INTERNACIONAL

El rol de la tecnología en los procesos electorales en México

Por Ernesto Ángeles · 8 de junio de 2022 · 7 min de lectura

El pasado domingo fueron las elecciones para Gobernador en seis estados de la República, las cuales se caracterizaron por una serie de peculiaridades tal como la violencia y la intromisión de distintos órdenes de gobierno en el proceso electoral en algunos estados, así como también el uso de redes sociales como herramienta tecnológica predilecta, entre otros aspectos. De las múltiples cosas a resaltar de este ejercicio democrático sobresale el rol de la tecnología y cómo esta reflejó imperativos y realidades sociales en vez de sólo incidir de manera directa y autónoma en la sociedad, como usualmente se suele pensar o, dicho de otra manera, el rol de la tecnología en las elecciones no sólo depende de su uso, sino que está inmerso y es parte de un sistema social y su contexto histórico y territorial.

Entre los principales objetivos de las tecnologías digitales en el contexto de elecciones resalta el uso masivo de datos para generar mensajes, publicidad y propaganda dirigida a ciertos sectores con características particulares tal como localidad, hobbies, edad, género, gustos, círculo social y una serie de datos que sirven para determinar parámetros como la afinidad política a cierto sector, propuestas y en general todo dato que ayude a incidir en la percepción y opinión de los votantes hacia los candidatos políticos, ya sea del propio partido o de sus contrincantes, en muchos de estos casos valiéndose de la infodemia y desinformación dirigida.

Otro de los usos dados a la tecnología es la creación de software con el fin de automatizar la promoción de discursivas, percepciones y palabras, mejor conocidos como “bots”, entre estos resaltan aquellos que son sólo programas frente a las personas que adoptan comportamientos atribuibles a bots. En este tenor también están los “trolls”, los cuales son personas que tienden a publicar mensajes vacíos, sátiras u ofensas con un fin disruptivo en las comunidades, conversaciones y percepciones digitales; en muchos casos los trolles son personajes públicos que han construido su carrera utilizando la sátira y en otros son bots promocionando discursivas disruptivas.

Así ha sucedido en el contexto nacional mexicano, en donde desde 2010 la tecnología digital ha estado más presente en los diversos procesos electorales con el fin de personalizar los discursos, segmentar e incidir en las audiencias, así como también como vía de ataque a sus contrincantes valiéndose de diversas estrategias de desinformación, ya sea en forma de campañas de spam, bots, trolls, consultorías de comunicación y posicionamiento, hackers, campañas en redes sociales, empresas de BigData, entre otras manifestaciones.

De las primeras muestras del uso de tecnología digital en las elecciones en México vino con el uso de correos y mensajes de texto vía celular para mandar mensajes políticos y propaganda electoral, así como la contratación de call centers. Más tarde vinieron las granjas de bots, trolls, hackers y empresas de Big Data, con el notable caso mundial de la empresa Cambridge Analytica y en México de Victory Lab. Por último, y con el proceso de centralización tecnológica que las Big Tech han generado, está el uso masivo de las redes sociales y diversas herramientas y prácticas asociadas a las plataformas de manera directa e indirecta, tal como la contratación de promocionales en redes sociales.

En la historia de la relación entre procesos electorales y tecnología en México existen dos momentos paradigmáticos: uno es en las elecciones presidenciales de 2012, en donde se fortalecieron dos vertientes del uso de redes sociales que luego terminarían por fortalecerse: primero, aquella perspectiva que considera que la tecnología puede lograr efectos sociales por sí misma por medio de un poderoso aparato de comunicación vía diversas herramientas y canales de persuasión, con el PRI y su candidato Enrique Peña Nieto como el principal exponente, el cual se valió de una campaña positiva en medios de comunicación nacionales, principalmente Televisa; así como también por el uso constante y masivo de bots, trolls, hackers y diversas herramientas tecnológicas con el fin de incidir en el resultado electoral.

La campaña de Peña Nieto se vio fuertemente influenciada por el contexto estadounidense y el uso de tecnologías digitales que se emplearon en la campaña de Obama en 2008, hasta la coordinadora de campaña de Peña, Alejandra Lagunes, tuvo cercanía con la empresa que coadyuvó en la estrategia de campaña de Obama, Blue State Digital gracias a la intermediación de Televisa, empresa en donde trabajó Lagunes antes de integrarse al equipo de Peña y la cual también participó en el gabinete de Peña Nieto a como Coordinadora Nacional de Estrategia Digital.

Paralelamente al uso de la tecnología en favor de un candidato, otro suceso que marcó las elecciones para Presidente de la República en 2012 fue la conformación del movimiento socio-digital #YoSoy132, el cual fue una poderosa manifestación de como la tecnología no sólo puede ser usada para intereses particulares y dirigida por grandes poderes, sino que puede aglutinar y manifestar el sentir popular y organizarse de maneras más horizontales.

El segundo momento crucial vino en las elecciones presidenciales de 2018, cuando el ese entonces candidato, el presidente Andrés Manuel López Obrador y la coordinadora de campaña, Tatiana Clouthier, lograron aglutinar no sólo la simpatía hacia el ahora mandatario, sino también el sentir popular en contra de la administración de Peña Nieto, así como también explotaron la fuerte campaña de desprestigio en contra del entonces candidato de la alianza “Juntos Haremos Historia”, todo bajo una campaña que utilizó un fuerte componente social y humano que combinó inventiva y creatividad, tal como cuando asociaron al ahora presidente López Obrador con Rusia y el famoso “Andrés Manuelovich”. La diferencia de este segundo enfoque consiste en aprovechar la socialización del conocimiento y usar las redes sociales como un mecanismo que coadyuve la actividad en el terreno, no como un fin en sí mismo.

Estas dos perspectivas han echado hondas raíces en el sistema político mexicano y su relación con las tecnologías digitales, especialmente en el caso de las redes sociales, en donde no sólo los bloques de Morena y el PRIAN se disputan la percepción y afinidades ciudadanas, sino también Movimiento Ciudadano, los cuales tienen a un gobernador en el estado de Monterrey cuya vida y relación con su esposa, Mariana Rodríguez, lo convierten en un “influencer” (cabe añadir que su éxito no sólo se debe a las redes sociales sino a la amplia red de intereses y capital detrás de Samuel García); sin embargo, y tal como les pasó al PRIAN y su formidable maquinaria digital, la realidad siempre los alcanza: no es posible sostener un cambio político y social únicamente desde la promoción, propaganda y la desinformación apoyada por las tecnologías de la información y comunicación, sobre todo en un país con desigualdades económicas y digitales tan profundas como en México.

Es innegable que ninguna tecnología tiene (aún) la capacidad de generar cambios sociales a menos que la sociedad tenga una tendencia al cambio; aunque no se debe subestimar el papel de la tecnología como motor de transformación dada la tendencia de expansión de las tecnologías digitales, así como el aumento en su uso en la población en general.

Queda un largo camino en materia de educación digital y su relación con el sistema político nacional, no sólo en los votantes, sino en todos los actores en general, en donde es necesario poner a discusión aspectos más allá de la eficacia y productividad de votos y votantes y ponderar valores éticos ante una hibridación cada vez más latente entre humanos, tecnología y sociedad. Sería importante por empezar por entender que la tecnología va más allá

de ser una herramienta o que sus consecuencias y riesgos sólo dependen de su uso, ya que no es así, tal como lo vivimos a diario con la infodemia y su pernicioso rol; la tecnología está inmersa en la sociedad y su funcionamiento, así como también presenta características y valores propios además de su uso, tal es el caso de las redes sociales y la sangría de datos que ha condicionado una parte del mercado político nacional.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/internacional/el-rol-de-la-tecnologia-en-los-procesos-electorales-en-mexico-2
Descargado el 21 de noviembre de 2026.