OPINIÓN

Twitter y la política: Entre la farsa de derecha y el letargo de la izquierda

Por Ernesto Ángeles · 1 de septiembre de 2023 · 7 min de lectura



Pese a la tendencia actual que varias plataformas incluyen opciones parecidas (como las historias que todos le copiaron a Snap Chat), las redes sociales se diferencian entre sí en el tipo de usuarios y las actividades que se llevan a cabo en sus plataformas, lo que le brinda cierto dinamismo al mercado digital:

Mientras que Facebook/ Meta se usa para generar y compartir memes, vender cosas en grupos y seguir páginas de contenido; TikTok es un repositorio de videos cortos para la auto promoción, tutoriales y cadenas de retos; en tanto que LinkedIn se especializa en el mercado laboral y Twitter/ X se caracteriza por su fuerte enfoque en contenido político (y la promoción de estafas con cryptomonedas); entre muchas otros casos.

Asimismo, la diversificación en los mercados digitales es usada de múltiples formas, pero con objetivos centralizados; por ejemplo: una campaña política en línea se puede basar en TikTok y YouTube para generar contenido; Instagram y Facebook para la promoción; mientras que el correo, WhatsApp y Twitter/X es usado para la coordinación y organización social. Es importante señalar que los objetivos con los que son usadas las redes sociales pueden variar entre el altruismo, los negocios, la criminalidad y otras acciones lesivas para el tejido social, mucho depende de los controles que implemente cada plataforma y el modelo de negocio imperante, sobra decir que el modelo económico actual favorece estas actividades negativas.

En lo que respecta a los controles de las plataformas, a partir del año 2016, tras la victoria de Donald Trump en las elecciones presidenciales de Estados Unidos, las redes sociales emprendieron diversas acciones para evitar ciertos usos y estrategias, especialmente aquellas enfocadas en promover radicalismos, falsedades y otros azotes sociales (mismos que ayudaron a la victoria de Trump); sin embargo, con la pandemia del Covid-19 y el intento de toma del capitolio estadounidense en 2021, se tuvieron que reajustar los controles de las redes sociales, ya que no sirvieron de gran cosa para detener la desinformación, las falsedades y la agitación social (y siguen sin funcionar).

Twitter/ X, al tratarse de una plataforma tan especializada en la política, representa un caso paradigmático, ya que tras haber sido comprada por Elon Musk, un empresario ultra conservador y de derecha, la red social se alejó de las normas auto impuestas por Silicon Valley y relajó sus controles para favorecer (aún más[1]) a los grupos de derecha y extrema derecha.

Es necesario señalar que los grupos sociales no usan las redes sociales del mismo modo, mientras que los grupos de izquierda se beneficiaron del internet de hace algunos años de manera diferenciada y desunida, los grupos de derecha han mostrado mucha más cohesión y organización en los últimos años, principalmente a partir del año 2015, en la antesala del triunfo de Trump, momento en el cual la derecha se dio cuenta que también podía echar mano de estrategias digitales, algunas de ellas copiadas de grupos de izquierda.

En este proceso de fortalecimiento y diferenciación, el dinero y la relación con el poder mediático tradicional han sido factores fundamentales en el éxito de la derecha, ya que éstos cuentan con más capacidades y partidarios poderosos, por lo que aun así la derecha no tenga una base político-social tan fuerte, como sucede en algunos casos de la izquierda, los mensajes, ideas y visión de la derecha tienen más promoción y difusión dentro y fuera de las redes sociales, la cual no es esporádica (como sucede con la izquierda), sino que es sistémica y constante, lo que garantiza que una presencia casi permanente de las consignas e intereses de derecha en el sistema político y de comunicación a nivel nacional.

A lo anterior también se le suma el tema de la cohesión, ya que en muchos casos el dinero le brinda a la derecha una jerarquía y ordenamiento que le facilita la creación y promoción de consignas de manera organizada (tan sólo pensemos en el caso del empresario Claudio X. González y el ordenamiento político que promovió en los partidos de oposición), a diferencia de la izquierda, cuyos grupos son más sectarios y diversos (algo que es más que evidente en la contienda entre las “corcholatas”).

Por si fuera poco, también existen redes transnacionales de grupos políticos con sus estrategias digitales, muchos de ellos asesorados por las mismas firmas y empresas, tal como el caso de Cambridge Analytica, una empresa de consultoría política basada en el análisis de datos. En este escenario la derecha se presenta como más organizada y, sobre todo, más financiada

Y, bueno ¿qué pasa con México? En México el ejercicio de influencia por parte de la derecha es más complicado, ya que, tras varios años en el poder, la derecha está bastante gastada y no genera simpatía social, por lo que la derecha y extrema derecha han tenido que echar mano de la supuesta neutralidad de la “sociedad civil organizada”, los ciudadanos “apartidistas” y otros eufemismos que usan algunos usuarios en línea para no declararse afines a la derecha y a la política en general. Sin mencionar la fuerte influencia que ejercen la derecha y sus grupos sobre buena parte de los medios de comunicación.

En este contexto es donde han nacido los “colectivos” sociales de derecha, grupos de personas organizadas que crean, promueven y promocionan narrativas afines a los intereses y objetivos políticos de la derecha y extrema derecha, estos se caracterizan por: su supuesta organicidad (juran que son reales y no usan bots -aunque sí usan bots-); una relación bastante estrecha con el sistema de comunicación tradicional y sus voceros; así como una gran cercanía con empresas de relaciones públicas y marketing.

Estos grupos se caracterizan por estar organizados por unos cuantos usuarios, los cuales normalmente no ponen sus identidades reales, sino que se esconden tras pseudónimos y sin fotos de sus rostros; tales usuarios se identifican por el fuerte uso del acoso y la “comedia” como herramienta política, así como por su facilidad de captar la atención de los medios tradicionales, ya que algunos de estos han saltado del troleo de redes a los medios de comunicación tradicionales.

En el caso de la izquierda las comunidades creadas no giran en torno a personajes digitales y no esconden su militancia política, sino que su militancia es su sello distintivo, ya que su función es un tanto más sectaria, sobre todo si el mensaje o la consigna política se aleja de la figura central de la izquierda en México: el presidente Andrés Manuel López Obrador.

El sectarismo de los grupos de izquierda no implica que estos no recurran a troles y bots, sino que, al tratarse de grupos con poca experiencia y falta de un financiamiento y organización centralizada, la escala de sus operaciones es bastante menor; además, la influencia de la izquierda en los medios tradicionales de comunicación es poca, por lo que la sinergia entre las redes y los medios es mucho menor a la de la derecha.

En conclusión, Twitter/X es la muestra de muchas de las cosas que están mal en el internet de hoy en día: la desinformación y división como un negocio; la promoción de contenido negativo por ser más llamativo; las mentiras y las falsedades como una constante; el poco rigor informativo y otra serie de aspectos negativos, los cuales abiertamente empeoraron desde el arribo de Elon Musk a Twitter/X, como en el caso del pago por verificación y la llegada de los troles y cuentas falsas o parodias verificadas.

Y al igual que sucede con las otras redes sociales, Twitter/X no es un espacio publico, sino que representa la privatización de la actividad pública por medio de la intermediación de estructuras tecnológicas, cuya propiedad se encuentra en unas pocas manos privadas.

[1]https://www.theguardian.com/technology/2021/oct/22/twitter-admits-bias-in-algorithm-for-rightwing-politicians-and-news-outlets

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/opinion/twitter-y-la-politica-entre-la-farsa-de-derecha-y-el-letargo-de-la-izquierda
Descargado el 21 de noviembre de 2026.