

TÉRMINOS DE REFERENCIA

CONSULTORIA POR PRODUCTO:

ESTUDIO: " Nuevas narrativas del discurso patriarcal y machista hegemónico en redes sociales (Tik Tok y Facebook)".

1. Antecedentes

En el marco del proyecto “Masculinidades Sentipensantes para el vivir bien” financiado por la Embajada de Suecia en Bolivia, el cual tiene como objetivo aportar a la construcción de una cultura democrática, equitativa y colaborativa con el ejercicio pleno de los derechos humanos de las mujeres y las poblaciones Lgbti en la sociedad boliviana, mediante procesos de sensibilización, información, articulación social y gestión del conocimiento desde los enfoques de las masculinidades sentipensantes, género y derechos humanos.

De esa manera, en los entornos digitales contemporáneos, las redes sociales se han convertido en espacios centrales para la circulación, confrontación y transformación de discursos sobre género. Junto a expresiones igualitarias y movimientos a favor de los derechos de las mujeres y diversidades, se observan también nuevas formas de discursos patriarcales y machistas que, aunque mantienen estructuras tradicionales de dominación, adoptan narrativas renovadas y contemporáneas, más sutiles, más sofisticadas, mas implícitas y que buscan legitimarse en la esfera pública digital con implicancias políticas.

Estas nuevas narrativas reproducen lógicas de la masculinidad hegemónica, utilizando formatos propios de las redes, como ser: memes, videos breves, hilos, debates, reels, comentarios, paginas, humor, influencers, y comunidades digitales que refuerzan visiones conservadoras o antifeministas.

Este estudio busca comprender cómo están evolucionando estos discursos, cuáles son sus formas, quiénes los producen, cómo circulan y qué efectos tienen en las y los jóvenes bolivianos. Así mismo, la investigación se enfoca en dos redes sociales: Tik Tok y Facebook. Esto debido a que se busca generar contrastes en dos espacios digitales que tienen audiencias

con diferencias generacionales, por una parte, Tik Tok, plataforma utilizada por un público más joven, y Facebook, plataforma utilizada por una audiencia más adulta. La investigación pretende visibilizar y describir como estos nuevos discursos también tienen ciertos componentes generacionales que se plasman en las distintas plataformas y redes sociales.

2. Objetivo de la consultoría

Objetivo General:

- ✓ Analizar las nuevas narrativas del discurso patriarcal y machista hegemónico en redes sociales, sus dinámicas de circulación, actores involucrados y su impacto en la percepción social sobre género y relaciones de poder en dos redes sociales Tik Tok y Facebook.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los tipos de narrativas patriarcales y machistas que emergen o se reconfiguran en redes sociales.
2. Examinar las estrategias discursivas, visuales y emocionales utilizadas para sostener la hegemonía patriarcal en el entorno digital.
3. Mapear actores clave (usuarios, influencers, comunidades) que producen, reproducen o disputan estos discursos.
4. Analizar la interacción entre narrativas patriarcales y contra-narrativas feministas o proigualitarias.
5. Evaluar el impacto de estas narrativas en audiencias jóvenes y adultas, particularmente en la (re)construcción de imaginarios sobre masculinidad y relaciones de género.
6. Formular recomendaciones para el diseño de políticas públicas, educación digital y campañas que promuevan igualdad y prevengan discursos de odio.

3. Resultados de la consultoría

Los productos esperados están diseñados para trascender el formato académico tradicional y permitir una incidencia digital efectiva:

Productos	Fecha Estimada
Producto 1: Plan de Trabajo, incluidos los instrumentos de recojo de información (con énfasis en etnografía digital o análisis de discurso en redes) y la metodología.	A los 5 días de iniciada la consultoría
Producto 2: Primer Informe de hallazgos sobre el estado de las emociones masculinas y su captura por discursos de odio/conservadores en el ámbito digital boliviano.	A los 30 días de iniciada la consultoría
Producto 3: Informe final de resultados de la investigación. Este producto debe contener: a) El documento de investigación completo. b) Una presentación PPTX.	A los 40 días de iniciada la consultoría

4. Coordinación

La coordinación durante la consultoría se realizará con el responsable de incidencia y la dirección ejecutiva de la organización. Cada una de las etapas será dialogada con las y los responsables de la organización y se deberá realizar la aprobación de cada uno de los productos.

5. Oferta económica y forma de pago

Adjunto a su propuesta técnica el/la consultor/a deberá incluir su oferta económica para la realización de la consultoría. El importe total de los honorarios será desembolsado de la siguiente manera:

Importe a pagar	Condiciones de pago
40%	A la aprobación de los productos 2.
60%	A la aprobación del producto 3 (Informe final)

6. Plazo del contrato

El plazo de elaboración de la consultoría será de **40 días calendario**.

7. Honorarios

Los y las proponentes deberán plantear una propuesta económica en torno a los puntos de referencia de estos TDR y los productos y resultados esperados.

8. Experiencia

El perfil del/la profesional/consultor/a deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Profesional con estudios en Ciencias Sociales, Comunicación, Psicología, Ciencias Políticas o afines.
- Experiencia mínima de 3 años en investigación y desarrollo de consultorías, de preferencia sobre organizaciones sociales y sociedad civil.
- **Conocimiento específico:** Deseable experiencia en análisis de entornos digitales, ciberactivismo o estudios sobre violencia digital.
- Conocimiento de metodologías de investigación cualitativas (y herramientas de análisis digital/netnografía).
- Experiencia previa en trabajos de investigación en masculinidades, género y derechos humanos.
- Excelente capacidad de análisis, redacción y **síntesis para formatos de comunicación digital.**

9. Plazo de presentación

Los interesados deberán remitir su CV, propuesta técnica y económica adjunto, al correo electrónico j.fernandez@accionporddh.org y accionddhh3@gmail.com a más tardar el 2 de febrero de 2026, indicando en el asunto: *Consultoría "Masculinidades, subjetividad-emociones y violencias de género en el contexto boliviano"*.