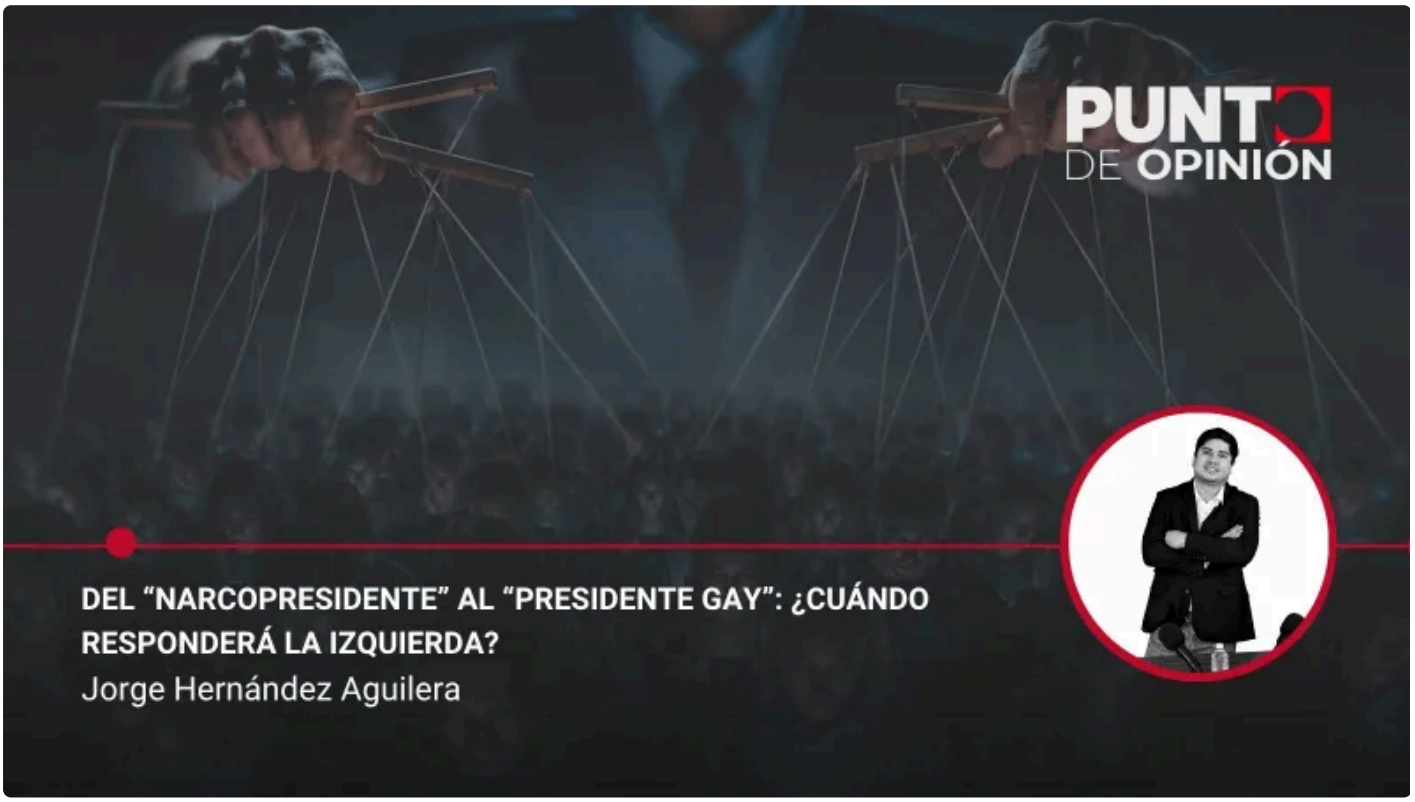
OPINIÓN

Del “narcopresidente” al “presidente gay”: ¿Cuándo responderá la izquierda?

Por Jorge Hernández Aguilera · 8 de julio de 2026 · 3 min de lectura



La oposición política en México deslumbra por su intrascendencia. Nuevamente, los golpes más concretos de la derecha mexicana se dan desde los medios de comunicación. En una ruta conjunta de prensa tradicional **(El Universal)** y la masificación del algoritmo a través de bots y millonarias pautas de promoción, particularmente en **X (antes Twitter**).

Esa ha sido la **táctica difamatoria de la oposición a la 4T**. Como lo expresa **Carlos Alazraki** en reiteradas ocasiones, ufanándose de gran asesor: **“Esta campaña no se gana con publicidad, se gana con propaganda y mientras más mentiras digas contra Morena, mejor te va**”.

El propagandista **Alazraki** y agregados han entendido que las nuevas formas de comunicación exigen una **radicalización del discurso**. Y han lanzado todo un ejército para ello desde las primeras campañas de **López Obrador** a la Presidencia, hasta la fecha con la presidenta **Claudia Sheinbaum**.

Incluso, en el mandato de la primera mujer presidenta, **la guerra sucia ha acrecentado**, siendo ella, por momentos, más atacada que el propio expresidente **López Obrador**.

Los referentes comunicacionales de la **cuatroté** han minimizado las **"difamaciones sexuales"** en contra de AMLO, quien desde hace semanas ha sido el gran protagonista en las tendencias de **Twitter**, por una vacilada de entrevista publicada por El Universal, en la que, hipotéticamente, **Monsiváis** confiesa, con lenguaje soez, una supuesta amistad sexual con el entonces jovencísimo **Andrés Manuel**.

Esa estrategia irrisoria y homofóbica no ha tenido impacto alguno en los seguidores de AMLO, sin duda. Pero no es una campaña dirigida para la militancia de **Morena.**

Es una campaña dirigida para los que están en medio. En la incertidumbre del abstencionismo y la participación electoral. En el credo de las redes sociales, **donde la masificación y la repetición primero confunden y después convencen**.

Y algo impacta, algo mina, aunque soberbiamente se minimice desde la izquierda institucional.

Y así se van acumulando las **montañas de basura en forma de fake news**.

Del **"narcopresidente"** hasta el **"presidente gay"** han sido desarrolladas las campañas de **guerra mediática y digital más sofisticadas de América Latina y del mundo**. La gran fortaleza y apuesta para minar, a largo plazo, a la **4T** ha sido, es y seguirá siendo a través de la **desinformación sistemática en redes sociales**, donde el odio que alimenta bots crea **percepciones indelebles**.

Así como la derecha ha hecho de la **comunicación digital** una de sus grandes fortalezas para la **guerra cultural y electoral**, la izquierda mexicana debería desplegar sus propias estrategias de **contrainformación** y de narrativas propias en los formatos digitales predominantes, con las formas tendientes a la viralidad vigentes.

Los medios de izquierda han consolidado una etapa institucional dentro de los medios públicos, pero la izquierda debe consolidar **medios de comunicación de capital privado**; más allá de la **propaganda chatarrera** de la mayoría de los "youtubers 4T", que acumulan tanto seguidores en sus canales como millones por monetización en sus cuentas bancarias. Pero que llevan seis años hablándole a la misma audiencia, a los ya convencidos, a la base obradorista.

Hay que hacer frente comunicativo y disputa de relato entre los que tienen duda, los que no están convencidos y que no sienten identidad ni por el proyecto de transformación ni por el de la oposición; y, desafortunadamente, ese es el sentir de la mayoría social, que representa **al 50 % del padrón electoral**, que decide abstenerse de los ejercicios democráticos.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/opinion/del-narcopresidente-al-presidente-gay-cuando-respondera-la-izquierda
Descargado el 21 de noviembre de 2026.