TECNOLOGÍA

Revela análisis operación coordinada de fake news sobre AMLO y Carlos Monsiváis en redes sociales

25 de junio de 2026 · 3 min de lectura



De acuerdo con un análisis realizado por el especialista en interacción social, Carlos Augusto Jiménez, la conversación digital en la red social "X", detonada a partir de una noticia falsa que vinculó al expresidente Andrés Manuel López Obrador con el escritor y cronista Carlos Monsiváis, presentó indicios de amplificación artificial coordinada.

El análisis mostró que la narrativa alcanzó 213.5 mil publicaciones, con 830.9 mil interacciones y tuvo un alcance potencial de 425.9 millones de usuarios.

Asimismo, el estudio señala que el sentimiento predominante fue negativo, con 57.3% de menciones adversas, frente a apenas 7.5% de comentarios positivos.

Jiménez explica que la conversación no mostró un comportamiento propio de un debate orgánico, sino que presentó características de una amplificación concentrada de contenido desinformativo basado en ataques personales y difamación. Además, la figura de Carlos Monsiváis fue utilizada para otorgar apariencia de legitimidad a una acusación sin sustento.

Entre los principales hallazgos del reporte se muestra que la noticia falsa sobre una supuesta entrevista de Monsiváis se posicionó entre los contenidos con mayor visibilidad dentro de la conversación relacionada con López Obrador. Asimismo, detectó que la difusión se concentró en un número reducido de cuentas con alta capacidad de propagación, lo que sugiere una dinámica de amplificación dirigida.

El análisis de la red de interacción muestra una estructura centralizada, donde las publicaciones relacionadas con la desinformación se agruparon alrededor de nodos de alta actividad. Este patrón, señala el documento, reduce la probabilidad de que la conversación haya surgido de manera espontánea.

Los mensajes con mayor alcance e interacción repitieron términos y elementos similares, entre ellos referencias a una supuesta “entrevista”, el apellido “Monsiváis” y alusiones de carácter personal utilizadas con fines de burla. El reporte advierte que la repetición constante de estos mensajes contribuyó a generar una percepción artificial de credibilidad alrededor de una acusación no verificada.

Además, el estudio señala que la conversación desplazó el debate político hacia ataques personales, la sexualización y la difamación, utilizando recursos emocionales para aumentar la viralidad del contenido.

La investigación encontró que la conversación se concentró principalmente en México, aunque también registró una participación relevante de usuarios ubicados en Colombia. El perfil predominante de quienes interactuaron con el contenido corresponde a usuarios masculinos y jóvenes adultos.

Como parte de su lectura estratégica, el reporte advierte que la campaña utilizó a una figura cultural ampliamente reconocida para dotar de autoridad a una afirmación falsa. También identifica el uso sistemático de frases repetidas, imágenes y memes como mecanismo para incrementar la viralidad emocional del contenido.

Finalmente, el documento señala que, aunque los datos analizados no permiten demostrar por sí mismos la existencia de una operación organizada detrás de la campaña, sí muestran indicios consistentes de amplificación coordinada, reflejados en la repetición narrativa, la aparición de picos sucesivos de actividad, la centralización de la red de difusión y el predominio de mensajes con carga de burla y difamación.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/tecnologia/revela-analisis-operacion-coordinada-de-fake-news-sobre-amlo-y-carlos-monsivais-en-redes-sociales
Descargado el 21 de noviembre de 2026.