

INFORME
REDES
SOCIALES

INTRODUCCIÓN

Sabemos que la propaganda en la comunicación toma mayor relevancia en tiempos electorales, en esa competencia feroz por el voto de los electores, pero te has preguntado **¿cuánto vale dicha atención?** La respuesta ya no se mide únicamente en papeletas ni en encuestas, sino en clics, en segundos de permanencia frente a una pantalla y en la capacidad de un algoritmo para amplificar un mensaje. En el corazón de cada campaña política, **la atención se ha convertido en la mercancía más codiciada**: allí se juegan pautas millonarias, las fake news se multiplican como armas de desinformación y la violencia digital opera como dispositivo de disciplinamiento social. En esta nueva fase del capitalismo virtual, digital y financiero, el escenario electoral se libra, en gran parte, dentro de las redes sociales: un espacio donde lo objetivo y lo subjetivo se confunden, hasta el punto de borrar las fronteras entre lo público y lo privado, mientras se manejan lógicas de fragmentación profunda de la sociedad hacia lo individual, hacia el aislamiento.



INTRODUCCIÓN

Reflexionaremos en ese territorio complejo en el que se cruzan las lógicas del poder político con las del poder tecnológico. Examinaremos cómo las grandes plataformas, mientras se presentan como neutrales, concentran riqueza y definen qué voces se amplifican y cuáles se silencian mediante arquitecturas algorítmicas, políticas de moderación y modelos de negocio basados en datos. Está claro que la democracia queda atravesada por estrategias que van del uso intensivo de anuncios pagados y la microsegmentación a la producción sistemática de noticias falsas, con efectos directos sobre la opinión pública y el rumbo de las sociedades. La campaña se programa como una operación de marketing: pruebas A/B, audiencias similares, subastas en tiempo real y métricas comerciales que convierten la atención en la unidad básica de valor político.

De allí la pregunta inevitable que guía este estudio: si las campañas se financian en dólares, los discursos se programan con algoritmos y la atención se mide en dashboards (cuadros de mando), ¿quién gana realmente las elecciones del mundo? ¿Los pueblos que eligen o las corporaciones tecnológicas que ya dominan el terreno donde esas elecciones se deciden? Este informe propone recorrer esa zona de tensiones —entre la promesa democrática y la economía de la atención— para comprender cómo se disputa hoy el poder en la esfera pública digital y qué horizontes se abren (o se clausuran) para la vida democrática.



Mg. Paula Giménez
Directora de NODAL

Mg. Lucas Aguilera
Coordinador de investigación

Elisa García
Editora

Coordinadores del informe "Redes Sociales":
Verónica Veglia | Hernán Sánchez



@InfoNodal



Noticias de América Latina y el Caribe