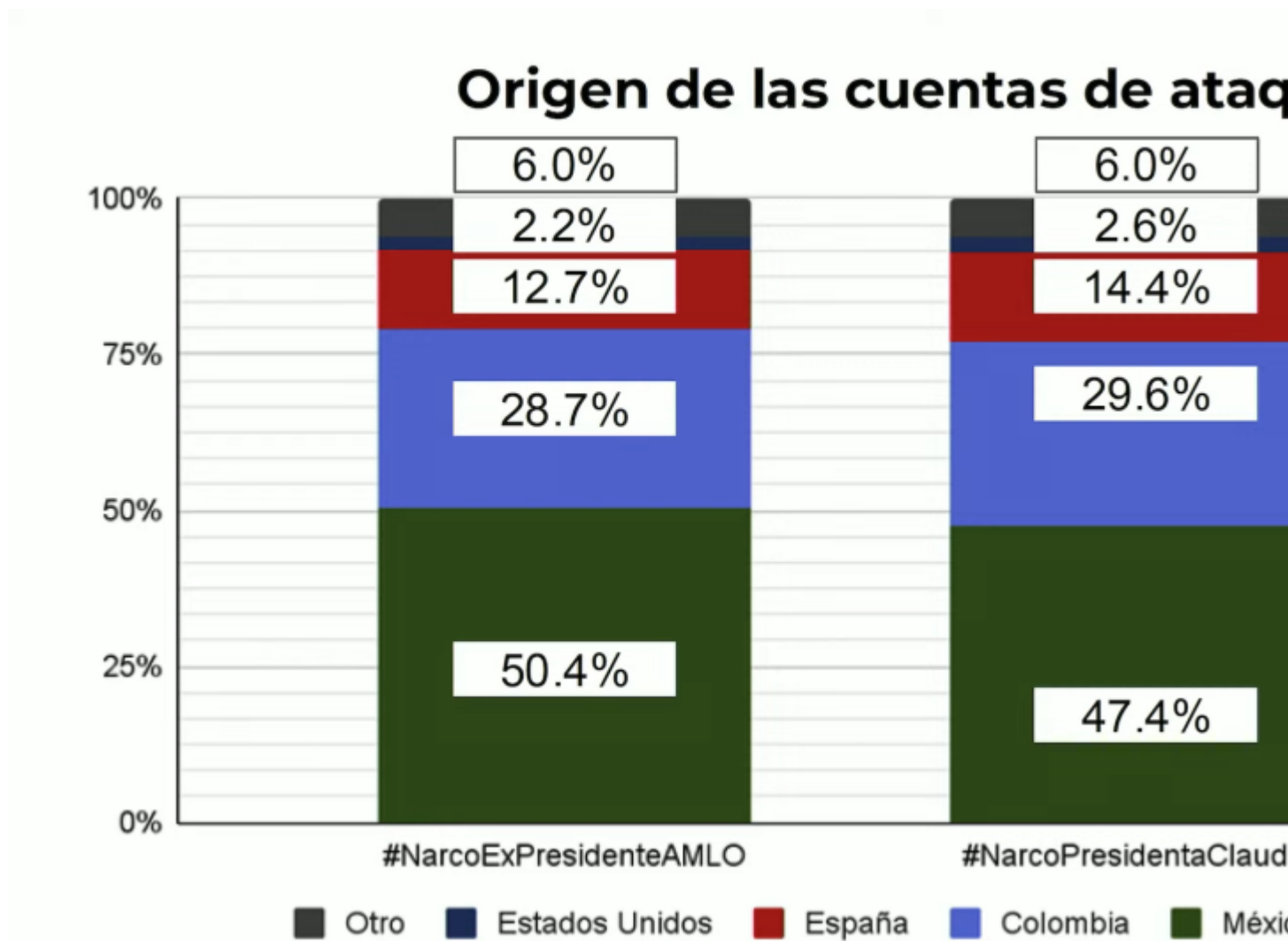


La guerra sucia digital la instaló X en México

Por: Gerardo Villagrán del Corra. 23/03/2025

En apenas cuatro días, personas físicas o morales desconocidas gastaron más de un millón de dólares (20 millones de pesos) en la red social X para lanzar una guerra sucia contra la presidenta Claudia Sheinbaum Pardo y su antecesor Andrés Manuel López Obrador.



Las autoridades detectaron 147 mil cuentas bots (cuentas automatizadas que emiten o envían mensajes), generando 973 mil 500 publicaciones, como retweets, posteos y respuestas a tuits.

Los autores del ataque generaron un millón 366 menciones con la etiqueta *#NarcoPresidentaClaudia* a fin de establecer como tendencia (tema de conversación principal) el supuesto vínculo de la mandataria con el rancho Izaguirre de Teuchitlán, Jalisco, donde la semana pasada se hallaron indicios de que el crimen organizado asesinó y desapareció a centenares de víctimas de reclutamiento forzoso.

“¿Quién o quiénes tienen 20 millones de pesos para invertir en una campaña sucia? ¿A quiénes les interesa o no les molesta gastar este dinero en una campaña sucia?”, cuestionó la presidenta Sheinbaum.

«Hay dinero quién sabe de dónde, nacional y extranjero, vinculado con estas tendencias que quieren levantar de manera vacía, porque en realidad no son personas, y claro, hay personajes que no tienen mucha autoridad moral y que se dedican a ser parte de esta campaña. Es distinto a que la oposición criticara con fundamento, eso es otra cosa, en México hay debate, democracia y se puede discutir. El problema es cuando organizas una campaña con dinero para desprestigiar sin ningún fundamento», añadió la presidenta.

El 48,26 por ciento de las cuentas participantes, utilizaron hashtags a favor de Xóchitl Gálvez, candidata de los derechistas partidos PAN y PRI en las elecciones presidenciales del 2024. Además, 59,2% de las cuentas participantes, utilizaron hashtags de ataque contra el entonces presidente Andrés Manuel López Obrador y la ahora presidenta Claudia Sheinbaum, durante la campaña presidencial.



Claudia Sheinbaum confirmó hackeo a su celular

“Tenemos que ver el antecedente de esta guerra sucia digital para poder relacionar cómo los que ahora atacan, los bots, las cuentas que son robots, atacaron durante la campaña y durante el gobierno del expresidente López Obrador. En ese entonces la oposición gastó millones de dólares en la guerra sucia, estamos hablando de la campaña presidencial”, dijo Miguel Ángel Elorza, coordinador de la sección Infodemia.

Se reportaron más de 33,6 millones de publicaciones de guerra sucia utilizando cuentas en México y en el extranjero, como Estados Unidos, Colombia, Ecuador y Argentina. “Recordemos también en su momento, que las cuentas bots en Argentina estaban al tres por uno, tres cuentas por un peso”. dijo Elorza.

La magnitud de los recursos y la cantidad de las cuentas involucradas obligan a inquirir quién o quiénes se encuentran detrás de este ataque, que obviamente no representa una corriente de opinión ni un sentir de sectores sociales legítimos, sino una inversión millonaria efectuada por uno o más sujetos adinerados con el obvio propósito de mellar la popularidad y el prestigio del gobierno, señala La Jornada.

#NarcoExPro

Miguel Ángel Elorza

En la medida en que se realiza desde el anonimato, sin dar a conocer al público la identidad ni los potenciales conflictos de intereses de quienes crean la *guerra sucia* ni de quienes pagan por difundirla, está claro que se trata de una forma de golpismo cuyo objetivo no tiene nada qué ver con el esclarecimiento de lo ocurrido en Teuchitlán, sino con el intento de desestabilizar al gobierno y propiciar una involución hacia la barbarie neoliberal, añade el diario en su editorial.

Los analistas se preguntan si el dinero movilizado con tanta facilidad proviene de actividades delictivas como la evasión fiscal a la que son adictos conocidos críticos del gobierno. Lo cierto es que la instalación, a punta de efectivo, de una tendencia en X no ha encontrado eco en el sentir social, que permanece abrumadoramente favorable a la Presidenta.

Más allá de esta campaña, es deplorable la existencia de una red social que ha convertido las campañas de odio y suciedad. Cuando la red X se llamaba Twitter ya sumaba serios problemas de credibilidad y desinformación. Desde que la compró el multimillonario Elon Musk, ahora funcionario del gobierno de Donald Trump, X ha eliminado sus frágiles mecanismos de verificación de datos y moderación de contenidos.



Hoy X es refugio para bulos, discursos de odio, golpismo y linchamientos mediáticos, regulado sólo por el dios dinero: quien gasta más en bots y trols (programas de inteligencia artificial que debaten y pelean con usuarios como si fueran humanos y personas dedicadas a publicar mensajes ofensivos con el fin de menoscabar otros puntos de vista) impone su voz a fuerza de menciones, *likes* y retuits.

El fracaso de la *campaña negra* contra la presidenta Sheinbaum revela que hay vida fuera de X, es decir, que ésta y otras redes sociales no son la sociedad ni una muestra representativa de ella, por lo que los discursos dominantes en las plataformas digitales no necesariamente reflejan el ánimo social, finaliza el editorial de La Jornada.

** Antropólogo y economista mexicano, asociado al Centro Latinoamericano de Análisis Estratégico (CLAE, www.estrategia.la)*

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: InfoNativa

Fecha de creación

2025/03/23