

# Guerra de hashtags: el fanatismo y la revocación de mandato

*María del Mar Argüelles*

*Gabriela Cruz Alonso*

*Rodrigo Dorantes Gilardi*

## Resumen:

Tras analizar una muestra de tuits recuperados en los días previos a la consulta de revocación de mandato, encontramos en Twitter evidencia de una guerra de minorías entre los miembros de los polos pro 4T y anti 4T; quienes, debido a su conocimiento mutuo, saben cómo actuar para combatir el posicionamiento de temas por parte del polo contrario mediante el uso de estrategias de manipulación cuidadosamente delimitadas. También encontramos que el polo anti 4T se caracteriza por tuitear en mayor cantidad y con mayor agresividad que el polo pro 4T.

No se halló evidencia de que los intercambios entre ambos permeeen hacia otros sectores no radicalizados políticamente de la red social. La cuestión pendiente es conocer la similitud que existe entre las expresiones de los usuarios de la muestra y la opinión de la población en general sobre la revocación de mandato.

## **Contexto:**

En el marco de la consulta de revocación de mandato a realizarse el próximo domingo 10 de abril, los sectores más polarizados a favor y en contra de la 4T se han enfrascado en posicionar sus preferencias políticas como tema en redes sociales. En Twitter lo han hecho a partir de la creación de *hashtags*.

Este análisis tiene como objetivo analizar la discusión desatada por la consulta utilizando elementos de la metodología desarrollada por el Laboratorio de Odio y Concordia.

## **Metodología:**

Identificamos y enlistamos un conjunto de *hashtags* posicionados por los polos pro 4T y anti 4T. Tras una revisión cuantitativa, descubrimos que particularmente tres destacaron por su cantidad de menciones: #QueSigaAMLO, #AMLOSeQueda y #TerminasyTeVas.

Tomando en cuenta que las manifestaciones realizadas el domingo 2 de abril en diversas ciudades del país han sido el movimiento más importante de la oposición para mostrar desacuerdo con la consulta, delimitamos nuestro análisis a los tuits emitidos únicamente durante el 3 de abril.

Nos enfocamos en analizar la proporción de tuits de la muestra correspondientes a cada polo, a partir de ello recuperamos las preferencias políticas de los usuarios con base en un análisis simple de la información de sus perfiles y, por último, determinamos cuántos tuits agresivos conforman la muestra. Cabe mencionar que, para simplificar la recuperación de información, excluimos retuits y tuits citados.

## **Resultados generales**

Recuperamos un total de 9,544 tuits emitidos por 4,420 usuarios diferentes. Encontramos que únicamente el 4% de tuits de la muestra contiene insultos. De estos, 275 son tuits con el *hashtag* #TerminasyTeVas, mientras que solo 102 tuits que utilizan #AMLOSeQueda; y 28 con #QueSigaAMLO recurren a los insultos como forma de interpelar al polo contrario, es decir, podemos afirmar que se trata de una guerra de minorías. Realizamos una nube de palabras (Figura 1) a partir de los tuits más violentos, en donde se evidencia que la mayoría de los insultos se encuentran en *hashtags* creados por el polo anti 4T y prácticamente todos, van dirigidos al presidente López Obrador.



Una posible explicación a esta variación porcentual puede deberse a que el domingo 3 de abril fue el último y más significativo intento del polo anti 4T de expresar su desacuerdo respecto a la consulta. Durante la jornada se hizo notoria la intencionalidad de este grupo por mostrar que grandes cantidades de personas asistieron a las movilizaciones, incluso mediante el uso de imágenes que pretendían hacer pasar por propias, pero que correspondían a otras fechas y contextos sociales.

En estudios previos sobre otras coyunturas encontramos evidencia de que hay un grupo de usuarios en Twitter insertos en la lógica de la polarización política severa a quienes hemos identificado como *bodiot*s por sus conductas reiterativas enfocadas en posicionar temas o tendencias en la red social y realizar golpeteo constante contra cuentas oficiales de partidos, políticos y gobiernos estatales del polo opuesto a su postura.

Esto es relevante en tanto que la diferencia porcentual del Gráfico 1 nos podría indicar que el polo pro 4T intentó contrarrestar el efecto de los *hashtags* del polo anti 4T en una suerte de enfrentamiento entre dos bandos que se tienen perfectamente identificados y que están insertos en un contexto de polarización política severa.

### **Sobre el perfil de los usuarios**

Con el objetivo de demostrar la hipótesis del párrafo previo, como segundo punto del análisis nos centramos en la biografía del perfil de los usuarios de la muestra, específicamente en la autodescripción que cada uno hace sobre sí mismo resaltando las características principales de su cuenta en un máximo de 160 caracteres.

Los usuarios más comprometidos con la lógica de polarización política y que no temen que sus cuentas sean etiquetadas como parte de un polo u otro, suelen utilizar *hashtags* o palabras que hacen referencia a las figuras o partidos políticos con lo que se identifican. Cabe destacar que en la biografía se pueden utilizar tanto palabras como *hashtags*, pero únicamente estos últimos facilitarían el rastreo de aquellas cuentas que se identifiquen como parte de posibles grupos o redes de apoyo.

Del total de 4,420 usuarios que componen nuestra muestra, el 78.8% (3,484) cuenta con una biografía en su perfil. De este subconjunto, el 23% utiliza al menos un *hashtag*. Graficamos los 10 *hashtags* más utilizados en la Figura 3. Los dos *hashtags* más utilizados corresponden al polo pro 4T, mientras que el tercero, #LigaDeGuerreros corresponde al polo

anti 4T. La proporción de *hashtags* es de 7 a 3 pertenecientes al polo pro 4T y al anti 4T respectivamente. Esto evidencia que el polo favorable al presidente y a Morena cuenta con mayor coordinación respecto a su actividad en redes sociales.

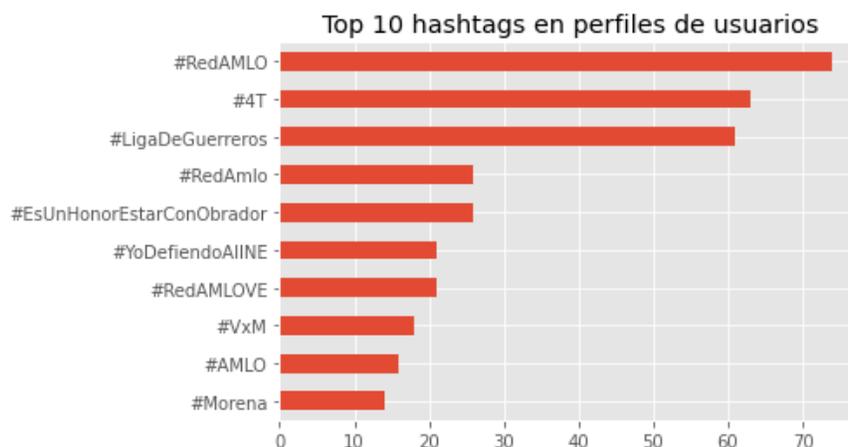


Figura 3. Los diez *hashtags* más incluidos en los perfiles de las cuentas que cuentan con biografía.

Asimismo, existe concordancia entre los *hashtags* utilizados en la descripción de los perfiles y los tres *hashtags* que seleccionamos como punto de partida del análisis, como podemos ver en las Figuras 4 y 5. Los usuarios que tuitearon usando #AMLOseQueda y #QueSigaAMLO tienden a usar en su biografía *hashtags* pro 4T como #RedAMLO o #4T; opuestamente a los que tuitearon #TerminasyTeVas que en sus biografías incluyen *hashtags* como #LigaDeGuerreros o #YoDefiendoAIINE.

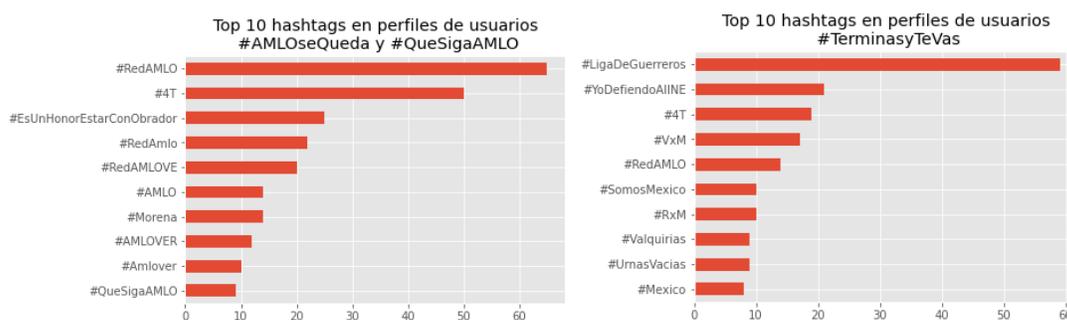


Figura 4 y 5. Los diez *hashtags* más incluidos en los perfiles de las cuentas que utilizaron los HTs #AMLOseQueda y #QueSigaAMLO o #TerminasyTeVas.

## Conclusiones

Pese a tratarse de un estudio relativamente corto comparado con otros análisis del Laboratorio, hay varios puntos a considerar que evidencian particularidades de la polarización política severa en México:

- Hay un interés profundo por posicionar temas en las redes sociales, como evidencia el esfuerzo del polo anti 4T por posicionar su HT #TerminasYTeVas. No obstante, la respuesta del polo contrario es inmediata e intenta alcanzar la misma magnitud, como evidencia el rápido posicionamiento y cantidad de menciones de los HTs #AMLOSeQueda y #QueSigaAMLO. Podemos afirmar que se trata de una guerra de minorías que se tienen plenamente identificadas entre sí.
- Los usuarios que se han adentrado profundamente en la dinámica de la polarización política no suelen tener reparo en evidenciar sus preferencias políticas en sus perfiles. Para futuros estudios, valdría la pena valorar si se trata de perfiles de personas reales o de cuentas con fines políticos, es decir, que no utilicen nombres ni referencias personales en ningún momento.
- Debido a la consolidación de una larga cantidad de HTs para autodefinirse, el polo pro 4T es más fácil de rastrear en redes sociales. Asimismo, destaca que, pese a superar en número de cuentas al polo anti 4T en la muestra, los partidarios del presidente no se engancharon en los intercambios en línea del pasado fin de semana, probablemente debido a que están conscientes de que responder abona a consolidar una tendencia, tema o hashtag, es decir, se trata de grupos con estrategias bien delimitadas.
- Es probable que la actividad del polo pro 4T aumente conforme se acerque la fecha de la consulta con el objetivo de hacer ver el proceso como un éxito.
- Es notorio que existe un conocimiento del uso y la manipulación de las redes sociales por parte de ambos polos.
- Al igual que en estudios previos, encontramos que el polo anti 4T se caracteriza por tuitear en mayor cantidad, pero también resulta notoriamente más agresivo que el polo pro 4T.

- No encontramos evidencia de que los intercambios entre polos permeen hacia otros sectores no radicalizados políticamente de la red social, tampoco de que haya intercambios entre ambos polos, entre ellos únicamente existe un vaivén circular en donde hay respuestas competitivas entre sí, pero sin tener el diálogo mutuo como objetivo.
- La pregunta que subsiste es qué tanta similitud hay entre HTs como los de esta muestra de tuits y la opinión de la población en general.