

Características periodísticas y pluralismo en cinco medios nativos digitales de Bolivia

Journalistic characteristics and pluralism in five bolivian digital-native media outlets

Mariana Loreto Pérez Callejas

Universidad Autónoma del Beni José Ballivián, Trinidad, Bolivia
<https://orcid.org/0000-0001-5935-2711>
mlperezc@uabjb.edu.bo

Fecha de recepción: 2 de febrero de 2026
Fecha de aceptación: : 15 de marzo de 2026

Resumen: La presente investigación analiza los medios nativos digitales en Bolivia desde la perspectiva teórica de la comunicación alternativa. Examina los productos periodísticos de los medios nativos La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso y Nómadas durante 2022 y 2023. Metodológicamente, se adoptó un enfoque mixto que combinó análisis morfológico y entrevistas semiestructuradas. Los hallazgos constatan el ejercicio de un periodismo riguroso y especializado en temáticas poco abordadas por los medios de tipo generalista, con un uso limitado, pero en ascenso, de herramientas digitales. Además, se identifican indicios de prácticas de pluralismo en las dinámicas internas de coordinación y toma de decisiones. El estudio contribuye a la comprensión del sistema mediático boliviano y abre nuevas líneas de investigación.

Palabras clave: Medios electrónicos, medios nativos digitales, industria de la información, información y comunicación, comunicación de masas, periodismo digital, pluralismo de los medios de comunicación, inteligencia artificial, Bolivia.

Abstract: This study analyzes digital native media in Bolivia from the theoretical perspective of alternative communication. It examines the journalistic content produced by the digital-native media outlets La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso, and Nómadas during 2022 and 2023. Methodologically, a mixed-methods approach was adopted, combining morphological analysis and semi-structured interviews. The findings reveal rigorous journalism specializing in topics rarely covered by general-interest media, with limited but growing use of digital tools. Additionally, signs of pluralistic practices are identified in internal coordination and decision-making processes. The study contributes to the understanding of the Bolivian media system and opens new lines of research.

Keywords: Electronic media, digital native media, information industry, information and communication, mass communication, digital journalism, media pluralism, artificial intelligence, Bolivia.

I. Introducción

Los medios nativos digitales forman actualmente parte activa del sistema mediático boliviano. Su rasgo más distintivo es su nacimiento y evolución directamente en Internet, a diferencia de los medios tradicionales que migraron al entorno digital mediante complejas dinámicas de convergencia. De acuerdo con Sembramedia (2024), una de las etapas de mayor expansión de los medios nativos digitales en Bolivia se produjo entre 2018 y 2020, por lo que su presencia desde entonces se ha mantenido de forma sostenida y diversificada.

Distintos investigadores y estudios del ámbito internacional han puesto su atención en este tipo de medios y en su desempeño dentro de la sociedad. Ramón Salaverría y María del Pilar Martínez-Costa (2021) elaboraron un estudio dimensionado sobre la caracterización de medios digitales en España, en tanto que, en la región, la Fundación Gabo ha publicado dos ediciones de *El Hormiguero* (2022 y 2024), investigaciones enfocadas en medios digitales latinoamericanos. En Bolivia, se pueden mencionar como documentos destacados sobre periodismo digital los trabajos de Cabrero (2005), del Observatorio Nacional de Medios (2011), Banegas et al. (2014), Angulo (2016) y Corz (2021). A estas investigaciones se suman estudios de grado centrados en casos específicos de medios tradicionales en Internet, generalmente vinculados al análisis de acontecimientos históricos.

En este escenario, adquiere relevancia avanzar no solo en la caracterización de los medios nativos digitales bolivianos, sino también en un análisis más profundo de su desempeño y aporte a la sociedad. Es por ello que la investigación que da origen a este artículo tomó como orientación teórica la comunicación alternativa, para conocer la experiencia de estos medios en relación con el pluralismo y la participación ciudadana.

El artículo presenta una parte de los resultados de la investigación *Los medios nativos digitales en Bolivia desde la perspectiva de la comunicación alternativa. El caso de La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso y Nómadas entre 2022 y 2023*, que fue elaborada en el programa en Comunicación Estratégica de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB) (Pérez Callejas, 2025)¹. El estudio se planteó la siguiente interrogante central: ¿Cuáles son las características de los productos periodísticos publicados entre 2022 y 2023 por los medios nativos digitales La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso y Nómadas, y qué elementos de pluralismo y participación ciudadana se evidencian en dichos productos desde la perspectiva de la comunicación alternativa? Su proposición central fue establecer las características de los productos periodísticos publicados entre 2022 y 2023 por los medios nativos digitales La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso y Nómadas, así como los elementos de pluralismo y participación ciudadana que se evidencian en dichos productos, desde la perspectiva de la comunicación alternativa.

Entre los principales hallazgos se identifican las características del perfil de los medios a nivel de enfoque editorial, tipo de cobertura, alcance geográfico, subgéneros, contextualización, uso de recursos multimedia, accesibilidad e inteligencia artificial (IA). Respecto al pluralismo, los resultados muestran que este se configura a partir de dinámicas internas de coordinación en cada medio y de decisiones periodísticas asociadas a cada publicación. Considerando que la investigación se desarrolló desde la perspectiva teórica de la comunicación alternativa, se pudo evidenciar el aporte incipiente de los medios nativos digitales al ejercicio del pluralismo desde la particularidad de cada caso analizado. Este aspecto abre una línea de reflexión distinta para el estudio de estos medios como parte del sistema mediático boliviano.

II. Marco teórico y estado del arte

La dimensión conceptual de la investigación se desarrolla a partir de los antecedentes sobre el periodismo digital en Bolivia y desde los estudios publicados sobre medios nativos digitales. En el plano teórico, el análisis discurre en el campo de la comunicación alternativa, entendiéndola como un espacio histórico, de reflexión, debate y reinterpretación permanente.

Uno de los trabajos pioneros sobre periodismo digital en Bolivia corresponde a Cristina Cabrero (2005), *Periodismo digital en Bolivia*, en el cual se caracterizan las versiones en línea de periódicos tradicionales a partir de categorías como hipertexto, multimedialidad, interactividad, actualización, contenidos y lenguaje. En similar línea, la Fundación Unir Bolivia, a través del Observatorio Nacional de Medios (2011), presentó el estudio denominado *Características del periodismo boliviano en soporte digital*, donde se analizaron 29 versiones digitales de diarios impresos. Entre sus conclusiones se señala que la presencia de estos medios en la web no asegura la práctica plena del periodismo digital, dado que aún no se consolidaban redacciones particulares para lo digital. A estos aportes se suman los planteamientos conceptuales de investigadores internacionales como Javier Díaz Noci (2004) y Alejandro Rost (2006), fundamentales para comprender el perfil de los periódicos digitales en la década de 2000.

En Bolivia no se cuenta con un registro cronológico oficial consolidado sobre el surgimiento de las ediciones digitales de la prensa tradicional. Sobre los periódicos impresos, Corz (2021) reseña que la página web de *Los Tiempos Digital* fue creada en 1996; *La Razón Digital*, en 1998; *El Deber Digital*, en 1999. Por su parte, Banegas et al. (2014) identifica la incursión en la web de al menos 25 versiones online de periódicos bolivianos entre 1998 y 2012, además de alrededor de 70 medios digitales, principalmente informativos. Estos datos coinciden con la periodización propuesta por Christopher André, quien sostuvo en un conversatorio virtual del Laboratorio de la Fundación para el Periodismo (Laboratorios FPP, 2021) que, entre 1997 y 2007, se establecieron las bases del periodismo digital en el país; de 2007 a 2011, surgieron los medios nativos digitales; de 2012 a 2019 se produjo el auge de las redes sociales; y, a

partir de 2020, en el contexto de la pandemia, emergió con fuerza el uso de plataformas como TikTok y los algoritmos.

En cuanto a los medios nativos digitales, aquellos determinados por su nacimiento en Internet, puede considerarse que los estudios sobre ellos y sus procesos aún son escasos, toda vez que la mayoría de las investigaciones se ha concentrado en medios tradicionales que migraron al entorno digital. Para contextualizar este fenómeno, el trabajo toma como orientación dos informes internacionales: el de Ramón Salaverría y María del Pilar Martínez-Costa (2021), *Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias*, que analiza 2.874 medios digitales desde su contexto, tipologías, estructuras, estrategias y perfiles profesionales; y *El Hormiguero* (2022, 2024), de la Fundación Gabo, que examina la implicancia social de medios digitales de América Latina, sus metodologías de participación con las audiencias y su dinámica empresarial, entre otros aspectos.

Hasta 2024, el portal de SembraMedia registraba 28 medios nativos digitales en Bolivia en su calidad de emprendimientos periodísticos digitales, considerando criterios como ser nativo digital, producción de contenido original en español, contenido de servicio público, independencia partidaria y corporativa, y con un alto nivel de transparencia, por mencionar algunos. En 2021, el Laboratorio de la Fundación para el Periodismo logró identificar 41 medios nativos digitales en ocho departamentos del país, exceptuando Chuquisaca. Este mapeo incluyó también páginas de Facebook, cuentas en Instagram y canales de Youtube.

En este contexto, los cinco medios nativos digitales analizados en la investigación surgieron entre 2018 y 2021. Muy Waso (2018) opera desde Cochabamba y Oruro; Guardiania (2019), desde Cochabamba; La Brava y La Nube (2020) funcionan desde La Paz, y Nómadas (2021), desde Santa Cruz de la Sierra. Sin duda, el uso de las tecnologías reconfiguró el sistema mediático nacional y actualmente se compone tanto de medios tradicionales con presencia digital como de medios nativos digitales. Al respecto, los estudios existentes se orientan más a identificar y recopilar la ubicación o el mapeo de estos medios, por lo que la información que se recaba tiende a ser más referencial y evidencia la necesidad de análisis más profundos sobre sus procesos, contribuciones e impacto.

Desde el punto de vista teórico, la investigación se inscribe en la comunicación alternativa, la cual es comprendida como un concepto complejo que puede ser interpretado desde distintas perspectivas. Máximo Simpson (1984) reconoce en esta una opción frente al discurso del poder y de oposición a los medios masivos, con características artesanales y autogestionarias. Con esta base, Fernando Reyes-Matta, en 1983, coincide en verla como una respuesta a las estructuras transnacionales y con vocación liberadora. De esta manera, tales postulados forman parte del pensamiento crítico comunicacional latinoamericano que se produce entre las décadas de 1960 y 1970. Para complementar, Karina Herrera (2021) describe que los enfoques de la

comunicación alternativa emergieron en la década de 1960 con la consigna general de oposición a los procesos de masificación y concentración hegemónica de los medios.

Al respecto, Erick Torrico (2016) sitúa los orígenes de la comunicación alternativa en América Latina en la década de 1970 y menciona que estos se caracterizaron por las experiencias comunicativas bajo una lógica de la práctica antes que de la teoría; por lo tanto, plantea una “nueva comunicación alter(n)ativa”² que se encuentra asociada a la teoría liberadora y busca desinstrumentalizar el concepto y el proceso. En similar línea de reflexión, Gabriel Kaplún (2019) proyecta el pensamiento de las alternativas mediáticas a partir de cuatro categorías que se manifiestan en las experiencias mediáticas: formas de propiedad distintas a las empresas privadas, formas de gestión a partir de la participación social, contenidos diferentes de los medios hegemónicos y modelos comunicacionales más dialógicos.

En este marco, uno de los ejes centrales del estudio es el pluralismo, tradicionalmente entendido como la diversidad de medios con distintas posiciones en un entorno determinado. No obstante, el estudio se inclinó por la noción de pluralismo interno propuesta por Charney (2021), quien sostiene que este se refiere a la diversidad de opiniones presentes en los contenidos informativos de cada medio. En consonancia, Tomás (2004) coincide con este planteamiento y reconoce al pluralismo, que pone énfasis en los contenidos; empero, sostiene que la diversidad informativa del pluralismo se encuentra en la sociedad, por lo que los estudios al respecto se tendrían que realizar desde la individualidad de cada ciudadano, considerando su acceso y percepción de la diversidad mediática.

Lo que realmente determina el pluralismo son los contenidos, la variedad de informaciones ideas, opiniones y modelos de vida que reflejan los medios de comunicación en una determinada sociedad, y el derecho de todos los ciudadanos a acceder a estos contenidos en igualdad de condiciones (Tomás, 2004, sección “La respuesta: el pluralismo a nivel de los contenidos”).

III. Metodología

El estudio tuvo como base un enfoque metodológico mixto, es decir, se hizo desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa con el propósito de complementar datos estadísticos con información primaria obtenida de fuentes directas. Para el recojo de información, se utilizaron dos técnicas: el análisis morfológico de contenido, que fue aplicado mediante una matriz de análisis diseñada en una hoja de cálculo, y las entrevistas individuales semiestructuradas, que se efectuaron por videoconferencia bajo la orientación de una guía de preguntas.

² Para Torrico (2016), la “nueva comunicación alter(n)ativa” se refiere a una forma distinta de comprender y practicar la comunicación desde América Latina, a partir del pensamiento local, nativo y transformador. A diferencia de la comunicación alternativa de los años setenta, que confronta la hegemonía y dominación de los sistemas mediáticos, su postulado resalta la construcción del conocimiento comunicacional propio y situado.

En el caso del análisis morfológico, la muestra final alcanzó 166 unidades de estudio correspondientes a productos periodísticos publicados en los sitios web oficiales de los medios nativos digitales La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso y Nómadas, entre el 15 de octubre de 2022 y el 15 de octubre de 2023. A partir de los hallazgos, la sistematización fue organizada en la matriz de análisis según las variables identificadas en los objetivos específicos y luego se hizo un consolidado a través de tablas dinámicas, a fin de organizar los datos por frecuencias y porcentajes.

Respecto a la segunda técnica de investigación, se realizaron cinco entrevistas a los directivos de los cinco medios analizados por videoconferencia, entre el 20 de marzo y el 5 de mayo de 2024. Cada entrevista se efectuó según una guía de preguntas que contempló un bloque de interrogantes orientadas a profundizar en las variables de los objetivos y otra dedicada a recabar información referencial sobre cada medio. A nivel metodológico, las entrevistas fueron grabadas en audio, transcritas, editadas y sometidas a una selección de fragmentos textuales en correspondencia con las variables de análisis. Las respuestas fueron agrupadas por categorías y se establecieron relaciones entre los hallazgos cuantitativos y cualitativos, que permitieron visualizar de forma integral los resultados de la investigación.

IV. Resultados

A continuación, se presenta una síntesis de los resultados de la investigación, que integra los hallazgos del análisis morfológico del contenido con la información obtenida en las entrevistas a los directivos. Los hallazgos se encuentran agrupados en tres ejes: perfil periodístico de los cinco medios nativos digitales, características de los productos periodísticos y manifestaciones del pluralismo. En cada eje se desarrollan distintas categorías de análisis que permiten comprender los procesos y particularidades de cada medio. Finalmente, cabe señalar que los resultados relacionados con la participación ciudadana no se incluyen en el presente artículo.

IV.1. Perfil periodístico de los medios nativos digitales

La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso y Nómadas se posicionan como medios nativos digitales que desarrollan una labor periodística diferenciada dentro del sistema mediático tradicional boliviano, fundamentada principalmente en su propósito editorial.

IV.1.1. Autoidentificación y datos referenciales

Para reunir las características particulares de cada caso, tal como se menciona en el apartado de Metodología, se utilizó información proporcionada por los directivos de cada medio a través de entrevistas realizadas entre marzo y mayo de 2024, así como datos oficiales disponibles en sus respectivas páginas web.

La Brava (<https://revistalabrava.com/>) fue creado en agosto de 2020 y se encuentra constituido como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), con sede en la ciudad de La Paz. Su equipo de trabajo está conformado por siete personas (una directora, dos editoras adjuntas, una periodista de base, una *community manager*, una fotógrafa y un responsable de sistemas). El medio mantiene una periodicidad semanal y tiene perfil en Instagram, Facebook, X, YouTube y SoundCloud. En su sitio web desarrolla contenidos a través de las secciones Reportajes, Crónicas, Ensayos visuales, Retratos hablados y Podcast, además del apartado Quiénes somos. De igual forma, La Brava se enfoca en el periodismo de profundidad y de investigación, por lo que los subgéneros que más utiliza son el reportaje y la crónica. También se considera un medio de nicho que aborda temáticas relacionadas con mujeres, pueblos indígenas y medioambiente, pero desde una óptica de derechos humanos. Finalmente, su modelo de autofinanciamiento se acoge prioritariamente a los recursos provenientes de fondos concursables.

La Nube (<https://todosnube.com/>) fue fundado en el año 2020 y figura como empresa unipersonal, con sede en la ciudad de La Paz. Su equipo está conformado por seis personas (cinco periodistas activos y un responsable de sistemas) y cuenta con la colaboración ocasional de una periodista y el aporte de cuatro columnistas voluntarios. El medio mantiene una periodicidad diaria y tiene presencia en las redes sociales Instagram, Facebook, X, TikTok y WhatsApp. En su portal web presenta contenidos organizados en las secciones ¿Quiénes somos?, Reportajes, Notas breves, Electoral, Opinión, Apóyanos y Sponsor. La Nube es un medio que nació con el objetivo de llegar al público joven a través de contenidos particulares como tecnología, videojuegos, sexualidad, género y derechos humanos. No obstante, con el transcurrir de los años y su crecimiento, se enfocaron en la premisa medioambiental y diversificaron su oferta periodística, por lo que a 2024 producía principalmente notas breves, reportajes y crónicas. Respecto a la sostenibilidad económica, se enfocan en la obtención de fondos concursables o becas y contribuciones económicas o *grants*.

Guardiana (<https://guardiana.com.bo/>) fue creado en 2019 y está constituido como SRL Información Incluyente, con sede en la ciudad de Cochabamba. Tiene un equipo reducido de personal, compuesto por dos a tres personas vinculadas directamente a la producción informativa; también cuenta con el apoyo de colaboradores externos, entre ellos, un caricaturista, siete columnistas voluntarios, cuatro investigadores y pasantes eventuales. El medio mantiene una periodicidad diaria y difunde sus contenidos a través de Instagram, Facebook, X, LinkedIn y YouTube. En su portal web dispone de las secciones Especiales, Miscelánea, Innova, Prepárate, Opiniones y Quiénes somos. Guardiana se enmarca en el principio de servicio a los derechos humanos de la ciudadanía y su nombre, en género femenino, atiende principalmente a la vulneración de derechos que afrontan las mujeres. Asimismo, el medio se orienta hacia un periodismo de soluciones toda vez que aborda temáticas que resultan del diálogo y

la interacción con las personas. En el plano económico, intenta ser sostenible con su Escuela Guardiania y la Agencia de Contenidos; no obstante, reconoce oportunidades en becas, patrocinios y fondos concursables.

Muy Waso (<https://muywaso.com>) fue fundado en 2018 y funciona bajo la representación legal de la Fundación Muy Waso, con sede en las ciudades de Oruro y Cochabamba. Su equipo es de cuatro personas (directora, directora operativa, director editorial y una encargada del área financiera), pero tiene la posibilidad de incorporar personal eventual. El medio mantiene una periodicidad diaria y difunde su contenido por medio de las redes sociales Instagram, Facebook, X, TikTok, LinkedIn y su canal de YouTube. En su portal web organiza los contenidos en torno a diversos temas editoriales, entre ellos, Mujeres y diversidades, Acción climática, Salud y cuidados, Culturas, Digitalidades y cultura libre, Quiénes somos, ¡Nuestros libros! y ¡Apóyanos! Muy Waso es reconocido por su enfoque feminista, que, según el medio, no se constituye en una línea de acción política sino en una ventana “para observar el mundo” (M. Miranda, comunicación personal, 4 de abril de 2024) y abordar temáticas como mujeres y diversidades, acciones climáticas y temas de salud. De igual manera, utiliza subgéneros periodísticos como el gran reportaje, la crónica y los reportajes de periodismo de datos y de investigación, con el propósito de ofrecer contenidos que surjan del diálogo con las audiencias. Finalmente, su modelo de sostenibilidad se fundamenta en tres ejes, una agencia de servicios comunicacionales, la dinámica propia de su Fundación con socios y alianzas y las postulaciones a becas y fondos concursables.

Revista Nómadas (<https://revistanomadas.com/>) surgió en junio de 2021 y se constituye en una empresa unipersonal bajo la razón social Navia Entertainment Comunicaciones, con sede de representación en Santa Cruz de la Sierra. A 2024, su equipo está conformado por cinco personas de planta (director, un gerente general, un periodista, un desarrollador web y un productor de sonido), además de cuatro colaboradores. El medio mantiene una periodicidad diaria y publica sus contenidos en Instagram, Facebook, X y su canal de YouTube. En su sitio web, se organiza en secciones como Casa Verde, Coyuntura ambiental, Entrevistas, Especiales, La estación, Opinión, Viajes y turismo y Arte y eventos, además de otros espacios como Desde Nómadas, La librería, Marcas verdes, Podcast y Tribus. Revista Nómadas se enfoca en el periodismo de investigación y construye su agenda propia con énfasis en la temática medioambiental a través de expediciones o viajes a diferentes lugares de Bolivia, con el fin de “mirar hacia una realidad que no es mostrada ni investigada” (R. Navia, comunicación personal, 5 de mayo de 2024). La crónica es su género de especialidad y se apoya en el uso de recursos digitales creativos para enriquecer tal formato, aunque también elabora grandes reportajes, perfiles de vida y entrevistas, por mencionar algunos. En el aspecto económico, el medio se considera independiente y de autonomía editorial; en este sentido, trabaja con instituciones y organismos que respaldan el tipo de contenido que producen y también se presentan a convocatorias de financiamiento en el ámbito nacional e internacional.

IV.1.2. Enfoque editorial

El estudio del enfoque editorial se realizó a partir de tres dimensiones: la prioridad temática, el enfoque político o ideológico y la sostenibilidad financiera. Como se observa en la Tabla 1, los medios analizados comparten ciertas características en este ámbito, entre ellas, una orientación general hacia los derechos humanos, una perspectiva humanista y modelos de sostenibilidad fundamentados en autogestión. Asimismo, las características editoriales de cada medio se complementan con sus principios, sus dinámicas de trabajo y los ideales fundacionales.

Tabla 1
Enfoque editorial de los cinco medios nativos digitales

Medio	Prioridad temática	Enfoque político o ideológico	Sostenibilidad
Guardiana	Derechos humanos, con énfasis en derechos de las mujeres	Enfoque humanista, de servicio, con énfasis en la participación social Igualdad de género	Independiente
			Autogestión
			Escuela Guardiana
			Agencia de contenidos
			Becas y patrocinios
			Convocatorias
La Brava	Derechos humanos, igualdad de género, pueblos indígenas y medioambiente	Enfoque feminista y ecofeminista	Independiente
			Autofinanciamiento
			Fondos concursables
La Nube	Derechos humanos, medioambiente, economía sostenible y contaminación urbana	Ecologista (defensa de la naturaleza)	Independiente
			Autogestión
			Fondos concursables
			Autofinanciamiento
			Aportes voluntarios
Nómadas	Lo medioambiental como parámetro que engloba diversos ejes temáticos	Ecologista (defensa de la naturaleza y preservación del medioambiente)	Independiente
			Financiamiento institucional condicionado
			Colaboración de organizaciones

Muy Waso	Mujeres y diversidades, salud y acciones climáticas	Feminista (como acción teórica y ventana para observar la realidad) Enfoque humanista con énfasis en la participación social	Independiente Autogestión Agencia de contenidos comunicacionales Colaboración de organizaciones Fondos concursables
----------	---	---	---

Fuente: Elaboración propia.

IV.1.3. Tipo de cobertura y alcance geográfico del contenido

Los medios nativos digitales estudiados priorizan una agenda propia, sin descuidar en su totalidad el contexto noticioso. Los datos generales muestran que el 53% de las publicaciones analizadas responde a construcciones enmarcadas en la agenda particular de cada medio, en tanto que el 47% restante corresponde a cobertura del ámbito noticioso y de actualidad.

En este sentido, La Brava tiende a ofrecer cobertura periodística e información en tanto sea desde la mirada del periodismo en profundidad. Muy Waso desarrolla una agenda orientada a temáticas que consideran desatendidas por los medios masivos tradicionales. De forma similar, la Revista Nómadas se organiza a partir de una agenda que tiene como componente esencial el periodismo de investigación. En el caso de Guardiania, su línea se mantiene alejada del contenido generalista y ello se evidencia, por ejemplo, en la ausencia de secciones clásicas del periodismo de coyuntura dentro de su página web. Finalmente, La Nube es el medio que más se aproxima a la cobertura del acontecer noticioso, incluso con una sección dedicada a notas cortas en su sitio web.

En cuanto al alcance geográfico del contenido, la mayor parte de las publicaciones, sean noticias o reportajes, se enmarca en el ámbito municipal o local (45%), independientemente del lugar donde operan los medios estudiados. A este dato mayor le siguen las publicaciones de alcance nacional (25%), departamental (19%) e internacional (10%). Las apreciaciones brindadas por los directivos entrevistados permitieron vislumbrar otros factores cualitativos que influyen en este indicador. En el caso de la Revista Nómadas, se reconoce que el objetivo de lograr una cobertura nacional se ve limitado por el tiempo y los recursos que demanda trasladarse y permanecer en otros lugares. Por su parte, La Nube también manifestó interés en alcanzar una cobertura nacional; sin embargo, indicó que le resulta estratégico operar desde la ciudad de La Paz como epicentro político. En contraste, La Brava señaló que su propuesta de trabajo pone especial énfasis en el área rural, por lo que considera que produce información de carácter “hiperlocal”.

En todos los casos, los medios estudiados recurrieron en algún momento a colaboradores en otros departamentos o a contrataciones eventuales de periodistas con el fin de ampliar su cobertura. Asimismo, un hallazgo relevante para el análisis del alcance geográfico fue la creación, en 2023, de una Red de Medios de Investigación conformada por cuatro medios digitales bolivianos, de los cuales tres fueron parte de la presente investigación (Guardiana, La Brava y La Nube).

IV. 2. Características de los productos periodísticos

Para caracterizar los productos periodísticos de La Brava, La Nube, Guardiana, Muy Waso y Nómadas, se analizaron las noticias y reportajes publicados en sus sitios web entre el 15 de octubre de 2022 y el 15 de octubre de 2023. Se tomaron en cuenta seis ejes correspondientes al tipo de género/subgénero periodístico, contexto, recursos multimedia, accesibilidad y uso de la IA.

IV.2.1. Subgéneros periodísticos y suficiencia del contexto

Los géneros informativo e interpretativo predominan en las publicaciones de los medios estudiados, principalmente a través de la noticia (31%) y el reportaje (31%), respectivamente. No obstante, también se identificaron otros subgéneros como la noticia ampliada (8%), la crónica (4%), las columnas de opinión (4%), la entrevista (2%) y el análisis (1%) que, si bien corresponden a formatos tradicionales, se presentan en versiones adaptadas a lo digital. De igual forma, se registraron reportajes gráficos (1%) y casos excepcionales de historias de vida, video documentales y encuestas, utilizados como formas únicas de presentación del contenido periodístico.

Otro hallazgo relevante que se obtuvo de las entrevistas a los directivos es que cada medio desarrolla algún subgénero periodístico como especialidad. Así, Guardiana se enfoca en reportajes de investigación y notas informativas; Nómadas, en reportajes investigativos y crónicas; Muy Waso, en notas informativas temáticas; La Brava, en reportajes y crónicas; y La Nube, en reportajes, crónicas y notas breves.

Por otra parte, un elemento asociado al contenido de cada subgénero es el nivel de suficiencia de contexto presente en los productos periodísticos analizados. Este criterio integra componentes como la exposición de antecedentes, el uso de datos estadísticos y la contextualización en cada material, los cuales funcionan como insumos para que los usuarios puedan formular sus propias conclusiones y posturas.

En este sentido, los datos muestran que el 74% de los contenidos se elaboran con un contexto suficiente, mientras que el 26% se catalogan como insuficientes. El detalle porcentual de productos periodísticos con contexto suficiente, según cada medio, representa el 93% en Muy Waso, el 79% en Nómadas y La Brava, el 71% en Guardiana y en La Nube, el 63%.

IV.2.2. Uso de recursos multimedia y enlaces

La innovación resulta determinante para los cinco medios, toda vez que, al reconocerse como concebidos en el entorno digital, se ven comprometidos a producir contenidos en distintos formatos y con variedad de recursos multimedia. Por esta razón, todos cuentan con sitios web propios, que funcionan como soporte central de contenidos:

Nosotras hemos nacido y nos reivindicamos como nativas digitales, y la prioridad de nuestras publicaciones es el espacio digital (Mijail Miranda, Director Editorial de Muy Waso, comunicación personal, 4 de abril de 2024.).

Tenemos varios formatos, pero, principalmente, el multimedia, por ser un medio nativo digital (Karen Gil, directora de La Brava, comunicación personal, 16 de abril de 2024).

La Nube nació con el objetivo de hacer cosas diferentes que no sea un periódico escrito. Sin embargo, no siempre se puede hacer esos formatos (Madeleyne Aguilar, directora de La Nube, comunicación personal, 1 de abril de 2024).

El trabajo en los medios digitales no es exactamente el mismo que en los tradicionales, por muchas razones, sobre todo por factores como los recursos humanos con los que cuenta un medio digital, y los económicos (Amparo Canedo, directora de Guardiania, comunicación personal, 20 de marzo de 2024).

Lo digital no tiene límites, tiene capacidad, pero también tiene que ver con creación y creatividad. Entonces, trabajamos con todo ese universo que podemos utilizar a nuestro favor para profundizar en calidad y llegada a nuestra comunidad (Roberto Navia, director de Nómadas, comunicación personal, 5 de mayo de 2024).

Las premisas que expresaron los entrevistados respecto a esta categoría contrastan con los resultados del análisis estadístico, los cuales muestran que el uso de lo multimedia prioriza aún formatos y recursos clásicos. En términos generales, los porcentajes generales más altos indican que el 100% de las publicaciones utiliza título, el 99% incorpora texto y el 86% incluye fotografías. Es decir, en la mayoría de los casos predomina una estructura digital tradicional cuya fórmula es: título + texto + fotografía.

Asimismo, como se puede ver en la Tabla 2, el análisis de datos permitió identificar diez tipos de recursos multimedia que enriquecen el formato de las publicaciones en los medios nativos digitales. Debido a que en cada publicación se contabilizó más de un recurso, la cantidad total registrada (601) supera el número de casos estudiados (166).

Tabla 2
Características del formato de los medios nativos digitales

Formato	Guardiana		La Brava		La Nube		Muy Waso		Nómadas		Total recurso	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1.Título	34	20%	28	17%	57	34%	28	17%	19	11%	166	100%
2.Texto	34	21%	27	16%	57	35%	28	17%	19	12%	165	99%
3.Fotos	32	22%	28	20%	48	34%	17	12%	18	13%	143	86%
4.Infogramas	1	3%	15	43%	14	40%	4	11%	1	3%	35	21%
5.Ilustración	1	5%	4	19%	4	19%	10	48%	2	10%	21	13%
6.Videos	2	10%	8	38%	6	29%	3	14%	2	10%	21	13%
7.Tablas	3	17%	5	28%	6	33%	3	17%	1	6%	18	11%
8.Mapas	2	13%	5	33%	4	27%	2	13%	2	13%	15	9%
9.Fotogalería	1	7%	1	7%	5	36%	4	29%	3	21%	14	8%
10.Podcast	0	0%	2	67%	0	0%	1	33%	0	0%	3	2%
Total medio	110	18%	123	20%	201	33%	100	17%	67	11%	601	

N: número de casos analizados.

Fuente: Elaboración propia.

Seguido del uso de título, texto y fotografías, los datos evidencian que las publicaciones analizadas incorporan infogramas interactivos (21%), videos (13%), ilustraciones (13%) y tablas (11%). Por otro lado, los tres recursos menos recurrentes son los mapas (9%), las fotogalerías (8%) y el podcast (2%).

En el estudio también se consideró la relación entre el tipo de subgénero periodístico y los componentes multimedia. Los resultados muestran que los reportajes incluyen más elementos que las noticias, en una proporción de 57% frente a 43%. Esto sugiere que los primeros presentan recursos más elaborados, ya que disponen de mayor tiempo para su producción y publicación, a diferencia de las noticias, que se caracterizan por su inmediatez y menor extensión. Por ejemplo, los infogramas interactivos se utilizan en un 94% en los reportajes y solo un 9% en las noticias, los videos se incorporan en un 76% de los reportajes y en un 31% de las noticias; y, finalmente, los mapas están presentes en el 80% de los reportajes, pero solo en un 20% de las noticias.

Finalmente, respecto al componente de accesibilidad, este se efectuó considerando la existencia de enlaces de hipertexto que permiten la interacción del usuario con el contenido, así como la disponibilidad de enlaces para compartir cada producto periodístico en redes sociales. Se obtuvo como resultado que en el 52% de los casos se utilizan enlaces en el hipertexto, con distintos fines como ampliar información de manera interna o externa al sitio web y facilitar el acceso a documentos y bases de datos. Si bien este porcentaje resulta significativo, la incorporación de vínculos es casi de obligatoriedad en la producción de contenidos digitales y su uso promueve la

interacción a través de una estructura de lectura no lineal.

En cuanto a los enlaces para compartir las publicaciones en redes sociales, se estableció que el 100% de los contenidos incorpora esta función mediante botones de difusión. En todos los casos, este proceso se encuentra automatizado, ya que los botones se configuran desde la propia administración del sitio web, tal como ocurre con la activación de los comentarios.

IV.2.3. Uso de la IA

En ninguno de los 166 casos estudiados se identificó el uso explícito de la IA en la elaboración de los productos periodísticos. Sin embargo, en contraste con esta ausencia estadística, los responsables de cinco medios nativos digitales explicaron en las entrevistas a sus directivos que sí utilizan recursos basados en IA con distintos propósitos vinculados a la labor periodística. Estas experiencias fueron sistematizadas en la Tabla 3.

Tabla 3
El uso de la IA en medios nativos digitales

Medio	Forma de uso
La Nube	Videos para TikTok con voz de IA Ilustraciones para mejorar la presentación de trabajos periodísticos con temáticas sensibles.
Muy Waso	Generación de imágenes para ilustrar notas periodísticas Creación y diseño de imágenes Automatizar procesos (<i>Chat GPT, Pinpoint</i>)
La Brava	Para la elaboración de mapas (<i>Datawrapper</i>) Para reducir tiempos en la elaboración de trabajos
Nómadas	Como herramienta para acortar procesos en la elaboración de trabajos
Guardiana	Elaboración de curadurías Para búsquedas temáticas que permitan añadir datos a los trabajos periodísticos (<i>Microsoft copilot</i>)

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, los entrevistados reconocen las contribuciones de las aplicaciones para agilizar procesos, pero en una lógica de complementación y no de sustitución, lo cual resulta significativo en el contexto de la defensa de la labor periodística y de una mirada crítica frente al surgimiento de nuevas tecnologías. Asimismo, puede señalarse que el acercamiento a la IA en esta etapa, hacia 2024, se perfila principalmente como una herramienta de apoyo para las tareas periodísticas. No obstante, también se identifican limitaciones relacionadas con las oportunidades

de uso, los beneficios potenciales, la capacitación en el manejo y entrenamiento de estas herramientas, así como con los procesos de verificación de la información.

IV.3. Pluralismo en los medios nativos digitales

El pluralismo se considera en esta investigación como un componente que promueve la democracia en su relación con los medios de comunicación, en el sentido de irrumpir procesos arraigados de desigualdad, condiciones dominantes de poder y desequilibrios en la información, entre otros. Tal como lo mencionó Rafael Roncagliolo en 1983:

Los sistemas de comunicación se definen con relación a la democracia, no tanto por el número de receptores o la pluralidad teórica de los mensajes permisibles, sino por la función concreta y material que cumplen en términos de la reproducción de las relaciones de producción (p. 16).

A partir de esta comprensión, se analizó el pluralismo en los medios nativos digitales, tomando en cuenta la perspectiva de la ética de cada medio, su diversidad de temáticas, los idiomas que utilizan y la disponibilidad de recursos inclusivos.

IV.3.1. Dimensión ética

La experiencia periodística de cada medio estudiado configura sus principios y valores. En ella confluyen lineamientos éticos que se manifiestan en situaciones particulares como la forma de organización, el compromiso de sus integrantes y los mecanismos de comunicación interna, entre otros aspectos. A su vez, estas prácticas reflejan la manera en que cada medio expresa el pluralismo desde sus contenidos, como resultado de sus procesos internos de producción. En este subtítulo, los resultados que se obtuvieron tienen un alcance cualitativo. A continuación, se presenta una síntesis de las respuestas brindadas por los directivos:

- Guardiania menciona que los códigos de ética periodística cimientan el desarrollo de su labor informativa, en particular el Código de Ética de la Asociación de Periodistas de La Paz. De igual forma, considera que si el componente ético estuviera presente de manera generalizada en los medios, la competencia mediática perdería relevancia, ya que el propósito central del periodismo sería el servicio a la población. En cuanto a la sostenibilidad laboral, sus integrantes combinan el trabajo en el medio con otras fuentes de ingreso, como la docencia, la capacitación y otras labores temporales.
- Muy Waso tiene como propósito mantener un compromiso ético con el oficio periodístico y fortalecer un diálogo horizontal con las comunidades, las audiencias, las autoras y los lectores. Otro eje importante para este medio es garantizar la remuneración de sus integrantes, como una forma de contrarrestar la subvaloración del trabajo periodístico.

- En La Nube los integrantes trabajan voluntariamente y a la vez cuentan con otras formas particulares de ingresos. En su experiencia, cuando el medio requiere contratar temporalmente a una persona, los miembros realizan aportes económicos para reunir el salario correspondiente. Asimismo, cuando alguno de ellos accede a fondos concursables, destina un porcentaje significativo al medio para cubrir gastos operativos. En la dimensión ética, esta dinámica demuestra relaciones de reciprocidad y compromiso colectivo que trascienden acuerdos contractuales de trabajo.
- La Brava, por su parte, también destacó el componente ético del ejercicio periodístico en la etapa de coordinación del trabajo. En este espacio se busca que predomine el intercambio horizontal entre sus integrantes, tanto en la planificación de coberturas como en el trato con las fuentes de información. Así, el medio otorga especial valor al compromiso de su equipo periodístico.
- Para concluir, Nómadas trabaja con un grupo reducido de integrantes y una de sus particularidades es su alta especialización en la temática medioambiental. Por ello, denomina a sus coberturas como “expediciones”, una práctica que implica cohesión y viajes en equipo durante periodos prolongados con el propósito de visibilizar historias y realidades de lugares habitualmente poco representados en los medios.

IV.3.2. Orientación temática

En la mayoría de los casos estudiados, la temática más recurrente tiene correspondencia con los resultados sobre el enfoque editorial de cada medio. Como se observa en la Tabla 4, la temática más frecuente es el medioambiente (44%), que ocupa el primer lugar entre los diez tópicos identificados en las publicaciones.

Tabla 4
Tendencia temática en los medios nativos digitales

Tema general	Guardiana		La Brava		La Nube		Muy Waso		Nómadas		Total general	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Medioambiente	12	35%	9	32%	36	63%	4	14%	12	63%	73	44%
Derechos humanos	8	24%	6	21%	6	11%	6	21%	4	21%	30	18%
Salud	3	9%	8	29%	5	9%	3	11%	0	0%	19	11%
Cultura	1	3%	0	0%	2	4%	9	32%	2	11%	14	8%
Economía	0	0%	3	11%	4	7%	3	11%	1	5%	11	7%
Educación	3	9%	1	4%	1	2%	1	4%	0	0%	6	4%
Política	3	9%	0	0%	2	4%	1	4%	0	0%	6	4%
Tierra	2	6%	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	3	2%

Seguridad ciudadana	1	3%	0	0%	0	0%	1	4%	0	0%	2	1%
Turismo	1	3%	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%
Total general	34	100%	28	100%	57	100%	28	100%	19	100%	166	100%

Nota: N: número de casos analizados

Fuente: Elaboración propia.

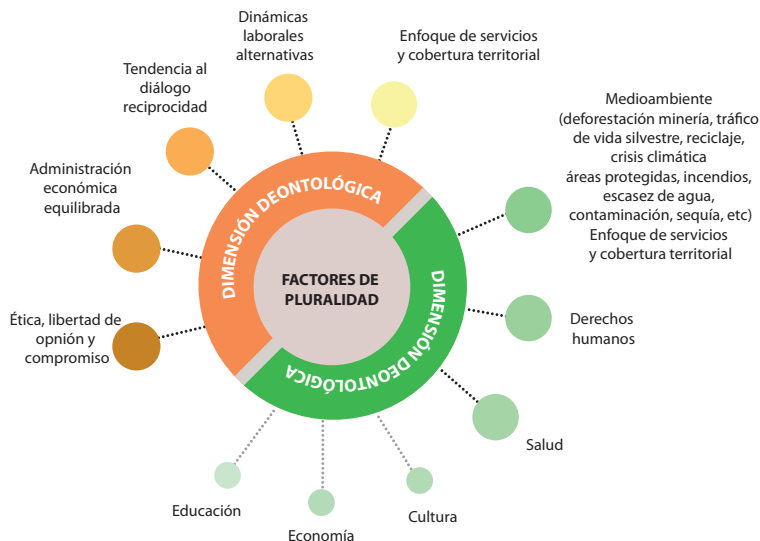
Los tres primeros lugares son ocupados por los temas medioambientales (44%), derechos humanos (18%) y salud (11%). En detalle, se observa que la temática medioambiental es preponderante en Guardiania (35%), La Brava (32%), La Nube (63%) y Nómadas (63%); solamente en el caso de Muy Waso se tiene en primer lugar a la temática de cultura (32%).

Siguiendo con la descripción de la Tabla 4, en un nivel intermedio de recurrencia se encuentran las cuatro temáticas que son consideradas de agenda tradicional en medios masivos, tales como Cultura (8%), Economía (7%), Educación (4%) y Política (4%). Asimismo, en los tres últimos lugares figuran los temas de Tierra (2%), Seguridad ciudadana (1%) y Turismo (1%).

Es pertinente destacar que los temas específicos en la categoría de medioambiente son deforestación, minería, tráfico de vida silvestre, expansión agrícola, reciclaje, extractivismo, crisis climática, preservación, áreas protegidas, incendios, escasez de agua, contaminación y sequía. Este último dato evidencia una tendencia marcada hacia el medioambiente, como parte de la macroagenda de los medios nativos digitales, al menos durante el periodo de tiempo analizado.

Para concluir el análisis desde las dimensiones ética y temática, se elaboró un gráfico que relaciona ambos componentes como parte de los resultados (Figura 1).

Figura 1
Análisis de pluralidad en los medios nativos digitales



Fuente: Elaboración propia.

IV.3.3. Idioma e incorporación de recursos inclusivos

El resultado cuantitativo determinó que el 99% de los productos periodísticos se encuentra disponible en castellano mientras que el restante 1% corresponde a contenido extranjero, en inglés. No se encontraron publicaciones elaboradas íntegramente en idioma nativo de alguna región del país.

Se debe precisar que el registro del idioma extranjero se aplica a las publicaciones en tal idioma, no contempla la opción del traductor, que aparece de forma automatizada en los navegadores web. Las publicaciones periodísticas en idioma extranjero que conforman el 1% son: *“The plunder of Bolivian gold: Chinese companies are hiding behind mining cooperatives”*, de La Nube, y *“La Amazonia invisible de Bolivia”*, en Nómadas, la cual presenta un videodocumental con subtítulos en inglés.

Otro hallazgo particular respecto al uso del lenguaje fue el caso de una noticia de Muy Waso titulada *“Sudaka, marifrunci y disidente: un festival de poesía desde Bolivia”*, la cual utiliza la letra “x” en algunas palabras para incluir ambos géneros y también recurre a la letra “e”, por ejemplo, para escribir “todes”.

En otro orden, a diferencia del análisis de publicaciones en idioma originario, se analizó el nivel de incorporación de palabras o términos nativos para designar nombres propios

y originarios de localidades, animales, plantas o expresiones literales de las fuentes de información. Se obtuvo como resultado que este ítem existe en un 10% del total de la muestra, por lo que hay respeto al idioma nativo, aunque no en un porcentaje significativo.

Respecto a la existencia de recursos digitales que faciliten el acceso a personas con discapacidad visual o auditiva, los resultados muestran que la opción para escuchar en audio los textos de noticias o reportajes es inexistente (0%), al igual que la función para agrandar y reducir el tamaño de letra (0%). Por otro lado, la posibilidad de cambiar a color negro el fondo del sitio web y las publicaciones, como se puede hacer en los celulares inteligentes, es ofrecida exclusivamente por La Nube, que habilita esta opción de forma automatizada en todos sus contenidos, representando el 34% respecto al total de casos analizados.

Si bien no fue incluido como indicador, también es pertinente mencionar que todas las publicaciones de Muy Waso ofrecen al lector el tiempo de lectura, esta opción se posiciona en la parte inicial de cada contenido y permite al lector ver los minutos que le tomaría leer el material de su interés.

Para complementar estos resultados, se constató que los sitios web de los cinco medios analizados tienen un flujo diario de visitas de usuarios que consultan y revisan sus contenidos. Esta información se obtuvo a través de las métricas del tráfico en línea de *URL Trends* y, si bien el resultado es positivo, el nivel de visitas es menor del que reciben los medios masivos tradicionales en Bolivia.

V. Discusión

El artículo describe las características del perfil de cinco medios nativos digitales de Bolivia y expone una caracterización de los contenidos que publican. Estos hallazgos siguen la línea de análisis de los estudios internacionales de Ramón Salaverría y María del Pilar Martínez-Costa (2021), *Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias*, y *El Hormiguero* (2022, 2024), de la Fundación Gabo, aunque con un alcance menor y más próximo al contexto nacional.

En Bolivia, la revisión documental evidencia que las investigaciones sobre periodismo digital se han enfocado principalmente en las versiones digitales de medios tradicionales, abordando sus características, procesos de producción y relación con las audiencias. Entre los principales aportes se encuentran los trabajos de Cabrero (2005), Observatorio Nacional de Medios (2011), Banegas et al. (2014), Angulo (2016), Corz (2021) y estudios de titulación de grado como los de Guarachi (2016) y Jiménez (2023), que configuran una aproximación al campo y la situación del periodismo digital boliviano.

No obstante, dentro de este sistema mediático también figuran los medios nativos digitales, caracterizados por su origen en internet, que han sido poco abordados desde

investigaciones empíricas. El presente estudio aporta a este campo temático desde el análisis de los productos periodísticos publicados entre 2022 y 2023 por los medios nativos digitales La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso y Nómadas, y desde la perspectiva de la comunicación alternativa, al analizar las manifestaciones del pluralismo en sus procesos periodísticos, lo cual fortalece su contribución a nivel teórico.

En términos generales, los hallazgos muestran la publicación de contenidos asociados a principios ecologistas y de promoción del respeto a los derechos humanos, especialmente mediante el periodismo de investigación. Esta caracterización determina su cercanía con el ejercicio de la “nueva comunicación alter(n)ativa” que plantea Torricó (2016) y con el pensamiento sobre alternativas mediáticas desarrollado por Kaplún (2019), donde las experiencias mediáticas se construyen desde formas de propiedad distintas a las empresas privadas, formas de gestión a partir de la participación social, contenidos diferentes de los de los medios hegemónicos y modelos comunicacionales más dialógicos.

Por lo expuesto, esta investigación abre nuevas líneas para el estudio de los medios nativos digitales y sus contribuciones a la sociedad, a partir de la actualización del estado del periodismo digital boliviano. Entre los desafíos que se proponen está el abordaje a la experiencia de otros tipos de medios nativos, como aquellos de alcance generalista orientados a la coyuntura noticiosa y de importante crecimiento en número. Esto implica analizar sus rutinas de producción, perfiles profesionales, estrategias de difusión y formas de relación con las audiencias, así como problemáticas más complejas como su sostenibilidad económica, la percepción ciudadana sobre ellos y las condiciones laborales en el sector.

VI. Conclusiones

En este apartado se presentan las principales conclusiones de la investigación, centradas en el perfil de los cinco medios analizados, las características de sus productos periodísticos y las manifestaciones del pluralismo. El componente de la participación ciudadana en los medios, que también forma parte del estudio, no se desarrolla en el artículo.

En este sentido, con relación al perfil periodístico de los medios nativos digitales La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso y Nómadas, se concluye que presentan características orientadas por los propósitos que guían su labor periodística, los cuales se expresan en las declaraciones de sus directivos y en sus misiones, principios editoriales y definiciones institucionales, reflejadas en sus páginas web. Si bien cada uno posee particularidades en la organización de sus secciones y estrategias de producción de contenidos, comparten rasgos comunes como la limitada disponibilidad de personal, una periodicidad estable de publicación y presencia sostenida en redes sociales. Asimismo, enfrentan desafíos en su sostenibilidad financiera y recurren a modelos de autogestión, que configuran formas de producción mediática antihegemónicas, en

línea con las lógicas históricas de la comunicación alternativa en América Latina que refieren Simpson (1984) y Reyes-Matta (1983).

Respecto al enfoque editorial, priorizan temáticas propias vinculadas a los derechos humanos, el medioambiente, la igualdad de género y la salud, desde perspectivas principalmente humanistas, ecologistas y feministas. Además, su cobertura se sustenta en agendas propias que se distancian en gran medida de la lógica de los medios masivos y configuran propuestas informativas diferenciadas dentro del sistema mediático. Asimismo, su alcance geográfico sale de lo local y busca conectar con realidades territoriales del resto del país.

En cuanto a las características de los productos periodísticos, si bien la investigación se centró en noticias y reportajes por su frecuencia, también se identificaron crónicas, entrevistas, análisis y documentales, además de productos híbridos que no responden a una clasificación tradicional. Cada medio tiende a especializarse en determinados subgéneros, destacando el reportaje de investigación y la crónica, cuyos contenidos presentan una adecuada suficiencia de contexto a partir de antecedentes, datos y elementos explicativos.

Por otra parte, aunque los medios reconocen la importancia de los recursos multimedia y los integran en los productos que publican en sus sitios web, predomina una estructura tradicional basada en texto, fotografía y título, con un uso limitado de formatos más innovadores como mapas, podcasts o fotogalerías. Mientras, la incorporación de la IA es aún incipiente y de carácter instrumental, orientada sobre todo a apoyar los procesos de producción periodística, lo que refleja una aproximación cautelosa.

Uno de los aportes llamativos de la investigación es el análisis del pluralismo y su abordaje metodológico. En este sentido, se sigue el lineamiento de Roncagliolo (1983) referido a que los sistemas de comunicación no se definen por su amplitud de audiencia ni por la diversidad aparente de mensajes, sino por el papel efectivo que desempeñan en la reproducción de las relaciones de producción dentro de una sociedad democrática. Bajo este entendido, el pluralismo se aborda desde lo cualitativo, analizando en cada medio las dinámicas internas a partir de las categorías de ética, diversidad temática e inclusión.

De esta manera, en los medios nativos digitales La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso y Nómadas se identificaron componentes deontológicos que transversalizan los procesos de producción, tales como la defensa de la libertad de expresión y la adopción de códigos de ética. Asimismo, con base en las entrevistas a sus directivos, se describen dinámicas organizativas orientadas a la horizontalidad y el compromiso colectivo, que remiten a formas de gestión participativas y modelos comunicacionales de carácter dialógico (Kaplún, 2019). Estos aspectos se ven reforzados por el tamaño reducido de los equipos y por modelos laborales flexibles que permiten a sus integrantes diversificar sus ingresos.

Encuanto a la diversidad temática, predomina una macroagenda que amplía los márgenes de la representación informativa-noticiosa y que se concentra en el medioambiente, seguida por temas como derechos humanos, salud, cultura, economía y educación. Por otro lado, el castellano es el idioma imperante y también se pudo comprobar el uso mínimo de lenguas originarias. Aunque se registran avances en accesibilidad digital, como el modo oscuro o indicadores de tiempo de lectura, la incorporación de recursos inclusivos es limitada, lo que plantea desafíos para la ampliación de audiencias y mayor acceso a los contenidos.

Con todo, para la investigación fue importante observar la naturaleza alternativa desde el contenido y la intencionalidad que orientan la producción periodística de cada medio. Los resultados dejan ver que los cinco medios nativos digitales estudiados presentan particularidades explícitas e implícitas de un periodismo especializado en temáticas y enfoques poco tratados en los medios generalistas con uso, aunque limitado, de herramientas digitales, pero con un rigor periodístico claramente diferenciado. En este marco, el pluralismo se manifiesta como un proceso en construcción, expresado en sus dinámicas internas y en la diversidad de sus contenidos (Charney, 2021; Tomás, 2004). Finalmente, su presencia aporta a la consolidación de espacios periodísticos alternativos dentro del sistema mediático boliviano, además de abrir nuevas líneas de investigación y fundamentación teórica sobre medios digitales y periodismo especializado.

Referencias

- Angulo, H. (2016). *Periodismo Multimedia. El diseño multimedial en el periodismo digital boliviano*. Editorial Verbo Divino.
- Banegas, C., Olivares, J., Terceros, J., & Hidalgo, D. (2014). *Características del periodismo digital en Bolivia*. Fundación Unir. <https://es.slideshare.net/tonnylp1/caractersticas-del-periodismo-digital-en-bolivia>
- Cabrero, C. (2005). *Periodismo digital en Bolivia*. Plural Editores.
- Charney, J. (2021). Tres concepciones del pluralismo informativo. *Revista chilena de Derecho y Tecnología*, 10(2), 69-102. <https://www.scielo.cl/pdf/rchdt/v10n2/0719-2584-rchdt-10-2-00069.pdf>
- Corz, C. (2021). *Periodismo digital en Bolivia. De la redacción a la interacción*. Editorial 3600.
- Díaz Noci, J. (2004). *Los géneros ciberperiodísticos: Una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y tipología* [Ponencia]. II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital, Santiago de Compostela, España. <https://www.fiile.org.ar/uploadsarchivos/2.pdf>

- Fundación Gabo. (2022). *El hormiguero: informe sobre el estudio de medios nativos digitales latinoamericanos*. <https://mailchi.mp/fundaciongabo/informe-el-hormiguero>
- Fundación Gabo. (2024). *El hormiguero II: mapa ampliado y tendencias de los medios nativos digitales latinoamericanos*. <https://especiales.fundaciongabo.org/el-hormiguero-2/>
- Guarachi, A. (2016). *Nuevas formas de transmitir información en Bolivia. El periodismo digital de Erbol* [Tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés]. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/24791>
- Herrera, K. (2021). *Unidad didáctica 3: La germinación del pensamiento neoliberal y el desplazamiento al alternativismo comunicacional*. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Jiménez, I. (2023). *Cobertura y tratamiento digital del periódico Página Siete: estudio de caso Luis Fernando Camacho (líder político) 2019, 2020 y 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés]. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/32136>
- Kaplún, G. (2019). La comunicación alternativa entre lo digital y lo decolonial. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (141), 67-85. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/18265>
- Laboratorios FPP. (2 de agosto de 2021). *Las etapas más importantes que ha tenido el acelerado recorrido del periodismo digital en Bolivia* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=uU_3oxH0cgA
- Observatorio Nacional de Medios (2011). *Características del periodismo boliviano en soporte digital*. Fundación Unir.
- Pérez Callejas, M. L. (2025). *Los medios nativos digitales en Bolivia desde la perspectiva de la comunicación alternativa. El caso de La Brava, La Nube, Guardiania, Muy Waso y Nómadas entre 2022 y 2023* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://hdl.handle.net/20.500.14624/2003>
- Reyes-Matta, F. (1983). Alteremos lo injusto. El compromiso de la comunicación alternativa. *Nueva Sociedad*, (64), 128-130. https://static.nuso.org/media/articles/downloads/1027_1.pdf
- Roncagliolo, R. (1983). Comunicación y democracia en el debate internacional. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (7), 12-17. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/15282/1/REXTN-Ch7-03-Roncagliolo.pdf>

- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital* [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona]. <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2006/tdx-1123106-104448/ar1de1.pdf>
- Salaverría, R. & Martínez-Costa, M. P. (2021). Presentación. En R. Salaverría & M. d. P. Martínez-Costa (coords), *Medios nativos digitales en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones <http://espejodemonografias.comunicacionsocial.es/article/view/4548/4908>
- Sembramedia (2024). *Directorio de medios*. https://directorio.sembramedia.org/?page=1&location_country_obj=2&order=-weight
- Simpson, M. (1984). Comunicación alternativa y democracia entre la “Vanguardia” y la teoría de la dependencia. *Nueva Sociedad*, (71), 31-42. https://static.nuso.org/media/articles/downloads/1152_1.pdf
- Tomás, F. (2004). Revisión crítica de las relaciones entre pluralismo y mercado en los medios audiovisuales. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, (16). <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/5305/5161>
- Torrico, E. (2016). La comunicación en clave latinoamericana. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (132), 23-36.

Sobre la autora: Mariana Loreto Pérez Callejas es docente e investigadora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni José Ballivián (UABJB). Es licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” (UCB-La Paz) y magíster en Comunicación Estratégica por la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB). Cuenta con experiencia profesional en periodismo escrito y digital (en medios como La Razón y Página Siete). Sus líneas de investigación y aportes se centran en medios digitales, comunicación estratégica, periodismo y educación superior. En el ámbito de la gestión académica universitaria, dirigió procesos de autoevaluación y acreditación. Fue integrante del Directorio de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC) durante las gestiones 2021-2025.

Nota: Declaro que ningún tipo de conflicto de intereses ha influido en la elaboración de este artículo.