



La plataformización de la política: redes, algoritmos, datos, influencia y poder

Los vínculos entre la comunicación y la política han sido, y son, uno de los principales campos de la investigación en las Ciencias Sociales. En la última década, este ámbito se ha visto afectado por una fuerte dinámica de cambio debido al impacto de las redes sociales. Estas plataformas digitales no sólo se han asentado en nuestra sociedad, sino que se han convertido en elementos indispensables para nuestra vida cotidiana, dando lugar a la emergencia de la plataformización. Este fenómeno sitúa a estos medios y redes digitales, y a sus infraestructuras y lógicas, como uno de los agentes clave que lideran la transformación de la sociedad. Su penetración en diferentes ámbitos y esferas, como la política, está contribuyendo a la reorganización de prácticas y procesos a gran escala. En este sentido, los datos y los algoritmos están asumiendo un creciente protagonismo en la redefinición del poder y la influencia política.

Estos medios y redes digitales, como Facebook, YouTube, Instagram o WhatsApp entre otras, han facilitado nuevas potencialidades dentro de la comunicación política (conectividad, interactividad, autoproducción, horizontalidad, viralidad, etc.) a la que vez que han introducido nuevas problemáticas y retos para la democracia (polarización, vigilancia digital, noticias falsas, cibermanipulación, fragmentación, abundancia, pseudodebate, etc.). Este escenario disruptivo afecta a los tres actores clásicos de la comunicación política: medios, políticos y ciudadanos. Por ello, resulta fundamental examinar cómo están alterándose las prácticas, actividades, estrategias y procesos de la comunicación política por la influencia de la plataformización. En definitiva, necesitamos saber cómo estas tecnologías digitales influyen y transforman el papel de la ciudadanía en la comunicación, las estrategias comunicativas de los actores políticos, los procesos de producción y difusión de la información política por parte de los periodistas y el tipo de comunicación que emerge, entre otros aspectos.

En este sentido, este número especial espera recibir artículos empíricos (no se considerarán artículos exclusivamente teóricos o de revisión de literatura) que realicen contribuciones y permitan un avance original, relevante y novedoso sobre cuestiones como las siguientes a modo ilustrativo:

- Cambios en las dinámicas de producción de la información y el periodismo político en el marco de la plataformización de la política.
- Nuevas fórmulas de circulación y distribución de la información política en el escenario de la plataformización de la política.
- Nuevos modelos comunicacionales en el contexto de medios y redes digitales.
- Usos políticos de las plataformas digitales por parte de la ciudadanía.
- Usos y estrategias de las plataformas sociales por parte de los actores políticos.
- Cambios en el establecimiento y construcción de la agenda pública en el marco de los medios sociales.
- Nuevas relaciones entre las agendas mediática y política en el marco de la plataformización.
- Reconfiguración de la influencia política en el marco de la plataformización de la política.
- Incidencia y estrategias de los líderes políticos de opinión e *influencers* digitales en las plataformas digitales.
- Incidencia y consecuencias de los algoritmos y el *big data* en la comunicación política, la opinión pública y sus efectos sobre la democracia.
- Impacto de los algoritmos y el *big data* en los procesos electorales.

Palabras clave: comunicación política, algoritmos, redes sociales, *big data*, democracia, plataformización.

Fecha límite: 31 mayo de 2021

Coordinadores:

Dr. Andreu Casero-Ripollés



Catedrático de Periodismo y decano de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Universitat Jaume I de Castelló. Previamente, fue director del Departamento de Ciencias de la Comunicación (2016-2018) y vicedecano del Grado en Periodismo (2009-2016). En el período 2008-2020, ha dirigido, como investigador principal, un total de 7 proyectos de I+D en convocatorias competitivas. Fue coordinador para el campo de Comunicación (panel CSO) de la Agencia Española de Investigación (AEI) del Gobierno de España entre 2016 y 2019. Ha realizado estancias de investigación en algunos de los centros de investigación de referencia a nivel internacional como la *Columbia University* (Estados Unidos) o el *Communication and Media Research Institute* (CAMRI) de la *University of Westminster* (Reino Unido). Sus líneas de investigación se centran en la comunicación política y las transformaciones digitales experimentadas por el periodismo. Su índice h en *Google Scholar* es de 33.

Dra. Palmira Chavero



Profesora titular e investigadora en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) en Ecuador. Es coordinadora de la Maestría de investigación en Comunicación y Opinión Pública, directora de FLACSO Radio y portavoz de la Red de Investigadores en Comunicación de Ecuador. Es miembro de comités científicos y revisora en revistas científicas internacionales. Es investigadora del equipo de investigación Agenda y Voto y del Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas (GIGAPP). Ha impartido clases en la Universidad Complutense de Madrid (España), el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset (España) y ha sido coordinadora del Laboratorio de Comunicación y Derechos en Ecuador (IAEN). Sus líneas de trabajo son la Comunicación Política y Opinión Pública. Estudia la relación entre los medios de comunicación (y las nuevas herramientas comunicacionales) y los distintos actores de la esfera pública, en especial los del sistema político y los ciudadanos. Su índice h en *Google Scholar* es de 10.

Dr. René Jara



René Jara es profesor asociado y desde 2018 director de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Santiago de Chile. Fue director del Magíster en Ciencias de la Comunicación de la misma casa de estudios (2016-2018). Ha sido investigador del Agencia Nacional de Investigación (ANID) con un proyecto Fondecyt de Iniciación (nº 1174021) para el período 2017-2020. También ha sido co-investigador de proyectos de Fondo de Estudios del Pluralismo (2014) y del programa de Cooperación ECOS-Conicyt (2019-2021). Su línea de investigación principal es la comunicación política, especializándose en los últimos años en el estudio de las campañas electorales en redes sociales, principalmente en Iberoamérica. Su índice h en *Google Scholar* es de 5.

The platformization of politics: networks, algorithms, data, influence and power

The links between communication and politics have been, and are, one of the main fields of research in the Social Sciences. In the last decade, this area has been affected by a strong dynamic of change due to the impact of social networks. These digital platforms have not only settled in our society, but have also become indispensable elements for our daily lives, giving rise to the emergence of platformization. This phenomenon places these media and digital networks, and their infrastructures and logic, as one of the key agents that lead the transformation of society. Its penetration into different fields and spheres, such as politics, is contributing to the reorganization of practices and processes on a large scale. In this sense, data and algorithms are assuming an increasing role in the redefinition of power and political influence.

These media and digital networks, such as Facebook, YouTube, Instagram or WhatsApp among others, have facilitated new potentialities within political communication (connectivity, interactivity, self-production, horizontality, virality, etc.) while simultaneously introducing new problems and challenges for democracy (polarization, digital surveillance, fake news, cyber manipulation, fragmentation, abundance, pseudo-debate, etc.). This disruptive scenario affects the three classic actors of political communication: media, politicians and citizens. Therefore, it is essential to examine how the practices, activities, strategies and processes of political communication are being altered by the influence of platformization. In short, we need to know how these digital technologies influence and transform the role of citizens in communication, the communication strategies of political actors, the processes of production and dissemination of political information by journalists and the type of communication that emerges, among other aspects.

In this sense, this special issue hopes to receive empirical articles (exclusively theoretical or literature review articles will not be considered) that make contributions and allow an original, relevant and innovative advance on issues such as the following for illustrative purposes:

- Changes in the dynamics of the production of information and political journalism within the framework of the platformization of politics.
- New formulas for the circulation and distribution of political information in the scenario of the platformization of politics.
- New communication models in the context of digital media and networks.
- Political uses of digital platforms by citizens.

- Uses and strategies of social platforms by political actors.
- Changes in the establishment and construction of the public agenda in the framework of social media.
- New relationships between the media and political agendas in the framework of platformization.
- Reconfiguration of political influence within the framework of the platformization of politics.
- Incidence and strategies of political opinion leaders and digital influencers on digital platforms.
- Incidence and consequences of algorithms and big data in political communication, public opinion and its effects on democracy.
- Impact of algorithms and big data on electoral processes.

Keywords: political communication, algorithms, social networks, big data, democracy, platformization.

Deadline: 31 May 2021