trabajo, interacción y poder; entre ellas, la elaboración conceptual del capitalismo de plataformas. Nick Srniczek (2017) lo define como una forma de acumulación basada en datos que da especial énfasis a la conexión entre anunciantes, empresas y usuarios, mediante el estatus de mercancía de dichos datos (p. 254). En términos sencillos, esta definición básica subsume el fenómeno en procesar y vender los datos que las plataformas extraen de sus usuarios.

Desde este concepto existen dos características principales de preocupación. Primero, las presiones del mercado y la lógica de la competencia llevan a que las plataformas tengan naturaleza expansiva. Su modelo de negocio radica en la expansión constante y la correspondiente acumulación mayor de datos. Segundo, la presión que ejerce la expansión de las plataformas sobre la privacidad de las personas usuarias. Shoshana Zuboff (2015) señala que se trata de mercantilizar actividades fuera del mercado, entrar en cada vez más áreas de la vida para la extracción de datos (p. 79). Eso necesariamente implica un esfuerzo cada vez mayor por entrar en la vida personal de las personas usuarias.

Como es evidente, las discusiones sobre el concepto del capitalismo de plataformas hacen alusión al concepto clásico de capitalismo.

Pasko Bilic (2023) postula que las plataformas de redes sociales distorsionan la comunicación y eso hace mayor la “subducción” del mundo vital bajo el capital (p. 2). En otras palabras, las plataformas refuerzan el proceso de hundir la vida bajo el capital. Esa dominación del capital, que David Harvey (2014) llama el motor económico del capitalismo, continúa mediante estos “sistemas técnicos corporativos” que aceleran el proceso de acumulación y circulación de otras mercancías (Bilic, 2023, p.8).

Otros aportes desde este concepto apuntan a la degradación social y laboral que trae consigo la acumulación capitalista. Federico Chicchi y Marco Marrone (2023) señalan que la digitalización del capitalismo no ha traído disrupción, sino un empeoramiento generalizado de la “degradación laboral, la fragmentación social y el desplazamiento legal” (p. 199). También, profundizan la relación usuario-plataforma con la idea de que no es solo que las plataformas se expanden para invadir nuevos espacios personales y extraer datos, sino que las plataformas obligan a millones de personas a entrar en ellas y tener presencia digital (p. 200). Basta pensar en el ejemplo de Instagram para la vida interpersonal y LinkedIn para la vida laboral.

En ese punto concreto, David Bissell (2023) expone que las plataformas han cambiado el ritmo mismo de la vida diaria y que se infiltran en espacios de concientización diaria y socializan a usuarios para que entren en un espacio de confort de autoservicio, de automatización (p. 7). Con ello, se refiere a plataformas de servicios físicos como Uber, Pedidos Ya o incluso Airbnb. En su obra, ya discute el proceso de “desautomatización”, que introduce problemas como la explotación laboral, el mal servicio, entre otros.

Ese mismo proceso de automatización-desautomatización se da en torno al rol del Estado que, si bien no es objeto de interés de este capítulo, tiene un evidente papel central. Aynne Kokas (2022) complejiza el capitalismo de plataformas por medio de la relación entre generación de datos, soberanía nacional y estándares de la industria que terminan beneficiando a las mismas plataformas (p. 675). Ante ello, Konstantin Klur y Sarah Nies (2023) señalan que las plataformas han demostrado tener capacidad tecnológica y política de perpetuarse en el tiempo (p. 13). Por ende, la dominación de la tecnología por encima del ser humano, al menos desde este enfoque, ya llegó.

En un esfuerzo de síntesis, el (ya no tan) nuevo enfoque del capitalismo de plataformas argumenta que ha ocurrido una transformación del capitalismo clásico mediante nuevas formas de poseer el trabajo que se perpetúan por medio de la tecnología digital, automatizan, invaden cada rincón de la vida y obligan a millones de personas a entrar en plataformas digitales para extraer datos y acelerar el proceso de circulación de otras mercancías. Todo ello mientras las plataformas despliegan suficiente poder político para perpetuarse, evadir controles de los Estados y, con ello, profundizar procesos de degradación y fragmentación social.

### *Tecnofeudalismo*

Existen, sin embargo, aportes teóricos que apuntan a que la noción de capitalismo de plataformas no es correcta o al menos, ya no es vigente. El tecnofeudalismo sería una nueva, o al menos muy reciente, manera de entender el papel de las plataformas de redes sociales en el panorama más amplio entre el trabajo, la interacción y el poder.

El tecnofeudalismo puede explicarse, en una primera idea básica, en la premisa de que la digitalización del capital ha llevado a la negación misma de las cualidades básicas del capitalismo. Si el capitalismo en su definición más limitada necesita de mercados libres, competencia y autonomía del individuo, ninguna de esas características está presente en la actualidad de las plataformas y el “*big tech*” (Varoufakis, en Times Radio, 2023). De esa forma, el sistema no sería capitalista sino feudal porque las plataformas digitales no son mercados libres sino feudos.

El tecnofeudalismo tiene una base histórica. El Consenso de Washington fue el paquete de medidas económicas impulsadas en los años noventa por el FMI, BM y *think tanks*, en el que incluían disciplina fiscal, reducción del gasto público, liberalización financiera y comercial, promoción de la inversión extranjera directa, privatización y desregulación, entre otras (Steger y Roy, 2010, p. 43). Cedric Durand (La Cebra, 2021) postula una expansión de ese concepto al que bautiza “Consenso de Silicon Valley”, una nueva legitimación, surgida en los años noventa, para profundizar esas medidas basada en el optimismo y la promesa de que la digitalización del capitalismo iba a conducir a un capitalismo más democrático, de empresas *start-up* y emprendedores.

Durand es claro en plantear que lo anterior no ocurrió. El desarrollo tecnológico no trajo libertades ni nuevas oportunidades, sino una mercantilización creciente de la vida cotidiana. Su diferenciación con el enfoque del capitalismo de plataformas es la postura de que las plataformas no son mercados libres sino feudos debido a que hacen dependientes a sus usuarios, lo que conlleva su despolitización y pérdida de autonomía. Sobre esto último Yanis Varoufakis es aún más preciso:

Mientras que el lucro era el combustible y lubricante del sistema capitalista y los mercados libres eran el mecanismo que sintetizaba todos los esfuerzos, agrupaba productores y consumidores, organizaba actividad económica... ahora nos estamos moviendo del lucro a la renta (alquileres). La renta (alquileres) es la forma de acumulación del feudalismo (Varoufakis, en Times Radio, 2023)

El diálogo aquí pretendido entre Durand y Varoufakis permite definir a los que llaman “señores feudales del siglo XXI”: las “*big tech*”. Para Durand (2021), que las plataformas vigilen, controlen e incidan en lo que se consume las hace feudos. Varoufakis (en Times Radio, 2023) añade que las plataformas “entrenan a las personas usuarias para entrenarlas a ellas” y así saber qué productos recomendar. Caben aquí ejemplos como Alexa de Amazon y los algoritmos de Spotify o Facebook. También, caben ejemplos como las suscripciones (alquileres) a servicios de *streaming*, Amazon como feudo digital que le cobra a capitalistas para vender sus productos, etc. Todo ese poder económico y concentración se transforma, según Durand, en poder y dominación política, a lo que se debe sin duda añadir dominación de la comunicación.

De ahí que la toxicidad o el peligro del tecnofeudalismo radique en que, a diferencia del lucro, la forma de acumulación basada en alquileres no debe reinvertir tanta proporción de sus ganancias como los capitales productivos del capitalismo clásico (salarios, materias primas, etc.) Por ello, afirma Varoufakis (2023), este fenómeno del “*cloud capital*” tiene efectos negativos en la economía a nivel macro en tanto extrae dinero y divisas de las economías nacionales que no son devueltas en forma de reinversión.

En síntesis, el tecnofeudalismo llama feudos a las plataformas digitales debido al paso del lucro a la renta (alquileres) como principal forma de acumulación de riqueza. Rechaza la idea de que el capitalismo iba a democratizarse con la digitalización, más bien, señala que la nueva forma de “*cloud capital*” ha concentrado y dado poder a los nuevos “señores feudales” del siglo XXI. Señores feudales que cobran alquiler a capitalistas para vender sus mercancías y que, aún más importante, controlan, vigilan y determinan el comportamiento de los usuarios.

El enfoque del tecnofeudalismo, sin embargo, ha sido objeto de críticas importantes. Para Evgeny Morozov (2022), la popularidad del concepto demuestra “debilidad intelectual” (p. 92) y su uso aceptaría que “el marco teórico de la izquierda ya no puede entender el capitalismo sin movilizar el lenguaje moral de la corrupción y la perversión” (p. 92). Morozov argumenta que pensar las empresas “*big tech*” como productores capitalistas es más preciso que pensarlas como feudos. Sugiere el término “tecnocapitalismo” como una manera de evitar “blanquear” el capitalismo existente en la actualidad pensando que el “tecnofeudalismo” sería peor.

En el mismo sentido Nicholas Gane (2024) crítica el enfoque desde el trabajo de Max Weber sobre el feudalismo y señala inconsistencias del “tecnofeudalismo” de Varoufakis con respecto a la teoría weberiana (p. 7). Argumenta que es falso que las rentas hayan desplazado al lucro ni los feudos a los mercados y que hablar de que el capitalismo está muerto conlleva el peligro de dejarlo trabajar sin oposición, una suerte de rendición por parte de la izquierda (p. 15).

El debate sobre el “tecnofeudalismo” dentro de la teoría crítica está apenas tomando forma. La discusión entre las diversas formas de entender el sistema económico global es provechosa, no obstante, no

debe verse como el objetivo final. Por el contrario, su provecho radica en motivar esfuerzos por operacionalizar la teoría a la realidad, como el que se pretende en este capítulo. Para ello, es vital encontrar puntos de encuentro entre los enfoques teóricos abordados.

Ambos están de acuerdo en que los efectos de que el capitalismo mutara hacia ellos conllevan degradación social y laboral, extracción de dinero de los Estados y una concentración de poder y dominación enorme en las grandes empresas de plataformas digitales de comunicación. Su principal diferencia radica en que, mientras que para el capitalismo de plataformas la dominación continúa dándose por medio de mercados más o menos libres y aún se trata del capitalismo basado en lucro y reinversión, para el tecnofeudalismo las plataformas ya eliminaron los mercados libres y ahora la dominación se hace a partir de cobrar alquileres a capitalistas y ser dueñas del trabajo de los usuarios al entrenar sus algoritmos y dispositivos. Se resumen sus diferencias a continuación (Tabla 7.1).

**Tabla 7.1** Forma de acumulación, de dominación y de perpetuación del capitalismo de plataformas y del tecnofeudalismo

Variable	Capitalismo de Plataformas	Tecnofeudalismo
Forma de acumulación	Lucro clásico basado en datos (= Ganancias - Inversión).	Rentas (Alquileres de espacios digitales).
Forma de dominación	Basada en acumulación de datos y expansión de las plataformas a más áreas de la vida.	Basada en poseer el trabajo de sus usuarios para entrenar sus algoritmos.
Forma de perpetuación	Capacidad tecnológica y política para evadir controles de los Estados mediante “estándares de industria”.	Capacidad de extraer dinero y divisas de los Estados y concentrarla en “feudos digitales”.

Fuente: Elaboración propia con base en el apartado de discusión teórica.

De esa forma, las diferencias entre enfoques sirven para complejizar el análisis y sus coincidencias parecen apuntar a que el sistema económico global parece estar en transición y tener características señaladas por ambos conceptos. Para precisar el estudio de la realidad costarricense desde ellos es necesario agregar insumos desde la teoría sobre algoritmos.

### *Algoritmos y ¿daños cívicos?*

La interacción humana ha sido bastante discutida desde teorías como el interaccionismo simbólico (Rizo, 2005) o la acción comunicativa (Habermas, 1989). No obstante, la interacción en plataformas de redes sociales pasa por un elemento adicional: los algoritmos. Ignacio

Siles atiende la interacción humana en estas plataformas algorítmicas a partir de la influencia de los algoritmos en la vida cotidiana, pero también a partir del uso o dotación de sentido que les dan las personas a los algoritmos (2023, p. 4). Las plataformas reproducen valores y construcciones sociales y no son “no contaminadas por humanos”. Ello se entiende mejor por medio del concepto de domesticación mutua, una lógica en la que los algoritmos están diseñados para convertir a las personas en consumidores ideales para la extracción de datos (datificación), pero, en la que también las personas usuarias incorporan esas recomendaciones a sus vidas de formas particulares, sensibles a la cultura y constructos sociales (Siles, 2023, p. 8).

Ahora bien, para “encauzar” los aportes anteriores sobre algoritmos hacia el fenómeno de la política de plataformas discutido al principio son de suma utilidad los aportes de Vian Bakir y Andrew McStay. Discuten el proceso de datificación traído al tema de la información política en línea y concluyen que ese proceso ha ayudado a incubar y amplificar una ecología de información falsa (Bakir y McStay, 2022).

La datificación de la información política trae riesgos importantes, sobre todo, en lo que respecta al rol de los medios de comunicación tradicionales en el entorno digital. Chin (2023) aborda estos riesgos para el quehacer de los medios de prensa a partir de la adaptación que han tenido que hacer para entrar en el proceso de datificación de las plataformas digitales. Riesgos que incluyen el hecho de estar bajo el poder de decisiones “opacas” de las empresas digitales y pasar a un esquema en el que ya no son el principal *gatekeeper* del sistema político y han tenido que compartir ese rol con otros medios digitales.

En conclusión, el fenómeno de la política de plataformas parte de la premisa de que la información política ha pasado a ser consumida

a partir de la vinculación afectiva entre ella y las personas usuarias de las plataformas. La teoría sobre los algoritmos, en especial la idea de domesticación mutua permite entender esa vinculación más a detalle; no obstante, también muestra que esa ecología de información falsa en la esfera digital trae consigo riesgos y daños cívicos en el mundo real. Esos riesgos y daños cívicos pasan por la desinformación y la polarización social, pero, también a nivel de estructura económica y política, el capitalismo de plataformas y el tecnofeudalismo traen consigo concentración de dinero y poder político en manos de estas compañías tecnológicas.

## Metodología

Tras la discusión teórica recién expuesta, la realidad o “porción” de Costa Rica parece lejana o pequeña dada la magnitud y globalidad del fenómeno de la política de plataformas. Por ello, se pretende hacer un acercamiento a partir del análisis básico de dos fuentes distintas de datos que, se argumenta, resultan complementarias entre sí. En primer lugar, las bitácoras de observación publicadas por el Observatorio de la Política Nacional de la Universidad de Costa Rica (OPNA-UCR) en su proyecto *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales (AdTs)*, las cuales presentan un abordaje cualitativo de las tendencias políticas digitales en el país. En segundo lugar, los reportes del proyecto *Observatorio de Comunicación Digital* de la Universidad Latina de Costa Rica (OCD-ULATINA), que ofrecen una lectura cuantitativa apoyada en herramientas de minería de datos y *social listening*.

La lectura y análisis de ambas fuentes de datos van a luego usarse para discutir, a la luz de la discusión teórica previa, las tendencias

políticas digitales en Costa Rica como parte del fenómeno más amplio y global de la política de plataformas. No se pretende en este capítulo llegar a conclusiones o generalizaciones sobre las manifestaciones de la política de plataformas en Costa Rica, ni mucho menos evaluar o comparar los distintos enfoques de investigación de las fuentes de datos. Se trata de una exploración de las tendencias políticas digitales en Costa Rica como una pequeña parte o “trozo” del fenómeno global de la política de plataformas, en medio del “triángulo analítico” del trabajo, la interacción y el poder.

El análisis está delimitado temporalmente desde la primera hasta la última publicación disponible de ambos proyectos hasta la ejecución de este análisis. En el caso de los AdTs del OPNA-UCR, estudian desde noviembre del 2021 hasta octubre de 2023, con algunos meses en los que no se publicaron bitácoras. El OCD-ULATINA, por otra parte, abarca desde octubre del 2021 hasta enero del 2024. Con esa distribución temporal como base, el análisis se estructura a partir de la coincidencia temporal de las bitácoras/informes. Se construyó una tabla (anexo 1) para encontrar esas coincidencias con base en la información temporal dada en cada publicación y, a partir de ahí, se inicia el análisis de los textos.

## **Hallazgos**

Entre los hallazgos destaca, en primer lugar, el aspecto metodológico de ambas fuentes de datos. Los informes del OCD-ULATINA se construyen con un enfoque cuantitativo mediante la recolección de datos por medio de las siguientes herramientas: la plataforma de Social Listening de Minerva Data, Digital AdSpend de Kantar IBOPE Media

y Mention Data (Universidad Latina, s.f.). Estos informes incluyen datos obtenidos de web pública (redes sociales, foros, medios de comunicación digitales, etc.), aunque Twitter y Facebook tienen en general porcentajes altos dentro del total de la información recabada.

Se incluyen en este análisis 21 de los 22 informes OCD-ULATINA publicados hasta la fecha debido a que el 22 se enfoca en las elecciones municipales de 2024, fuera del ámbito de estudio de este capítulo. En ese punto, los informes del 1 al 15 se centran en el “análisis de la conversación digital de las elecciones 2022” (Universidad Latina, s.f.) y se publican de manera quincenal. El informe 16 se centra en el “Camino a los 100 días del presidente Chaves” y, posteriormente, los informes del 17 al 21 se centran en la “Comunicación Digital de la Administración Chaves Robles”. Estos últimos además tienen periodos de observación más largos que contemplan varios meses.

Por otra parte, las bitácoras de observación o AdTs del OPNA-UCR se elaboran bajo el enfoque cualitativo con datos que se obtienen de la observación y monitoreo manual de redes sociales por parte del equipo investigador. Esta observación solo se lleva a cabo en las redes sociales Facebook y Twitter (ahora “X”). La publicación de bitácoras se hizo de manera discontinua, entre noviembre de 2021 y setiembre de 2022 se publicaron 36 bitácoras de manera semanal. Entre abril y octubre de 2023 se publicaron 17 de manera quincenal (Observatorio de la Política Nacional, s.f.).

En síntesis, ambas fuentes de datos abordan las tendencias políticas digitales en Costa Rica, pero desde enfoques distintos. Como punto importante, la delimitación del análisis que realizan ambos proyectos es diferente. El OPNA-UCR mantiene constante la observación de todas las tendencias políticas en Facebook y Twitter en todas las

bitácoras analizadas, mientras que el OCD-ULATINA cambia la delimitación de sus informes con el paso del tiempo. Más adelante se harán más notorias esas diferencias.

No obstante, es posible encontrar coincidencias y triangulación (Bathyanny, 2011) entre ambas fuentes de datos. De ahí el valor de este ejercicio, al ser una combinación de fuentes de datos de distinto enfoque con el fin de tener un entendimiento mayor de las tendencias políticas digitales y, por ende, del fenómeno de la política de plataformas en Costa Rica. A fines de claridad expositiva, se han segmentado los hallazgos temporalmente tomando en cuenta el momento político y la periodización tanto de las bitácoras del OPNA-UCR como de los informes del OCD-ULATINA.

### *Tendencias políticas digitales en el periodo electoral 2022: primera ronda*

#### *Octubre-diciembre 2021*

El periodo de la primera ronda electoral de las elecciones 2022 abarca desde octubre del 2021 hasta febrero de 2022. El OCD-ULATINA señalaba que “la mitad de los cibernautas del país” (Observatorio de Comunicación Digital, 2021a, p. 12) tenían posiciones neutras a las candidaturas a la presidencia y que la conversación digital reaccionaba fácilmente al tema de la vacunación y manejo de la pandemia del COVID-19. En noviembre concluye que la pauta en redes sociales abre posibilidades para partidos políticos con poco presupuesto para publicidad pero que las campañas seguían priorizando la inversión en medios de comunicación tradicionales (Observatorio de Comunicación Digital, 2021b). Desde su análisis, también señalan la irrupción de las tenden-

cias del Caso Diamante y las Pruebas Faro como temas que cambiaron la agenda de la conversación digital (Observatorio de Comunicación Digital, 2021c).

Las primeras bitácoras de AdTs del OPNA-UCR (Observatorio de la Política Nacional, 2021a; 2021b; 2021c; 2021d) coinciden en detectar la tendencia del Caso Diamante, la percepción de corrupción y las pruebas FARO. Además, hacen énfasis en la centralidad del tema de la atención de la pandemia, la vacunación y la implementación de un plan piloto de ingreso a comercios con un código QR. También, coinciden en señalar que el excandidato José María Figueres era protagonista de las tendencias digitales y había una especie de seguimiento hacia sus acciones en redes sociales. Resalta por último el tema del contenido en TikTok, que pese a ser utilizado por varias candidaturas ello no les fue una herramienta para obtener más simpatías o sentimientos positivos.

### Enero-febrero 2022

A partir de la reactivación de las campañas digitales en enero de 2022, se empiezan a notar mayores diferencias en lo observado por ambos proyectos. El OCD-ULATINA (Observatorio de Comunicación Digital, 2022a; 2022b; 2022c; 2022d; 2022e) se centró en estudiar las audiencias y efectos digitales de los debates nacionales organizados por el Tribunal Supremo de Elecciones, la distribución de la inversión en publicidad de las distintas campañas y el crecimiento de la interacción y el interés en la conversación digital conforme se acercaban las votaciones de febrero del 2022.

El OPNA-UCR reporta otras tendencias como, por ejemplo, un escándalo de un alcalde (Observatorio de la Política Nacional, 2022a) y la narrativa digital de que la UCR estaba beneficiando a ciertos par-

tidos con las encuestas del Centro de Investigación y Estudios Políticos y publicaciones de la Escuela de Ciencias Políticas (Observatorio de la Política Nacional, 2022c). Pese a eso las coincidencias existen, por ejemplo, la tendencia generada por un spot televisivo del excandidato Fabricio Alvarado (Observatorio de la Política Nacional, 2022b; Observatorio de Comunicación Digital, 2022d).

El cierre de la primera ronda electoral trajo consigo un “silencio poselectoral”, aprovechado por medios de comunicación tradicionales para redirigir la agenda mediática y aportar espacios de discusión sobre la coyuntura (Observatorio de la Política Nacional, 2022d). Coinciden los datos dado que el OCD-ULATINA (Observatorio de Comunicación Digital, 2022f) apuntó en este periodo que los medios de comunicación tradicionales generaron un volumen muy importante de los contenidos en la web pública.

### *Tendencias políticas digitales en el periodo electoral 2022: segunda ronda*

El periodo de la segunda ronda electoral solo abarca los meses de marzo y abril. Las delimitaciones que hicieron ambos proyectos para sus análisis afectan los datos generados.

Ambos proyectos detectaron la amplificación del volumen digital de ambas candidaturas en segunda ronda y el “parteaguas” que significó el video de “mano izquierda” “Salto al vacío” (Observatorio de Comunicación Digital, 2022g; Observatorio de la Política Nacional, 2022e). Se reafirman las delimitaciones de cada uno de los proyectos: El OCD-ULATINA se centró en la distribución de la pauta publicitaria y resaltó los memes, videos e imágenes, en coincidencia con lo repor-

tado desde el mes anterior por el OPNA. Por otra parte, el OPNA-UCR incluyó en sus bitácoras tendencias políticas fuera del tema electoral, entre ellas la más relevante la filtración de un video privado del candidato Rodrigo Chaves (Observatorio de la Política Nacional, 2022f).

*Tendencias políticas digitales en los “primeros 100 días” del presidente Chaves*

El informe #16 del OCD-ULATINA se centra en los primeros 100 días del presidente Rodrigo Chaves, por ello, agrupa los meses de mayo hasta agosto del 2022. Durante este periodo el OPNA-UCR siguió publicando bitácoras de forma semanal. Entre los hallazgos más relevantes del cruce de ambas fuentes está el protagonismo del presidente y figuras cercanas en la conversación digital, con un 72 % de toda la conversación digital política del país centrándose en ello (Observatorio Comunicación Digital, 2022h). Además, un 52 % de sentimientos positivos para la figura del mandatario acompañado de un éxito rotundo inicial de las conferencias de prensa después de los consejos de Gobierno. El OCD-ULATINA aporta un panorama o comportamiento general mientras que el OPNA-UCR hace *zoom* o énfasis en tendencias durante el periodo.

Entre ellas, destacan el 01 de mayo y las tendencias digitales de “choteo”, burla y calificativos de “pérdida de tiempo” de las actividades de traspaso de poderes y control político del discurso del presidente Carlos Alvarado como manifestación de descontento con el sistema político. Segundo, la violencia política digital contra mujeres en estos primeros meses de gobierno. El OCD-ULATINA destaca a la ex primera dama Claudia Dobles, la en aquel momento ministra de salud

Joselyn Chacón, la diputada Andrea Álvarez, la exembajadora Ana Helena Chacón y la expresidenta Laura Chinchilla como las personas con más comentarios negativos recibidos en el período (Observatorio de la Comunicación Digital, 2022h). Esa tendencia se reflejó en las distintas bitácoras del OPNA-UCR: la aparición de acciones colectivas digitales contra Joselyn Chacón y un ataque masivo de “troles” a las redes de Laura Chinchilla (Observatorio de la Política Nacional, 2022g; 2022h).

*Tendencias políticas digitales de agosto del 2022 a noviembre de 2023*

Tras los 100 días de la Administración Chaves Robles, el OCD-ULATINA continuó espaciando sus informes cada dos o tres meses. El OPNA-UCR dejó de publicar bitácoras en setiembre de 2022 y reactivó el proyecto a partir de abril de 2023. A nivel general, las tendencias políticas en redes sociales en este periodo siguieron con el protagonismo del presidente Chaves y su gabinete. Resalta además la importancia de las redes sociales para su estrategia de comunicación.

Este período se caracterizó por la disminución de la audiencia digital y el alcance de las conferencias de prensa después del Consejo de Gobierno (Observatorio de Comunicación Digital, 2022i), aun así, el protagonismo de la Administración Chaves se mantuvo. Se observaron varias tendencias con narrativas contra los medios de comunicación tradicionales producto de tácticas de comunicación del Gobierno. El mismo Rodrigo Chaves sostuvo declaraciones sobre grupos en la plataforma Twitter, por ejemplo (Observatorio de la Política Nacional, 2022j).

El protagonismo de la administración pasó por la centralidad del gabinete. Las renuncias o despidos forjaron las tendencias políticas digitales, así como, las presentaciones de políticas públicas en conferencias de prensa especiales como fue el caso de “Costa Rica Segura”. De ahí, el OCD-ULATINA concluyó que los sentimientos digitales hacia Chaves dependían de cada situación y coyuntura (Observatorio de Comunicación Digital, 2023a) El OPNA-UCR observó algunas de esas situaciones, por ejemplo, el tratamiento de la salida de Álvaro Ramos de la CCSS, el discurso de “dinamitar puentes” del presidente Chaves, entre otras (Observatorio de la Política Nacional 2022i; 2022j).

Como punto aparte, pero de igual relevancia, ambos proyectos detectaron un aumento en la polarización y discursos de odio que coincidió con lo reportado en el Informe de Naciones Unidas de junio de 2023 (Organización de las Naciones Unidas, 2023). Se observaron además mayores manifestaciones de lenguaje ofensivo y discursos contra los medios de comunicación y contra el Poder Judicial, por ejemplo (Observatorio de la Política Nacional, 2023c). Otra dimensión relevante es que las personas que más recibieron estos ataques fueron mujeres, sobre todo, con comentarios que cuestionaban su capacidad como políticas (Observatorio de Comunicación Digital, 2023b).

El último periodo de este análisis muestra una disminución aún mayor de la audiencia de las conferencias de prensa del Gobierno y de los comentarios positivos hacia el presidente Rodrigo Chaves (Observatorio de Comunicación Digital, 2023a). El OPNA-UCR observó algunas tendencias vinculadas y que pudieron contribuir a ese efecto como la discusión digital sobre el rediseño del logo del Gobierno en medio de la crisis de inseguridad y un *tweet* polémico de una diputada de Gobierno (Observatorio de la Política Nacional, 2023d). Además,

coinciden ambas fuentes de datos en señalar la consolidación de la crisis de inseguridad como tema de conversación digital en Costa Rica (Observatorio de la Política Nacional 2023a; 2023b).

En un esfuerzo de síntesis, las tendencias políticas en redes sociales en Costa Rica desde el 2021 al 2023 tienen una clara periodización a partir de hechos políticos clave. El diseño metodológico de ambas propuestas de observación también surte efecto en los resultados que presentan, pues, ambos proyectos nacen en medio de las elecciones nacionales 2022 y, a partir de ahí, se enfocan en distintos aspectos del fenómeno de la comunicación política digital. A partir de la llegada de Rodrigo Chaves a Casa Presidencial, es clara la importancia de las redes sociales en la estrategia digital de su Gobierno: se utilizan audiovisuales llamativos, se lanzan revistas presidenciales, pódcast y el mismo presidente lanza mensajes desde su cuenta personal de Twitter. De ahí, no es de extrañar que la Administración Chaves Robles haya logrado colocarse como protagonista en un porcentaje importante de la conversación política digital.

## **Discusión**

Aunque parezca obvio dado el factor poblacional, las tendencias políticas digitales en Costa Rica son una muy pequeña parte del fenómeno global de la política de plataformas. Las tendencias políticas digitales en Costa Rica en el periodo estudiado se caracterizan por tener las elecciones nacionales del 2022 como evento político clave, la posterior consolidación del nuevo presidente Rodrigo Chaves y su gabinete como protagonistas de la conversación digital y más adelante el aumento de discursos de odio, lenguaje ofensivo y polarización en

redes sociales. Ambas fuentes de datos, pese a sus diferencias, coinciden en esos señalamientos.

Las características anteriores pueden entenderse desde la idea base de la política de plataformas, la vinculación afectiva entre personas usuarias y contenido político (Pangrazio, 2018). Es claro que las tendencias durante la campaña electoral resultaron ser muy afectivas, al igual que las narrativas impulsadas una vez iniciada la Administración Chaves Robles. El paulatino aumento en uso de lenguaje ofensivo y discursos de odio reafirma la idea de que la política en Costa Rica se está viviendo a partir de la circulación de información emotiva en plataformas de redes sociales, ya sea que esta se genere desde el gobierno o fuera de él.

Esa primera comprobación teórica es importante, pero abordar la estructura económica detrás de ese fenómeno es aún más relevante. En lo específico de la campaña electoral, el OCD-ULATINA reporta que \$3 de cada \$100 invertidos en publicidad se destinaron a plataformas digitales de comunicación. Aunque parezca una proporción pequeña esto representa, en primer lugar, la comprobación empírica de que una parte de la inversión publicitaria electoral en Costa Rica ya pasó de los medios de comunicación tradicionales a las plataformas de comunicación digital.

En segundo lugar, pensar en esa proporción como pequeña es engañoso en tanto la pauta publicitaria en redes sociales es más barata que en medios de comunicación tradicionales, por lo que esos \$3 pueden representar igual o incluso más contenidos en circulación que los \$96 restantes que se invirtieron en medios de comunicación tradicionales. Tercero, el tipo de contenido es relevante, puesto que en los medios de comunicación digitales se pueden impulsar contenidos no

necesariamente formalizados como publicidad electoral, como sí se hace en medios de comunicación tradicionales. A continuación, se elabora sobre estos tres puntos.

El paso de inversión de medios de comunicación tradicionales a medios digitales constituye extracción de dinero de Costa Rica hacia las plataformas digitales de naturaleza transnacional. Teletica, Repretel, *La Nación*, *Radio Monumental* y demás medios de comunicación tradicionales operan bajo una lógica capitalista clásica en el sentido de que deben reinvertir sus ganancias en equipos de grabación, servicios de mantenimiento, transporte, servicios públicos, contratación de comunicadores, personal técnico, etc. El paso de una proporción de la inversión publicitaria electoral a plataformas digitales, aunque parezca pequeña, significa dinero que sale del país y no es reinvertido en Costa Rica en la misma forma en que lo hacen medios tradicionales. Esto va en línea con lo que plantean tanto el capitalismo de plataformas como el tecnofeudalismo respecto a la capacidad de extracción de recursos de los Estados por parte de las plataformas digitales.

En segundo lugar, el bajo costo de la inversión publicitaria en plataformas digitales comparado con medios de comunicación tradicionales no es casualidad. Se explica, según el capitalismo de plataformas, por la acumulación de datos proveniente de la expansión de las plataformas a cada vez más áreas de la vida y el lucro basado en la venta de publicidad personalizada y segmentada por medio de esa cantidad masiva de datos. Según el tecnofeudalismo, se explica por la apropiación del trabajo de sus usuarios por parte de las plataformas para generar más contenidos y “entrenar” sus algoritmos, con poco o nada a cambio más que el “derecho de uso” del espacio digital.

En tercer lugar, la circulación de contenidos no formalizados como publicidad electoral reafirma la idea de que los medios de comunicación tradicionales están perdiendo su rol como principales *gatekeepers* o “filtros” del sistema político. Mientras que una publicidad electoral destinada a medios de comunicación tradicionales debe pasar, en teoría, por el “filtro” del medio de comunicación e incluso por la regulación de parte del Tribunal Supremo de Elecciones, los contenidos publicitados en plataformas digitales no tienen esta verificación. Esto puede y ha dado paso a la promoción digital de contenidos con información sesgada o falsa y lenguaje violento. El mismo OCD-ULATINA mostró esta preocupación respecto a la generación masiva de contenido falso que llegó hasta un 21 % de la conversación digital (Arce y Bonilla, 2023, p. 111).

Pasadas las elecciones e instalada la Administración Chaves Robles, las tácticas de comunicación empleadas desde el Poder Ejecutivo se centraron muchísimo en redes sociales por medio de transmisiones de conferencias de prensa, la publicación de la revista presidencial, pódcast de Gobierno, etc. Estas tácticas lograron movilizar varias narrativas digitales, la más importante de ellas fue en contra de los medios de comunicación tradicionales, con un llamado a informarse desde las propias redes sociales. El Gobierno de Costa Rica entró a jugar un papel más directo en la transición incompleta entre medios de comunicación tradicionales y medios de comunicación digitales (Siles, 2020).

La apropiación del espacio de las redes sociales por parte del Gobierno de Rodrigo Chaves se centró en impulsar narrativas contra los medios de comunicación tradicionales, el Poder Judicial y la oposición. Además de productos comunicativos para fortalecer la imagen

del presidente como pódcast, revistas, conferencias, videos espectaculares, etc.

De nuevo, el análisis debe centrarse en la estructura económica. El llamado desde el Gobierno a informarse directamente en redes sociales, su inversión en pauta digital y su impulso de narrativas contra los medios de comunicación tradicionales beneficia el modelo de negocio y los intereses de las plataformas digitales. Seguirá siendo cierto que mayor interacción en redes sociales significa mayor generación de datos, venta de publicidad y, por ende, poder económico y político para las plataformas. Desde las teorías del capitalismo de plataformas y el tecnofeudalismo, las narrativas impulsadas por el Poder Ejecutivo serían un distractor de la verdadera disputa por el poder: la soberanía de las plataformas sobre el espacio digital.

Desde el capitalismo de plataformas y el tecnofeudalismo, esa soberanía de las plataformas sobre el espacio digital pasa por su capacidad de control social y distorsión de la comunicación (Bilic, 2023), mediante la movilización de contenido ideológico que vincula afectivamente a las personas usuarias con contenidos políticos, aunque sean falsedades o sensacionalismos (Bakir y McStay, 2022). Dado que los contenidos impulsados desde el gobierno ya de por sí se apoyan en esos elementos, no sería de extrañar que la vinculación afectiva a estas narrativas pudo contribuir al crecimiento reportado por ambas fuentes de datos de discursos de odio y polarización, a partir de finales del 2022 y durante todo el 2023.

Sin embargo, debe decirse que no hay suficiente evidencia para concluir que la estrategia de comunicación digital del gobierno por sí sola haya llevado al aumento de la polarización. No obstante, las encuestas de opinión pública (CIEP, 2024) sí reportan indicadores de

alta polarización social respecto al apoyo al presidente. Además, el crecimiento de la violencia política digital en Costa Rica es notorio, comprobado y preocupante. La discusión aquí plasmada ofrece algunas líneas de respuesta sobre este fenómeno, especialmente relevantes tomando en cuenta casos de líderes políticos que han empleado las redes sociales para narrativas similares como Donald Trump en Estados Unidos (Kreis, 2017) y Nayib Bukele en El Salvador (Soto y Fernández, 2020).

La discusión teórica entre el capitalismo de plataformas y el tecnofeudalismo sale a relucir con el esfuerzo de operacionalizar y aplicar sus ideas a la realidad costarricense. Es evidente la penetración de las plataformas digitales en la dinámica política en el país, así como los procesos de datificación, extracción de datos y venta de publicidad sobre temas políticos, por ello gran parte de lo que plantean ambas perspectivas se cumple en Costa Rica. Las diferencias entre enfoques, más que inclinar la balanza hacia uno u otro, dan énfasis a distintos elementos por los que transita el fenómeno de la política de plataformas en el país.

Respecto a la forma de acumulación, mientras el capitalismo de plataformas permite visualizar la venta de pauta política en redes sociales como parte de la expansión de las plataformas, el tecnofeudalismo da pie a analizar la manera en que ese dinero que se invierte en plataformas de redes sociales es extraído de la economía nacional y no es reinvertido en el país. En cuanto a forma de dominación, el capitalismo de plataformas invita a enfatizar la acumulación de datos (en este caso sobre política), mientras que el tecnofeudalismo encuadra en mayor medida la apropiación del trabajo en generación de contenidos sin mayor compensación. Por último, la forma de perpetuación

del capitalismo de plataformas es clara en Costa Rica, al no haber regulación de ningún tipo a las plataformas digitales, desde la óptica del tecnofeudalismo es más importante la extracción de dinero que se invierte en estas plataformas.

Lo anterior indica que, al menos dentro de la aplicación de ambas teorías al estudio de la realidad costarricense, la discusión o fricción por escoger una de las dos no es tan necesaria, sino que subrayan elementos distintos de un fenómeno global que inevitablemente es más complejo de lo que pueden expresar las teorías que usamos para estudiarlo. Se revalida lo dicho antes, pues ambos enfoques aportan insumos de relevancia que motivan el estudio de la realidad concreta.

Por otra parte, es válida la discusión sobre los abordajes del OPNA-UCR y el OCD-ULATINA. Si bien no es objetivo de este análisis la comparación a profundidad ni la valoración de una u otra metodología como mejor o más completa. Un hallazgo del análisis aquí ensayado es que ambas fuentes de datos se complementan entre sí. Mientras los informes del OCD-ULATINA aportan indicadores generales y comportamiento a nivel masivo, las bitácoras del OPNA-UCR visibilizan tendencias específicas que aportan a las tendencias generales más grandes. Además, en estas últimas se visibilizan otras tendencias que no son destacadas en el análisis macro que se hace con el enfoque cuantitativo.

Ambos proyectos delimitan sus observaciones de forma distinta y eso hace que la comparación directa no sea pertinente. Mientras el OPNA-UCR solamente se centra en las redes Facebook y Twitter, el OCD-ULATINA toma datos de toda la web pública; además, el primero observa todo lo vinculado a política nacional mientras el segundo fue cambiando su delimitación. La comparación entre proyectos con

aras de definir alguna superioridad metodológica es estéril, sobre todo cuando más bien se complementan y cubren algunas de sus limitaciones mutuamente.

La definición teórica de ambas propuestas de observación es importante, aún más en lo que respecta al tratamiento de la información recolectada. El OCD-ULATINA filtra de sus informes el contenido generado por cuentas falsas y troles (Universidad Latina, 2024), con ello, pretende dar información real de la conversación digital y dar insumos para ver un reflejo más claro del comportamiento de usuarios reales en la web pública. El OPNA-UCR más bien asume a las redes sociales como plataformas algorítmicas no neutrales y donde abunda la información falsa, sesgada o malintencionada (Gamboa-León y Torres, 2023), es decir, observa las redes sociales sin filtrar los contenidos para dar una visión casi participante desde la perspectiva de sus investigadores y reportar los fenómenos tal y como otras personas usuarias podrían verlos.

En suma, aún con el cruce de ambas fuentes de datos, es evidente que los datos son insuficientes para cubrir en su totalidad el fenómeno de la política de plataformas en Costa Rica. Las tendencias políticas digitales, sobre todo en plataformas de redes sociales son un objeto de estudio de enorme complejidad y en constante cambio. Existe aún mucho que extraer de un análisis más en profundidad de los datos de estos dos proyectos de observación, ni hablar de la posibilidad de nuevas investigaciones que utilicen una triangulación de enfoques metodológicos.

## Conclusión

Este capítulo ha elaborado sobre las tendencias políticas en redes sociales de Costa Rica como una pequeña parte del fenómeno de la política de plataformas con base en los enfoques teóricos del capitalismo de plataformas, el tecnofeudalismo y el papel de los algoritmos en la interacción humana con las plataformas digitales. Las tendencias políticas en redes sociales observadas se caracterizan por tener las elecciones nacionales del 2022 como evento político central, así como, los primeros 100 días de la Administración Chaves Robles, momento el que la figura del presidente y su gabinete toman protagonismo en la conversación digital. Ello, por medio de tácticas de comunicación que impulsan narrativas contra los medios de comunicación tradicionales y llaman a consumir información política desde las plataformas de redes sociales.

A partir del análisis de la estructura económica con base en las teorías del capitalismo de plataformas y el tecnofeudalismo, se concluye que el impulso de narrativas contra los medios de comunicación tradicionales y el uso central de las redes sociales por parte de la Administración Chaves Robles beneficia el modelo de negocio y los intereses de las plataformas digitales de comunicación. Esto altamente relacionado con la datificación de la información política en redes sociales, que conlleva la monetización y amplificación de contenidos altamente emotivos. Las narrativas impulsadas por el Poder Ejecutivo serían un distractor de la verdadera disputa por el poder: la soberanía de las plataformas sobre el espacio digital.

En Costa Rica, se observan elementos señalados tanto por el enfoque del capitalismo de plataformas como por el tecnofeudalismo. En

este esfuerzo de operacionalización, las diferencias entre enfoques subrayan uno u otro elemento de un fenómeno más amplio y complejo. Se concluye que existe una penetración importante de la pauta política digital en el país y que ello conlleva la extracción de dinero por parte de las plataformas digitales de comunicación y la acumulación de poder como nuevos *gatekeepers* del sistema político junto a medios de comunicación tradicionales.

Las bitácoras/informes generados por el OPNA-UCR y el OCD-ULATINA abordan las tendencias políticas digitales desde enfoques distintos y también tienen diferencias respecto a la delimitación de sus análisis conforme se avanza en el periodo de estudio. Pese a esto, la información generada de la observación de las tendencias políticas en redes sociales desde el OPNA-UCR y el OCD-ULATINA tiene mucho potencial de análisis más detallado o centrado en cortes de tiempo más pequeños. En vez de centrar la discusión en la estéril búsqueda de la superioridad metodológica entre el enfoque cuantitativo y el cualitativo, este balance demuestra que los dos proyectos se complementan entre sí y cubren algunos de sus límites. Las publicaciones de ambos proyectos crean en conjunto una base de datos bastante vasta, que en este capítulo solo se ha explorado por medio de un balance general.

Debe señalarse con mucha preocupación el crecimiento de discursos de odio, polarización y lenguaje ofensivo en la conversación digital. Esta aparición del fenómeno en Costa Rica puede rastrearse en la teoría comentada sobre datificación, la ecología de información falsa o emotiva, usualmente asociada a liderazgos políticos populistas, como parte de la vinculación afectiva base de la política de plataformas. Estos fenómenos dibujarían una especie de círculo vicioso teórico en el que se consume más esta información, se generan réditos para

las plataformas, se le da mayor difusión y aumenta la polarización (Parker, 2023, p. 7). En ese aspecto, el protagonismo digital del presidente Rodrigo Chaves y su gabinete y las narrativas que han impulsado deben estudiarse con más profundidad, con el fin de dimensionar de mejor manera sus efectos respecto a la polarización política digital.

Ese último punto debería ser la misión desde la academia. Si bien desde una población tan pequeña como la costarricense es difícil proponer acciones que cambien el rumbo de un fenómeno global como la política de plataformas, generar respuestas a nivel educativo es vital para las ciudadanías del país. “La educación puede, crítica y consistentemente, presentarle problemas a la apariencia de neutralidad superficial y ‘dada por sentado’ de las plataformas digitales. Puede desmascarar el lucro y las motivaciones” (Parker, 2023, p. 5). Dicho de otra forma, es imperativo proponer y llevar a cabo políticas educativas de alfabetización digital que incluyan habilidades para usar de mejor manera las plataformas digitales, entender su naturaleza algorítmica no neutral e identificar contenidos falsos o tendenciosos. Generar estas respuestas podría ser la única resistencia posible a las consecuencias políticas y daños cívicos del avance global del capitalismo de plataformas y el tecnofeudalismo.

A todas luces, este capítulo y la investigación que aquí se expresa del fenómeno de la política de plataformas en Costa Rica es de carácter exploratorio. Solo se ha pretendido un análisis o balance general de las tendencias políticas digitales en el país, no así llegar a conclusiones o generalizaciones sobre el comportamiento digital de las personas costarricenses en redes sociales. Los hallazgos y discusiones aquí esbozadas deben entenderse en el marco del universo de datos estudiado y no como posible inferencia o regularidad fuera del mismo.

En este capítulo solo se presentan conclusiones preliminares, no obstante, sí desea motivar a que este tema se convierta en una importante agenda de investigación desde la academia tanto dentro como fuera de Costa Rica.

La consolidación, mantenimiento y mejora continua de los informes/bitácoras del *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales* del OPNA-UCR y del proyecto del Observatorio de Comunicación Digital de la Universidad Latina son de suma importancia para generar información y de ahí proponer acciones a nivel de política educativa que sirvan de resistencia hacia el fenómeno que intentan explicar tanto el enfoque del capitalismo de plataformas como el del tecnofeudalismo.

Con ese punto, por último, esta investigación, y las que pretende motivar, son pasos necesarios para la elaboración de políticas que ayuden a mantener la estabilidad democrática y evitar las consecuencias de la polarización, el populismo y el nacionalismo que abundan en las plataformas de redes sociales y que ya están teniendo efectos de desestabilización en otras democracias liberales y en el sistema internacional en su conjunto (Durante, 2023, p. 283). Para Costa Rica, quizá, serían pasos necesarios y urgentes para evitar un quiebre democrático, con las catastróficas consecuencias que eso traería para todas las ciudadanías.

## Referencias

Araya, G. (2024). El necesario y oportuno desarrollo de la investigación del espacio político digital en Costa Rica. En I. Siles, C. Carazo y L. Tristán (Eds.), *Del like al voto: Comunicación digital en las elecciones de Costa Rica 2022* (pp. 199-220). Universidad de Costa Rica.

- Arce, L. y Bonilla, C. (2022). Observatorio de la Comunicación Digital: influencia de las redes sociales en la primera ronda electoral 2022 en Costa Rica. *Revista Derecho Electoral*. 35. [https://doi.org/10.35242/RDE\\_2023\\_35\\_6](https://doi.org/10.35242/RDE_2023_35_6)
- Bakir, V. y McStay, A. (2022). *Optimising Emotions, Incubating Falsehoods: how to protect the global civil body from disinformation and misinformation*. Palgrave MacMillan.
- Bilic, P. (2023). Frankfurt School Legacy and the Critical Sociology of Media: Lifeworld in Digital Capitalism. *Critical Sociology*. <https://doi.org/10.1177/08969205231201386>
- Bissell, D. (2023). The politics of deautomation: Being disaffected by platform capitalism. *Environment and Planning D: Society and Space*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/02637758231205105>
- Chicchi, F. y Marrone, M. (2023). A new subjectivity in digital platform capitalism?. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 17(2), 197-204. <https://dx.doi.org/10.13169/workorglaboglob.17.2.0197>
- Chin, C. (2023). *Navigating the Risks of Artificial Intelligence on the Digital News Landscape*. Center for Strategic and International Studies (CSIS). <http://www.jstor.org/stable/resrep53077>
- Confessore, N. (4 de abril de 2018). Cambridge Analytica and Facebook: the Scandal and the Fallout so far. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html>
- Durand, Cedric. (2021). *Tecnofeudalismo: crítica de la economía digital*. Kaxilda.

- Durante, T. (2023). Globalization and Visual Rhetoric: The Rise of a Global Media Order? En M. B. Steger, R. Benedikter, H. Pechlaner y I. Kofler (Eds.), *Globalization: Past, Present, Future* (1st ed., pp. 275-289). University of California Press. <http://www.jstor.org/stable/jj.7794627.21>
- Gamboa-León, J. y Torres, L. (2023). *¿Observar la política nacional desde Facebook y Twitter?: La experiencia del Observatorio de la Política Nacional en el seguimiento a las tendencias políticas en redes sociales entre noviembre 2021 y septiembre 2022* [ponencia]. Jornadas de Comunicación 2023, San José, Costa Rica. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2023/Ponencia\\_Analisis\\_de\\_Tendencias\\_Politicas\\_en\\_RRSS.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2023/Ponencia_Analisis_de_Tendencias_Politicas_en_RRSS.pdf)
- Gane, N. (2024). Capitalism is capitalism, not technofeudalism. *Journal of Classical Sociology*. <https://doi.org/10.1177/1468795X241269293>
- Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, 12(3), 347-364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Habermas, J. 1989. *Teoría de la acción comunicativa: Complementos y estudios previos*. Cátedra
- Harvey, D. (2014). *Seventeen Contradictions and The End of Capitalism*. Profile Books.
- Klur, K. y Nies, S. (2023). Governed by digital technology?: Self-perpetuation and social domination in digital capitalism. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 17(1), 12-33. <https://www.jstor.org/stable/48724540>
- Kokas, A. (2023). Data Trafficking and the International Risks of Surveillance Capitalism: The Case of Grindr and China.

*Television & New Media*, 24(6), 673-690. <https://doi.org/10.1177/15274764221137250>

Kreis, R. (2017). The “Tweet Politics” of President Trump. *Journal of Language and Politics*, 16(4). <https://doi.org/10.1075/jlp.17032.kre>

La Cebra. (27 de mayo de 2021). *Cédric Durand, sobre Tecnofeudalismo*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nuaA1f1ls-o&t=170s>

Lears, Jackson T. J. (1985). The Concept of Cultural Hegemony: Problems and Possibilities. *The American Historical Review*, 90(3), 567-593. <https://doi.org/10.2307/1860957>

Lewis, P. y Hilder, P. (23 de marzo de 2018). Leaked: Cambridge Analytica’s blueprint for Trump victory. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/mar/23/leaked-cambridge-analyticas-blueprint-for-trump-victory>

Littlejohn, S., Foss, K. y Oetzel, J. (2016). *Theories of Human Communication*. Waveland Press.

Morozov, E. (2022). Critique of Techno-feudal reason. *New Left Review*, 133/134. <https://newleftreview.org/issues/ii133/articles/evgeny-morozov-critique-of-techno-feudal-reason>

Observatorio de Comunicación Digital (2021a). *Reporte #1*. <https://forms.ulatina.ac.cr/Afiches/REPORTE-1-OCD-18-OCT-21.pdf>

Observatorio de Comunicación Digital (2021b). *Reporte #2*. <https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-1-noviembre>

Observatorio de Comunicación Digital (2021c). *Reporte #4*. <https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/gru->

[pos-de-investigacion/observatorio/proceso-electoral-2022/  
reporte-29-noviembre](https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-29-noviembre)

Observatorio de Comunicación Digital (2022a). *Reporte #6*. [https://  
www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investiga-  
cion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-6](https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-6)

Observatorio de Comunicación Digital (2022b). *Reporte #7*. [https://  
www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investiga-  
cion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-7](https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-7)

Observatorio de Comunicación Digital (2022c). *Reporte #8*. [https://  
www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investiga-  
cion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-8](https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-8)

Observatorio de Comunicación Digital (2022d). *Reporte #9*. [https://  
www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investiga-  
cion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-9](https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-9)

Observatorio de Comunicación Digital (2022e). *Reporte #10*. [https://  
www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investiga-  
cion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-10](https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-10)

Observatorio de Comunicación Digital (2022f). *Reporte #11*. [https://  
www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investiga-  
cion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-11](https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-11)

Observatorio de Comunicación Digital (2022g). *Reporte #13*. [https://  
www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investiga-  
cion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-13](https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/proceso-electoral-2022/reporte-13)

Observatorio de Comunicación Digital (2022h). *Reporte #16*. [https://  
www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investiga-  
cion/observatorio/reportes/16](https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/reportes/16)

- Observatorio de Comunicación Digital (2022i). *Reporte #17*. <https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/reportes/17>
- Observatorio de Comunicación Digital (2023a). *Reporte #20*. <https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/reportes/20>
- Observatorio de Comunicación Digital (2023b). *Reporte #21*. <https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/reportes/21>
- Observatorio de la Política Nacional (2021a). *Análisis de Tendencias #1 12 2021*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2021/Anlisis\\_de\\_Tendencias\\_1.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2021/Anlisis_de_Tendencias_1.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2021b). *Análisis de Tendencias #2 12 2021*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2021/2021\\_Analisis\\_de\\_Tendencias\\_2.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2021/2021_Analisis_de_Tendencias_2.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2021c). *Análisis de Tendencias #3 12 2021*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2021/2021\\_Analisis\\_de\\_Tendencias\\_3.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2021/2021_Analisis_de_Tendencias_3.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2021d). *Análisis de Tendencias #4 12 2021*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2021/2021\\_Analisis\\_de\\_Tendencias\\_4.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2021/2021_Analisis_de_Tendencias_4.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2022a). *Análisis de Tendencias #1 1 2022*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/2022\\_Analisis\\_de\\_Tendencias\\_1.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/2022_Analisis_de_Tendencias_1.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2022b). *Análisis de Tendencias #3 1 2022*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/2022\\_Analisis\\_de\\_Tendencias\\_3.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/2022_Analisis_de_Tendencias_3.pdf)

- Observatorio de la Política Nacional (2022c). *Análisis de Tendencias #4 1 2022*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/2022\\_Analisis\\_de\\_tendencias\\_4.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/2022_Analisis_de_tendencias_4.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2022d). *Análisis de Tendencias #7 1 2022*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/2022\\_Analisis\\_de\\_tendencias\\_7.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/2022_Analisis_de_tendencias_7.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2022e). *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales #12*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Marzo/2022\\_Analisis\\_de\\_Tendencias\\_04-MARZO.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Marzo/2022_Analisis_de_Tendencias_04-MARZO.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2022f). *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales #13*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Abril/2022\\_Analisis\\_de\\_Tendencias\\_01-ABRIL.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Abril/2022_Analisis_de_Tendencias_01-ABRIL.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2022g). *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales Julio 2022 - #2*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Julio/Analisis\\_de\\_Tendencias\\_Polticas\\_en\\_Red\\_Sociales\\_Julio\\_2022\\_-\\_2.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Julio/Analisis_de_Tendencias_Polticas_en_Red_Sociales_Julio_2022_-_2.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2022h). *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales Agosto 2022 - #3*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Analisis\\_de\\_Tendencias\\_Polticas\\_en\\_Red\\_Sociales\\_Agosto\\_2022\\_-\\_3.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Analisis_de_Tendencias_Polticas_en_Red_Sociales_Agosto_2022_-_3.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2022i). *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales Septiembre 2022 - #3*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Setiembre/Analisis\\_de\\_Tendencias\\_Polticas\\_en\\_Red\\_Sociales\\_Sep-tiembre\\_2022\\_-\\_3.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Setiembre/Analisis_de_Tendencias_Polticas_en_Red_Sociales_Sep-tiembre_2022_-_3.pdf)

- Observatorio de la Política Nacional (2022j). *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales Septiembre 2022 - #4*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Setiembre/Anlisis de Tendencias Polticas en Redes Sociales Septiembre 2022 - 4.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2022/Setiembre/Anlisis_de_Tendencias_Polticas_en_Red_Sociales_Sep-tiembre_2022_-_4.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2023a). *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales “Seguridad, seguridad, seguridad” Bitácora de Observación #1 – 2023 8 al 14 de abril*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/2023/AdT\\_2023-1.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/2023/AdT_2023-1.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2023b). *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales “Costa Rica Segura” Bitácora de Observación #2 – 2023 15 al 22 de abril*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2023/AdT\\_2\\_2023.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2023/AdT_2_2023.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2023c). *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales “Odio y polarización se profundizan” Bitácora de Observación #8 – 2023 24 de junio al 07 de julio*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2023/Bitacora de Observacion 8.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2023/Bitacora_de_Observacion_8.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (2023d). *Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales “Polémicas Políticas en medio de Cambio, Resello, Acusación y Yate” Bitácora de Observación #14 – 2023 21 de septiembre al 04 de octubre*. [https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2023/Bitacora\\_14\\_Cambio\\_Resello\\_Acusacion\\_y\\_Yate.pdf](https://opna.ucr.ac.cr/images/AnalisisTendencias2022/2023/Bitacora_14_Cambio_Resello_Acusacion_y_Yate.pdf)
- Observatorio de la Política Nacional (s.f.). *Análisis de Tendencias*. <https://opna.ucr.ac.cr/index.php/es/catalogo-2/analisis-de-tendencias>

- Organización de las Naciones Unidas (2023). *Informe sobre discursos de odio y discriminación*. <https://costarica.un.org/es/238630-informe-sobre-discursos-de-odio-y-discriminaci%C3%B3n-2023>
- Pangrazio, L. (2018). What's new about 'fake news'? Critical digital literacies in an era of fake news, post truth and clickbait. *Páginas de educación*, 11(1) 6-22. <https://doi.org/10.22235/pe.v11i1.1551>
- Renzi, A. (2011). What Is the Politics of Platform Politics? *Television & New Media*, 12(5), 483-485. <https://doi.org/10.1177/1527476411416521>
- Rizo, M. (2005). Me comunico, luego existo. El papel de la comunicación en la construcción de identidades. *Culturales*, 1(1), 124-142. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69410106>
- Rosenberg, M., Confessore, N. y Cadwalladr, C. (17 de marzo de 2018). How Trump consultants exploited the Facebook data of millions. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>
- Schroeder, R. (2018). Big data: Shaping knowledge, shaping everyday life. En R. Schroeder (Ed.), *Social Theory after the Internet: Media, Technology, and Globalization* (pp. 126-148). UCL Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt20krxdr>
- Siles, I. (2020). Introducción. En I. Siles (Ed.), *Democracia en Digital: Facebook, Comunicación Política y Política en Costa Rica* (pp. 1-16). CICOM.
- Siles, I. (2023). *Living with algorithms: agency and user culture in Costa Rica*. MIT Press.

- Soto, L. y Fernández, A. (2020). Redes Sociales Y Democracia: La Estrategia Comunicacional de Nayib Bukele en Twitter Durante la Pandemia del COVID-19 En El Salvador. *AVATARES de la comunicación y la cultura* (20). [https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/5467/pdf\\_1](https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/5467/pdf_1)
- Srnicek, N. (2017). The Challenges of Platform Capitalism: Understanding the logic of a new business model. *Juncture*, 24 (4), 254-257. <https://doi.org/10.1111/newe.12023>
- Steger, M. B. y Roy, R. K. (2010). *Neoliberalismo: una breve introducción*. Alianza Editorial.
- Times Radio. (30 de setiembre de 2023). *Capitalism is over and "social democracy is finished"*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=1A4dMK7S6KE>
- Universidad Latina de Costa Rica (s.f.). *Observatorio de Comunicación Digital*. <https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio>
- Varoufakis, Y. (2023). *Techno-feudalism: what killed capitalism?* Bodley Head.
- Zuboff, S. (2015). Big other: surveillance capitalism and the prospects of information civilization. *Journal of Information Technology*, 30, 75-89. <https://doi.org/10.1057/jit.2015>.

**Tabla 7.2** Anexo de Bitácoras del OPNA-UCR y Reportes OCD-ULATINA

<b>Tiempo Estudiado</b>	<b>ADTs OPNA-UCR</b>	<b>Reportes OCD - ULATINA</b>
OCTUBRE, 2021	-	REPORTE 1 REPORTE 2
NOVIEMBRE, 2021	#1 12 2021	REPORTE 3
	#2 12 2021	REPORTE 4
	#3 12 2021	
DICIEMBRE, 2021	#4 12 2021	REPORTE 5
	-	REPORTE 6
ENERO, 2022	#1 01 2022	REPORTE 7
	#2 01 2022	
	#3 01 2022	REPORTE 8
	#4 01 2022	REPORTE 9
FEBRERO, 2022	#1 02 2022	REPORTE 10
	#2 02 2022	
	#3 02 2022	REPORTE 11
	#4 02 2022	
MARZO, 2022	#1 03 2022	REPORTE 12
	#2 03 2022	REPORTE 13
	#3 03 2022	REPORTE 14
	#4 03 2022	REPORTE 15
ABRIL, 2022	#1 04 2022	
	#2 04 2022	
	#3 04 2022	
MAYO, 2022	#1 05 2022	REPORTE 16
	#2 05 2022	
	#3 05 2022	
	#4 05 2022	
JUNIO, 2022	#1 06 2022	
	#2 06 2022	
	-	
JULIO, 2022	#4 06 2022	
	#1 07 2022	
AGOSTO, 2022	#2 07 2022	REPORTE 16
	#3 y #4 07 2022	
	#3 08 2022	
SEPTIEMBRE, 2022	#5 08 2022	REPORTE 17
	#1 09 2022	
	#2 09 2022	
	#3 09 2022	
	#4 09 2022	

<b>Tiempo Estudiado</b>	<b>ADTs OPNA-UCR</b>	<b>Reportes OCD - ULATINA</b>
OCTUBRE, 2022		REPORTE 17
NOVIEMBRE, 2022		REPORTE 18
DICIEMBRE, 2022		
ENERO, 2023		
FEBRERO, 2023		
MARZO, 2023		REPORTE 19
ABRIL, 2023	AdT 2023 1 AdT 2023 2 AdT 2023 3	
MAYO, 2023	AdT 2023 4 AdT 2023 5	
JUNIO, 2023	AdT 2023 6 AdT 2023 7	REPORTE 20
JULIO, 2023	AdT 2023 8 AdT 2023 9	
AGOSTO, 2023	AdT 2023 10 AdT 2023 11 AdT 2023 12	
SEPTIEMBRE, 2023	AdT 2023 13 AdT 2023 14	REPORTE 21
OCTUBRE, 2023	AdT 2023 15 AdT 2023 16 AdT 2023 17	
NOVIEMBRE, 2023		
DICIEMBRE, 2023		REPORTE 22*
ENERO, 2024		

\*\*Fuera del análisis porque se centra en Elecciones Municipales 2024.



# EXPERIENCIA SOCIAL Y MUNDOS EN CRISIS: ENTENDER EL CAMBIO CLIMÁTICO DESDE LA COMUNICACIÓN Y LA FENOMENOLOGÍA

Rodrigo Muñoz-González  
Daniela Alvarado

## **Introducción**

La crisis climática está aquí, sin ninguna duda. Esto implica una redefinición de la relación entre las sociedades humanas y la naturaleza (Latour, 2018; Webb, 2012). La crisis climática surge de cambios abruptos en los patrones climáticos del planeta a causa de la actividad del ser humano en muchas dimensiones, ocasionando transformaciones que pueden ser fatales para muchas especies —como su extinción—, ecosistemas y la misma población humana (Rudiak-Gould, 2013). Siendo expresada principalmente, aunque no exclusivamente, en cambios climáticos extremos, esta crisis implicará un antes y un después en la historia de la civilización humana (Aronczyk y Espinoza, 2022).

El paso de la época geológica conocida como Holoceno, en la cual los patrones climáticos del planeta eran estables y predecibles, al Antropoceno, en la cual las actividades humanas tienen un impacto real en la configuración del tiempo atmosférico y el clima, acarrea retos que

van más allá de lo ecológico (Macias, 2022; Shove, 2010). Primero, esta transición señala dilemas filosóficos de crear una nueva relación entre el ser humano y la naturaleza. Aunque cosmologías aborígenes a lo largo del planeta ya planteaban ideas de sinergias y armonías entre lo humano y lo natural, gracias a los diferentes procesos de colonización europea, la mentalidad hegemónica ha sido operacionalizada en ideologías que plantean el control y dominio de la naturaleza por parte del ser humano (Escobar, 2018). Como lo sugiere el filósofo francés Bruno Latour (2017), la crisis climática plantea la necesidad de concebir nuevas formas de comprender el rol del ser humano dentro del planeta.

Segundo, y estrechamente ligado al punto anterior, con la crisis climática surgen dilemas socioeconómicos complejos y que requerirán de un diálogo social intenso. Como lo señala el sociólogo británico Anthony Giddens (2011), los modelos económicos actuales basados en el consumo siguen prácticas extractivistas que no contemplan el daño que pueden tener en ciertos ecosistemas. Esto sugiere la importancia de una transición a una economía verde que sea más circular en términos de materias primas y los productos que se generan de estas, así como de una renovación de las matrices energéticas que potencian las actividades humanas contemporáneas, entre otras acciones igual de importantes (Raworth, 2018).

Estos dilemas sugieren que la crisis climática no es solamente un fenómeno natural, sino un fenómeno sociocultural —o *geosocial*, como sostiene Latour (2017)—, que tendrá una gran incidencia en la organización de las sociedades humanas futuras, obligando la transformación de instituciones y estructuras sociales existentes y el surgimiento de nuevas (Norgaard, 2018). Así, a nivel sociológico, la crisis

climática no solamente acarrea la necesidad de nuevas formas de adaptarse a cambios naturales, sino el desarrollo de nuevas mentalidades e ideologías para entender la relación del ser humano con la naturaleza (Norgaard y Reed, 2017).

El estudio de la crisis climática desde las ciencias sociales se encuentra en un estado incipiente; sin embargo, hay corrientes de investigación predominantes en que permiten delinear ciertas tendencias. Primero, diversos trabajos sociológicos han explorado la correspondencia entre las necesidades y consecuencias materiales de los modelos económicos de producción actuales y el cambio en patrones climáticos (Shove, 2010; Webb, 2012). Este enfoque sigue una perspectiva histórica y tiende a emplear la crítica normativa hacia el capitalismo para explicar las causas de la crisis climática. Segundo, otra variedad de estudios se preocupa por entender las dinámicas políticas y de poder que se articulan en torno a la crisis climática, tanto a nivel de los sistemas socioeconómicos actuales como de los procesos institucionales y diplomáticos que han intentado mitigarla. Así, este acercamiento busca una interseccionalidad analítica, resaltando la estrecha relación entre la crisis climática y procesos sociales como la desigualdad económica y de género (Nagel, 2016; Norgaard et al., 2018). Finalmente, hay un cuerpo importante de análisis enfocado en examinar las experiencias de personas involucradas en movimientos ambientales. Este énfasis en el activismo como práctica de incidencia cívica busca problematizar la agencia de ciertas personas —o movimientos sociales— vis a vis con la crisis climática como un fenómeno social y estructural (Carvalho et al., 2017; Fox y Rau, 2017).

Siendo un fenómeno geosocial, la crisis climática es también un fenómeno comunicativo. Actualmente, a nivel global, estamos

viviendo un momento de “mediatización profunda”, en el cual nuestra experiencia de la realidad social es en gran parte expresada por y a través de los medios de comunicación (Couldry y Hepp, 2017). En otras palabras, nos sentimos parte del cuerpo social a través de nuestro involucramiento con textos mediáticos, uso de servicios digitales o la interacción con múltiples algoritmos (Livingstone y Blum-Ross, 2020). Así, la *mediación de la crisis climática* implica una dinámica en la que esta es representada y entendida por y a través de medios de comunicación y plataformas mediáticas. Esta mediación no ha pasado desapercibida por los estudios en medios y comunicación: en las últimas décadas el área de *environmental communications* —o comunicación ambiental— ha tomado forma, consistiendo en esfuerzos por analizar cómo la crisis climática es comunicada por diferentes actores y cuáles son los modos más efectivos para hacerlo (Takahachi et al., 2022).

Ahora bien, la dimensión comunicativa de la emergencia climática<sup>14</sup> acarrea una serie de dinámicas que se llevan a cabo en la vida cotidiana (Bruzzone y Mulvihill, 2022); es decir, esta no es un asunto que únicamente le compete a la clase política o a un grupo selecto de actores sociales (Caracciolo et al., 2023), sino que es un proceso que se despliega en la *experiencia*. Con esto en mente, diversos esfuerzos utilizan perspectivas fenomenológicas para examinar la intersección entre comunicación y experiencia social en la articulación de la crisis climática en la vida de diferentes personas, grupos sociales y comunidades (Kemkes y Akerman, 2019). Estos trabajos entienden la crisis

---

14 Hemos tomado la decisión estilística de usar indistintamente los términos ‘crisis climática’, ‘emergencia climática’ y ‘cambio climático’. Justamente, queremos enfatizar la urgencia de este fenómeno geosocial y sus consecuencias más inmediatas en la sociedad y el planeta.

climática desde el *lifeworld* —para decirlo en términos de esta tradición (Scannel, 2014)— para entender el anclaje cotidiano de este fenómeno geosocial (Guernsey, 2022).

En este artículo, realizamos un análisis de la literatura internacional que estudia la relación entre crisis climática, comunicación y fenomenología. Nuestro objetivo es delinear los insumos teóricos, metodológicos y normativos de trabajos que comprenden la crisis climática como un fenómeno geosocial que se articula en el plano cotidiano y experiencial de las personas. Asimismo, nuestra meta es crear una agenda de investigación que facilite el análisis empírico de la mediación de la crisis climática. Para esto, realizamos la búsqueda y análisis de 53 textos académicos en español y 85 en inglés; para un total de 138. Con esto, pretendimos desarrollar un acercamiento global a la producción académica que considerara también investigaciones iberoamericanas.

Así, nuestra revisión de la literatura arranca con un repaso de las perspectivas fenomenológicas de la comunicación como campo académico. De esta manera, subrayamos las principales premisas de la fenomenología como tradición filosófica y su operacionalización en las ciencias sociales y la comunicación. Después, ofrecemos los detalles metodológicos de nuestro estudio, detallando las estrategias de recolección y análisis de los trabajos analizados. Seguidamente, presentamos las tendencias temáticas de la literatura especializada. Finalmente, realizamos una reflexión sobre los insumos de todos estos esfuerzos de investigación y planteamos una agenda de investigación para que se continúe con el análisis empírico de la intersección entre comunicación, experiencia social y crisis climática.

## Perspectivas fenomenológicas de la comunicación

La fenomenología se desarrolla inicialmente como un campo dentro de la filosofía que estudia la experiencia como modo constitutivo y situado de interactuar con la realidad (Pollio et al., 1997). Su principal preocupación reside en entender cómo se articula la relación de las personas, en tanto seres que cuentan con distintos grados de agencia, con sus planos internos y externos (Howard, 2013); en otras palabras, se busca examinar los modos en que se forman sensaciones e ideas coherentes y estables sobre el mundo.

Así, la indagación fenomenológica busca explorar la relación entre experiencia y los múltiples fenómenos que conforman la realidad (Wiseman, 2013). Aunque esta línea de investigación es amplia y rica en abordajes y objetivos, podemos identificar cuatro conceptos principales que son recurrentes en los análisis fenomenológicos. Primero, hay un interés por desempacar el rol del *cuerpo* como vehículo para experimentar la realidad (Ahmed, 2006). Ya sea a través de posturas más materialistas, las cuales consideran la corporalidad como la mediación principal de la experiencia, o de posturas más idealistas, las cuales postulan que el cuerpo está supeditado a las estructuras cognitivas y mentales de las personas, la fenomenología problematiza el cuerpo como un punto de encuentro fundamental con la realidad (Seamon, 2013). Segundo, la *percepción* es vista como una de las dinámicas esenciales de la experiencia humana. Partiendo del trabajo del filósofo francés Maurice Merleau-Ponty (2013), diferentes trabajos afirman que la percepción conlleva aspectos individuales y sociales, que consisten en una interacción compleja de sentidos, relaciones interpersonales y procesos culturales.

Tercero, la fenomenología se centra en el concepto de *tiempo* y las formas en que el pasado, presente y futuro se configuran en la vida cotidiana (Gros, 2020). Una de las preocupaciones claves de la fenomenología implica discernir cómo se experimenta el pasar del tiempo y cómo esto genera procesos de memoria y olvido, tanto en lo individual como en lo colectivo (Ricoeur, 2004). Finalmente, la piedra angular de toda indagación fenomenológica parte del *ser*. Siguiendo los avances teóricos desarrollados por Martin Heidegger (2008), distintos esfuerzos buscan desmenuzar la ontología de nuestro ser, de aquello que nos caracteriza como entidades que experimentan un mundo y las características que nos permiten hacerlo. Además, se plantean interrogantes sobre la relación entre lo individual y lo colectivo en los procesos de experiencia (Ennis, 2007); es decir, si nosotros experimentamos la realidad primeramente a partir de nuestro plano interno e individual o partir de procesos complejos externos (Pintos Peñaranda, 2011).

En las ciencias sociales, los insumos filosóficos de la fenomenología se han operacionalizado para comprender las formas en que distintas personas y grupos sociales articulan sus sentidos de realidad en la vida cotidiana; adicionalmente, se pretende indagar por el papel de relaciones de poder en la constitución de experiencias e identidades sociales (Núñez, 2012). El pionero en traer el abordaje fenomenológico al pensamiento social fue el sociólogo austriaco Alfred Shutz (1972), quien propuso definir la experiencia social desde su carácter interactivo. Esto conlleva examinar la realidad social a partir de múltiples prácticas, relaciones y dinámicas que, en su conjunto, crean un sentido coherente y unitario, pero al mismo tiempo contingente. Lo anterior, resulta clave para definir a la sociedad como una serie de estructuras, con un origen histórico, que interactúan entre sí y que están abiertas

al cambio debido a las acciones de personas, comunidades y grupos (Williams, 2000).

La perspectiva fenomenológica, en las ciencias sociales, sugiere que el sentido de la realidad social es una *construcción* en tanto implica procesos históricos, sociales, culturales, políticos y económicos en los cuales se consolidan, se reemplazan o se transforman conocimientos, valores, y significados (Berger y Luckmann, 1967). En otras palabras, la experiencia social es dinámica y activa debido a que se desarrolla a partir del encuentro y desencuentro de estructuras que pueden tener una estabilidad relativa o estar en contante cambio. Por consiguiente, a la hora adoptar esta perspectiva, la meta es analizar “cómo las personas llegan a actuar y a tener intenciones, pero mayoritariamente en condiciones que no son de su propia creación” (Sterne, 2022, p. 11).

Dentro de los estudios en medios y comunicación, la perspectiva fenomenológica cuenta con una trayectoria importante. En su estudio sobre el campo de la teoría de la comunicación, Craig (1999) identifica la fenomenología como una tradición que entiende la comunicación como un proceso de interacción entre las experiencias de personas y grupos dispares entre sí (pp. 138-140). Este proceso, entonces, se define como dialógico; dicho de otro modo, la comunicación se comprende como un intercambio entre perspectivas diferentes que tiene el potencial de crear vínculos y lazos entre diversos individuos (Lagerkvist, 2017). Eso sí, al ser una interacción, hay posibilidades de correspondencia, pero también de diferencia, creando dinámicas de otredad y exclusión (Sandoval, 2004).

Recientemente, Couldry y Hepp (2017) han abogado por la necesidad de promover perspectivas fenomenológicas en la comunicación como campo académico debido a los retos que depara una sociedad

cada vez más mediatizada y datificada. Estas perspectivas, según los autores, deben de partir del punto de vista de actores sociales situados en contextos particulares e inmersos en relaciones de interdependencia. Bajo esta premisa, por ejemplo, se propone el desarrollo de una fenomenología material, que contemple los procesos infraestructurales materiales a partir de los cuales las personas construyen su relación con el mundo y su sentido de agencia (Couldry y Hepp, 2017, p. 25). En este caso, esto se traduce en explorar el papel de tecnologías digitales en la recalibración del tiempo y el espacio en la experiencia cotidiana de las personas.

Las perspectivas fenomenológicas de la comunicación localizan las preguntas clave de esta tradición filosófica en las interacciones comunicativas que suceden en las esferas cotidianas del mundo social (Scannel, 2014). Considerando que la crisis climática es un fenómeno geosocial que conlleva una serie de experiencias que se articulan en el día a día, los insumos de estas perspectivas resultan esenciales para comprender este estado experiencial y existencial complejo que puede ser difícil de entender (Boyson, 2022). Simultáneamente, analizar la crisis climática desde la comunicación y fenomenología puede dar pistas para examinar la aparente inacción de distintas poblaciones frente a las implicaciones de esta, que surge de una relación compleja entre modos de interactuar con la sociedad y los imperativos de diferentes estructuras sociales (Hall, 2016).

La revisión de literatura que realizamos en este artículo tiene como meta encontrar los principales patrones temáticos de las investigaciones que han explorado el vínculo entre comunicación, experiencia social y emergencia climática. Con esto, esperamos delinear una agenda analítica que promueva el estudio desde la comunicación,

en particular, y las ciencias sociales, en general, de la crisis climática como un fenómeno irremediablemente social.

### **Metodología**

El presente artículo analiza literatura internacional que estudia la relación entre crisis climática, comunicación y fenomenología. Para esto se decidió seleccionar investigaciones que hubieran sido publicadas en los idiomas español e inglés. Con esto, pretendimos desarrollar un acercamiento global a la producción académica, que tomara en cuenta también estudios realizados en Iberoamérica.

Así, nuestro análisis parte de tres estrategias. Primero, se procedió con la *búsqueda documental* de literatura. Se utilizaron los catálogos de Latindex, la base de datos EBSCOhost y el motor de búsqueda Google Scholar. Se utilizaron las siguientes palabras claves en ambos idiomas: “crisis climática y comunicación”, “crisis climática y teoría social”, “crisis climática y fenomenología”, “crisis climática y filosofía” y “crisis climática y medios”.

La búsqueda anterior deparó en una muestra de 53 textos académicos en español y 85 en inglés; para un total de 138. La segunda estrategia consistió en una *codificación preliminar* de todos los trabajos en una matriz de análisis. Tanto los resúmenes como los textos completos se clasificaron en categorías que permitían ordenar aspectos generales como el enfoque teórico, el país o la región en la cual se realizaba el trabajo y los hallazgos generales. Esto permitió tener un mapa general de la muestra y comprender, de primera entrada, las tendencias temáticas de la literatura.

En la siguiente tabla, se pueden apreciar las características generales de nuestra muestra. Hemos incluido los enfoques regionales y las principales áreas del conocimiento, dentro de las ciencias sociales, de la literatura. Sobre este último aspecto es importante mencionar que si bien la mayoría de los trabajos son inter-, multi- y transdisciplinarios, consideramos pertinente señalar el área de mayor énfasis para evidenciar la riqueza teórica y metodológica de nuestro análisis.

**Tabla 8.1** Características de la muestra  
 Revisión de literatura

<b>Idioma</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Español	53	38 %
Inglés	85	62 %
<b>Enfoque regional</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Global	65	47 %
Interregional	7	5 %
Europa	28	21 %
América Latina	17	12 %
Estados Unidos y Canadá	17	12 %
Australia y Oceanía	3	2 %
Asia	1	1 %
<b>Enfoque regional</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Comunicación	55	40 %
Fenomenología y filosofía	27	20 %
Teoría social	17	12 %
Educación	12	9 %
Antropología	11	8 %
Sociología	11	8 %
Psicología	5	3 %

Fuente: Elaboración propia

La tercera estrategia conllevó analizar los textos académicos a partir del método de *análisis temático*. Este método permite identificar los principales patrones de significado dentro de una muestra de textos de diverso tipo (Attride-Stirling, 2001). Para esto, optamos por una táctica de codificación inductiva (Fereday y Muir-Cochrane, 2006). De esta manera, realizamos una primera codificación, en la cual identificamos 48 códigos y construimos nuestro libro de códigos (Saldaña, 2009). Esto fue clave para comprender las principales tendencias de la muestra. Después, volvimos a codificar todos los textos académicos con los códigos obtenidos. Todo esto se ejecutó usando el software de análisis de datos cualitativos NVivo.

### **Análisis**

En esta sección, analizamos los modos en que la literatura internacional utiliza los insumos teóricos, metodológicos y normativos de la comunicación, fenomenología, y otras ciencias sociales, para comprender la crisis climática como un fenómeno geosocial. Nuestro énfasis es temática; es decir, nos interesa identificar las principales tendencias temáticas de los trabajos estudiados.

Antes de continuar, debemos anotar que, a nivel general, los hallazgos no muestran una gran diferencia conceptual y empírica entre la literatura escrita en español e inglés; eso sí, cuando sea necesario, subrayaremos los puntos de no correspondencia.

### *Perspectivas social-científicas de la crisis climática*

Aunque el presente análisis de literatura se concentra en la comunicación como campo del conocimiento, también arrojó aportes de otras ciencias sociales para comprender la crisis climática desde la fenomenología. Como ya hemos anotado, la crisis climática demuestra las interrelaciones entre los mundos naturales y sociales y obliga a cuestionar su separación, incluso en términos analíticos (Ramanujam, 2023). Por consiguiente, su análisis ha significado una serie de reflexiones en las ciencias sociales dirigidos hacia el rol de la teoría social para pensar las sociedades actuales y los mejores métodos para investigar la interacción entre las personas y la naturaleza.

La principal preocupación de la literatura se encuentra en la marginalidad de la crisis climática dentro de las ciencias sociales (Abellán López, 2021; San Román y Molinero-Gerbeau, 2023). Distintos trabajos indican que, aunque es un tema que ha acaparado la agenda pública por muchas décadas, todavía no recibe la atención académica necesaria, siendo más que todo un nicho de investigaciones especializadas en lugar de un acercamiento más general (Urai y Kelly, 2023). Empero, diversos trabajos producidos en América Latina sostienen que el análisis de las luchas climáticas emprendidas por comunidades indígenas, rurales y urbanas es uno de los aspectos que diferencia a las ciencias sociales de la región (Blanco-Wells y Günther, 2019). Entonces, se afirma que las realidades sociomateriales que han impregnado al pensamiento social latinoamericano le permiten ser un referente muy válido, tanto en teoría como en metodología, para estudiar la crisis climática en otras latitudes (Carmona et al., 2022; D'hers y Cicchini, 2022). El quid de la cuestión, para las ciencias sociales, se encuentra en

el análisis de las relaciones con el mundo, relaciones que implican una interacción entre prácticas culturales y fenómenos geosociales, entre instituciones sociales y recursos materiales, entre identidades grupales e individuales y ambientes naturales.

En términos de la sociología, diversos trabajos recalcan su importancia para entender la relación entre sociedad y naturaleza (Paz Rada, 2011). En este sentido, se considera que la disciplina debe acudir al llamado de entender los modos en que diferentes grupos sociales se involucran con ambientes sociales y naturales en crisis (Ariztía, 2022). Una sociología que tenga un eje ambiental sólido puede explorar de manera más efectiva y profunda las reacciones a desastre naturales, colapsos de infraestructura y mecanismos de adaptación en sociedad particulares (Klinenberg et al., 2020). Asimismo, puede examinar las implicaciones de olas de migración contemporáneas y el vínculo entre consumo, trabajo y energía en esferas cotidianas (Herrera et al., 2012).

Todo lo anterior, le permite a la sociología realizar esfuerzos de investigación que culminen en la identificación de alternativas a las sociedades actuales, que siguen lógicas de extractivismo y desigualdad (Lockie, 2023). Los trabajos producidos en América Latina son enfáticos al sugerir que la práctica sociológica es una herramienta fundamental para imaginar un futuro mejor. El trabajar con distintas poblaciones permite fraguar tácticas y estrategias que fomenten la participación y colaboración ciudadana, así como la creación de prácticas sustentadas en la sostenibilidad social y ambiental (Alruiz y Albán, 2017). Para muchos autores, existe una gran necesidad de seguir desarrollando una *sociología ambiental* que analice lo que vaya a suceder en la crisis climática y que, paralelamente, genere una agenda de cambio social y político (Scoville y McCumber, 2023).

Otra disciplina llamada a contribuir en el estudio de la crisis climática es la antropología. La crisis climática está íntimamente conectada con la cultura dado que implica un jaque a creencias, significados, y puntos de vista sobre el ser humano y la naturaleza (Walker-Crawford, 2023). Así, se considera que la antropología puede entender, desde lo local y cotidiano, los efectos de las crisis climáticas en diferentes comunidades y las formas en que estas se adaptan y lo entienden (Moore, 2016). De esta manera, se resalta el papel que podría tener la antropología en proyectos de investigación multidisciplinarios entre las ciencias sociales y las naturales.

La literatura realiza una reflexión metodológica sobre los beneficios de la etnografía como herramienta de investigación (Cortés Vázquez et al., 2020; Crate, 2008). Se considera que esta herramienta permite incorporar acercamientos multisituados e interdisciplinarios que abarquen diferentes lugares y poblaciones. La *etnografía climática* se propone como una práctica crítica y colaborativa que explore los contextos donde la crisis climática se experimenta, donde se desarrollan o ejecutan políticas públicas ambientales, o donde surgen acciones institucionales o movimientos sociales interesados en el ambiente (Crate, 2011; Goodman, 2018). De nuevo, muchos trabajos abogan por el valor de la antropología para pensar rumbos nuevos o alternativos para el modelo de desarrollo actual. De esta manera, la etnografía climática se plantea como una “etnografía con una misión”, en tanto puede ayudar a recolectar insumos para el debate y el avance de agendas ambientales en el plano público y político.

Nuestro análisis de la literatura pinta un panorama que clama por el involucramiento de las ciencias sociales en el estudio de la crisis climática. Sobre esto, tenemos que señalar que nuestra búsqueda se

circunscribió a la sociología, antropología y comunicación como campos del conocimiento. Sin embargo, la psicología, el trabajo social, la geografía y las ciencias políticas, entre otras disciplinas, también son parte crucial de esta discusión —parte que lamentablemente se escapa de los objetivos del presente artículo— .

### *Estructuras sociales de la crisis climática*

La crisis social, como fenómeno geosocial, tiene una base estructural que condiciona las respuestas, aptitudes y soluciones que se han formulado desde la ciudadanía y los gobiernos (Carr, 2023; Fox y Rau, 2017). La literatura llega al consenso de señalar factores sistémicos como causas de la crisis. En este sentido, se señala la triada *modernidad-colonialidad-capitalismo* como el marco político-ideológico desde el cual las sociedades contemporáneas deben enfrentar la crisis. Asimismo, se señala que esta triada ha tenido consecuencias en el mundo natural como contaminación, deforestación, entre otros impactos a la flora y la fauna.

La modernidad —e incluso posmodernidad— se entiende como un momento histórico en el cual el ser humano alcanzó un desarrollo tecnológico y cultural que le permitió mejorar sus estándares de vida y estandarizar la producción de materia prima (Escobar, 2012). Sin embargo, este momento, desde sus inicios, se ha caracterizado por muchas desigualdades que han impactado tanto el mundo natural como social. Así, diversos trabajos apuntan que la modernidad conlleva una relación científicista y utilitaria con la naturaleza; en otras palabras, los recursos naturales fueron sometidos a una explotación que no consideró los efectos que tendría en ambientes naturales (Alexiades,

2018; Quiroga, 2022). La modernidad, entonces, implica un modelo de desarrollo en el que la naturaleza debe responder a las necesidades del ser humano, necesidades que van, en muchas ocasiones, más allá de necesidades materiales oportunas para una vida confortable.

Desde la crítica política, otros trabajos indican que la modernidad también se encuentra atada a un consumo de bienes que genera una búsqueda y extracción constante de recursos naturales para satisfacer estas demandas (San Cornelio et al., 2021). Un ejemplo muy citado por la literatura es la *fast fashion* —o moda rápida—, la cual implica una producción masiva de prendas de bajo precio, diseñadas para ser usadas pocas veces, dependiendo de la temporada o el estilo en boga (McNeill y Moore, 2015). Este tipo de hábitos de consumo no solamente fomentan el desperdicio de muchos materiales, tanto en la producción y en el consumo, sino una lógica de adquisición de múltiples productos que no se detiene.

La modernidad, entonces, parte de un principio extractivista. La literatura, de esta manera, liga este principio con la colonialidad como modelo de desarrollo histórico y político (Fine et al., 2023). La colonialidad parte de procesos de dominación política en los cuales diferentes naciones europeas conquistaron y controlaron diferentes territorios a lo ancho del planeta (Blanco-Wells y Günther, 2019). Esta dominación no solamente implicó la extracción de diferentes recursos, sino la imposición de ideologías en detrimento de las culturas locales y aborígenes. Si bien, desde una perspectiva histórica, la gran mayoría de las antiguas colonias ganaron su independencia, las dinámicas de dependencia económica se mantienen en la actualidad, creando una división entre un norte y un sur global. Diversos trabajos señalan que la crisis climática tiene como piedra angular una disparidad de poder que

parte de visiones coloniales sobre la organización política-económica del planeta (Kirchmair, 2023).

Para la literatura, la crisis climática no ocurre de igual manera en todas las regiones del mundo. Al contrario, se discute cómo empresas y corporaciones asentadas en el norte global extraen recursos necesarios para la producción de artefactos tecnológicos en diversos países del sur global (Moser, 2010). El punto de contención radica en la manera en que las ganancias de estas operaciones no se distribuyen equitativamente y en el hecho de que usualmente son los países del sur global quienes tienen que lidiar con los daños ambientales de estas prácticas extractivas. Varios trabajos investigan, en este sentido, las luchas de comunidades indígenas contra empresas transnacionales que buscan instalar sus operaciones en terrenos cercanos a los suyos o que han emprendido procedimientos legales para enfrentar a actores que han dañado ecosistemas sin ningún tipo de repercusión (Carmona et al., 2022; Gomel-Apaza et al., 2023; Walker-Crawford, 2023).

Ahora bien, múltiples trabajos entienden a la crisis climática como una consecuencia del capitalismo, en tanto ideología y sistema socioeconómico (Fox, 2023). La búsqueda rapaz y continua de ganancias y plusvalía y la comodificación de diversas áreas naturales y de la sociedad son consideradas como el motor que impulsa a la crisis. En este punto, la literatura alcanza otro consenso relevante al sugerir que se deben pensar nuevos modelos de desarrollo. La democracia se valora como el principal ingrediente para comenzar con el cambio. De este modo, algunos trabajos reflexionan sobre mecanismos para incentivar la participación ciudadana y la toma de decisiones en conjunto —tocaremos este tema detalladamente más adelante (Armeni y Lee, 2021)—. Asimismo, se sopesan alternativas al capitalismo, como lo sería un

socialismo democrático que sea diferente a las doctrinas soviéticas o al régimen que actualmente tiene China (Adler, 2022). El punto de convergencia de la literatura reside en el imperativo de consolidar modelos de desarrollo que satisfagan las necesidades materiales y políticas de la ciudadanía y que articulen relaciones armoniosas con la naturaleza.

La literatura encuentra el aspecto estructural de la crisis climática en la triada modernidad-colonialidad-capitalismo. No obstante, nuestra revisión y análisis encuentra una tendencia emergente que atañe a la dimensión teológica de la crisis. Estos trabajos se enfocan en las cosmologías de pueblos originarios y las lecciones que se pueden obtener de estas. Además, examinan las relaciones entre ser humano y naturaleza como reflejo de una interacción con una divinidad creadora y movilizadora del universo. Estas investigaciones argumentan que la espiritualidad y la religión tienen un papel importante en los modos en que las personas construyen sus entendimientos sobre la naturaleza; por esto, se sostiene que esfuerzos de comunicación e incidencia política deben de contemplar esta dimensión para ser más efectivos.

### *Experimentar la crisis climática*

La crisis climática acarrea experiencias ligadas a cambios abruptos en la naturaleza y la sociedad. La literatura analizada muestra un interés por interrogar las implicaciones experienciales de la crisis, enfocándose en examinar situaciones de fluidez e incertidumbre (Blok, 2015). Es en este aspecto que la fenomenología se convierte en un catalizador clave en los trabajos que estudian la crisis climática desde la comunicación y las ciencias sociales (Bruzzzone y Mulvihill, 2022).

De primera entrada, diversas investigaciones se preguntan por las características fenomenológicas de la crisis climática en tanto situación geosocial; en otras palabras, se preocupan por identificar las peculiaridades de la crisis como un fenómeno experimentado por los seres humanos (Carvalho y Ferreira, 2024). Así, una de las principales características estudiadas es la liminalidad. Una situación de liminalidad se caracteriza por cambios constantes que afectan el balance de la vida cotidiana. Por esto, la crisis climática se explora como liminal al poner en jaque lógicas sociales tradicionales (e. g., la superioridad humana frente a la naturaleza) y abrir el espacio a nuevas visiones de mundo (Gavrilita y Mocrei-Rebrean, 2023). De esta manera, se resalta que eventos naturales, como el cambio climático, son difíciles de comprender, debido a las fracturas que implica en los modelos de desarrollo imperantes, y también de sobrellevar, tomando en consideración los efectos dramáticos que pueden acontecer en la vida cotidiana de las personas; por ejemplo, una comunidad que deja de tener acceso a agua potable (Wiseman, 2013).

Siguiendo esta tónica, otros trabajos que emplean una perspectiva fenomenológica estudian la articulación de nuevas relaciones intersubjetivas con la naturaleza. Por consiguiente, el foco de estos esfuerzos radica en los cambios que las nociones de ‘hogar’ y ‘mundo’ han tenido con el advenimiento de la crisis climática (Hepach y Hartz, 2023). Desde un punto de vista clásico, este es una de las preocupaciones tradicionales de la fenomenología: explorar cómo diferentes interacciones sociales y experienciales configuran ciertas formas de sentir y comprender nuestros cuerpos y los ambientes que habitamos (Howard, 2013). Este tipo de trabajos señala que los significados que se tienen sobre la naturaleza están activamente presentes en la corporalidad que

se experimenta en el día a día (Kemkes y Akerman, 2019). Por esto, surgen oportunidades valiosas y efectivas cuando estrategias de comunicación ambiental se centran específicamente en aspectos sensoriales y experienciales.

La fenomenología climática, en gran parte, sigue las ideas de Latour al preocuparse por los encuentros afectivos, simbólicos y materiales con el mundo no-humano (Flores Moreno, 2015). En este respecto, se complejizan múltiples elementos, objetos, fuerzas y seres y se examina su agencia dentro de la realidad social. Estos trabajos proponen que las vidas cotidianas, que ocurren paralelamente a la crisis climática, deben explorarse como un conjunto dinámico de agencias, tanto humanas como no-humanas, que convergen a partir de realidades políticas, económicas y naturales peculiares (Lecaros, 2016). El principal aporte de esta línea de trabajo reside en pensar las interacciones con el mundo natural como la suma de pequeños encuentros que dan como resultado una visión global de la realidad.

Resulta relevante recalcar que los trabajos que investigan la crisis climática desde la fenomenología se centran en la construcción de subjetividades a partir de tensiones en los mundos sociales y naturales (Murga, 2023; Núñez, 2012). Su énfasis se encuentra en las *relaciones* que se generan y en sus componentes *ontológicos*. En la próxima subsección, analizamos literatura interesada en emociones, percepciones, y creencias; si bien esta tiene una sensibilidad fenomenológica, su marco teórico y objeto de estudio tienen una tendencia más cognitiva. Por ahora, podemos apuntar que la literatura especializada desmenuza las experiencias y los sentires de la crisis climática en distintos ámbitos que van de lo existencial a manifestaciones concretas.

La fenomenología no es solamente una herramienta teórica y conceptual, sino también metodológica. Diversos trabajos con perspectiva cualitativa emplean lentes fenomenológicos para analizar datos sobre experiencias de la crisis climática. Especialmente en el caso de entrevistas semiestructuradas, la literatura utiliza conceptos derivados de la fenomenología para entender instancias de acción o inacción y conexiones entre experiencias, afectos y significados (Carvalho y Ferreira, 2024; Gomel-Apaza et al., 2023; Silva y Coburn, 2023). Principalmente, estos estudios logran explorar los modos en que sentidos de interioridad y exterioridad calibran mutuamente relaciones entre las personas, la naturaleza y la sociedad.

Finalmente, la literatura fenomenológica sobre la crisis climática desempaca visiones éticas y normativas (Guernsey, 2022). El principal argumento que se plantea es la centralidad que las experiencias de distintas comunidades e individuos —especialmente quienes están en alguna situación de vulnerabilidad— deben de tener en el diseño y ejecución de políticas públicas relacionadas con la crisis ambiental (Caracciolo et al., 2023; Williams, 2000). Sumado a lo anterior, se subraya el potencial de la fenomenología para ser un marco referencial en la reformulación de dinámicas institucionales (Hall, 2015). Pensar en el estrecho vínculo entre corporalidad y las realidades sociales y naturales en que se llevan a cabo resulta esencial para proponer economías y sociedades más sostenibles y amigables con el ambiente.

### *Percepciones, creencias y emociones*

La percepción del mundo es una de las discusiones más tradicionales de la fenomenología como perspectiva filosófica y teórica.

Estas discusiones impactan a la comunicación, como campo del conocimiento, al apuntar hacia los patrones en que públicos y audiencias interpretan, comprenden y usan los contenidos de los medios. Una gran porción de la literatura sobre crisis climática y experiencia social se centra en las percepciones, creencias y emociones que surgen a partir de esta (Ruitenbergh y Rathje, 2022). Como ya anotamos, si bien estos trabajos comparten una sensibilidad fenomenológica, su principal enfoque es cognitivo; dicho de otro modo, su interés se centra en estudiar las formas en que las personas entienden conscientemente la crisis climática. Sin embargo, como ya exploraremos más adelante, la literatura también ofrece una apertura hacia reflexiones más existenciales.

Diversos trabajos buscan explorar cómo diferentes grupos sociales comprenden la crisis climática con el objetivo de proponer estrategias de comunicación y de involucramiento ciudadano más efectivo. Una de las preocupaciones más relevantes se refiere a la *distancia* que las personas tienen respecto al clima y al ambiente. El consenso indica que una mayor distancia psicológica y social se traduce en una mayor inacción para enfrentar la crisis (Meijers et al., 2023; Spence et al., 2012). Esto permite generar una crítica hacia la manera en que los medios tratan temas ambientales en su cobertura —trataremos este aspecto más a fondo en otra subsección—. Asimismo, estos hallazgos apuntan a la necesidad de reducir la percepción de esta distancia para promover conductas más sostenibles en la población.

Ahora bien, dentro de la literatura especializada hay una tendencia a investigar la percepción del riesgo que tienen múltiples comunidades a partir del cambio climático (Xu et al., 2023). En estos casos, se confirma el insumo subrayado anteriormente sobre el rol de la distancia y la presencia: las personas se sienten víctimas de la crisis climática

cuando están inmersas en ambientes que han sufrido algún tipo de catástrofe o cambio abrupto (Amann y Doidge, 2023). Por otro lado, en contextos en los cuales la ciudadanía no está expuesta directamente a efectos de la emergencia climática, varios trabajos sugieren la necesidad de representar el tema como un imperativo moral (Heddy et al., 2022). Así, un sentido de compromiso moral es un precursor poderoso para generar aprendizajes e involucramientos más profundos. Con esto en mente, la literatura afirma la necesidad de crear estrategias de comunicación que enfatizen acciones proactivas en lugar de concentrarse únicamente en los riesgos y aspectos negativos de la crisis climática.

Cuando la literatura aborda las percepciones sobre la crisis climática, se utiliza un enfoque cognitivo que se preocupa por explorar los modos en que diferentes creencias se establecen y se consolidan. Una creencia que recibe atención considerable en diversos trabajos es el *negacionismo climático*: la afirmación de que el cambio climático no existe (Whitmarsh, 2011). Las causas que supuestamente se brindan van de las conspiraciones políticas a explicaciones que proponen ciclos naturales de calentamiento y cambios climáticos en el planeta. Más allá de las razones que se dan, las investigaciones señalan que el negacionismo climático es consecuencia de pugnas ideológicas (Forchtner y Lubarda, 2023). En este respecto, esta creencia surge a partir de una interacción entre hábitos de consumo de contenidos informativos, en medios y redes sociales, posturas políticas, una falta de literacidad mediática y otras dinámicas sociales. La literatura subraya que no hay evidencia para afirmar que el negacionismo climático es simplemente producto de la recepción de productos mediáticos que siguen esta línea. Al contrario, este se articula a partir de procesos complejos en los cua-

les convergen lo mediático, lo identitario y lo político (Haider y Rödl, 2023; Nisbet et al., 2015).

Las emociones que genera la crisis climática en múltiples grupos sociales reciben mucha atracción en la literatura analizada. Sentimientos de pérdida y desolación son estudiados para examinar las maneras en que la personas se involucran con la emergencia climática (Ojala et al., 2021). Diferentes trabajos empíricos, los cuales siguen una perspectiva etnográfica, estudian cómo comunidades vulnerables por los efectos del cambio climático experimentan emociones de pérdida muy similares al luto por el fallecimiento de un ser querido y cercano (Silva y Coburn, 2023). Así, la literatura llama *ecoansiedad* a todo el espectro emocional que conlleva algún tipo de frustración, tristeza, soledad y preocupación por los daños y colapsos que sufre el medio ambiente (Pihkala, 2018). Esta gama de trabajos se centra mayoritariamente en los mecanismos de manejo y gestión de las emociones que movimientos sociales o grupos activistas emplean para hacerle frente a la emergencia climática. El consenso de estas investigaciones es claro en señalar que atestiguar algún grado de deterioro ambiental genera emociones y sentimientos de angustia muy pronunciados; por consiguiente, se evidencia una correspondencia entre salud mental y equilibrio ecológico.

El trabajo del filósofo ambiental Glenn Albrecht (2011) destaca dentro de la literatura al hacer intervenciones de corte más filosófico y existencial al concepto de *ecoansiedad* y sus implicaciones para el ser humano contemporáneo. Para este autor, la crisis climática significa el deterioro de la relación con el mundo natural, relación que es parte intrínseca de la humanidad. El cambio climático, entonces, demuestra que la vida social no puede separarse de los ambientes ecológicos

que la sustentan. En este respecto, Albrecht (2005) propone el término *solastalgia* para referirse a la condición que caracteriza gran parte de la experiencia emocional en la crisis climática. Haciendo una referencia a la nostalgia y creando un neologismo con las palabras latinas *solacium* (confort) y *solus* (desolación) y la palabra griega *algos* (dolor), solastalgia es “el dolor que se experimenta al reconocerse que el lugar donde uno vive y el cual uno ama está bajo inmediato asalto (desolación física)” (Albrecht, 2005, p. 48). Los aportes de este filósofo motivan a pensar la dimensión emocional de la crisis climática y a identificar los matices de una experiencia marcada por la incertidumbre y el deterioro de lo conocido.

A pesar de sus diferencias en énfasis y en postura epistemológica, los trabajos que estudian las percepciones, creencias y emociones ligadas a la crisis climática llegan a un acuerdo al postular la necesidad de tomar en cuenta las relaciones afectivas y emocionales de las personas a la hora de diseñar estrategias de comunicación. El punto principal reside en señalar el error de separar lo sensorial, lo social y lo natural cuando se investigan las sociedades actuales.

### *Educación para la crisis climática*

La literatura que se desarrolla a partir de avances de la fenomenología y la comunicación tiene un interés bastante marcado hacia la educación. Múltiples esfuerzos de investigación interrogan experiencias de estudiantes a la hora de aprender sobre la crisis climática, estrategias pedagógicas y agendas para hacerle frente a los retos climáticos del futuro (Bailey et al., 2022; Carroll-Monteil, 2023). Anteriormente, indicamos que en pocas ocasiones la literatura escrita en inglés difiere

de la escrita en español; sin embargo, en este punto, sí existe una relevancia temática mayor en Iberoamérica en términos de la atención que se le da a las maneras de educar sobre la emergencia climática.

Los trabajos académicos que analizan la relación entre educación, experiencia social y comunicación sugieren que la crisis climática es un fenómeno complejo que puede ser difícil de entender (Bryan, 2022). Sus muchas causas y los diferentes matices de sus consecuencias generan que estudiantes, tanto escolares, colegiales, como universitarios, tengan dificultades a la hora de estudiar la emergencia climática. Por ejemplo, en un estudio hecho con población universitaria, no se encontró un nivel complejo de conceptualización en términos de efectos y acciones de mitigación en relación con el cambio climático (Méndez-Cadena et al., 2020). Así, se comprueba la tendencia encontrada en la literatura que afirma la presencia de prejuicios y conocimientos contradictorios sobre la crisis climática en niños, niñas y personas jóvenes en el ámbito educativo (Benevento, 2023).

La educación sobre la emergencia climática está ligada a la literacidad científica de las personas. Diversos estudios apuntan que muchos esfuerzos pedagógicos deben contemplar los marcos ideológicos de los estudiantes. En este sentido, la dieta mediática de las personas se asocia con los marcos de conocimiento que tienen las personas sobre la crisis climática. Un caso que ilustra esto es el estudio de Nisbet Cooper y Ellithorpe (2015), quienes estudian cómo los medios de comunicación de entretenimiento tienen implicaciones importantes en el aprendizaje informal de personas con perspectivas liberales o conservadoras sobre el cambio climático. Las investigaciones sugieren que la literacidad científica, en este caso, es matizada, siendo la consecuencia de procesos formales e informales de educación, contextos nacionales,

y situaciones personales. Un ejemplo es el trabajo de Flores (2020), quien, al estudiar los modos en que estudiantes de bachillerato entienden representaciones sociales del cambio climático, identifica la presencia de posturas de aceptación-negación, proactividad-indiferencia, optimismo-catastrofismo y lineal-comprensivo. Lo anterior evidencia que aprender sobre el cambio climático parte de y termina en perspectivas complejas; así, el quid de la cuestión se encuentra en movilizar estas perspectivas hacia acciones de incidencia en la vida cotidiana y en la esfera política (Hensel et al., 2023).

Tomando en consideración lo anterior, la literatura explora los mejores mecanismos para promover estrategias de educación sobre la crisis climática eficaces. El consenso de estos trabajos apunta a un acercamiento que podemos llamar *conceptual-afectivo*. De primera entrada, se señala la importancia de utilizar tácticas de enseñanza que claramente describan las causas y efectos de la crisis climática (García-Vinuesa et al., 2022). Con esto, se logra ubicar a las personas estudiantes en el Antropoceno, en tanto momento geosocial del planeta, y generar definiciones concretas sobre la emergencia climática. En otras palabras, se subraya la necesidad de garantizar un entendimiento claro sobre la crisis climática. Por otra parte, las investigaciones enfatizan la importancia de un enfoque en lo afectivo; es decir, en los vínculos experienciales de la población estudiantil con sus ambientes ecológicos, ya sean inmediatos o globales (Ouariachi et al., 2017). Esto permite que las personas estudiantes se sientan parte de la naturaleza y reconozcan la responsabilidad que tienen de cuidarla y emprender acciones que ayuden a mitigar las consecuencias del cambio climático.

Ahora bien, debemos recalcar que el acercamiento conceptual-afectivo no privilegia ninguna de sus dos dimensiones sobre la

otra. Este busca que, dependiendo de las condiciones de aprendizaje, se piensen estrategias para generar conocimientos claros y vínculos experienciales sobre y con la crisis climática (Bello Benavides y Cruz Sánchez, 2020). El objetivo es promover la *literacidad climática*; es decir, las habilidades, saberes y competencias que las personas tienen sobre la emergencia climática. Algunos trabajos examinan medios novedosos para fortalecer la literacidad ambiental en ciertos grupos sociales. Dentro de nuestro análisis bibliográfico, pudimos detectar un nicho emergente que inspecciona el potencial de los videojuegos como estrategia de educación para la crisis climática (Werning, 2021). Estos trabajos evidencian que este es un medio que fomenta la participación e involucración de personas jóvenes en el tema.

### *Comunicación ambiental*

En las últimas décadas, diversos esfuerzos en el campo académico de la comunicación se han enfocado en comprender la relación entre medios, procesos comunicativos y crisis climática. Esto ha generado el advenimiento de un área conocida como comunicación ambiental (Takahachi et al., 2022). Esta área parte de muchas posturas epistemológicas y visiones normativas, lo que le permite desarrollar miradas inter- y transdisciplinarias desde las ciencias sociales y las humanidades para encarar los retos filosóficos y sociales de la emergencia climática.

En términos de la relación entre experiencia y comunicación, el análisis de la literatura revela que la comunicación ambiental desarrolla tres vertientes principales desde lo teórico y metodológico. La primer vertiente se refiere al *análisis temático y discursivo de la cobertura*

*mediática* sobre la crisis climática (Carvalho, 2008; Carvalho y Burgess, 2005). Esto implica una serie de análisis textuales que examinan los modos en que la crisis climática se representa en diferentes contenidos y formatos mediáticos (Brulle, Carmichael y Jenkins, 2012). El consenso de estos estudios señala que, como tema, el cambio climático tiene muchas décadas de ser tratado en los medios, siendo la década de 1960 el punto que se identifica como punto de partida (McComas y Shanahan, 1999; Weingart et al., 2000). Una característica de la cobertura conlleva su alta especialización; en otras palabras, la emergencia climática se ha reportado como el nicho de comunidades científicas o de discusiones de agrupaciones políticas (Armeni y Lee, 2021). Esto ha generado una desconexión y alejamiento entre las personas y su comprensión de la problemática: se percibe como algo que requiere una solución únicamente dada por expertos, en lugar de entenderse como una crisis integral que comienza en la vida cotidiana (Ejaz et al., 2023).

Los estudios de esta vertiente tienen la particularidad de realizar análisis longitudinales del tratamiento discursivo de la crisis climática. Esto permite trazar la evolución temática y la presencia del tema en las esferas públicas de países como Reino Unido, Estados Unidos y Alemania (Carvalho, 2007; Schmidt et al., 2013). Aquí, es importante subrayar que en América Latina este tipo de estudios es escaso, lo que apunta a la necesidad de construir iniciativas de esta índole. Los resultados de estas investigaciones afirman que ha habido un aumento exponencial de la presencia de la crisis climática en medios periodísticos ligado a la relevancia que han tenido diferentes catástrofes ecológicas en distintas latitudes (Chen et al., 2023). De la misma manera, este aumento se relaciona con las presiones que diferentes movimientos sociales y políticos han ejercido para generar agendas verdes de políti-

cas públicas y gobernanza (Brulle, Aronczyk y Carmichael, 2020). Por otra parte, estas investigaciones también sugieren que la crisis climática ha sufrido una ideologización considerable, que se traduce en una cobertura por parte de ciertos medios, solamente, mientras que otros la ignoran o caen en posturas negacionistas.

La otra vertiente de la literatura de comunicación ambiental que explora la experiencia social se centra en la *relación entre grupos de poder, actores sociales y agenda mediática* (Aronczyk y Espinoza, 2022). Así, hay un interés por comprender las maneras en que ciertas industrias hacen cabildeo —o *lobbying*— para ubicar ciertos temas dentro de las agendas mediáticas y políticas. Estos trabajos se interesan por entender las relaciones de poder que surgen entre varios sectores de la sociedad (Espinoza y Aronczyk, 2021). Por consiguiente, se enfatiza que la crisis climática es un fenómeno de alta politización en el cual la evidencia científica interactúa con dinámicas políticas que emergen de múltiples intereses económicos (Arnot et al., 2023). Esta literatura señala que, si bien la crisis climática implica retos filosóficos que surgen a partir de una relación cambiante con el planeta, esta cuenta con una dimensión política en la cual objetivos de mercado pueden llegar a anteponerse al bienestar ecológico global.

Este tipo de investigaciones se preocupa por la manera en que ciertas empresas e industrias construyen su imagen acorde a principios que aparentan ser ‘verdes’. El *green washing* es la práctica empresarial de promover ideales ecológicos mientras se tienen prácticas o procesos de producción que no son amigables con el ambiente (Santos et al., 2023). Diversos trabajos toman una perspectiva crítica al anotar que esta práctica transforma a la emergencia climática en un asunto meramente publicitario y deja de lado las condiciones estructurales que la

ampan (Parguel et al., 2015). Del mismo modo, la crítica se dirige hacia las campañas mediáticas y gubernamentales que únicamente proponen soluciones individuales al cambio climático, sin señalar los aspectos del modelo de producción económica que se consideran su punto de origen (Ghitti et al., 2023).

La última vertiente de la literatura desarrolla *visiones normativas sobre la construcción de mensajes acerca de la crisis climática* (Philo y Happer, 2013). A partir de análisis del discurso y de estudios de audiencias, estos trabajos examinan empíricamente la recepción de contenidos sobre cambio climático para proponer formas novedosas para comunicar su importancia en la sociedad. Por ejemplo, el estudio de Boykoff y Boykoff (2007) encuentra que la noticias periodísticas hacen uso de normas de primer orden (i. e., personalización, dramatización, y novedad), lo cual lleva a adherirse a normas de segundo orden (atención a autoridades y balance), que impacta negativamente la manera en que se comprende la crisis climática como un asunto crítico. Esto lleva a la recomendación de resaltar la urgencia del fenómeno y su incidencia en las esferas más inmediatas de las personas.

Por el periodo de tiempo en el cual realizamos esta revisión bibliográfica, pudimos encontrar una tendencia emergente en la cual se examina la relación entre la crisis climática y la pandemia ocasionada por el COVID-19 (Rauchfleisch et al., 2023). Estas investigaciones sugieren que, en términos de cobertura mediática, la pandemia desplazó la emergencia climática y no se consideraron sus correspondencias (Biermann et al., 2023; Geiger et al., 2021). Por esto, se sugieren acercamientos que vinculen ambos fenómenos y que hablen de la posible aparición de nuevas pandemias en el futuro debido a los efectos de la crisis climática (Ruitenbergh y Rathje, 2022; Stoddart et al., 2023).

El consenso de estas investigaciones subraya que la comunicación de la crisis climática debe de ser estratégica, en tanto se contemplen las necesidades afectivas, simbólicas y materiales de distintas audiencias. En este respecto, la literatura especializada coincide en cinco características esenciales de una buena comunicación climática. La primera es crear marcos motivacionales que conlleven a una comprensión sencilla de los mensajes. La segunda es la utilización de recursos narrativos para explicar la crisis climática pero también para sugerir nuevos comportamientos. La tercera implica generar contenidos que tengan un balance entre lo urgente de la crisis y el potencial del cambio para una vida futura. La cuarta se refiere a la consideración de las características de las audiencias para crear contenidos que sigan sus condiciones sociodemográficas. Finalmente, se proponen construir abordajes que hablen de la relación local-global del fenómeno.

## **Conclusiones**

En este capítulo, hemos presentado una revisión de la literatura en la que convergen la comunicación y la fenomenología, en diálogo con otras ciencias sociales, para demostrar como estas disciplinas encaran la actual crisis climática. Con ello buscamos subrayar las formas en que las ciencias sociales responden a dicha crisis y, sobre todo, señalar las acciones que, desde la comunicación, debemos promover con miras a movilizar a la ciudadanía y afrontar la situación presente y futura de nuestro planeta.

Al igual que la crisis por la pandemia el COVID-19 llegó a sacudir nuestra realidad y nos obligó a cambiar nuestra realidad, como lo fue el no salir de casa, usar mascarilla, lavado y desinfección de manos,

la crisis climática también debería motivarnos a cambiar en todos los ámbitos sociales, políticos y económicos. Las ciencias sociales nos invitan a estudiar el rol que tenemos los seres humanos desde nuestro sentido de agencia hasta lo colectivo.

Nuestra revisión evidencia que la comunicación se articula con la fenomenología para comprender y afrontar la emergencia climática. Tal articulación nos permite observar como las personas generan sentidos y expectativas acerca del mundo a partir de su *estar-en-él*. Entre los estudios fenomenológicos analizados destacan los conceptos de cuerpo, percepción, tiempo y ser. El cuerpo constituye el medio a través del cual vivimos experiencias y, de acuerdo con nuestras estructuras cognitivas, configuramos la realidad que habitamos. La percepción surge del entrelazamiento de vivencias personales y sociales con los entornos culturales y naturales. El tiempo introduce la pregunta por la incidencia del pasado, el presente y el futuro en las formas de habitar y proyectar el mundo. Finalmente, el ser se interpreta tanto desde la experiencia individual como desde la dimensión comunitaria que moldea prácticas y significados compartidos.

La relación entre la fenomenología y la comunicación obliga al desarrollo de agendas de investigación que definan la crisis climática desde su dimensión experiencial. Futuros trabajos deben de establecer líneas de trabajo en las cuales se analice empíricamente la relación de personas, grupos sociales y comunidades con sus realidades sociales y naturales. Asimismo, resulta crucial pensar en perspectivas que se pregunten por la manera en que las personas interpretan su agencia dentro de una dimensión geosocial. Esto permitiría subrayar el carácter hermenéutico que tiene la crisis climática y la manera recíproca en que significados y discursos operan en entornos naturales y viceversa.

Por ahora, resulta crucial entender que, cuando hablamos de un mundo en crisis, estamos lidiando con una pluralidad de visiones y condiciones que conllevan sensibilidades de investigación interesadas en desempacar las peculiaridades de la vida cotidiana y las contradicciones propias de la crisis climática.

## Referencias

- Adler, P. S. (2022). Capitalism, socialism, and the climate crisis. *Organization Theory*, 3(1), 1-16. <https://doi.org/10.1177/2631787722108471>
- Ahmed, Sara. (2006). *Queer Phenomenology: Orientations, Objects, Others*. Duke University Press.
- Albrecht, G. (2005). ‘Solastalgia’: A new concept in health and identity. *PAN: Philosophy Activism Nature*, (3), 41-55.
- Albrecht, G. (2011). Chronic environmental change: emerging ‘psycho-teratic’ syndromes. En I. Weissbecker (Ed.), *Climate Change and Human Well-Being: Global Challenges and Opportunities* (pp. 43-56). Springer.
- Alexiades, M. (2018) La antropología ambiental: una visión desde el Antropoceno. En B. Santamarina y O. Beltran (Eds.), *Antropología Ambiental: Conocimientos y Prácticas Locales a las Puertas del Antropoceno* (pp. 7-70). ICARIA.
- Amann, J. y Doidge, M. (2023). ‘I Hadn’t Realised That Change Is Not a Difficult Thing’: Mobilising Football Fans on Climate Change. *Sociology*, 57(6), 1339-1355. <https://doi.org/10.1177/00380385221142211>

- Armeni, C. y Lee, M. (2021). Participation in a time of climate crisis. *Journal of law and society*, 48(4), 549-572. <https://doi.org/10.1111/jols.12320>
- Arnot, G., Thomas, S., Pitt, H. y Warner, E. (2023). Australian young people's perspectives about the political determinants of the climate crisis. *Health Promotion Journal of Australia*. <https://doi.org/10.1002/hpja.734>
- Aronczyk, M. y Espinoza, M. I. (2022). *A Strategic Nature: Public Relations and the Politics of American Environmentalism*. Oxford University Press.
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic Networks: An Analytic Tool For Qualitative Research. *Qualitative Research*, 1(3), 385-405. <https://doi.org/10.1177/146879410100100307>
- Bailey, J. M., Jamani, S., Klavon, T. G., Jaffe, J. y Mohan, S. (2022). Climate crisis learning through scaffolded instructional tools. *Educational and Developmental Psychologist*, 39(1), 85-99. <https://doi.org/10.1080/20590776.2021.1997065>
- Bello Benavides, L. O., y Cruz Sánchez, G. E. (2020). Profesorado universitario ante el cambio climático. Un acercamiento a través de sus representaciones sociales. *Revista mexicana de investigación educativa*, 25(87), 1069-1101.
- Benevento, S. V. (2023). Communicating Climate Change Risk to Children: A Thematic Analysis of Children's Literature. *Early Childhood Education Journal*, 51(2), 201-210. <https://doi.org/10.1007/s10643-021-01294-y>
- Berger, P.L. y Luckmann, T. (1967). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Penguin Press.

- Biermann, K., Peters, N., y Taddicken, M. (2023). “You Can Do Better Than That!”: Tweeting Scientists Addressing Politics on Climate Change and Covid-19. *Media and Communication*, 11(1), 217-227. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i1.5961>
- Blanco-Wells, G., y Günther, M. G. (2019). De crisis, ecologías y transiciones: reflexiones sobre teoría social latinoamericana frente al cambio ambiental global. *Revista colombiana de sociología*, 42(1), 19-40.
- Boykoff, M. T. y Boykoff, J. M. (2007). Climate change and journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage. *Geoforum*, 38(6), 1190-1204. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2007.01.008>
- Boyson, R. R. (2022). Air and atmosphere studies: Enlightenment, phenomenology and ecocriticism. *Literature Compass*, 19(1-2), 1-13. <https://doi.org/10.1111/lic3.12654>
- Blok, V. (2015). The human glance, the experience of environmental distress and the “affordance” of nature: Toward a phenomenology of the ecological crisis. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 28, 925-938. <https://doi.org/10.1007/s10806-015-9565-8>
- Brulle, R.J., Carmichael, J. y Jenkins, J.C. (2012). Shifting public opinion on climate change: an empirical assessment of factors influencing concern over climate change in the U.S., 2002–2010. *Climatic Change* 114, 169-188. <https://doi.org/10.1007/s10584-012-0403-y>
- Brulle, R.J., Aronczyk, M. y Carmichael, J. (2020). Corporate promotion and climate change: an analysis of key variables affecting advertising spending by major oil corporations, 1986–2015.

*Climatic Change*, 159, 87-101. <https://doi.org/10.1007/s10584-019-02582-8>

Bruzzone, V. y Mulvihill, P. R. (2022). Phenomenology, Habit, and Environmental Inaction. *Ethics, Policy & Environment*, 25(2), 178-193. <https://doi.org/10.1080/21550085.2021.1940448>

Bryan, A. (2022). Pedagogy of the implicated: advancing a social ecology of responsibility framework to promote deeper understanding of the climate crisis. *Pedagogy, Culture & Society*, 30(3), 329-348. <https://doi.org/10.1080/14681366.2021.1977979>

Caracciolo, M., Crockford, S., Lambert, S. y Ulstein, G. (2023). Phenomenology of Everyday Climate: An Ethnographic Approach to Metaphor, Affect, and the Nonhuman. *ISLE: Interdisciplinary Studies in Literature and Environment*, 30(2), 353-376. <https://doi.org/10.1093/isle/isab006>

Carmona, R., Biskupovic, C. y Ibarra, J. T. (2022). Respuestas locales para una crisis global: pueblos indígenas, sociedad civil y transdisciplina para enfrentar el cambio climático. *Antropologías del sur*, 9(17), 81-101. <http://dx.doi.org/10.25074/rantros.v9i17.2315>

Carr, C. (2023). Repair and care: Locating the work of climate crisis. *Dialogues in Human Geography*, 13(2), 221-239. <https://doi.org/10.1177/20438206221088381>

Carroll-Monteil, E. (2023). Is climate change a laughing matter? *Environmental Education Research*, 29(4), 569-591. <https://doi.org/10.1080/13504622.2022.2113764>

Carvalho, A. (2007). Ideological cultures and media discourses on scientific knowledge: re-reading news on climate change.

*Public understanding of science*, 16(2), 223-243. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2007.01.008>

Carvalho, A. (2008). Media(ted) discourse and society: Rethinking the framework of critical discourse analysis. *Journalism studies*, 9(2), 161-177. <https://doi.org/10.1080/14616700701848162>

Carvalho, A. y Burgess, J. (2005). Cultural circuits of climate change in UK broadsheet newspapers, 1985-2003. *Risk Analysis: An International Journal*, 25(6), 1457-1469. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2005.00692.x>

Carvalho, A. y Ferreira, V. (2024). Climate crisis, neoliberal environmentalism and the self: the case of ‘inner transition’. *Social Movement Studies*, 23(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/14742837.2022.2070740>

Carvalho, A., Van Wessel, M. y Maesele, P. (2017). Communication practices and political engagement with climate change: A research agenda. *Environmental Communication*, 11(1), 122-135. <https://doi.org/10.1080/17524032.2016.1241815>

Chen, K., Molder, A. L., Duan, Z., Boulianne, S., Eckart, C., Mallari, P. y Yang, D. (2023). How climate movement actors and news media frame climate change and strike: evidence from analyzing twitter and news media discourse from 2018 to 2021. *The International Journal of Press/Politics*, 28(2), 384-413. <https://doi.org/10.1177/1940161222110640>

Couldry, N. y Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Polity.

Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>

- Ejaz, W., Ittefaq, M. y Jamil, S. (2023). Politics triumphs: A topic modeling approach for analyzing news media coverage of climate change in Pakistan. *Journal of Science Communication*, 22(1), 1-18. <https://doi.org/10.22323/2.22010202>
- Ennis, P. (2007). Toward a Heideggerian eco-phenomenology. *Inter-texts*, 11(2), 123-137. <https://doi.org/10.1353/itx.2007.0014>
- Escobar, A. (2012). Más allá del desarrollo: postdesarrollo y transiciones hacia el pluriverso. *Revista de antropología social*, 21, 23-62.
- Escobar, A. (2018). *Designs for the Pluriverse: Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds*. Duke University Press.
- Espinoza, M. I. y Aronczyk, M. (2021). Big data for climate action or climate action for big data?. *Big data & society*, 8(1), 1-15. <https://doi.org/10.1177/20539517209820>
- Fereday, J. y Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating Rigor Using Thematic Analysis: A Hybrid Approach of Inductive and Deductive Coding and Theme Development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80-92. <https://doi.org/10.1177/160940690600500107>
- Fine, J. C., Love-Nichols, J. y Perley, B. C. (2023). Climate & Language: An Entangled Crisis. *Daedalus*, 152(3), 84-98. [https://doi.org/10.1162/daed\\_a\\_02019](https://doi.org/10.1162/daed_a_02019)
- Flores Moreno, A. (2015). La reciprocidad puesta a prueba. Hacia una fenomenología social del cambio climático en sociedades pastoriles del sur andino peruano. *Estudios De Filosofía*, 13, 55-82. <https://doi.org/10.18800/estudiosdefilosofia.201501.003>
- Flores, R. C. (2020). Mirada compartida del cambio climático en los estudiantes de bachillerato. *Revista mexicana de investigación educativa*, 25(87), 987-1012.

- Forchtner, B. y Lubarda, B. (2023). Scepticisms and beyond? A comprehensive portrait of climate change communication by the far right in the European Parliament. *Environmental Politics*, 32(1), 43-68. <https://doi.org/10.1080/09644016.2022.2048556>
- Fox, N. J. (2023). Green capitalism, climate change and the technological fix: A more-than-human assessment. *The Sociological Review*, 71(5), 1115-1134. <https://doi.org/10.1177/00380261221121232>
- Fox, E., & Rau, H. (2017). Disengaging citizens? Climate change communication and public receptivity. *Irish Political Studies*, 32(2), 224-246. <https://doi.org/10.1080/07907184.2017.1301434>
- García-Vinuesa, A., Garteza, P. Á. M., Gómez, J. A. C. y Bachiorti, A. (2022). El cambio climático en la educación secundaria: conocimientos, creencias y percepciones. *Enseñanza de las Ciencias: Revista de investigación y experiencias didácticas*, 40(2), 25-48. <https://doi.org/10.5565/rev/ensciencias.3526>
- Gavrilita, N. y Mocrei-Rebrean, L. (2023). Climate Change as Liminal Experience—The Psychosocial Relevance of a Phenomenological Approach. *Sustainability*, 15, 1-14. <https://doi.org/10.3390/su15065407>
- Geiger, N., Gore, A., Squire, C. V. y Attari, S. Z. (2021). Investigating similarities and differences in individual reactions to the COVID-19 pandemic and the climate crisis. *Climatic change*, 167(1-2), 1-20. <https://doi.org/10.1007/s10584-021-03143-8>
- Ghitti, M., Gianfrate, G. y Palma, L. (2023). The agency of greenwashing. *Journal of Management and Governance*, 1-37. <https://doi.org/10.1007/s10997-023-09683-8>
- Giddens, A. (2011). *The Politics of Climate Change* (Second Edition). Polity.

- Gomel-Apaza, Z. P., Ishizawa-Oba, J., Granados-Carbajal, R. E. y Gamwell, A. (2023). Usos de conocimientos tradicionales de conservación de la agrobiodiversidad en adaptación al cambio climático en comunidades indígenas de Puno, Perú. *Revista Espiga*, 22(46), 140-163.
- Gros, A. E. (2020). ¿ Una teoría crítica fenomenológica? Resonancia, alienación y crítica de la sociedad en el pensamiento de Hartmut Rosa. Argumentos. *Revista de Crítica Social*, 22, 485-519.
- Guernsey, P. J. (2022). The infrastructures of white settler perception: A political phenomenology of colonialism, genocide, ecocide, and emergency. *Environment and Planning E: Nature and Space*, 5(2), 588-604. <https://doi.org/10.1177/2514848621996577>
- Haider, J. y Rödl, M. (2023). Google Search and the creation of ignorance: The case of the climate crisis. *Big Data & Society*, 10(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/20539517231158997>
- Heidegger, M. (2008). *Being and Time*. Harper Perennial Modern Classics.
- Hensel, M., Bryan, J., McCarthy, C., McNeal, K. S., Norfles, N., Rath, K. y Rooney-Varga, J. N. (2023). Participatory approaches enhance a sense of urgency and collective efficacy about climate change: Qualitative evidence from the world climate simulation. *Journal of Geoscience Education*, 71(2), 177-191. <https://doi.org/10.1080/10899995.2022.2066927>
- Hall, J. R. (2015). Social futures of global climate change: A structural phenomenology. *American Journal of Cultural Sociology*, 4, 1-45. <https://doi.org/10.1057/ajcs.2015.12>
- Heddy, B. C., Lombardi, D. y Danielson, R. W. (2022). The moral side of the climate crisis: the effect of moral conviction on

learning about climate change. *Educational and Developmental Psychologist*, 39(1), 58-69. <https://doi.org/10.1080/20590776.2021.2011203>

- Hepach, M. G. y Hartz, F. (2023). What is lost from climate change? Phenomenology at the “limits to adaptation”. *Geographica Helvetica*, 78(2), 211-221. <https://doi.org/10.5194/gh-78-211-2023>
- Howard, P. (2013). “Everywhere you go always take the weather with you”: Phenomenology and the pedagogy of climate change education. *Phenomenology & Practice*, 7(2), 3-18. <https://doi.org/10.29173/pandpr21165>
- Kemkes, R. J. y Akerman, S. (2019). Contending with the nature of climate change: Phenomenological interpretations from northern Wisconsin. *Emotion, Space and Society*, 33, 100614. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2019.100614>
- Kirchmair, L. (2023). Enforcing Constitutional Sustainability Clauses in the Age of the Climate Crisis: Insights from Social Contract Theory on How to Take Account of Future Generations. *ICL Journal*, 17(1), 1-16. <https://doi.org/10.1515/icl-2022-0001>
- Lagerkvist, A. (2017). Existential media: Toward a theorization of digital thrownness. *New Media & Society*, 19(1), 96-110. <https://doi.org/10.1177/1461444816649921>
- Latour (2017). *Facing Gaia: Eight Lectures on the New Climatic Regime*. Polity.
- Latour (2018). *Down to Earth: Politics in the New Climatic Regime*. Polity.
- Lecaros, J. A. (2016). La bioética global y la ética de la responsabilidad: una mirada fenomenológica a los orígenes y a los desafíos para

el futuro. *Revista Iberoamericana De Bioética*, 1, 1–13. <https://doi.org/10.14422/rib.i01.y2016.007>

Livingstone S. y Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a Digital Future: How Hopes and Fears about Technology Shapes Children's Lives*. Oxford University Press.

Macias, T. (2022). *Sociology Saves the Planet: An Introduction to Socioecological Thinking and Practice*. Routledge.

McComas, K. y Shanahan, J. (1999). Telling stories about global climate change: Measuring the impact of narratives on issue cycles. *Communication research*, 26(1), 30-57. <https://doi.org/10.1177/009365099026001003>

McNeill, L. y Moore, R. (2015). Sustainable fashion consumption and the fast fashion conundrum: fashionable consumers and attitudes to sustainability in clothing choice. *International journal of consumer studies*, 39(3), 212-222. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12169>

Meijers, M. H., Torfadóttir, R. H., Wonneberger, A. y Maslowska, E. (2023). Experiencing climate change virtually: the effects of virtual reality on climate change related cognitions, emotions, and behavior. *Environmental Communication*, 17(6), 581-601. <https://doi.org/10.1080/17524032.2023.2229043>

Méndez-Cadena, M. E., Fernández Crispín, A., Cruz Vargas, A. y Bueno Ruiz, P. (2020). De la representación social del cambio climático a la acción: el caso de estudiantes universitarios. *Revista mexicana de investigación educativa*, 25(87), 1043-1068.

Merleau-Ponty, M. (2013). *Phenomenology of Perception*. Routledge.

- Moser, S. C. (2010). Communicating climate change: history, challenges, process and future directions. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 1(1), 31-53. <https://doi.org/10.1002/wcc.11>
- Murga, E. D. (2023). El cuidado del mundo desde la fenomenología de la donación de Jean-Luc Marion. *Nuevo Pensamiento*, 13(21), 346-354.
- Nagel, J. (2016). *Gender and Climate Change: Impacts, Science, Policy*. Routledge.
- Nisbet, E. C., Cooper, K. E. y Ellithorpe, M. (2015). Ignorance or bias? Evaluating the ideological and informational drivers of communication gaps about climate change. *Public Understanding of Science*, 24(3), 285-301. <https://doi.org/10.1177/0963662514545909>
- Norgaard, K. M. (2018). The sociological imagination in a time of climate change. *Global and Planetary Change*, 163, 171-176. <https://doi.org/10.1016/j.gloplacha.2017.09.018>
- Norgaard, K. M. y Reed, R. (2017). Emotional impacts of environmental decline: What can Native cosmologies teach sociology about emotions and environmental justice? *Theory and Society*, 46(6), 463-495. <https://doi.org/10.1007/s11186-017-9302-6>
- Norgaard, K. M., Reed, R. y Bacon, J. M. (2018). How environmental decline restructures Indigenous gender practices: what happens to Karuk masculinity when there are no fish? *Sociology of Race and Ethnicity*, 4(1), 98-113. <https://doi.org/10.1177/2332649217706518>
- Núñez, M. (2012). Una aproximación desde la sociología fenomenológica de Alfred Schütz a las transformaciones de la experiencia

de la alteridad en las sociedades contemporáneas. *Sociológica (México)*, 27(75), 49-67.

- Ojala, M., Cunsolo, A., Ogunbode, C. A. y Middleton, J. (2021). Anxiety, worry, and grief in a time of environmental and climate crisis: A narrative review. *Annual review of environment and resources*, 46, 35-58. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-012220-022716>
- Ouariachi, T., Olvera-Lobo, M. D. y Gutiérrez-Pérez, J. (2017). Evaluación de juegos online para la enseñanza y aprendizaje del cambio climático. *Enseñanza de las ciencias: revista de investigación y experiencias didácticas*, 35(1), 193-214. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/ensciencias.2088>
- Parguel, B., Benoit-Moreau, F. y Russell, C. A. (2015). Can evoking nature in advertising mislead consumers? The power of 'executional greenwashing'. *International Journal of Advertising*, 34(1), 107-134. <https://doi.org/10.1080/02650487.2014.996116>
- Philo, G. y Happer, C. (2013). *Communicating Climate Change and Energy Security: New Methods in Understanding Audiences*. Routledge.
- Pihkala, P. (2018). Eco-anxiety, tragedy and hope: Psychological and Spiritual Dimensions of Climate Change. *Zygon*, 53(2), 545-569. <https://doi.org/10.1111/zygo.12407>
- Pintos Peñaranda, M. L. (2011). Cómo abordar la cuestión política desde la fenomenología. *Investigaciones Fenomenológicas*, 3, 379-391. <https://doi.org/10.5944/rif.3.2011.5625>
- Pollio, H.R., Henley, T.B. y Thompson, C.J. (1997). *The Phenomenology of Everyday Life*. Cambridge University Press.

- Quiroga, S. (2022). Problemáticas Sociales, Comunicación, incertidumbre y crisis en desarrollo. *Revista de Investigación y Disciplinas*, (6), 55-74.
- Rauchfleisch, A., Siegen, D. y Vogler, D. (2023). How COVID-19 displaced climate change: mediated climate change activism and issue attention in the Swiss media and online sphere. *Environmental Communication*, 17(3), 313-321. <https://doi.org/10.1080/17524032.2021.1990978>
- Raworth, K. (2018). *Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st-Century Economist*. Chelsea Green Publishing.
- Ricoeur, P. (2004). *Memory, History, Forgetting*. The University of Chicago Press.
- Rudiak-Gould, P. (2013). “We have seen it with our own eyes”: why we disagree about climate change visibility. *Weather, Climate, and Society*, 5(2), 120-132.
- Ruitenbergh, C. W. y Rathje, E. (2022). Perceiving the Limits, Or: What a Pandemic Has Shown Us about the Climate Crisis. *Philosophical Inquiry in Education*, 29(1), 72-77. <https://doi.org/10.7202/1088385ar>
- Saldaña, J. (2009). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. Sage Publications.
- San Cornelio, G., Martorell, S. y Ardèvol, E. (2021). Imaginarios sociales ante la crisis climática: análisis de los eco-influencers en instagram. *IC Revista Científica De Información Y Comunicación*, (18), 197-224. <https://dx.doi.org/10.12795/IC.2021.I18.11>
- Santos, C., Coelho, A. y Marques, A. (2023). A systematic literature review on greenwashing and its relationship to stakeholders:

- state of art and future research agenda. *Management Review Quarterly*, 1-25. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00337-5>
- Sandoval, C. (2004). *Threatening Others: Nicaraguans and the Formation of National Identities in Costa Rica*. Ohio University Press.
- Scannel, P. (2014). *Television and the Meaning of 'Live': An Enquiry into the Human Situation*. Polity.
- Schmidt, A., Ivanova, A. y Schäfer, M. S. (2013). Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries. *Global Environmental Change*, 23(5), 1233-1248. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.020>
- Seamon, D. (2013). Lived bodies, place, and phenomenology: Implications for human rights and environmental justice. *Journal of Human Rights and the Environment*, 4(2), 143-166. <https://doi.org/10.4337/jhre.2013.02.02>
- Silva, J. F. y Coburn, J. (2023). Therapists' experience of climate change: A dialectic between personal and professional. *Counselling and Psychotherapy Research*, 23(2), 417-431. <https://doi.org/10.1002/capr.12515>
- Shove, E. (2010). Beyond the ABC: climate change policy and theories of social change. *Environment and Planning A*, 42(6), 1273-1285. <https://doi.org/10.1068/a42282>
- Shutz, A. (1972). *The Phenomenology of the Social World*. Northwestern University Press.
- Spence, A., Poortinga, W. y Pidgeon, N. (2012). The psychological distance of climate change. *Risk Analysis: An*

*International Journal*, 32(6), 957-972. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2011.01695.x>

Sterne, J. (2022). *Diminished Faculties: A Political Phenomenology of Impairment*. Duke University Press.

Stoddart, M. C., Ramos, H., Foster, K. y Ylä-Anttila, T. (2023). Competing crises? Media coverage and framing of climate change during the COVID-19 pandemic. *Environmental Communication*, 17(3), 276-292. <https://doi.org/10.1080/17524032.2021.1969978>

Takahachi, B., Metag, J., Thaker, J. y Comfort, S. E. (2022). *The Handbook of International Trends in Environmental Communication*. Routledge.

Walker-Crawford, N. (2023). Climate change in the courtroom: An anthropology of neighborly relations. *Anthropological Theory*, 23(1), 76-99. <https://doi.org/10.1177/14634996221138338>

Webb, J. (2012). Climate change and society: The chimera of behaviour change technologies. *Sociology*, 46(1), 109-125. <https://doi.org/10.1177/0038038511419196>

Weingart, P., Engels, A. y Pansegrau, P. (2000). Risks of communication: discourses on climate change in science, politics, and the mass media. *Public understanding of science*, 9(3), 261-283. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/9/3/304>

Werning, S. (2021). Ecomodding. Understanding and Communicating the Climate Crisis by Co-Creating Commercial Video Games. *communication +1*, 8(1), 1-27. <https://doi.org/10.7275/1nsh-tg46>

Whitmarsh, L. (2011). Scepticism and uncertainty about climate change: Dimensions, determinants and change over time. *Global envi-*

*ronmental change*, 21(2), 690-700. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.01.016>

Williams, J. (2000). The phenomenology of global warming: The role of proposed solutions as competitive factors in the public arenas of discourse. *Human Ecology Review*, 63-72.

Wiseman, W. A. (2013). Nothing Is Without Reason: Climate Change and the Global Future as Saturated Phenomena. In A.T. Tymieniecka (ed.), *Phenomenology and the Human Positioning in the Cosmos. Analecta Husserliana* (pp. 227-239.). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-94-007-4795-1\\_16](https://doi.org/10.1007/978-94-007-4795-1_16)

Xu, Z., Laffidy, M. y Ellis, L. (2023). Clickbait for climate change: comparing emotions in headlines and full-texts and their engagement. *Information, Communication & Society*, 26(10), 1915-1932. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2050416>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 3.1</b> Cantidad de fotografías, imágenes de personas y ediciones según revista .....	<b>94</b>
<b>Tabla 3.2</b> Síntesis de las categorías y tipologías registradas en cada imagen de persona .....	<b>96</b>
<b>Tabla 5.1</b> Grupos públicos de Telegram.....	<b>163</b>
<b>Tabla 5.2</b> Cuadro de los Actores Sociales Antagonistas .....	<b>170</b>
<b>Tabla 5.3</b> Cuadro de los Actores Sociales Aliados .....	<b>173</b>
<b>Tabla 6.1</b> El consumo de contenidos audiovisuales en la actualidad .....	<b>211</b>
<b>Tabla 7.1</b> Forma de acumulación, de dominación y de perpetuación del capitalismo de plataformas y del tecnofeudalismo .....	<b>238</b>
<b>Tabla 7.2</b> Anexo de Bitácoras del OPNA-UCR y Reportes OCD-ULATINA .....	<b>270</b>
<b>Tabla 8.1</b> Características de la muestra Revisión de literatura .....	<b>283</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS E IMÁGENES

<b>Figura 3.1</b> Género de las personas que aparecen en las fotografías .....	<b>99</b>
<b>Figura 3.2</b> Identidad de género de las personas en fotografías analizadas .....	<b>100</b>
<b>Figura 5.1</b> Distribución del corpus .....	<b>164</b>

<b>Figura 5.2</b> Distribución temática del corpus .....	<b>168</b>
<b>Figura 6.1</b> El consumo de contenidos audiovisuales durante y antes de la pandemia .....	<b>209</b>
<b>Imagen 3.1</b> Primer registro de una persona trans en las revistas analizadas .....	<b>101</b>
<b>Imagen 3.2</b> Segundo registro de una persona trans en las revistas analizadas .....	<b>103</b>
<b>Imagen 3.3</b> Ejemplo de registro de una persona negra en las revistas analizadas .....	<b>104</b>
<b>Imagen 3.4</b> Fotografía de persona indígena en revista Orgullo .....	<b>105</b>
<b>Imagen 5.1</b> Publicación sobre COVID-19 .....	<b>178</b>
<b>Imagen 5.2</b> Publicaciones en grupo de Telegram .....	<b>179</b>
<b>Imagen 5.3</b> Publicación sobre medidas para la COVID-19 .....	<b>180</b>
<b>Imagen 5.4</b> Publicación en Patricio Villeda .....	<b>181</b>
<b>Imagen 5.5</b> Publicación sobre variante Ómicron .....	<b>182</b>
<b>Imagen 5.6</b> Publicaciones sobre médicos .....	<b>183</b>

## SOBRE LAS PERSONAS AUTORAS

**Daniela  
Alvarado**

Graduada de Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Comunicación Audiovisual y Multimedia de la Universidad de Costa Rica (UCR). Durante su carrera combinó sus estudios con una constante curiosidad académica, participando en múltiples proyectos de investigación para el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) tales como la producción del corto animado *Nostalgia por el Futuro* en el que combinó la investigación con sus conocimientos en comunicación audiovisual. Se ha desarrollado como productora ejecutiva en proyectos audiovisuales de manera independiente y en colaboración con la Universidad de Costa Rica, como el programa de televisión nacional *Lo Que Importa*, adquiriendo experiencia en la gestión de proyectos audiovisuales. Actualmente se desempeña como productora de eventos y está por complementar su desarrollo profesional al iniciar la licenciatura en Comunicación Estratégica en la Universidad de Costa Rica.

**Lisbeth Araya Jiménez** Profesora catedrática de la Universidad de Costa Rica. Es doctora en Comunicación y Cultura por la Universidad Federal de Rio de Janeiro (URFJ), Brasil; Máster en Comunicación y Desarrollo por la UCR (graduada con honores de ambos procesos). Bachiller y licenciada en Psicología por la UCR. Funge como docente en la Escuela de Comunicación (ECCC) desde 2007. Investiga en el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y en el Instituto de Investigación en Educación (INIE). Pertenece a la Red de Investigación en Emociones y Afectos desde las Ciencias Sociales y las Humanidades (RENISCE Internacional) con sede en México (UNAM-ITESO). A partir de su tesis doctoral se ha introducido en el estudio de las emociones, específicamente de la felicidad en las organizaciones sociales. Posteriormente, como acreedora de los Fondos de Estímulo a la Investigación (VI-UCR) estudia con un equipo interdisciplinario, las narrativas del miedo en personas jóvenes, relacionando dicha emoción con las habilidades para la vida y la ciudadanía. Actualmente estudia la formación y el sostenimiento de vínculos de respeto y cuidado en personas jóvenes.

**Cynthia Córdoba López** Doctorante en el Programa de Gobierno y Políticas Públicas de la Universidad de Costa Rica. Cuenta con un Máster en psicología clínica y de la salud,

Universidad de Costa Rica y un Máster en Administración de Servicios de Salud Sostenible, Universidad Estatal a Distancia. Es bachiller y licenciada en psicología, también por la Universidad de Costa Rica. Actualmente se desempeña como Jefatura de la Unidad de Promoción de la Salud, Oficina Bienestar y Salud, Universidad de Costa Rica. Es miembro de la Red Costarricense de Universidades Promotoras de la Salud, en CONARE y colabora con la Red Iberoamericana de Universidades Promotoras de la Salud. Ha sido docente de la Escuela de Psicología de la Universidad Nacional. Tiene experiencia en psicología clínica, promoción de la salud, habilidades para la vida, investigación y políticas públicas

**Jorge A.  
Gamboa-León**

Licenciado en Ciencias Políticas y bachiller en Ciencias de la Comunicación Colectiva, se desempeña como asesor y consultor en comunicación política y se especializa en política digital, gobernanza y gobernabilidad y política fiscal. Ha centrado su actividad académica en el estudio de las tendencias políticas en redes sociales y los efectos políticos de la transición incompleta entre medios de comunicación tradición tradicionales y nuevos medios de comunicación digital. Fue cofundador del proyecto de Análisis de Tendencias Políticas en Redes Sociales del Observatorio de la Política

Nacional (OPNA) de la Universidad de Costa Rica y ha participado en proyectos de investigación del Centro de Investigación en Estudios para el Desarrollo Sostenible (CIEDES). Ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales en temas de comunicación política y de análisis de la política costarricense e internacional. En la actualidad se desempeña como consultor político y continúa investigando sobre gobernanza y gobernabilidad en la política nacional costarricense. Su contribución a este libro se enmarca en su interés por abordar las discusiones actuales sobre la evolución de los nuevos medios digitales y el impacto de sus transformaciones y dinámicas en la política interna y externa de los Estados.

**Jackeline  
García Fallas**

Profesora catedrática de la Universidad de Costa Rica. Actualmente es directora del programa de Doctorado en Educación Es coordinadora de la Maestría Académica con énfasis en lectoescritura inicial del Posgrado en Educación de la UCR y responsable del nodo Costa Rica de la Red para la Lectoescritura Inicial de Centroamérica y el Caribe. Asimismo, es miembro de la Red Iberoamericana de Investigación y Formación en posgrados en educación. Representante de los posgrados del área de Ciencias Sociales ante el Consejo del Sistema de Estudios de Posgrado. Fue directora de la Revista

Actualidades Investigativas en Educación desde diciembre del 2014 hasta diciembre del 2023. Ex directora del Instituto de Investigación en Educación del 2014 al 2022 y Ex Vicedecana de la Facultad de Letras a partir del 2024. Realizó estudios de Doctorado en Educación en la Universidad de Costa Rica. Tiene una Licenciatura en Filosofía por esta misma casa de estudios y una especialización en psicología cognitiva aplicada a ambientes informáticos por la Universidad Federal de Río Grande del Sur, Brasil.

**Stiven  
Herrera Bonilla**

Licenciado en Psicología por la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA) y magíster en Comunicación y Desarrollo por la Universidad de Costa Rica (UCR). Su itinerario de investigación gira en torno a las movilidades humanas, la exclusión social y las extremas derechas, con particular énfasis en las narrativas autoritarias asociadas a la migración.

**Óscar Mario  
Jiménez  
Alvarado**

Profesor universitario, investigador y consultor internacional, con más de 15 años de experiencia laboral en el sector público y privado. Es politólogo por la Universidad de Costa Rica (UCR), donde también obtuvo una Maestría en Comunicación y Desarrollo, y cuenta además con un diplomado en Gerencia Pública por la Universidad de Chile.

En el ámbito académico, ha estado vinculado a la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, al Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI), al Instituto de investigaciones Sociales (IIS) y al Centro de Investigación en Comunicación (CICOM), instancias de la UCR en las que ha impartido cursos sobre comunicación y poder, así como desarrollado iniciativas de investigación sobre medios de comunicación, libertad de prensa y memoria cultural LGBTIQ+. De manera complementaria, como consultor privado ha participado en más de 15 proyectos de comunicación y derechos humanos para organismos internacionales, fundaciones, organizaciones de la sociedad civil y empresas transnacionales. Previamente, se desempeñó como asesor de comunicación en la Asamblea Legislativa, la Presidencia de la República de Costa Rica (2018-2020) y el Grupo ICE.

**Yanet Martínez Toledo** Doctora en Estudios de la Sociedad y la Cultura. Investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y el Instituto de Investigación en Ciencias Económicas (IICE) de la Universidad de Costa Rica. Sus temas de investigación incluye el estudio de las narrativas mediáticas de la violencia contra las mujeres. Investiga sobre violencia online contra mujeres en el ejercicio político y sobre sesgos de género en el uso de la IA Costa Rica. Es docente

de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva donde imparte cursos de Comunicación Inclusiva. Ha desarrollado proyectos sobre Alfabetización Digital y Lectura Crítica de Medios. Actualmente coordina el Grupo Temático Comunicación, Género y Diversidades de la Asociación Latinoamericana de Investigación en Comunicación, ALAIC.

**Rodrigo  
Muñoz-  
González**

Profesor asociado e investigador en la Escuela de Comunicación de la Universidad de Costa Rica. Obtuvo su doctorado en The London School of Economics and Political Science (LSE), Reino Unido, y su maestría en la Universidad de Helsinki, Finlandia. Sus áreas de investigación son los estudios culturales, la sociología de la comunicación y los estudios de audiencias. Es el autor de *Young People, Media and Nostalgia* (Routledge, 2025).

**Javier  
Pérez Sánchez**

Profesor Titular en la Fac. de CC. Económicas, Empresariales y de la Comunicación en la Universidad Europea de Madrid, impartiendo asignaturas de televisión y cine en el Grado de Comunicación Audiovisual y en el Grado de Periodismo. Director del Máster en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales UE- Mediaset (2021- Actualmente), anteriormente director de Europea Televisión (2012-2019), y director del Máster de Motion Graphics Prisa TV (2011-2014). Ha sido realizador en canales

de televisión de ámbito regional, nacional e internacional durante más de una década, ejerciendo también en otros puestos de alta responsabilidad en productoras y canales de televisión. Miembro de la Academia de la Televisión de España, y representante de la UEM en el Clúster Audiovisual de Madrid. Posee casi medio centenar de publicaciones científicas de alto impacto en el área de la televisión y la innovación de contenidos audiovisuales, audiencias, la comunicación política en televisión, y la desinformación en redes sociales. Pertenece como personal investigador en los Grupos de Inv. consolidados de la Universidad Europea como SUADE, Universitat de València en Mediaflows, y de la Universidad Complutense de Madrid. En 2015 recibió el 1º Premio a la innovación docente. Codirector del II Congreso SIELAI (Seminario Internacional de Estudios del Lenguaje Audiovisual e Interfaces) en 2025. Por último, subdirección académica en la parte de Realización de la Cátedra Tornare.

**Carmen  
Salgado  
Santamaría**

Doctora en Ciencias de la Información y Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente, es profesora Contratada Doctora, desde 2007 y Vicedecana de Relaciones Internacionales, Economía y Empleabilidad desde junio de 2025 y desde 2017 hasta 20025 Vicedecana

de Política Académica e Innovación Tecnológica, en la Facultad de Ciencias de la Información, de la Universidad Complutense de Madrid. Coordinadora del Máster Universitario en Periodismo Multimedia Profesional desde 2010 a 2023 y actualmente coordinadora de las prácticas externas curriculares del Máster. Además ha sido directora de un Máster y de un Diploma de Formación Permanente. Miembro y/o IP en más de 25 proyectos. Autora o coautora en más de una treintena de publicaciones. Visiting Scholar en el “Center for Iberian and Latin American Studies” en la Universidad de California (San Diego). Durante más de diez años ha simultaneado, de forma continuada, la actividad profesional en los medios de comunicación - RTVE, Grupo Recoletos y Corporación REE.- con la actividad docente e investigadora en Facultades de Periodismo y Comunicación de tres universidades españolas: La Universidad Antonio de Nebrija, la Universidad Europea de Madrid y la Universidad Complutense de Madrid. Esto le ha permitido enriquecer su perfil investigador y docente universitario dado que ha podido trasladar mi experiencia profesional a su actividad universitaria, así como el resultado de sus investigaciones al sector productivo.

**Dimitrina J.  
Semova**

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, con una tesis

sobre la radiotelevisión pública en Europa. Es licenciada en Periodismo por la Universidad de Sofía “Sv. Kliment Ohridski” y en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense. Ha realizado varias estancias de investigación, entre las que destacan las efectuadas en el Real Colegio Complutense de la Universidad de Harvard y en la Freie Universität de Berlín. Sus líneas de investigación incluyen la ética y la deontología del periodismo y la publicidad, la comunicación política, la radiotelevisión pública, la trazabilidad de la información, y el activismo político, social, cultural y medioambiental. Es coordinadora para España del European Journalism Observatory (EJO). Ha dirigido el módulo Jean Monnet *The Role of Public Service Media in Promoting Active Citizenship and Inclusive Dialogue*.

**Larissa Tristán Jiménez** Profesora asociada de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica (UCR). Es doctora en Comunicación Social por la Universitat Pompeu Fabra (UPF), en Barcelona, y licenciada en Psicología por la Universidad de Costa Rica. Compagina la docencia con la investigación y desarrolla diversos proyectos en el Centro de Investigaciones en Comunicación (CICOM) de la UCR. Actualmente coordina la iniciativa regional del Observatorio del Discurso del Odio y de la

Discriminación en asociación con la oficina de las Naciones Unidas en Costa Rica. Sus temas de interés son el análisis crítico del discurso, la comunicación política y el impacto de la inteligencia artificial en ámbitos como el trabajo y la salud.

**Oscar Valverde Cerros** Costarricense, Máster en Psicología y actualmente Director Ejecutivo de la Fundación PANIAMOR. Con 29 años de experiencia profesional, fue Presidente del Colegio de Profesionales en Psicología de Costa Rica en el periodo 2019-2022. Ha sido consultor y asesor para instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales y organismos internacionales en áreas referidas a los derechos humanos, derechos de la infancia y la adolescencia y políticas públicas. Ha trabajado directamente con distintas poblaciones entre las que se encuentran profesionales que trabajan con personas adolescentes (particularmente del sector salud y educación), personas adultas con rol de cuidado, así como personas menores de edad. En su ejercicio profesional ha brindado psicoterapia a personas adultas, adolescentes y sus familias, a la vez que ha desempeñado labores de docencia universitaria en la UCR, la UNA y la Universidad Andina Simón Bolívar. Ha realizado también labores de investigación y evaluación de proyectos.

**Ana Yanci  
Zúñiga  
Bermúdez**

Licenciada en Nutrición por la Universidad de Costa Rica (UCR) y posee una Maestría en Administración de Servicios de Salud Sostenible de la Universidad Estatal a Distancia (UNED), cuenta con una especialidad en Gestión y Evaluación de Proyectos del CICAP (UCR). Su enfoque profesional se ha centrado en el diseño, ejecución y evaluación de proyectos de salud pública que buscan el bienestar integral de diversas poblaciones. Desde el año 2001, se desempeña como gestora de proyectos en la Unidad de Promoción de la Salud de la Oficina de Bienestar y Salud (OBS) de la Universidad de Costa Rica. En este espacio, ha liderado iniciativas institucionales que promueven hábitos de vida saludables y entornos universitarios favorables. Su experiencia se extiende al ámbito docente en la UCR, donde coordinó un Trabajo Comunal Universitario y participó en proyectos formativos en la Escuela de Salud Pública, la Escuela de Enfermería y la Escuela de Nutrición.

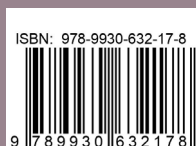
Tanto a nivel nacional, regional, e internacional, las sociedades contemporáneas están pasando por procesos sociales marcados por la incertidumbre y la frustración. La pandemia global, ocasionada por la COVID-19, confirmó el deterioro creciente de la armonía social y exacerbó dinámicas de desigualdad económica en las cuales pocas personas se benefician y muchas sufren. En un mundo post-pandémico caracterizado por populismos de muchos tipos, las identidades han tomado un papel central en definir resultados electorales o en acrecentar brechas de muchos tipos.

Voces que transforman es un libro que explorara posibilidades de resistencia y emancipación desde la subalternidad de diversas voces, partiendo de los retos y dilemas de las sociedades contemporáneas. Así, este volumen compila trabajos académicos que generan un análisis incisivo de las coyunturas que están marcando—y, muchas veces, presionando—quiénes somos y cómo puede ser nuestro futuro

Los capítulos contenidos se construyen a partir de miradas críticas que giran en torno a las múltiples formas en que las identidades sociales se articulan a través de narrativas, expresiones de género y sexualidad, y prácticas de comunicación. Estos trabajos representan reflexiones académicas sobre la relación de las narrativas con las posibilidades de transformación social en la actualidad.

Rodrigo Muñoz-González es profesor asociado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) e investigador del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y del Instituto de Investigaciones Sociales (IIS) de la Universidad de Costa Rica. Sus áreas de interés son los estudios culturales, la sociología de la comunicación y los estudios de audiencias.

Yanet Martínez Toledo es profesora catedrática de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) e investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y del Instituto de Investigación en Ciencias Económicas (IICE) de la Universidad de Costa Rica. Sus áreas de interés incluyen el estudio de las narrativas mediáticas de la violencia contra las mujeres.



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA



Vicerrectoría de  
Investigación

CICOM

Centro de  
Investigación en  
Comunicación