

# De la propaganda al cibercontrol afectivo: poder y modulación algorítmica en América Latina

*From Propaganda to Affective Cybercontrol: Power and Algorithmic Modulation in Latin America*

*Da propaganda ao cibercontrole afetivo: poder e modulação algorítmica na América Latina*

—

**Claudia Ivett ROMERO-DELGADO**

Universidad Panamericana

cromero@up.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-5001-8992>

México

**María del Carmen CAMACHO-GÓMEZ**

Universidad Panamericana

mcamacho@up.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-4121-6081>

México

**Alma Delia ZAMORANO-ROJAS**

Universidad Panamericana

azamoran@up.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-7043-4977>

México

cdsantos99@hotmail.com

*Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*

N.º 162, agosto - noviembre 2026 (Sección Monográfico, pp 41 - 58)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 23-10-2025 / Aprobado: 10-12-2025

## Resumen

Este artículo propone el concepto de cibercontrol afectivo para analizar la convergencia entre estrategias de intervención política, extracción de datos, arquitectura de plataformas y activación de afectos en los entornos digitales contemporáneos. La investigación se desarrolla mediante un análisis documental/conceptual de 34 obras fundamentales y recientes sobre propaganda, esfera pública, mediaciones, capitalismo de plataformas, gobernanza algorítmica, afectividad digital y dependencia de datos, con especial atención en las aportaciones provenientes de América Latina. A partir de este corpus, el artículo examina las limitaciones analíticas de categorías ampliamente utilizadas —como propaganda, psicopolítica, públicos afectivos y gobernanza de plataformas— para explicar de manera integrada las transformaciones recientes del poder comunicacional. Su principal contribución consiste en formular una definición relacional del cibercontrol afectivo y en desarrollar una matriz de operacionalización que permite traducir este concepto en dimensiones, indicadores y criterios observables para futuras investigaciones empíricas situadas. Se sostiene que el cibercontrol afectivo designa una capacidad contingente de modulación de la circulación pública mediante la articulación entre estrategias comunicacionales, procesos de datificación, reglas de visibilidad algorítmica y repertorios afectivos. En consecuencia, el concepto constituye una herramienta analítica para examinar las relaciones entre plataformas, poder y desigualdades sociotécnicas en América Latina.

**Palabras clave:** gobernanza de plataformas; afectos políticos; dependencia de datos; desinformación; violencia digital de género

## Abstract

This article proposes the concept of affective cybercontrol to analyze the convergence of political intervention strategies, data extraction, platform architectures, and the activation of affects in contemporary digital environments. It is based on a documentary-conceptual analysis of 34 foundational and recent works on propaganda, the public sphere, mediations, platform capitalism, algorithmic governance, digital affectivity, and data dependency, with particular attention to scholarship and debates on communication and platforms in Latin America. Drawing on this corpus, the article examines the analytical limitations of widely used concepts—such as propaganda, psychopolitics, affective publics, and platform governance—for explaining recent transformations in communicative power in an integrated manner. Its main contribution is the formulation of a relational definition of affective cybercontrol and the development of an operationalization matrix that translates the concept into analytical dimensions, observable indicators, and criteria for future situated empirical research. The article argues that affective cybercontrol refers to a contingent capacity to modulate public circulation through the articulation of communicative strategies, datafication processes,

algorithmic visibility, and affective repertoires. Rather than describing a form of total control or presuming causal effects on audiences, the concept provides an analytical framework for examining the relationship between platforms, power, and sociotechnical inequalities in Latin America.

**Keywords:** platform governance; political affects; data dependency; disinformation; gendered digital violence

## Resumo

Este artigo propõe o conceito de cibercontrole afetivo para analisar a convergência entre estratégias de intervenção política, extração de dados, arquiteturas de plataformas e ativação de afetos nos ambientes digitais contemporâneos. A pesquisa baseia-se em uma análise documental-conceitual de 34 obras fundamentais e recentes sobre propaganda, esfera pública, mediações, capitalismo de plataformas, governança algorítmica, afetividade digital e dependência de dados, com especial atenção à literatura e aos debates sobre comunicação e plataformas na América Latina. A partir desse corpus, o artigo examina as limitações analíticas de categorias amplamente utilizadas — como propaganda, psicopolítica, públicos afetivos e governança de plataformas — para explicar, de forma integrada, as transformações recentes do poder comunicacional. Sua principal contribuição consiste na formulação de uma definição relacional de cibercontrole afetivo e no desenvolvimento de uma matriz de operacionalização que traduz o conceito em dimensões analíticas, indicadores observáveis e critérios para futuras pesquisas empíricas situadas. Argumenta-se que o cibercontrole afetivo designa uma capacidade contingente de modular a circulação pública por meio da articulação entre estratégias comunicacionais, processos de dataficação, visibilidade algorítmica e repertórios afetivos. Em vez de descrever uma forma de controle total ou pressupor efeitos causais sobre as audiências, o conceito oferece um referencial analítico para examinar as relações entre plataformas, poder e desigualdades sociotécnicas na América Latina.

**Palavras-chave:** governança de plataformas; afetos políticos; dependência de dados; desinformação; violência digital de gênero

## Introducción

Los estudios de comunicación han planteado durante casi un siglo como se estructura y organiza la persuasión, la visibilidad y la adhesión política. El autor Harold D. Lasswell (1927, 1948) da respuesta a la pregunta en un contexto de guerra y de comunicación de masas; en donde la propaganda actúa construyendo la manipulación de símbolos significativos y la distribución estratégica de mensajes.

Las transformaciones posteriores no hicieron desaparecer el tema; trasladaron esa pregunta a otras escalas. Mills (1956), por ejemplo, liga la construcción del poder comunicacional a la concentración de recursos institucionales; Habermas (1989) muestra la vulnerabilidad de la deliberación frente a la mercantilización de la esfera pública y Castells (2009) atribuye a las redes de comunicación el centro de la lucha por el poder.

En América Latina, Martín-Barbero (1987) visibiliza el vínculo entre medios, cultura y poder desde las mediaciones, mientras que Becerra y Mastrini (2009) documentan que la concentración de la propiedad mediática es una condición estructural para comprender las asimetrías de la circulación pública. Por lo que la expansión de las plataformas no elimina estas tradiciones, pero vuelve insuficiente un vocabulario que separa mensajes, infraestructuras, datos y afectos.

La economía de las plataformas traduce la actividad de usuarios, anunciantes, medios y actores políticos en datos y en oportunidades de valorización (Srnicek, 2017). Al mismo tiempo, la arquitectura de interfaces, métricas, recomendaciones y reglas de moderación ordenan y organizan el acceso a la atención pública e intervienen en la construcción mediada de la realidad social (Bucher, 2018; Couldry & Hepp, 2016; Gillespie, 2018; van Dijck et al., 2018). En América Latina, esta reconfiguración adquiere características particulares, ya que la inserción de infraestructuras digitales globales se entrelaza con la concentración mediática, las desigualdades históricas y la dependencia tecnológica (Couldry & Mejias, 2019; Ricaurte, 2019).

Las categorías de capitalismo de plataformas, gobernanza de plataformas o colonialismo de datos describen de forma adecuada dimensiones economistas, regulatorias o geopolíticas, pero no han integrado a la afectividad como un recurso para la intervención política y comunicativa. Papacharissi (2015) aborda como los públicos se articulan por contacto, intensidades, narrativas o por expresiones de sentimientos; Brady et al. (2017) apuntan que una carga moral-emocional aumenta la probabilidad de que tales contenidos se difundan en redes.

Pero el hecho de que una conversación se articule de forma afectiva no puede dar cuenta de la forma en que se organiza la producción estratégica de mensajes, la recolección de datos, la monetización de la atención que se le presta a la conversación, las reglas de visibilidad o las prácticas de la coordinación de las mismas. La necesidad de investigar estas dimensiones de forma combinada se refleja en los trabajos empíricos de la región, aunque las conclusiones que de ellos se desprenden no deberían trasladarse de forma mecánica entre casos.

En Argentina, Aruguete y Calvo (2020), mediante un experimento de tuits a propósito de la pandemia de COVID-19, indican que los encuadres y las señales de aceptación del contenido se relacionan con identidades partidarias, con percepciones del riesgo y con la disposición a compartir narrativas determinadas. Gold y Peña (2021), por su parte, dan cuenta de estrategias de

vinculación mediadas digitalmente entre partidos de derecha y movimientos de protestas en Argentina y en Brasil, lo que permite comprobar cómo los actores políticos hacen suyos recursos y repertorios de activistas digitales. A partir de una encuesta realizada en Buenos Aires, Mitchelstein y Boczkowski (2018) encontraron que la conexión permanente a internet y el intercambio de información con otras personas favorecen el consumo incidental de noticias a través de las redes sociales. Estos estudios tampoco prueban por sí mismos la existencia de un cibercontrol afectivo, sino que indican que encuadres, identidades, redes de relación y mediaciones digitales deben analizarse de forma localizada.

Este artículo responde a la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son los elementos que permiten distinguir el cibercontrol afectivo de conceptos afines (propaganda, psicopolítica, públicos afectivos, gobernanza de plataformas) y cómo puede ser operacionalizado para investigaciones empíricas situadas en América Latina? La propuesta está en entender el cibercontrol afectivo como la capacidad, siempre contingente y disputada, de articular estrategias de influencia junto a la datificación de las interacciones, la distribución algorítmicamente mediada de la visibilidad y la activación de afectos políticos; su formulación es intencionadamente restringida pues no otorga agencia a los algoritmos, no asume efectos causales en torno a los públicos, ni admite que todo contenido emocional remita a una operación de control.

La aportación del artículo se desarrolla en dos niveles. En el plano teórico, propone una definición relacional del cibercontrol afectivo que permite establecer con claridad en qué condiciones es válido utilizar esta categoría analítica y en qué situaciones resulta insuficiente. En el plano metodológico, presenta una matriz de operacionalización diseñada para orientar futuras investigaciones en corpus delimitados, mediante el análisis de la relación entre actores, infraestructuras digitales, repertorios afectivos y dinámicas de circulación.

Dado que se trata de un estudio documental/conceptual, el artículo no realiza mediciones sobre redes sociales, ni identifica bots, tendencias o efectos derivados de los sistemas de recomendación. En consecuencia, las referencias al contexto latinoamericano no pretenden demostrar empíricamente esos procesos, sino ofrecer el marco desde el cual se discute la utilidad analítica del concepto y su aplicación en investigaciones situadas.

#### Marco teórico

Para Lasswell (1927), la propaganda consistía en administrar las actitudes colectivas mediante el uso estratégico de símbolos. Años más tarde, su conocido modelo de la comunicación (Lasswell, 1948) organizó el análisis en torno a la relación entre emisor, mensaje, canal, audiencia y efectos. Aunque este planteamiento sigue siendo útil para comprender la dimensión estratégica de la comunicación y la construcción de encuadres, responde a un contexto en el que los procesos comunicativos se concebían de manera lineal.

Desde esta perspectiva, emisor y receptor ocupan posiciones relativamente diferenciadas, mientras que el canal funciona como un medio de transmisión. Este esquema resulta insuficiente para explicar fenómenos característicos de las plataformas digitales, como la retroalimentación permanente de datos, la personalización de contenidos, la automatización de procesos y la competencia por la atención a través de métricas e interacciones.

Los trabajos de Mills (1956), Habermas (1989) y Castells (2009) amplían este planteamiento al mostrar que el poder comunicacional no depende únicamente de los mensajes, sino también de las estructuras políticas, económicas y tecnológicas que condicionan su circulación. Mills (1956) sostiene que la influencia pública se encuentra estrechamente vinculada a la concentración del poder en élites que controlan recursos políticos, económicos y militares.

Habermas (1989) advierte que la esfera pública puede ser colonizada por racionalidades instrumentales, comerciales y de mercadeo. Castells (2009), por su parte, pone de manifiesto que las redes de comunicación son espacios de producción de sentido, así como de programación de los flujos.

Estas aportaciones adquieren mayor alcance cuando dialogan con los planteamientos de Martín-Barbero (1987) y de Becerra y Mastrini (2009). Para Martín-Barbero, las mediaciones culturales y las prácticas de apropiación impiden reducir la comunicación a un proceso lineal de transmisión. Por su parte, Becerra y Mastrini sostienen que la concentración de la propiedad de los medios constituye una dimensión estructural de las desigualdades comunicativas en América Latina.

La plataforma suma una condición diferente: no solo es un canal ni una empresa de medios, sino que es una infraestructura que organiza relaciones entre múltiples actores, extrae datos y traduce la actividad en valor económico y en reglas de ordenamiento. Srnicek (2017) se refiere al capitalismo de plataformas para aludir al modelo de acumulación mediante el cual se recupera y se manipula la información. Scolari (2018) resalta que las interfaces no son únicamente superficies neutras, sino que son dispositivos de interacción delimitadores de posibilidades de uso y de significación.

Van Dijck (2018) sostiene que la dataficación, la mercantilización y la selección algorítmica constituyen procesos que organizan el funcionamiento de las plataformas y moldean la vida pública. Desde esta perspectiva, la visibilidad de un contenido no está determinada únicamente por quien lo produce ni por su valor informativo, sino por la combinación de diversos factores, entre ellos el diseño de la plataforma, las métricas de interacción, los criterios de clasificación algorítmica, las prácticas de uso de las personas y los intereses comerciales que orientan su funcionamiento.

La idea de gobernanza de plataformas incide en este argumento. Gillespie (2018) subraya que las decisiones de moderación, de clasificación y de recomendación generan condiciones privadas de participación pública. Gorwa (2019) sugiere comprender la gobernanza de plataformas como un conjunto de

normas, de procesos y de disputas que regulan la actividad del trabajo digital. Roberts (2019) propone examinar con mayor detenimiento los procesos que intervienen en estas decisiones. Su planteamiento muestra que la moderación y la clasificación de contenidos no dependen exclusivamente de los algoritmos, sino también del trabajo humano, de los estándares definidos por las empresas y de criterios de decisión que, en muchos casos, permanecen poco visibles para quienes utilizan las plataformas.

El término no implica que una plataforma controle de forma mecánica la conversación, pero sí entrega pistas sobre las formas en que las reglas y la arquitectura construyen diferentes posibilidades de circulación.

La discusión sobre datos y desigualdad proporciona un segundo desplazamiento, prolongando una genealogía crítica de la vigilancia que es capaz de mostrar la expansión de dispositivos de observación y clasificación más allá de usos estrictamente estatales (Mattelart, 2009). Zuboff (2019) caracterizará el capitalismo de la vigilancia como una forma de acumulación que extrae excedentes conductuales; Couldry y Mejias (2019) tratarán la colonización de los datos como una apropiación de la vida social que reordena la autonomía colectiva; Ricaurte (2019) situará este problema en una perspectiva de colonialidad y advertirá que no son ajenas a las posiciones periféricas, las jerarquías del conocimiento y las arquitecturas tecnológicas. Noble (2018) señala que los sistemas de información son capaces de reproducir sesgos de raza y de género, mientras Tufekci (2015) reflexiona sobre el daño de la agencia computacional y se resiste al hecho de asumir la exclusividad de una sola compañía o plataforma.

El afecto no es ficción de la psicología. Ahmed (2014) opta por entender las emociones como fuerzas que se desplazan y que conforman cuerpos y objetos, delimitan entradas y salidas; Papacharissi (2015) introduce el concepto de *públicos afectivos* para referirse a colectividades que se articulan en torno a relatos compartidos y vínculos emocionales. Su propuesta permite comprender cómo las emociones participan en la formación y movilización de los públicos en los entornos digitales. Por su parte, Brady et al. (2017) muestran que el lenguaje con contenido moral y emocional incrementa las posibilidades de difusión de un mensaje en las redes sociales. Sin embargo, este hallazgo no implica que toda circulación de mensajes moralizados responda necesariamente a una estrategia coordinada de intervención o manipulación.

Estas distinciones son importantes porque impiden dos malas inferencias: la de que toda circulación afectiva pertenece a un objetivo centralizado y la de que cualquier comportamiento de los usuarios es evidencia de un control. La psicopolítica de Han (2014) se constituye también como un referente inmediato, pues retrata formas de poder que inciden sobre deseos, rendimiento y autoexplotación en el neoliberalismo.

Aunque los diagnósticos sobre la subjetivación contemporánea aportan un marco interpretativo amplio, el cibercontrol afectivo se sitúa en otra escala

de análisis. El concepto permite estudiar cómo, en coyunturas específicas, convergen actores, plataformas, datos, repertorios afectivos y mecanismos de visibilidad para configurar formas de intervención comunicacional. Por lo cual, no podrá prescindir de la descripción de la psicopolítica, ni considerarla como su premisa; lo que lo aleja de lecturas totalizantes y le permite exigir evidencias de las operaciones que daba por hecho en la descripción de la psicopolítica.

Dicha diferenciación también contribuye a aclarar el criterio de uso de la categoría. No se está hablando de control afectivo en la red cuando se emite un mensaje que se adecúa a las emociones de las personas, ni cuando un tema de la plataforma esté ordenando un tipo de contenidos o cuando una institución busque inducir para que un mensaje llegue a tener cualidades de control afectivo en la red.

Para poder hablar de control afectivo a partir de la red hay que implicar tres dimensiones: debe hablarse de un proyecto de intervención (aunque sólo sea parcial), de una infraestructura de recogida, ordenación y visibilidad de los datos y de un repertorio afectivo capaz de volver comunicable una determinada posición política, moral o de identidad.

La literatura sobre propaganda computacional coincide con esta postura de cautela metodológica: las prácticas automatizadas y de manipulación política han de reconocerse a través de pruebas sobre las tácticas utilizadas, los actores involucrados, los patrones de circulación, y no por la mera virulencia (Woolley & Howard, 2018). Esta exigencia de copresencia evita que la nominación pase a ser sinónimo de comunicación digital y mantiene la posibilidad de contrastación empírica.

A partir de este último intercambio se construye el cibercontrol afectivo como la capacidad sociotécnica y estratégica de intentar modular disposiciones públicas a partir de articular: datificación y segmentación de las interacciones; ordenación de la visibilidad a partir de infraestructuras y reglas de plataforma; producción, circulación o reapropiación de repertorios afectivos; y coordinación de actores, contenidos o prácticas de amplificación.

La expresión “capacidad” hace referencia a la posibilidad de poder intervenir, no a la garantía de poder hacerlo de manera eficaz. La expresión “afectivo” remite a la movilización de las emociones que organizan la atención, la adhesión, el rechazo o la pertenencia. La expresión “cibercontrol” remite a la integración contingente de estos elementos en configuraciones digitales, no a la existencia de un absoluto control sobre las audiencias. La Tabla 1 sintetiza esta delimitación frente a los conceptos próximos.

**Tabla 1.** Delimitación del cibercontrol afectivo frente a conceptos próximos

| Concepto                  | Qué permite analizar                                                                                                      | Límite que aborda el cibercontrol afectivo                                                                                     |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Propaganda                | Influencia simbólica, encuadres, emisores y estrategias de persuasión.                                                    | No integra por sí sola la dataficación, la personalización y las reglas de visibilidad de plataformas.                         |
| Psicopolítica             | Formas neoliberales de subjetivación, rendimiento y gestión de deseos.                                                    | Su escala es amplia; no identifica necesariamente actores, infraestructuras y operaciones comunicacionales delimitadas.        |
| Públicos afectivos        | Formación de comunidades y narrativas conectadas por intensidades afectivas.                                              | Describe la articulación de públicos, pero no exige analizar estrategias de intervención, datos ni condiciones de visibilidad. |
| Gobernanza de plataformas | Reglas, moderación, clasificación y conflictos regulatorios que organizan la participación.                               | Explica condiciones infraestructurales, pero no siempre vincula afectos, estrategias políticas y coordinación de contenidos.   |
| Cibercontrol afectivo     | Articulación contingente entre actores, datos, reglas de visibilidad, repertorios afectivos y prácticas de amplificación. | Exige evidencia situada de las relaciones entre dimensiones; no presupone control total ni efectos causales.                   |

Nota. Síntesis elaborada a partir de Lasswell (1927, 1948), Han (2014), Papacharissi (2015), Gillespie (2018), Gorwa (2019), Srnicek (2017) y van Dijck et al. (2018).

## Metodología

La investigación se desarrolla desde un enfoque metodológico cualitativo de carácter documental/conceptual, que no busca medir la presencia de determinados fenómenos en las plataformas ni establecer relaciones de causalidad entre los algoritmos y el comportamiento político, sino que intenta reconstruir un problema teórico, acotar una categoría y ofrecer criterios para una mejor observación en futuras investigaciones. Esta opción es coherente con una tradición cualitativa que utiliza la comparación de interpretaciones y la lectura desde lo contextual para ir construyendo las nociones útiles, o que pueden ser sometidas a prueba a través de la investigación social (Denzin y Lincoln, 2018).

El corpus analítico está compuesto por una serie de 34 obras publicadas entre 1927 y 2021; se trata de textos fundacionales sobre los temas de propaganda, poder, esfera pública y mediaciones; hay también estudios sobre las plataformas, los algoritmos, los datos y la gobernanza; trabajos sobre afectos, desinformación, violencia digital y desigualdad sociotécnica. La selección del corpus conceptual se llevó a cabo deliberadamente y estuvo guiada por cuatro criterios: por su temática central con relevancia de tema para al menos una de las categorías analizadas, por su trazabilidad bibliográfica completa, por su reconocimiento académico o institucional, y por ser relevantes en la discusión

de las condiciones de concentración, dependencia o desigualdad en América Latina.

La búsqueda orientada tuvo la ayuda de cinco documentos más, que trataron sobre investigación cualitativa, análisis crítico del discurso, métodos digitales y ética de la investigación en internet, dentro de los cuales se orientó el diseño, pero no se consideraron como parte del corpus conceptual.

La revisión fue llevada a cabo en dos etapas. En la primera fase se generó una ficha por obra con los siguientes campos: problema de poder, actor o institución relevante; rol que se atribuye a la infraestructura técnica; espacio de los afectos, nivel de análisis y alcance de los aforismos. En el segundo momento se desarrolló una codificación relacional con el objetivo de localizar convergencias y límites entre propaganda, psicopolítica, públicos afectivos y gobernanza de plataformas.

El análisis crítico del discurso se aplicó exclusivamente para detectar definiciones, oposiciones y supuestos normativos presentes en los textos del corpus; todo ello siguiendo los criterios establecidos por Fairclough (2010) y Wodak y Meyer (2016).

La investigación no recurrió a la automatización de la extracción de datos mediante software; ni monitoreos de hashtags, detecciones de bots en redes sociales ni se abordó el acceso a métricas internas u observación netnográfica de las comunidades. El motivo por el cual se ha optado por esta delimitación del alcance del trabajo reside en el criterio de la trazabilidad: si no hay contenedor — una base de datos explícita — una unidad de análisis explicitada, y un protocolo de recolección replicable, quedarse en el enunciado de que los resultados son hallazgos empíricos de la plataforma carece de sentido. Según lo que señala Rogers (2013), los métodos digitales son sensibles al uso de los dispositivos y a la utilización de determinados tipos de datos; la matriz final es simplemente una guía para llevar a cabo estudios de caso en el futuro.

El corpus que se ha extraído de la investigación se ha procesado mediante materiales académicos e institucionales públicos, no se han analizado perfiles personales, ni se han reproducido contenidos de carácter potencialmente violento. El motivo radica en las directrices éticas de la Association of Internet Researchers (Franzke et al., 2020): tener en cuenta el contexto respecto a la vulnerabilidad y a los posibles daños (riesgos de exposición al rastro digital). En este sentido, el alcance del artículo también tiene límites: no es una revisión sistemática, ni se propone ser representativa de la producción latinoamericana, no es un argumento válido para sustituir la existencia de investigaciones empíricas que analicen coyunturas, plataformas, y/o actores concretos.

### Resultados

El análisis de la documentación ha conducido a cuatro hallazgos conceptuales. El primero consiste en reconocer que esta transformación no puede explicarse únicamente como el paso de los medios masivos a las redes sociales. Esa distancia es la de la integración de signos, datos e infraestructuras

de ordenación. El marketing tiene como finalidad captar el diseño estratégico de los mensajes; la economía de las plataformas tiene como fin también la de captar y valorar la actividad; la gobernanza de las plataformas constituye un modo de indagar sobre las reglas de la visibilidad. El cibercontrol afectivo tiene sentido siempre que estas dimensiones emergen atadas en un mismo proceso de intervención y no cuando una de estas interviene de manera dispersa.

El segundo hallazgo es que el afecto adquiere una función analítica distinta de la emoción individual. En los estudios revisados, las expresiones afectivas van construyendo marcos de pertenencia, antagonismo, urgencia y reconocimiento. Ahora bien, los públicos afectivos no concuerdan con una audiencia pasiva ni con una masa manipulada, pues la categoría propuesta se enuncia solamente si la activación afectiva se combina con mecanismos de datificación, diseño de visibilidad y estrategias de circulación. Esta proposición permite corroborar la agencia de los usuarios y a la vez, la producción del análisis de las condiciones estructurales que hacen más probable la exposición, la repetición o la monetización de determinados relatos.

El tercer resultado tiene que ver con el espacio de los actores. La propaganda prioriza a los emisores institucionales; la psicopolítica describe un régimen amplio de producción de subjetividades; la gobernanza de plataformas pone énfasis en las reglas corporativas; y los públicos afectivos, en las formaciones comunicativas. El cibercontrol afectivo no se establece a partir de un único actor que concentra toda esta capacidad. Incluso puede vincular relaciones alterantes entre partidos, gobiernos, medios de comunicación, creadores, empresas de publicidad, política, grupos de usuarios y plataformas. El análisis ha de ser capaz de identificar las articulaciones y no darse por asumidas. Solo así es posible evitar interpretaciones que infieran la existencia de una coordinación a partir de semejanzas superficiales entre mensajes o que atribuyan a los algoritmos, efectos imposibles de verificar con la información disponible públicamente.

Por último, el cuarto hallazgo versa sobre la necesidad de una perspectiva situada. Las infraestructuras de las plataformas son transnacionales, pero sus usos y efectos se desarrollan dentro de sistemas de medios, instituciones, historias de desigualdad y repertorios culturales locales. En América Latina, las discusiones sobre concentración de medios, mediaciones y colonialidad de los datos proporcionan las condiciones para que la investigación no termine por replicar diagnósticos elaborados exclusivamente desde el Norte Global (Becerra y Mastrini, 2009; Martín-Barbero, 1987; Ricaurte, 2019). El cibercontrol afectivo no resulta ser, dentro de este marco de referencia, una excepción a lo latinoamericano, sino una herramienta para estudiar cómo las asimetrías estructurales configuradas por el entorno del caso delimitado hacen interacción con las infraestructuras globales.

La comparación entre las categorías sirve también para señalar los casos donde el término propuesto no puede o no debe ser aplicado. No debemos hablar de cibercontrol afectivo para dar cuenta o describir, sin mayor evidencia o

consideraciones, una conversación espontánea, que llegó a convertirse en viral, un desacuerdo político acalorado o una decisión de moderación adoptada por un tercero. No se tiene que confundir el término con la crítica normativa a las plataformas. El concepto depende de que podamos reconstruir la articulación entre las dimensiones propuestas y dar cuenta del por qué de la misma y cómo modifica las condiciones de la intervención en la esfera pública. En este sentido, el resultado del análisis documental es tanto una delimitación como una hipótesis de trabajo, pero no una afirmación de que todas las plataformas o todos los casos latinoamericanos funcionan de forma semejante.

La *Tabla 2* esboza la delimitación conceptual. No busca establecer una jerarquía entre las categorías, sino que indica la pregunta específica que cada uno de los términos permite responder así como el vacío que el término genera. La propuesta de cibercontrol afectivo busca cubrir ese vacío, pero no sustituir los conceptos presentados.

**Tabla 2.** Matriz de operacionalización para estudios de cibercontrol afectivo

| Dimensión                    | Indicadores o preguntas observables                                                                              | Fuentes y unidades posibles                                                                         | Límite de inferencia                                                                            |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Actores y objetivo           | ¿Quién comunica, financia, coordina o se beneficia? ¿Qué objetivo público se declara o se infiere con evidencia? | Comunicados, anuncios archivados, cuentas verificadas, contratos, reportes institucionales.         | No atribuir intención a un actor sin fuentes documentales o trazas verificables.                |
| Dataficación y segmentación  | ¿Existen anuncios segmentados, bases de datos, microtargeting o uso declarado de métricas?                       | Bibliotecas de anuncios, términos de servicio, informes de transparencia, documentos regulatorios.  | No asumir acceso a datos privados ni perfilar usuarios sin autorización.                        |
| Visibilidad de plataforma    | ¿Qué reglas de moderación, recomendación, formato o monetización son relevantes para la circulación?             | Políticas oficiales, interfaces documentadas, archivos de transparencia y observación replicable.   | No inferir el funcionamiento interno del algoritmo a partir de popularidad o alcance.           |
| Repertorio afectivo          | ¿Qué emociones, antagonismos, identidades o urgencias se movilizan? ¿Cómo se construyen?                         | Piezas de contenido, discursos, noticias, verificaciones y comentarios seleccionados con protocolo. | Distinguir entre descripción del mensaje y efectos en las audiencias.                           |
| Coordinación y amplificación | ¿Hay coincidencia temporal, repetición textual, vínculos organizativos o trazas de publicidad?                   | Conjuntos de publicaciones fechadas, metadatos públicos, redes de interacción y fuentes externas.   | No etiquetar como bot, operación coordinada o manipulación sin umbrales y evidencia suficiente. |

Nota. La matriz es una guía de diseño; no constituye una medición ni prueba que estas dinámicas estén presentes en un caso concreto. Elaboración propia a partir del corpus documental.

## Discusión

La aportación principal del concepto de cibercontrol afectivo consiste en el intento de evitar dos reduccionismos bastante habituales. De un lado, el

tecnológico. Se sostiene, en este caso, que un algoritmo puede llegar a explicar por sí solo la polarización, la desinformación o la violencia digital. Las plataformas organizan las posibilidades de visibilidad y de participación, pero las reglas de funcionamiento se organizan con las expectativas e intereses corporativos, las prácticas de los usuarios, los marcos, los medios de comunicación, actores políticos, etc. (Gillespie, 2018; Gorwa, 2019; Roberts, 2019). Del otro, el intencionalista. Se consideraría que toda viralidad puede ser consecuencia de una campaña deliberada.

Los estudios sobre propaganda en red muestran también que los ecosistemas de los medios de comunicación y las redes de actores pueden mantener dinámicas de desinformación y de radicalización, sin que ello implique poder traducir automáticamente sus resultados en otros escenarios nacionales (Benkler et al., 2018). La circulación del afecto puede aparecer como un triunfo de las dinámicas “ordinarias” del intercambio, es decir, solo un diseño empírico con evidencias suficientes puede sostener que efectivamente existió una coordinación o manipulación.

Por tal motivo, el cibercontrol afectivo no ha de ser considerado como una etiqueta para cualquier posible conflicto en las redes. Su aplicación ha de contar, como mínimo, con indicios de tres relaciones de la siguiente manera: unos actores y unos objetivos comunicacionales; una infraestructura o regla de plataforma constitutiva de la circulación, que puede o no implicar algún tipo de relación cibercontrolada, y, finalmente, un repertorio afectivo que ordene las formas de adhesión, antagonismo, urgencia, etcétera.

La adición de una cuarta dimensión — datos de segmentación, métricas, publicidad próxima o prácticas de automatización — remite a un carácter más contundente del diagnóstico, pero no puede extraerse en modo alguno de forma directa y sin documentación de verificación. Esta exigencia está a su vez en relación directa con esta cuestión metodológica de la distinción entre indicadores observables y generalizaciones interpretativas.

La matriz de operacionalización de la *Tabla 2* dará cuerpo a esta propuesta enfocada en decisiones investigativas. Un estudio futuro podría por ejemplo elegir una coyuntura electoral precisa, una plataforma y un periodo finito. El corpus tendría que estar formado por unidades susceptible de ser corroboradas —publicaciones públicas, anuncios en la página de inicio, comunicados, piezas de prensa o validaciones— y especificar criterios de inclusión, fechas de recolección, formato, metadatos disponibles y restricciones sobre el acceso, entre otros.

La codificación se organiza en torno a cuatro dimensiones: el contenido de los mensajes, los recursos afectivos movilizados, los actores involucrados y los posibles indicios de coordinación. Asimismo, cualquier afirmación sobre recomendación algorítmica, restricciones al alcance de los contenidos o procesos de automatización se limita a aquello que podía sostenerse con la evidencia disponible.

En el ámbito de la desinformación Wardle y Derakhshan (2017) indican que el desorden informativo no está regido por la producción, distribución y recepción de la misma; mientras que Vaccari y Chadwick (2020) evidencian que los videos políticos sintéticos pueden provocar incertidumbre y erosionar la confianza, aunque estos efectos no son comunes a todas las audiencias. Chesney y Citron (2019) afirman respecto de los *deepfakes* que constituyen riesgos para la privacidad de las personas, la democracia y la seguridad, y su pertinencia debe deducirse caso por caso. Así, el cibercontrol afectivo introduce el contenido generado o modificado mediante inteligencia artificial como una opción de intervención y no como rasgo universal de la comunicación política digital en sí.

La violencia digital de género debe ser tratada de igual forma. Posetti et al. (2021) constatan patrones de hostigamiento en línea hacia mujeres periodistas y efectos de silenciamiento; mientras que Noble (2018) expone que las infraestructuras informacionales imponen desigualdades. Con respecto a esta categoría, se puede examinar la interrelación entre repertorios misóginos (en consonancia con lo que menciona Marwick, 2017), incentivos de visibilidad y prácticas de amplificación, pero no puede sustituir los marcos feministas ni las definiciones jurídicas de violencia política de género; pero si se manifiesta una exigencia de que estas guíen la selección de casos, la atención a las víctimas y, también, la recuperación de los daños. No se trata de incorporar ejemplos de la región a la luz de un modelo universal, sino de advertir que las plataformas auxilian a campos comunicacionales por la concentración, la dependencia y las mediaciones culturales.

El cruce del diálogo entre Martín-Barbero (1987), Becerra y Mastrini (2009) y Ricaurte (2019), donde el primero hace girar el foco hacia las mediaciones, los segundos otorgan a la concentración el lugar de una estructura de poder, y la tercera invita a pensar la subordinación datificada como una relación colonial, resulta productivo para pensar el cibercontrol afectivo, con estudios de tipo comparado de la arquitectura global y las historias locales de comunicación, desigualdad y disputas políticas.

La propuesta también tiene implicaciones para una comparación entre las regiones. En lugar de pensar “América Latina” como una arena homogénea, un proyecto de investigación podría comparar casos en los que cambian las condiciones de infraestructura, la regulación electoral, la concentración de medios, el acceso a los datos de las plataformas y las formas de organización política. La aplicación de la misma matriz podría ejecutarse para campañas electorales, controversias de salud pública, repertorios de violencia de género en la esfera pública o circulación del contenido sintético; aunque cada aplicación debería ajustar sus indicadores y protocolos a la plataforma, al periodo histórico y los riesgos éticos en juego. La comparabilidad no se hace a partir de una etiqueta idéntica para todos los casos, sino mediante la documentación equiparable de qué observamos, qué no se pudo observar e inferencias que resultan sostenibles.

## Conclusiones

Este artículo propuso criterios para distinguir el cibercontrol afectivo de otras nociones afines y delimitarlo como objeto de investigación. El concepto no pretende sustituir categorías como la propaganda, la psicopolítica, los públicos afectivos o la gobernanza de plataformas, ya que cada una aporta herramientas analíticas valiosas para comprender dimensiones específicas de la comunicación digital. Su utilidad radica en ofrecer un marco para estudiar la convergencia de estos procesos cuando, en una coyuntura determinada, interactúan estrategias de influencia, dinámicas de datificación, mecanismos de ordenamiento de la visibilidad, circulación afectiva y formas de coordinación entre actores.

La propuesta que se ha hecho tiene tres ámbitos: el primero es que el concepto hace mención de una capacidad de modulación y no de un control absoluto de las audiencias. En segundo lugar, no hace mención de atribuciones de causalidad a los algoritmos y/o plataformas a no ser que existan evidencias verificables. En tercer lugar, es necesario separar hallazgos textualizados/representados y propuestas de inferencias. Esto, permite evitar que la retórica del control pueda sustituir a la investigación empírica, y hace posible que el término pueda ser discutible, corregido o refutado en estudios de caso replicables.

La contribución metodológica consiste en desplazar la discusión de afirmaciones generales sobre “lo que hacen las redes” hacia una matriz que identifique unidades de análisis, fuentes, indicadores y límites de inferencia. Su aplicación práctica requiere la delimitación de plataformas, actores, periodos y corpus; la documentación del procedimiento de recogida; y la combinación de técnicas de análisis de contenido, análisis discursivo, trazas de interacción y fuentes institucionales.

La perspectiva latinoamericana da cuenta del problema. Las plataformas no son terreno vacío: se enredan con la concentración mediática, desigualdades en el acceso, dependencia tecnológica y tradiciones de apropiación cultural. Comprender el cibercontrol afectivo implica analizar cómo se disputan la visibilidad, los datos y los afectos en contextos históricos específicos. En ese sentido, el concepto recupera una pregunta clásica sobre el poder comunicacional, pero evita dos simplificaciones frecuentes: asumir que la infraestructura tecnológica determina por sí sola los procesos sociales o que la movilización de los afectos conduce inevitablemente a la obediencia.

## Referencias

- Ahmed, S. (2014). *The cultural politics of emotion* (2nd ed.). Edinburgh University Press.
- Aruguete, N., & Calvo, E. (2020). Coronavirus en Argentina: Polarización partidaria, encuadres mediáticos y temor al riesgo. *Revista SAAP*, 14(2), 281–310. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.A2>

- Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Prometeo.
- Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford University Press.
- Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114(28), 7313–7318. <https://doi.org/10.1073/pnas.1618923114>
- Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Chesney, R., & Citron, D. K. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(6), 1753–1819. <https://doi.org/10.15779/Z38RVoD15J>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2016). *The mediated construction of reality*. Polity.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE.
- Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge.
- Franzke, A. S., Bechmann, A., Zimmer, M., Ess, C., & Association of Internet Researchers. (2020). *Internet research: Ethical guidelines 3.0*. Association of Internet Researchers. <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press. DOI: [10.12987/9780300235029](https://doi.org/10.12987/9780300235029)
- Gold, T., & Peña, A. M. (2021). The rise of the contentious right: Digitally intermediated linkage strategies in Argentina and Brazil. *Latin American Politics and Society*, 63(3), 93–118. <https://doi.org/10.1017/lap.2021.23>
- Gorwa, R. (2019). What is platform governance? *Information, Communication & Society*, 22(6), 854–871. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1573914>
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). MIT Press. (Original work published 1962)
- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Herder.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the World War*. Alfred A. Knopf.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper & Brothers.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Mattelart, A. (2009). *Un mundo vigilado*. Paidós.
- Mitchelstein, E., & Bockowski, P. J. (2018). Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 24, 131–145. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61647>
- Mills, C. W. (1956). *The power elite*. Oxford University Press.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. New York University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1pwt9w5>
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001>

- Posetti, J., Shabbir, N., Maynard, D., Bontcheva, K., & Aboulez, N. (2021). *The chilling: Global trends in online violence against women journalists*. UNESCO.
- Ricaurte, P. (2019). Data epistemologies, the coloniality of power, and resistance. *Television & New Media*, 20(4), 350–365. <https://doi.org/10.1177/1527476419831640>
- Roberts, S. T. (2019). *Behind the screen: Content moderation in the shadows of social media*. Yale University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctvhrczov>
- Rogers, R. (2013). *Digital methods*. MIT Press.
- Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Polity Press.
- Tufekci, Z. (2015). Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. *Colorado Technology Law Journal*, 13(2), 203–218.
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation: Exploring the impact of synthetic political video on deception, uncertainty, and trust in news. *Social Media + Society*, 6(1), Article 2056305120903408. <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.
- Wodak, R., & Meyer, M. (Eds.). (2016). *Methods of critical discourse studies* (3rd ed.). SAGE.
- Woolley, S. C., & Howard, P. N. (Eds.). (2018). *Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190931407.001.0001>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

