OPINIÓN

Los bloques de comunicación política en México

Por Ernesto Ángeles · 3 de septiembre de 2025 · 6 min de lectura



Después de la golpiza que el líder del PRI, Alejandro Moreno, junto con otros dos diputados, le propinaron al entonces presidente de la Cámara de Senadores, Gerardo Fernández Noroña, así como a Emiliano González, su asistente, se hubiera esperado como respuesta un comportamiento más digno de parte de la oposición y los medios de comunicación, uno que condenara un comportamiento violento, tal como día y noche se quejan de la violencia en el país; sin embargo, sucedió todo lo contrario, no sólo se activó una campaña de acoso y denigración digital, sino que varios de los medios de comunicación optaron por culpar, revictimizar y burlarse de los golpeados, como si hubiese sido su culpa o como si se lo hubieran merecido.

Ante dicha situación, la presidenta Sheinbaum, así como diversos personajes afines a la 4T, salieron a defender a los golpeados y exhibir la hipocresía de la oposición, mientras que otros, exigieron algún tipo de sanción y hasta el desafuero del líder priísta, creándose así dos bloques de narrativas, por un lado el bloque opositor haciendo leña del árbol caído y revictimizando a las víctimas, y por el otro, la 4T condenando, exigiendo desafueros y esforzándose en evidenciar las diferentes estaturas morales.

Evidentemente, las capacidades de comunicación no se compararon: mientras que unos hicieron una mancuerna entre medios y comunidades digitales, aprovechando las parcialidades algorítmicas de plataformas como X, otros optaron por estrategias desarticuladas y altamente dependientes a figuras centrales, como la de la presidenta Sheinbaum.

Todo lo anterior genera preguntas tales como ¿qué ha hecho la 4T para mejorar sus capacidades de comunicación y coordinación más allá de esfuerzos dispersos durante más de seis años en el poder? ¿cómo el bloque opositor ha navegado en un entorno de baja confianza, menor rating, así como la disminución de presupuesto público a su disposición? ¿la oposición es más eficiente a la hora de comunicar o será que es porque tiene más capacidades y la legacía de un ecosistema informativo construido durante décadas?

Para comenzar, es importante señalar que asimetría de capacidades tiene diferentes fuentes, la más importante de ellas es el dinero, el cual no sólo compra instalaciones, software, dispositivos y voluntades, sino que permite una organización vertical, a diferencia de esfuerzos dispersos que se aglutinan según temas de interés. Y mientras que del lado de la oposición existe una maquinaria bien aceitada que se construyó a lo largo de años y que ha aprendido a navegar en entornos físicos y virtuales, la 4T depende fuertemente de entornos virtuales, ya que carece de las infraestructuras e industrias que tiene tras de sí la oposición.

El financiamiento a algún bloque o causa también puede venir del extranjero, por ejemplo, cuando el USAID de Estados Unidos financió los intereses políticos de la oposición por medio de la ONG, Mexicanos Contra la Corrupción, propiedad del mecenas de la oposición, Claudio X. González. De igual modo, la ayuda puede darse en forma de trabajo, tal como vemos en la alineación de medios y contenido de ultraderecha a través de internet, los cuales no sólo comparten mensajes o voceros, sino también estrategias.

Otra de las fuentes que explica la efectividad comunicacional de uno y otro bando es la de los intereses políticos, ya que, ante la dificultad de crear espacios de comunicación propios a la 4T sin incurrir en actos ilícitos, se creó una fuerte dependencia a canales en propiedad de terceros, tal como los liderazgos basados en influencers y comunicadores afines, los cuales tienen diferentes prioridades, algunas de las cuales pueden entrar en conflicto, por lo que la voluntad e intereses políticos es otro factor a considerar en las capacidades de cada bloque. Un fenómeno parecido también sucede en el bando contrario, especialmente entre las alas más progresistas de la derecha frente a las de ultraderecha en temas como el aborto o la decisión de las mujeres; sin embargo, dadas las prioridades políticas, estos temas pasan a segundo plano.

El aspecto social también tiene una fuerte influencia, ya que los distintos tipos de coordinación tienden a marcar el ritmo de la discusión en línea y su alcance; del lado de la 4T existe un ecosistema heterogéneo que se distribuye en comunidades alrededor de figuras políticas (como la RedAMLO), así como a influencers y comunicadores digitales, los cuales cuentan con comunidades propias, algunas alcanzando cientos de miles y hasta millones de seguidores; además, la influencia de la mañanera es central en la estrategia de comunicación de la 4T, ya que es aquí en donde se plantean diversos temas que marcarán la agenda pública del día; sin embargo, el que se hable de un tema no implica que se digan cosas positivas al respecto, bien se puede tergiversar, mentir, exagerar o engañar lo que se dice al respecto de la agenda del día, así como lo hace la oposición.

Por su parte, la oposición cuenta con una organización social más vertical y coordinada en línea, la cual se caracteriza por la construcción de comunidades digitales con el objetivo de atacar digitalmente a la 4T; tales grupos giran en torno a uno o más figuras de acoso digital (troles), los cuales en algunos casos pueden ser hasta figuras públicas. Su estructura consiste en unas cuantas figuras (usualmente troles) que posicionan mensajes y que es probable que tengan bots tras de sí; así como también en cuentas auténticas de segundo orden que es probable que sean figuras de mediano, poco o ningún peso en sus respectivos partidos u organizaciones políticas, cuya labor de bot orgánico depende de su convicción personal.

En conclusión, si bien el elemento económico y la experiencia de mercado son elementales para las capacidades de comunicación de uno u otro bando político, también importa bastante el elemento político y social; por ejemplo, yo no entiendo cómo es que Morena tiene una base de millones de afiliados, pero sus publicaciones en línea son

bastantes modestas y muchas de ellas inundadas de troles y bots de oposición, o el hecho del porqué si la oposición invierte millones y recibe tanta ayuda de otros actores no logra atraer a más personas a votar o, al menos, simpatizar con ellos.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/opinion/los-bloques-de-comunicacion-politica-en-mexico
Descargado el 21 de noviembre de 2026.