



LOGIN

SUSCRIBIRSE

TECNOPOLÍTICA

¿Las redes influyen en el primer voto?

Distintos experimentos sugieren que plataformas como X y TikTok favorecen contenidos de derechas y desinformación. Los nuevos electores se informan en ese ecosistema.

**Josue Congo**

SEP 1, 2026 • 6 MIN





LOGIN

SUSCRIBIRSE

Federico Rojas tiene 20 años y votará por primera vez en su vida en las elecciones municipales de Paraguay el 4 de octubre. “La verdad voy a votar en blanco porque ni siquiera sé quién se está postulando”, me dice. No confía en el sistema ni en los partidos tradicionales. Daniel Cañete, también de 20, todavía no tomó una decisión. “Yo sí pienso votar porque es mi derecho, pero no sé a quién”. Su familia le presiona para que vote por el Partido Colorado.

Ambos consideran las redes sociales su principal canal de información, pero no se fían de ellas. Quieren encontrar fuentes confiables sobre política y elecciones para votar en Caaguazú, ciudad del interior caracterizada por una constante en Paraguay: la polarización entre el Partido Colorado y el Partido Liberal, ambos de derecha.

En los últimos años, investigaciones periodísticas revelaron que políticos de derecha, como [Trump](#), [Bolsonaro](#) y [Bukele](#), han utilizado estrategias digitales para ganar elecciones y sostener narrativas coercitivas durante sus mandatos. Pero los gobiernos progresistas no se quedan atrás. Medios [venezolanos](#) y

colombianos han demostrado cómo los oficialismos de esos países utilizan las redes sociales para posicionar temas electorales, atacar a opositores y desinformar.

Esto disparó varias preguntas en nuestra redacción: ¿Las plataformas favorecen posturas políticas? ¿Podrían influir en la decisión de los nuevos votantes? Las respuestas tienen matices.

LAS DECISIONES QUE ESTÁN EN JUEGO

 **La neutralidad no existe en las redes sociales.** En junio, El Surti colaboró con La Silla Vacía en un experimento durante la segunda vuelta de las presidenciales de Colombia. Creamos seis perfiles nuevos en X y Facebook, seguimos a los candidatos a presidente y navegamos por la sección “Para ti” para ver qué nos recomendaba el algoritmo. **Encontramos que el 56% de las sugerencias de X eran contenidos de derechas, mientras que en Facebook, el 66% de los posts sugeridos eran de izquierdas.**

Global Witness usó la misma metodología en Alemania y concluyó que X y TikTok favorecieron contenidos de derechas durante las elecciones de 2025. En Argentina, Chequeado encontró el mismo patrón en X. La tesis *Right, Left, and the Algorithm: An Experimental Audit of Political Exposure on TikTok* de

Carlo Uhl, publicada el año pasado también en Alemania, realizó un experimento similar y halló que los usuarios que interactúan con contenidos de derecha entran en una burbuja de teorías de conspiración, narrativas etnonacionalistas y pánico moral. En cambio, los perfiles de izquierda se mantuvieron en temas de su interés ideológico (cuestiones sociales, redistribución y antifascismo) sin derivar en discursos extremistas y excluyentes.

Marina Meira, coordinadora de Políticas Públicas de Derechos Digitales, me dijo que nuestro experimento y los demás pueden identificar patrones, pero por sí solos **“no permiten afirmar que una plataforma tenga un sesgo político deliberado o permanente hacia una determinada posición”**. Explicó que los resultados dependen del momento electoral, el país y los cambios constantes del algoritmo.

Considera que tener que recurrir a experimentos para entender cómo funcionan los algoritmos expone la opacidad de las big techs. “Desde afuera estamos intentando comprender sistemas con enorme capacidad de ordenar el debate público porque las plataformas no ofrecen suficiente transparencia para analizarlos”.

Los esfuerzos por tratar de entender las plataformas continúan. La semana pasada, Amnistía Internacional publicó los

resultados de otro experimento en Brasil: Meta aceptó pautas

publicitarias con desinformación sobre fraude electoral e intentos de golpe de Estado. Amnistía considera esto un riesgo para las democracias.

● **Las burbujas informativas y la falta de transparencia.** Las plataformas deciden qué contenidos ganan visibilidad y cuáles son restringidos, pero desconocemos los criterios. Fiorella Rivas, que tiene 17 años y aún está en el colegio en Caaguazú, entiende que el problema del algoritmo es que “no está diseñado para informar de manera objetiva, sino para mostrar cosas que probablemente me interesen y hagan que siga mirando”.

Según Leticia Smal, coordinadora de investigaciones de Chequeado, esta característica hace que las personas consuman visiones de mundo parciales y basadas en prejuicios ideológicos. “Lo que pueden hacer los algoritmos es justamente meternos en una burbuja cada vez más chica y lo que hacés es ver una parte del mundo con un determinado sesgo”. Y esto sucede tanto con temas políticos como electorales.

El problema es que no tenemos claridad sobre cómo funcionan estos sistemas, que han capturado una parte del debate democrático y son casi inmunes al control público. Para Meira, “necesitamos mayor transparencia algorítmica, acceso a datos para investigación independiente y evaluaciones de riesgos e

impactos”. Esto nos permitiría entender si existe o no una influencia de los algoritmos en las elecciones y a qué nivel de exposición o manipulación algorítmica están expuestos los nuevos electores.

 **No es solo el algoritmo, también es estructura política y plata.** El uso estratégico de las redes sociales en elecciones lo vemos desde hace más de 15 años. En este periodo se han perfeccionado distintas técnicas, desde la pauta publicitaria, pasando por la construcción de redes de seudomedios que desinforman a favor de gobiernos, hasta granjas de trolls que generan una falsa sensación de multitud.

Pero según Meira, hoy no tenemos elementos suficientes para afirmar que las plataformas favorecen posturas políticas. Lo que sí podemos decir es que los proyectos de derechas cuentan con más recursos para navegar el juego de los algoritmos.

Maricarmen Sequera, abogada especializada en derechos digitales de Tedic, sostiene que las posturas progresistas tienen una desventaja de capital que “se traduce en una asimetría de alcance para pauta publicitaria, verificación de cuentas, sostenimiento de granjas de contenido y producciones de alta calidad”. Y este es el ecosistema informativo en el que los nuevos electores consumen contenidos.

 **Debemos construir espacios informativos fuera de las big**

techs. “No considero que las redes sean por sí solas un canal confiable para informarse sobre la política: sirven más como un punto de partida que como una fuente definitiva”, me dijo Fiorella, que todavía no puede votar pero le interesa la política.

Para Meira, la alfabetización mediática es importante, aunque no debería sustituir las responsabilidades de las plataformas, instituciones públicas y otros actores del ecosistema informativo. Por eso cree que es necesario “no depender solo de esas infraestructuras y apoyar espacios digitales descentralizados, comunitarios y no sometidos exclusivamente a intereses corporativos.”

Si bien estamos en una época de alta demanda de información y mayor facilidad de acceso, las malas experiencias en el plano tangible de la vida (fuera de lo digital) pueden llevar a la pérdida de confianza y resultar en votos alejados de la influencia de las campañas digitales. Cuando cerré mi conversación con Federico, que votará en blanco, le pregunté por qué decidió eso. Me dijo: “Sinceramente, 20 años que estoy viviendo y 20 años que sigo viendo lo mismo; el mismo partido, el mismo color ahí arriba, que siempre está ahí sin hacer nada”.

¿Cómo podemos construir canales de información electoral confiables fuera de las plataformas privadas? 🤔 Si tenés una idea o conocés alguna iniciativa, respondé a este correo.

COBERTURAS Y ALGO MÁS QUE TE RECOMENDAMOS

LOGIN

SUSCRIBIRSE



- El 18 de agosto, el argentino Fernando Cerimedo, exasesor del presidente Javier Milei y fundador de La Derecha Diario, fue detenido en Bolivia por tentativa de feminicidio. Durante los allanamientos, la Fiscalía encontró una granja de bots. Ya en 2023, Cerimedo había reconocido que usó este tipo de operaciones durante la campaña de Milei. El consultor también colaboró con Bolsonaro y difundió desinformación en las presidenciales de Brasil. Si querés seguir de cerca este caso, te sugerimos la cobertura de Chequeado
- Para tu tiempo libre, te recomendamos uno de los mejores episodios de la serie Black Mirror: The Waldo Moment (Temporada 2, Episodio 3). Estrenado en 2013, casi como una profecía de nuestros tiempos actuales, el episodio narra cómo Waldo, un oso digital animado, es postulado como candidato presidencial en el Reino Unido. ¿Hasta dónde llegaría una candidatura así?
- Si el 10 de septiembre estás por Ciudad de México en el Festival Latam, te invitamos a compartir con Alejandro Valdez Sanabria, cofundador de El Surti, en un taller sobre periodismo de cambio. Ale te va a contar cómo esto que hacemos puede orientarse hacia el impacto social. Inscríbete aquí.



Josue Congo
CAAGUAZÚ 

ELSURTI

LOGIN

SUSCRIBIRSE

Periodista de investigación. Escribe sobre crisis climática, tecnología, corrupción y transparencia en el sector público y privado. También se ha especializado en el estudio de la desinformación.

RELACIONADOS

VER TODO →



LAÍS MARTINS • AGO 25, 2026

El caballo de Troya que amenaza el ~~pas~~ futuro

O por qué destinar los excedentes de energía renovable a los data centers no es una buena idea si pensamos en la transición energética.



LAÍS MARTINS • AGO 18, 2026

Cybersvn. el sueño humano-máquina de una



ROMINA CÁCERES • AGO 11, 2026

¿Eres un robot?

Vos que te suscribiste a esta newsletter, por supuesto que no. Pero ahora compartimos el mundo de internet con los agentes de la inteligencia artificial. Y po...



LOGIN

SUSCRIBIRSE

 **TODOS LOS MARTES EN TU INBOX**

Sumate a suscriptores en todo el mundo.

Suscribite gratis y recibí en tu correo acceso anticipado a nuestros próximos libros e invitaciones a encuentros en vivo por toda la región.

TU CORREO ELECTRÓNICO

SUSCRIBIRSE

ACERCA

HISTORIA

EQUIPO

IMPACTO

PREMIOS

BLOG

CONTACTO

EMAIL

MASTODON

INSTAGRAM

LINKEDIN

SECCIONES

  NEWSLETTER

LIBROS

BUSCAR

SUSCRIPCIÓN

BENEFICIOS

PLANES

CONDICIONES

PAGOS

PROYECTOS

 CCN

LOGIN

SUSCRIBIRSE

MEDIABRANDING

SURTISTUDIO

AIKUAA LAB

LEGALES

LICENCIA CC

DATOS

JURISDICCIÓN

2016-2026 EL SURTI