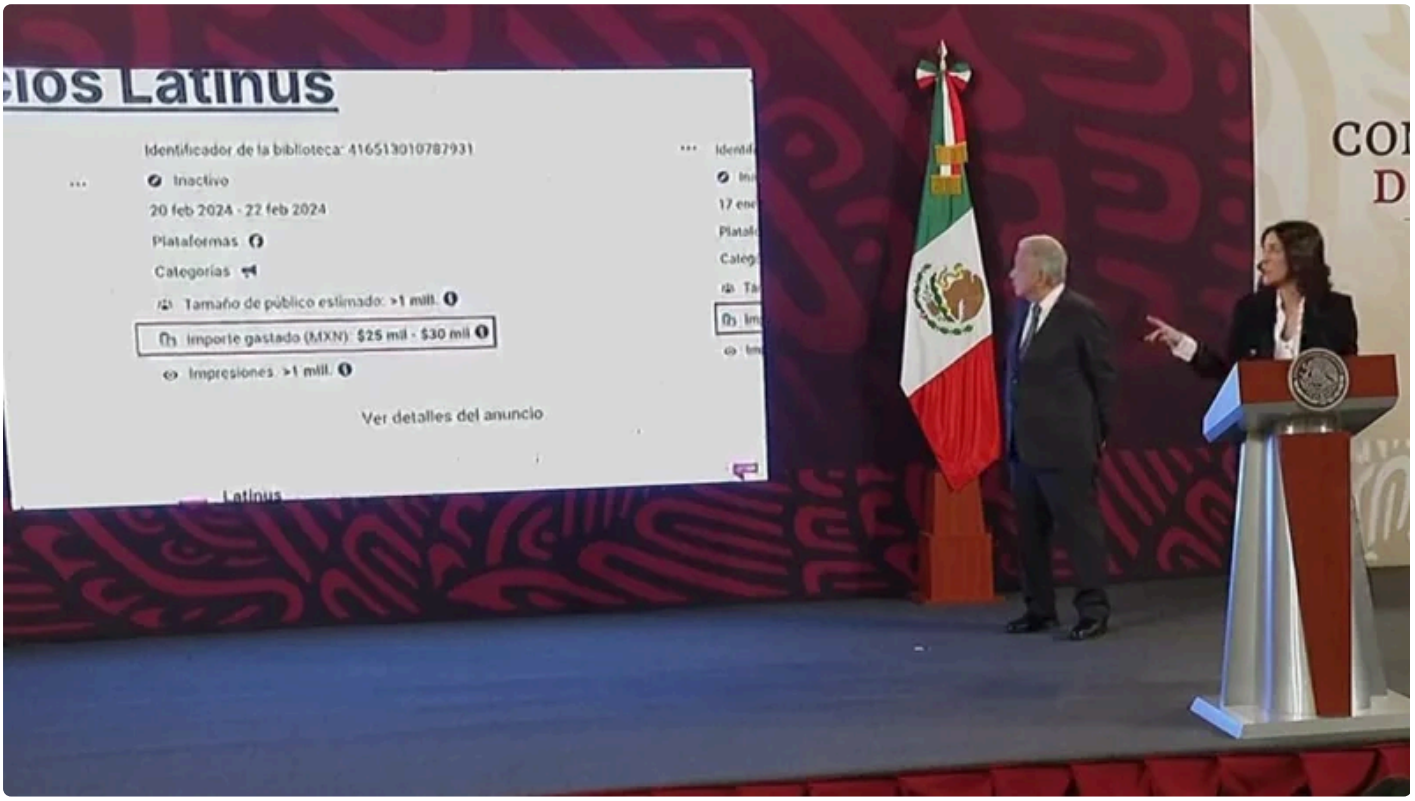
NACIONAL

#QuiénEsQuiénEnLosBots: gastaron más de medio millón de pesos en anuncios de Facebook en más de dos meses

10 de abril de 2024 · 3 min de lectura



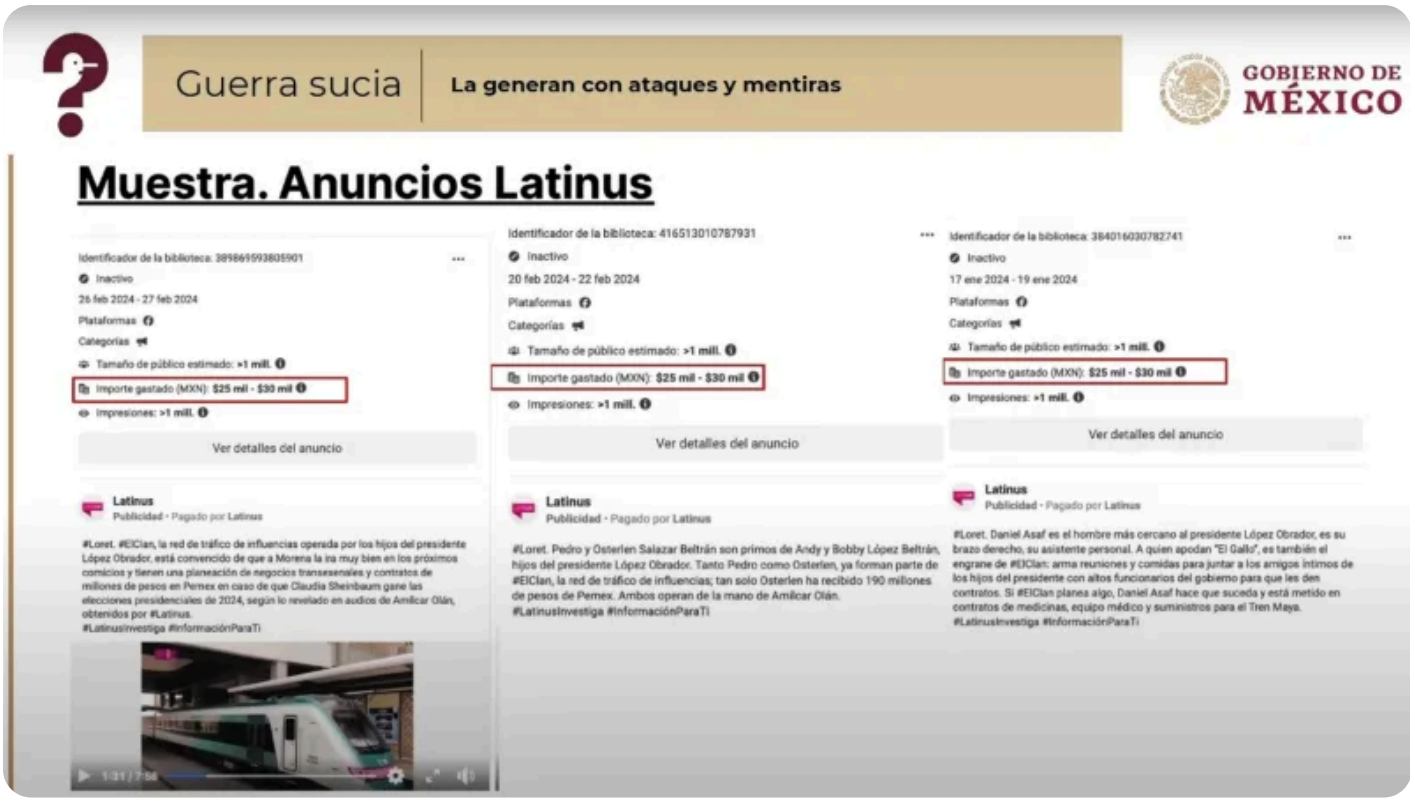
Elizabeth García Vilchis, responsable de la sección “Quién es quién en las mentiras" presentó esta mañana una primera parte del informe que demuestra la existencia de una red que genera los taques en redes sociales contra el presidente Andrés Manuel López Obrador.

Para comenzar, durante la conferencia matutina del 10 de abril, Vilchis señaló que en la red social “Facebook” de Meta, se encontraron 214 anuncios entre el 30 de enero y abril en los que se ataca a los hijos del presidente López Obrador con información falsa. Además, alrededor de 100 páginas, que representan el 50 por ciento de las que se ubicó que forman parte de esta guerra sucia”, promocionan publicidad pagada con contenidos contra las obras del presidente, contra él y su familia.

En este sentido, Vilchis informó que esta campaña representa un gasto de más de medio millón de pesos debido a que se pagan 25 mil pesos por anuncio que tiene por objetivo un alcance al menos un millón de visitas. Aunado a esto, la producción de los contenidos en estos anuncios también representa un gasto, incluidos los salarios de los periodistas.

Asimismo, la titular de Infodemia dio a conocer que se comprobó que el 65.3 por ciento del dinero gastado en la campaña en redes contra el presidente López Obrador está financiada por Carlos Loret de Mola y su proyecto “Latinus”.

En lo que respecta a la red social “X”, Vilchis subrayó que también es el comunicador Loret de Mola quien encabeza la campaña en contra la familia y obras del mandatario mexicano, además ha desarrollado la narrativa en contra de los hijos del presidente, para muestra de ello, se detectaron más de 600 mil menciones de sus cuentas relacionadas con información de la familia de López Obrador.



Por otra parte, la titular de Infodemia señaló que se cumplen 10 semanas de la campaña en la red social “X” contra el presidente, por lo que se presentó un resumen en donde se muestra que, del 31 de enero y el 7 de abril se generaron 26 millones 323 mil 509 menciones de ataque, así como el impulso de 41 hashtags como #NacoGobierno o #NarcoPresidenteAMLO de las cuales, al menos 15 de esas etiquetas tenían errores de ortografía.



Cabe resaltar que una buena parte de los mensajes que impulsan esta campaña provienen de países como Argentina, Colombia, España y Estados Unidos. De esos mensajes, los tuits originales solo son el 1.7 por ciento del total.

A pesar de esta campaña, Vilchis informó que el presidente López Obrador, de acuerdo con una reciente encuesta del Heraldo, cuenta con la aprobación de 71 por ciento de los mexicanos, por lo que la campaña de guerra sucia en redes sociales no está funcionando.



Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/nacional/quienesquienenlosbots-gastaron-mas-de-medio-millon-de-pesos-en-anuncios-de-facebook-en-mas-de-dos-meses
Descargado el 22 de noviembre de 2026.