

# Redes sociales y subjetividad: el sujeto maquinizado en el ecosistema digital

**Por: Paula Giménez y Matías Caciabue. 24/04/2025**

En la actualidad, las redes sociales han dejado de ser simples herramientas de entretenimiento y socialización para convertirse en auténticos instrumentos estratégicos de la llamada Cuarta Revolución Industrial. En ellas se libran disputas fundamentales, no solo por la captura de datos e información, sino también por la atención y la subjetividad de los llamados usuarios.

Así, se consolidan como mecanismos de poder centrales en la competencia entre capitales, tanto en la producción de valor como en el control de las formas de subjetivación. Pero su alcance va aún más allá: al mediar nuestra relación con el mundo, estas plataformas participan directamente en la producción de sentido, configurando imaginarios, deseos y creencias que, en la mayoría de los casos, son capturadas por propuestas tecno-capitalistas y posthumanistas, cuyo horizonte es la consagración de la Inteligencia Artificial como una divinidad teológica fundamental.

Hoy en día, más de 5.000 millones de personas —el 63,9 % de la población mundial— utilizan redes sociales, lo que da cuenta del lugar central que estas plataformas ocupan en nuestra vida cotidiana. En tanto instrumentos tecnológicos, representan apenas un eslabón dentro del entramado más amplio de dispositivos que configuran los procesos de digitalización y virtualización de todos los aspectos de la vida social.

Sin embargo, un análisis riguroso de su consolidación y expansión a nivel global ofrece una herramienta clave para entender cómo se manifiesta hoy la disputa entre capitales: una lucha que ya no se libra únicamente en los territorios tradicionales, sino que incorpora nuevos elementos a través de los flujos de información, los algoritmos y las formas de intervención sobre la subjetividad.

A nivel mundial, puede observarse cómo las principales plataformas digitales se reparten el territorio virtual según una lógica que expresa la contradicción principal, esa que hemos denominado con “El enfrentamiento del G2”, y que puede definirse como una guerra de redes entre los actores financieros y tecnológicos de Estados Unidos, China y sus despliegues institucionales y sus iniciativas estratégicas de

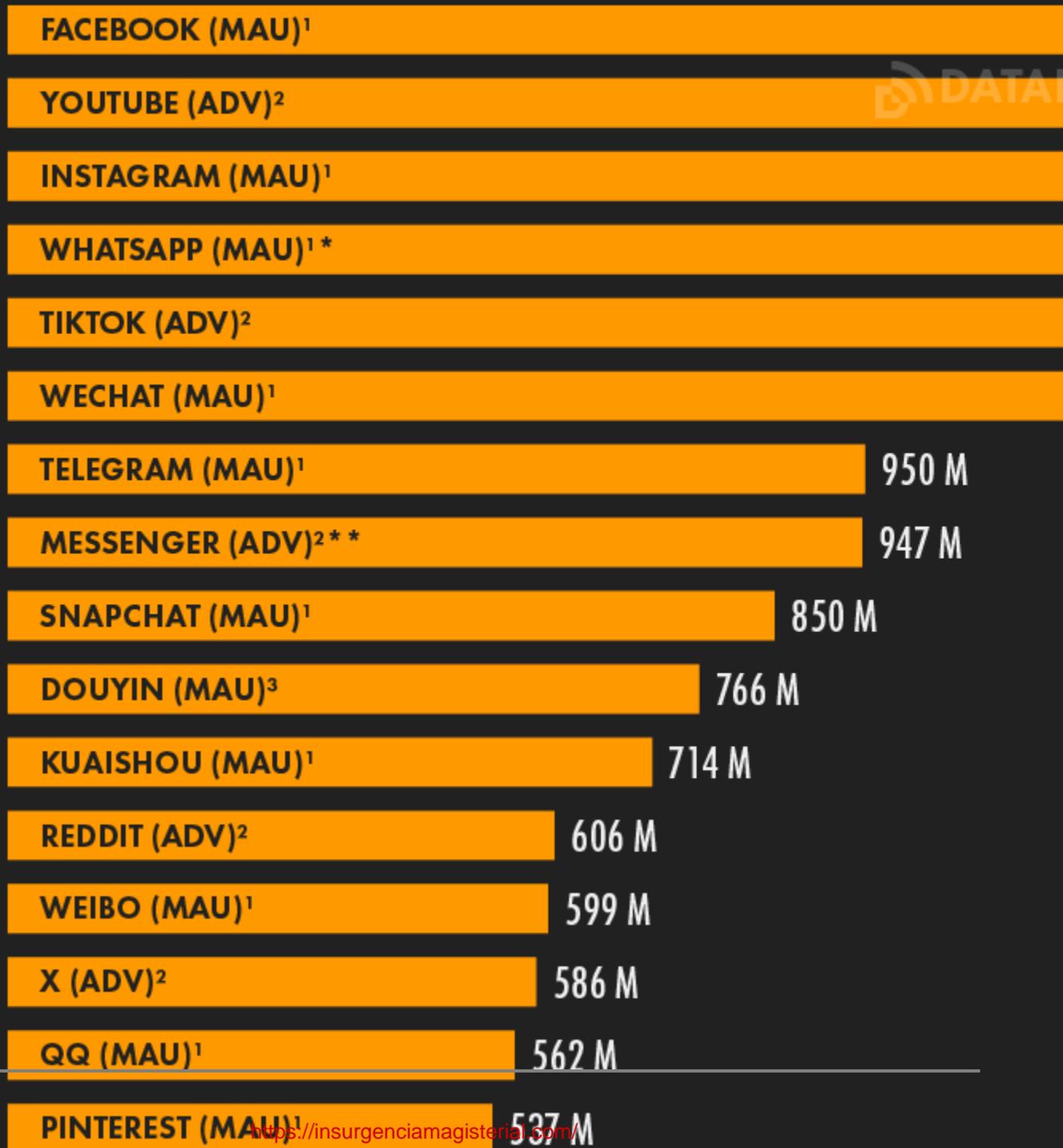
alcance mundial. Así, dentro de ambos campos se estructuran redes digitales que penetran e inciden sobre los tejidos sociales, reorganizando la vida cotidiana, la economía, la comunicación y el poder, a escalas planetarias.

Entre las plataformas de redes sociales más utilizadas a nivel global, predominan aquellas que forman parte del ecosistema tecnológico estadounidense, conocido como GAFAM o “las siete magníficas”, en alusión a los gigantes de Silicon Valley. En este escenario, el liderazgo indiscutido lo ostenta Meta, con Facebook alcanzando los 3.070 millones de usuarios y WhatsApp e Instagram superando los 2.000 millones cada una. A esto se suma YouTube, propiedad de Alphabet (Google), con más de 2.500 millones de usuarios activos. Cabe destacar que, según el último informe de We Are Social y Meltwater, estas plataformas no solo encabezan el ranking global por cantidad de usuarios, sino también por su alto nivel de penetración en diversos países alrededor del mundo.

**FEB  
2025**

# PERSPECTIVES: SO

A MIX OF METRICS ILLUSTRATING USE OF THE WORLD



Estas redes sociales tienen su contraparte en China, donde, si bien su alcance mundial es más limitado, su implementación masiva dentro del territorio chino las posiciona como actores clave en términos de cantidad de usuarios. En este sentido, las redes sociales chinas se inscriben en el esquema BATHX, conformado por gigantes tecnológicos como Tencent y Alibaba, que mantienen fuertes participaciones en este tipo de plataformas. Tencent, por ejemplo, está detrás de WeChat —con 1.343 millones de usuarios— y Kuaishou —con 714 millones—, mientras que Alibaba posee acciones significativas en Weibo, que cuenta con unos 590 millones de usuarios. Por su parte, ByteDance, otro actor central del ecosistema tecnológico chino, es la empresa responsable de Douyin, la versión local de TikTok, cuya variante internacional alcanza los 1.500 millones de usuarios a nivel global.

Las redes sociales también funcionan como verdaderos dispositivos de poder incluso en el sentido más elemental. Truth Social, lanzada en febrero de 2022 tras la suspensión de las cuentas de Trump en Twitter y Facebook por Trump Media & Technology Group (TMTG), funciona como un centro de comando digital del discurso neoconservador desde donde se lanzan consignas, se promueve la desinformación, los discursos de odio racistas o transfóbicos. Desde allí, Trump articula y moviliza a sus bases, utilizándose como una herramienta político-comunicacional para generar hechos políticos. Y, según Forbes, también es su principal fuente de ingresos: de un patrimonio total de US\$ 5.100 millones, la empresa matriz de Truth Social representa US\$ 2.600 millones.

Es el planteo del “Telón de Silicio” que advierte Yuval Harari acerca de la división del mundo digital, como lo hizo el de acero durante la Guerra Fría. Una infraestructura geopolítica efectiva, que modela la subjetividad, segmenta la información y define el acceso al conocimiento bajo lógicas de control corporativo.

### **Tiempo productivo disfrazado de ocio**

En términos de producción de valor, es importante considerar que el tiempo que dedicamos a estas plataformas no es neutro: se trata de tiempo productivo en el que se generan datos que luego son procesados y aprovechados para el desarrollo de nuevos medios de producción. En este escenario, TikTok encabeza el ranking con casi 35 horas mensuales por usuario, seguido por YouTube (27 horas), Facebook (17 horas), e Instagram y WhatsApp (ambas con 16 horas). En promedio, una persona pasa más de 8 horas diarias conectada a internet, de las cuales más de 2

horas y 20 minutos se destinan al uso de redes sociales, es decir, más de 60 horas mensuales. Esto da lugar a una nueva forma de tiempo productivo que se yuxtapone a la jornada laboral tradicional. Se trata de una transformación cultural profunda: el tiempo social disponible es capturado por las plataformas y puesto al servicio de la valorización del capital.

Por otro lado, las plataformas de redes sociales desempeñan un rol clave como dispositivos de producción de subjetividad, a través de algoritmos de perfilado, sistemas de recompensas variables e intermitentes, técnicas de neuromarketing y mecanismos de gamificación, se construyen burbujas afectivas y nichos de sentido que segmentan a los usuarios no sólo por intereses, sino por patrones de comportamiento y predisposición al consumo.

En este contexto, el dispositivo red social funciona como una herramienta de poder blando, de dominación emocional e ideológica, capaz de moldear agendas, instalar discursos, invisibilizar resistencias y capturar deseos. Podríamos decir que los mecanismos de producción de hegemonía ahora se realizan en tiempo real, mediante loops algorítmicos, retroalimentación automatizada y nudges cognitivos en la “teoría del empujoncito”. En otras palabras, las plataformas no sólo “distribuyen información”, sino que producen realidad.

A estos mecanismos deberíamos sumarles la aplicación de nuevas herramientas de inteligencia artificial, que permiten un mayor poder de segmentación y dependencia a través de los llamados asistentes digitales, así como también la tendencia de estas plataformas en incorporar nuevas funcionalidades (como servicios de pago, e-commerce, etc) para la construcción de las denominadas “super-apps”. Esta integración no es casual: responde a una lógica estratégica del capital tecnológico que busca concentrar datos, maximizar el tiempo de permanencia y construir entornos de fidelización total, en donde cada clic, cada scroll, cada pausa es registrado, procesado y traducido en patrones algorítmicos para optimizar el rendimiento. La subjetividad deviene así una variable gobernada por métricas, y la experiencia personal se estandariza en formatos replicables, reproducibles y vendibles.

En esta nueva fase del capitalismo digital-financiero, asistimos a un fenómeno paradójico: cuanto más interconectados estamos, más fragmentados nos volvemos. Las plataformas prometen comunidad, pero producen aislamiento; ofrecen expresión, pero inducen homogeneidad; estimulan la participación, pero programan

la conducta. La virtualidad se convierte entonces en la materia trabajada que nos une en dispersión, al combinar nuestra actividad económica y segmentar nuestra capacidad política.

El resultado es la constitución de la soledad como el primer estatuto del hombre en nuestras sociedades contemporáneas. Este proceso favorece la divulgación de ideologías que hacen del individuo su eje central, promoviendo una visión del sujeto como ente autónomo, competitivo y autosuficiente, desligado de toda forma de comunidad y ocultando los mecanismos de explotación y dominación a los que nos encontramos expuestos.

Sumergidos en los flujos de inmediatez virtual y bajo el estricto control de los ordenadores algorítmicos, esta nueva fase del capital maquiniza al hombre, al tiempo que humaniza a la máquina, reduciendo al sujeto a un nodo funcional dentro de un sistema que optimiza su rendimiento y define para su existencia un sentido histórico infranqueable. En palabras de Eric Sadin, vivimos en una época de un posthumanismo exacerbado, en donde florecen propuestas tecno-capitalistas como las impulsadas por figuras como Elon Musk o pensadores como Nick Land, quienes conciben el desarrollo tecnológico como un destino inevitable y lineal, y elevan a la Inteligencia Artificial al rango de una suerte de “Dios Digital”, capaz de superar, reemplazar e incluso prescindir del ser humano.

En este escenario de disputa de orden y configuración capitalista del mundo, se vuelve más urgente que nunca el impulso de proyectos emancipadores capaces de reapropiar los dispositivos tecnológicos, y ponerlos al servicio de la construcción de comunidad. Frente a la lógica que convierte al ser humano en un simple vehículo de intereses privados, y que está dispuesto a subhumanizar a la humanidad en una especie de animalidad algorítmicamente programada, resulta indispensable reafirmar su papel como sujeto de su propia historia, capaz de disputar sentido, habitando lo digital y utilizando todas las herramientas de la cuarta revolución industrial en beneficio de transformar colectiva y beneficiosamente un presente de desigualdades y penurias.

***\*Giménez es Licenciada en Psicología y Magister en Seguridad y Defensa de la Nación y en Seguridad Internacional y Estudios Estratégicos, directora de NODAL. Caciabue es Licenciado en Ciencia Política y ex Secretario General de la Universidad de la Defensa Nacional UNDEF en Argentina. Ambos son investigadores del Centro Latinoamericano de Análisis Estratégico (CLAE).***

**[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)**

Fotografía: Nodal

**Fecha de creación**

2025/04/24