



La comunicación política digital ante crisis sociopolíticas en México: análisis comparado de tres casos estatales

Sergio Octavio Contreras Padilla^a

Como citar este artículo:

Contreras Padilla, S. O. La comunicación política frente a la crisis sociopolítica en México: análisis de tres casos estatales (Nuevo León, Chiapas y Guanajuato). Eirene Estudios De Paz Y Conflictos, 9(17). <https://doi.org/10.62155/eirene.v9i17.349>

^aORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5060-5820>

Universidad Autónoma de Zacatecas; Zacatecas, México

Doctor en Ciencia Política con orientación en tecnopolítica y movimientos sociales en red. Investigador en comunicación política y nuevas tecnologías. Colaborador académico en la Unidad Académica de Ciencia Política de la Universidad Autónoma de Zacatecas. Profesor invitado en la Universidad De La Salle Bajío y Universidad Autónoma de Durango. Correo electrónico: scontrerasp@uoc.edu

Recibido:

07 de diciembre de 2025

Aprobado:

25 de febrero de 2026



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA DIGITAL ANTE CRISIS SOCIOPOLÍTICAS EN MÉXICO: ANÁLISIS COMPARADO DE TRES CASOS ESTATALES

Resumen

El trabajo analiza las formas de comunicación política utilizadas por los gobiernos estatales de Nuevo León, Chiapas y Guanajuato para enfrentar crisis sociopolíticas, a partir del estudio de mensajes institucionales difundidos en redes sociales digitales. El objetivo es identificar los tipos de mensajes, los encuadres interpretativos y las estrategias comunicativas utilizadas por los actores públicos y políticos para definir ante la opinión pública los problemas sociales. El estudio adopta un enfoque cualitativo y comparativo, basado en análisis de contenido, análisis de marcos y análisis de estrategias comunicativas. El conjunto de datos recopilados se conformó mediante un muestreo intencional de publicaciones en Facebook y X realizadas por actores gubernamentales durante los periodos críticos de cada caso. El trabajo pone al descubierto patrones recurrentes de comunicación vertical, la prevalencia de narrativas informativas o técnicas y la ausencia de marcos que expliquen las causas profundas de las crisis sociopolíticas. Asimismo, hay una coincidencia entre los casos en la tendencia a despolitizar los hechos, mediante encuadres que privilegian explicaciones administrativas y en los que se registra una ausencia sistemática de referencias explícitas a responsabilidades políticas o institucionales.

También, se identificaron estrategias discursivas orientadas a legitimar la acción institucional y a presentar las crisis como acontecimientos excepcionales. El artículo contribuye a la discusión sobre la comunicación política en contextos de crisis sociopolítica al revelar regularidades en el uso de narrativas institucionales en el ámbito estatal.

Palabras clave: Comunicación política; crisis sociopolíticas; redes sociales digitales; gobiernos estatales; México.

DIGITAL POLITICAL COMMUNICATION IN THE FACE OF SOCIOPOLITICAL CRISES IN MEXICO: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THREE STATE-LEVEL CASES

Abstract

This article examines the forms of political communication employed by the state governments of Nuevo León, Chiapas, and Guanajuato to address sociopolitical crises, through the analysis of institutional messages disseminated through social media. The objective is to identify the types of messages, interpretive frames, and communicative strategies used by public and political actors to define social problems for public opinion. The study adopts a qualitative and comparative approach, drawing on content analysis, framing analysis, and the analysis of communicative strategies. The dataset was

constructed through purposive sampling of publications on Facebook and X produced by governmental actors during the critical periods of each case. The findings reveal recurring patterns of vertical communication, the predominance of informational or technical narratives, and the absence of frames that explain the underlying causes of sociopolitical crises. Furthermore, across the cases there is a shared tendency to depoliticize events through frames that privilege administrative explanations and alongside a systematic absence of explicit references

to political or institutional responsibility. Additionally, the analysis identifies discursive strategies aimed at legitimizing institutional action and presenting crises as exceptional events. The article contributes to the discussion on political communication in contexts of sociopolitical crisis by revealing regularities in the use of institutional narratives at the subnational level.

Keywords: Political communication; Sociopolitical crises; Digital social media; State governments; Mexico

1. INTRODUCCIÓN

A nivel planetario los conflictos colectivos, las crisis políticas y sociales registran cambios profundos en las formas en las cuales se estructuran y manifiestan. Hoy, las exigencias civiles locales tienen la posibilidad de convertirse en temas globales. Los recursos que las personas utilizaban para dar a conocer sus demandas, ahora se diversifican en una gran cantidad de repertorios comunicativos. La base de estas transformaciones globales está potenciada en gran medida por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información (Soledispa-Lucas y Murillo-Delgado, 2020).

Estas condiciones cambiaron los modos en los cuales se presentan ante la opinión pública las crisis sociales y políticas. El creciente uso de nuevas tecnologías con fines informativos, la apropiación de antiguos y nuevos medios (Chadwick, 2013) y la fragmentación de los espacios públicos, fueron factores que cambiaron las formas de la comunicación política. Según Castells (2012), internet y las redes sociales digitales se convirtieron en nuevos espacios de participación simbólica y acción física, además de posibilitar la construcción de formas de comunicación autónomas. Para Tufekci (2017), si bien las acciones colectivas contemporáneas utilizan tecnologías digitales para

estructurarse y construir narrativas, también los Estados crearon sus propias estrategias para atender crisis sociales y políticas, como ha sido la propagación de información falsa y la vigilancia civil.

En México, los conflictos se visibilizan a través de escenarios: en periodos de crisis social, por la violación de derechos humanos y durante procesos políticos. Algunos de estos conflictos sociales llegaron a convertirse en movimientos sindicales, estudiantiles, indigenistas, urbanos o campesinos (Ramírez, 2016). Tal vez el caso mexicano más relevante que articuló las herramientas tradicionales utilizadas en los conflictos y las nuevas tecnologías de la comunicación fue el movimiento #YoSoy132. La crisis se originó el 11 de mayo de 2012 como una reacción de estudiantes universitarios frente al sesgo informativo en la cobertura mediática sobre las elecciones presidenciales y derivó en movilizaciones articuladas a través de redes (Treré, 2013).

Es en este contexto, donde el Estado mexicano enfrenta crisis sociales que ahora se presentan bajo múltiples formas de acción colectiva. Para algunas organizaciones internacionales el principal detonante de los problemas sociales en México se relaciona con la violencia criminal: dos tercios de los homicidios son cometidos por el crimen organizado (Human Rights Watch, 2025). Otras fuentes consideran que los conflictos también germinan por la pobreza y la desigualdad estructural (CONEVAL, 2025). En casos como la crisis ambiental, la degradación de la naturaleza, el cambio de suelo o la pérdida de ecosistemas (INEGI, 2021), son problemas que de no atenderse puede derivar en inconformidades sociales, como ocurrió con la explotación minera y proyectos hidroeléctricos en los Estados de Oaxaca, Veracruz y Guerrero (De La Torre, 2020).

Ante este escenario, el gobierno mexicano ha desarrollado diversas herramientas comunicativas para afrontar las crisis y evitar que los temas nuevamente ingresen a la agenda pública (Riorda, 2011). La comunicación política de las instituciones es diseñada para cumplir determinados objetivos, como defender intereses del Estado, legitimar reformas o políticas públicas, propagar la ideología del gobierno o promover la imagen de gobernantes (Valdés, 2022; Negrete, 2022; y Valdez, Marañón y Barrientos, 2024).

Es por ello, que la comunicación política que realizan los gobiernos locales en periodos de crisis se ha convertido en un importante referente de información para entender los problemas sociales actuales. Y es que uno de los objetivos centrales de esta forma de comunicación es cambiar lo que las personas piensan de lo político (Canel, 2006). En este sentido, el presente estudio se focaliza en hechos originados en la crisis sociopolítica, entendida esta como problemas derivados de la desintegración social y de la inoperancia administrativa del Estado. La crisis política es ocasionada por la debilidad de las instituciones para resolver los problemas, lo que diluye su legitimidad y provoca vacíos de poder. La crisis social se vincula con daños a la calidad de vida de las personas que afectan la cohesión social y se originan en problemas estructurales como la desigualdad económica o la inseguridad. Para Visacovsky (2021), las crisis suponen un orden dado, considerado normal, el cual se disuelve, se descompone, se ve afectado por un desequilibrio que debe ser restaurado.

En una revisión al estado del arte, se encontró que los temas relacionados con conflictos, crisis sociopolíticas y la comunicación política en México son abordados principalmente desde el activismo en línea, problemas ambientales, violencia de género, inseguridad pública, pugnas en pueblos originarios y violaciones de derechos humanos (Medina, 2023; Morales y Valdivia, 2023; Rincón, 2024 y Marian *et al.*, 2025). En materia de comunicación política los trabajos exploran la polarización social, protestas y movilizaciones en entidades federativas, agresiones en contra de la prensa, el uso de plataformas digitales en periodos de crisis y la desinformación para desorientar a la opinión pública (Espinoza y Piña, 2023; Samaniego, 2023; Gómez-Abarca, 2024; y Sandoval, Negrete y Valle, 2024). En este sentido, son escasas las investigaciones sobre las entidades federativas en materia de comunicación política ante crisis sociopolíticas. La mayoría de los estudios empíricos se focaliza en instituciones federales y en casos particulares, por lo que hay una agenda pendiente en análisis comparativos.

Si bien los estudios revisados abordan situaciones conflictivas y se vinculan en cierta medida con la comunicación política, son escasas las investigaciones que analizan las formas comunicativas de los Estados y realizan comparaciones. Este hueco no permite comprender

a fondo las narrativas locales. Es por ello, que el presente estudio intenta aportar un análisis de las formas comunicativas utilizadas en redes sociales por los gobiernos de Nuevo León, Chiapas y Guanajuato. De este modo, se aporta evidencia empírica sobre las estrategias digitales y se enriquece el conocimiento sobre la relación entre comunicación política y la atención de crisis sociopolíticas locales.

Los casos seleccionados corresponden a la falta de agua en Nuevo León que afectó particularmente la zona metropolitana de Monterrey durante el año 2022, teniendo el punto más crítico entre junio y julio de dicho año. La crisis hídrica derivó en movilizaciones sociales, como fueron bloqueos viales, “cacerolazos” frente a edificios de gobierno y marchas bajo el lema “¡No es sequía, es saqueo!”, responsabilizando del problema al sector industrial (Martínez-Canales, 2023). El segundo caso es la crisis de violencia en el municipio de Tila, Chiapas, registrada en junio de 2024 cuando grupos armados provocaron el desplazamiento forzado de más de cuatro mil personas. Durante tres días se registraron asesinatos, saqueos y quema de inmuebles. Chiapas es la entidad con mayor número de personas desplazadas en México y una de sus principales causas es el crimen organizado (Morales y Vadillo, 2025). El caso de Irapuato, Guanajuato, ocurrió el 24 de junio de 2025, cuando un comando armado atacó a civiles que convivían por la celebración de la fiesta patronal en honor a San Juan Bautista. Fueron asesinadas 12 personas y 20 resultaron heridas. Este hecho fue uno de los más violentos que se hayan registrado en los últimos años en la localidad (Observatorio Ciudadano Irapuato ¿Cómo Vamos?, 2025).

La selección de los casos de crisis sociopolítica fue determinada al tratarse de hechos que en su momento se convirtieron en temas de interés social y presentaron elevada discusión en las redes sociales digitales. Desde el plano académico, el trabajo se justifica al explorar un tema poco abordado en la investigación académica. Además, el estudio es pertinente al comparar estas formas simbólicas para encontrar coincidencias y divergencias. La propuesta visibiliza también diversos contextos en los cuales aparecen las crisis y, en consecuencia, las reacciones del Estado. Por lo que respecta a su pertinencia social, el trabajo analiza la comunicación política como una forma simbólica imperativa para hacer frente a problemas sociales. Es decir, los nuevos espacios comunicativos se han convertido en lugares de

lucha por el significado entre los actores en disputa. Lo que Eliseo Verón (1993) llama la producción de sentido o en el pensamiento de Laclau se interpreta como la disputa por los significantes vacíos (Hernández y González, 2025).

Por lo tanto, el objetivo general del artículo es caracterizar, analizar y comparar las formas de comunicación política digital utilizadas por instituciones y actores estatales de Nuevo León, Chiapas y Guanajuato ante crisis políticas y sociales acontecidas entre los años 2022 y 2025, para identificar coincidencias y diferencias. A partir de este objetivo, se deriva una pregunta que orienta este trabajo, ¿cuáles son las formas comunicativas en las redes sociales institucionales que utilizan los gobiernos estatales de Nuevo León, Chiapas y Guanajuato para contener narrativamente los problemas sociopolíticos ocurridos entre los años 2022 y 2025 y qué diferencias y similitudes presentan sus modos discursivos? Se espera que los casos analizados registren diferencias en la forma de estructurar sus mensajes, reflejando el contexto local y la naturaleza de cada crisis. Por lo anterior, se consideran para el presente estudio variables que se derivan de los cambios tecnológicos que cambiaron la comunicación política y de la presencia de crisis sociopolíticas, los cuales se explican en el aparato metodológico.

Para responder a los fines del presente estudio, se utiliza una metodología cualitativa comparativa a partir del análisis del discurso, el análisis de encuadres o *framing* y el análisis de estrategias comunicativas. Los contenidos recolectados incluyen todo tipo de publicaciones institucionales en espacios digitales, como videos, boletines de prensa, conferencias o declaraciones públicas de instituciones y actores públicos. El presente trabajo se construyó a partir de tres pasos: selección de hechos relevantes; recolección de contenidos digitales publicados por las instituciones para enfrentar las crisis y la comparación de la comunicación política para contener los problemas.

El artículo se organizó de la siguiente forma. En el primer apartado se presenta el marco teórico, el cual se orienta por los conceptos centrales del trabajo: comunicación política, gobiernos y crisis sociopolítica. En el segundo apartado puede consultarse la metodología empleada para recolectar y analizar los contenidos informativos. El tercer apartado lo conforman los resultados, integrados por componentes empíricos a partir de

los hallazgos obtenidos con las herramientas de recolección. Por último, se presentan las conclusiones, construidas a partir de la interpretación de los resultados y el aparato conceptual del trabajo.

En lo referente a los alcances y limitaciones, el estudio abarca tres hechos ocurridos en igual número de entidades federativas. Los datos analizados corresponden a estos tres acontecimientos enmarcados en un determinado periodo de tiempo. Por lo tanto, el trabajo presenta limitaciones espaciales, al quedar fuera otras crisis sociales o políticas similares que ocurrieron en otras entidades federativas y temporales al ser casos que ocurrieron en determinado periodo de tiempo. Asimismo, otro limitante será la disponibilidad de todos los contenidos en las redes sociales digitales institucionales, así como la privacidad o la eliminación de los mensajes, que en su momento fueron parte de una respuesta comunicativa institucional.

2. MARCO TEÓRICO

Los actuales cambios sociales, culturales, económicos y políticos pueden comprenderse desde el paradigma de la sociedad de información; es decir, el paso de la riqueza material a una economía donde la información es el origen de la producción y el poder (Bell, 1991). Desde esta perspectiva, el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación posibilitaron la transformación de los sistemas de producción, incluyendo la interacción social. En el caso de México, según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (INEGI, 2025), el 83.1% de la población de seis años o más es usuaria de internet. La penetración del teléfono móvil alcanza al 81.7% de las personas mexicanas.

Este cambio tecnológico generó una nueva estructura social: la sociedad red. Es decir, las relaciones de producción, las formas de poder y las experiencias de las personas se organizan a través de redes. Dichas redes descentralizan la organización jerárquica tradicional (Castells, 2006). El autor conceptualiza el término de horizontalidad para explicar la forma a través de la cual las personas y los colectivos se comunican en la actualidad. Esta nueva

manera de interactuar es posible por lo que define como “autocomunicación”, es decir, la posibilidad que tienen las personas para comunicarse sin intermediarios con otras personas o grupos (Castells, 2009).

La expansión de internet y las innovaciones van más allá de considerar las redes como simples canales de interacción humana. Desde el pensamiento de Marshall McLuhan, las nuevas formas de comunicación son ambientes tecnológicos que afectan la cultura, las relaciones humanas y alteran la percepción de la realidad (Islas, 2015). Los cambios en la comunicación humana transformaron también la esfera pública, es decir, el lugar donde las personas se enteran de acontecimientos públicos y deliberan sobre estos. Estos ambientes tecnológicos también son ambientes simbólicos, ya que no sólo confeccionan lo que las personas ven y escuchan, sino también las ideologías y valores políticos (Strate, 2017).

Por lo tanto, la integración de estas nuevas prácticas tecnológicas en procesos políticos puede definirse como tecnopolítica (Kurban, Peña-López y Haberer, 2017). A través de la tecnopolítica la comunicación digital reconfigura las formas tradicionales de comunicación política, el ejercicio del poder y las relaciones entre los gobernantes y los gobernados. La acción que proporciona la tecnopolítica ocurre en diversos espacios públicos. Para Habermas (1981), a través de un proceso de comunicación las personas tienen la posibilidad de conocer y discutir temas de interés público. Es decir, se trata de un espacio abierto en donde circula información que puede ser consultada y compartida por la opinión pública. En este sentido, para la politóloga Pippa Norris (2000), las personas que tienen más acceso a información política en espacios públicos poseen más recursos para interesarse y participar en procesos políticos.

Algunos estudios realizados por organismos internacionales consideran que la opinión pública es un ejercicio de libertad de expresión a través del cual la sociedad participa en lo público. En el caso de América Latina, el 56% de las personas aseguran que el expresar lo que piensan sobre temas políticos podría afectar su vida o la de sus seres queridos. El 44% de los entrevistados dijo no comentar públicamente sus percepciones sobre el gobierno o la democracia, el 23% lo hace sólo en familia, el 19% con amigos, el 9% en redes sociales y el 4% en protestas civiles (Latinobarómetro, 2024). Según este reporte, los tres temas más

importantes para los habitantes de la región son: economía (42%), seguridad o delincuencia (22%) y corrupción (20%). En el caso de México, la preocupación por la inseguridad es un tema latente y en continua evolución desde el año 2007 (Pew Research Center, 2014).

Desde la teoría interpretativa, también se analizó el papel de la comunicación en la vida social y política a través del enfoque de marcos o *framing*. Los también llamados “marcos de la experiencia” es un concepto propuesto por Erving Goffman, para quien las experiencias que viven los seres humanos son “enmarcadas” por estructuras mentales que ayudan a las personas a orientarse en el tiempo y el espacio. Los eventos sociales, los acontecimientos públicos y la interacción entre las personas, son interpretadas por los participantes a partir de los marcos de experiencia (Goffman, 2006). Desde la comunicación política, los encuadres pueden dar luz sobre la forma en la cual se construyen los temas en la opinión pública, es decir, la intervención mediática tiene implicaciones en la importancia que las personas otorgan a ciertos valores o creencias implícitos en los temas visibles (Nelson, Clawson y Oxley, 1997).

En el enfoque de la mediatización, los medios si bien son entidades con una estructura y lenguaje propio, su penetración social puede hacer que otras instituciones como la educación, la familia o la política se integren a la lógica mediática (Hjarvard, 2008). Según Eliseo Verón, los medios, caracterizados a partir de dispositivos técnicos, tienen la potencia de modificar la producción de significados dentro de una sociedad (Verón, 2015). En el campo de la política, la mediatización se concibe como aquellos procesos en donde los actores políticos -partidos, instituciones electorales, gobernantes o candidatos- subordinan sus prácticas al escenario mediático. En América Latina diversos estudios visibilizaron la manera en la cual la mediatización puede afectar el funcionamiento de los regímenes políticos; como espacios de confrontación entre gobiernos y empresas mediáticas o los efectos de las noticias sobre territorios y actores sociales (Córdoba, 2015 y Chavero, 2018).

En este sentido, la comunicación que generan los gobiernos puede observarse desde el funcionamiento del sistema político: una estructura que recibe demandas sociales y las canaliza mediante instituciones para dar respuesta a tales demandas (Easton, 2001). Cuando las políticas públicas derivan en desempeños favorables para los gobiernos, la

comunicación es utilizada por las administraciones públicas para informar a la sociedad aspectos positivos. En este escenario, la comunicación política aumenta cuando también lo hacen otros indicadores sociales, como la mejora económica o la disminución de hechos delincuenciales (Benedictis-Kessner, 2022). Paralelo a las estrategias de comunicación social como un mecanismo para la legitimación del Estado, está el hecho de que las tácticas del gobierno para informar no sólo están diseñadas para dar a conocer programas o beneficios sociales, sino también para cumplir fines democráticos (Gelders, Bouckaert y van Ruler, 2007).

En la actualidad los gobiernos a través de sus oficinas de comunicación o valiéndose de instituciones públicas, pueden crear campañas de comunicación social para prevenir desastres o hacer llamados a la población en épocas de vacunación, pero también pueden utilizar estos mecanismos con fines propagandísticos. Incluso, las estrategias comunicativas han sido utilizadas para disfrazar propaganda racial, promover la violencia y el exterminio de minorías (Yanagizawa-Drott, 2014). Con el desarrollo de las nuevas tecnologías las formas de propaganda ideológica adquirieron nuevos espacios como las computadoras o los teléfonos inteligentes (Howard y Woolley, 2018).

En lo que se respecta al abordaje de los conflictos y la problemática social, para Prats (2003) es recurrente en los regímenes políticos que se presenten crisis de gobernabilidad, producto de la incapacidad de las instituciones públicas para atender y resolver problemas comunes. En el caso de la crisis política y la falta de gobernabilidad, estas pueden ocurrir por la violencia estructural, la desigualdad económica, la pobreza extrema o la violación de derechos humanos, entre otros factores (Cobarrubias, 2016).

Por lo que respecta a la crisis social, esta se presenta cuando no existe la capacidad del orden establecido para solucionar sus propios problemas y esta situación ocasiona que los cimientos de la sociedad se vean afectados. Para Figueroa *et al.* (2021), la mayoría de las crisis sociales en muchos países están relacionadas con la corrupción, la pobreza, la violencia, el desempleo y la desigualdad. De acuerdo con el reporte de *Global Corruption Barometer: Latin America and the Caribbean* (Transparency International, 2019), 6 de cada 10 personas consideraron que los niveles de corrupción en América Latina aumentaron en

los últimos años. México se ubicó en el puesto 140 de 180 países evaluados con apenas 26 puntos de 100 posibles, el puntaje más bajo en la historia reciente, lo cual refleja la desconfianza de la sociedad en las instituciones mexicanas (Transparency International, 2024).

En este marco, los enfoques expuestos sobre sociedad red, tecnopolítica, mediatización y *framing* son herramientas analíticas para examinar los casos seleccionados, además de ser una brújula para caracterizar las narrativas y las estrategias de comunicación. La teoría de la sociedad red posibilita comprender la manera en la cual la comunicación política circula en espacios informativos. En el caso de la tecnopolítica permite entender las maneras comunicativas que utilizan las instituciones para enfrentar los casos de crisis y la mediatización ayuda a discernir cómo las tecnologías establecen límites para la confección de los mensajes. Por último, la teoría del *framing* posibilitará visibilizar encuadres utilizados por los actores públicos para construir los mensajes que buscan orientar la percepción de la sociedad.

3. METODOLOGÍA

El presente trabajo tiene la finalidad de caracterizar las formas de comunicación política que tres gobiernos locales (Nuevo León, Chiapas y Guanajuato), pusieron en marcha ante hechos de crisis sociopolítica. El objetivo, es comprender las formas simbólicas utilizadas y los encuadres interpretativos para hacer un comparativo entre las estrategias. Para alcanzar el objetivo, el estudio se desarrolla bajo un enfoque cualitativo para estudiar la producción simbólica de los actores involucrados, en tanto el análisis comparativo permite identificar aspectos recurrentes y divergencias. Fue seleccionada esta metodología porque a través de estas herramientas de investigación se puede comprender de manera más profunda los fenómenos estudiados (Guerrero, 2016). Con este enfoque se analizan datos descriptivos, tales como palabras escritas o el comportamiento de las personas o instituciones. El campo cualitativo se interesa más por el sentido que por el número de sujetos (Deslauriers y Gómez, 1996).

A partir de este marco conceptual, el diseño metodológico se orientó desde los aportes teóricos sobre comunicación política ante crisis sociopolíticas y del enfoque de encuadre o enmarcamiento. Estas teorías, proporcionaron luz sobre el papel que juegan los actores políticos e institucionales en espacios comunicativos para enfrentar los conflictos. Desde el campo de la comunicación, las respuestas del sistema político se entienden como un proceso estratégico mediante el cual las autoridades buscan encuadrar los hechos, posicionar responsabilidades y legitimar sus acciones frente a la opinión pública. La teoría seleccionada se trasladó a categorías analíticas orientadas a identificar los tipos de contenido y mensajes difundidos (informativos/descriptivos, persuasivos/apelativos y propagandísticos), y los marcos interpretativos dominantes, secundarios y ausentes en las narrativas. Estas categorías se operacionalizaron mediante la observación sistemática de los mensajes publicados por perfiles institucionales y que circularon en las plataformas digitales seleccionadas (Facebook y X), atendiendo indicadores como el lenguaje empleado o los juicios morales expresados. Este procedimiento permitió articular los conceptos del marco teórico con evidencias empíricas concretas, con la finalidad de garantizar coherencia analítica entre el marco conceptual y los resultados del estudio.

El corpus de análisis fue construido a partir de un muestreo intencional y no probabilístico, el cual se orientó por criterios de relevancia institucional, temporalidad y centralidad del acontecimiento sociopolítico. Fueron seleccionadas cuentas oficiales de las plataformas Facebook y X de los gobiernos estatales, dependencias y actores políticos involucrados en las crisis, al ser en los casos estudiados los principales canales de comunicación política digital. El tiempo de observación se delimitó al periodo posterior a cada acontecimiento con la finalidad de registrar las respuestas institucionales ante la crisis. La codificación de los mensajes se realizó de manera manual, a partir de una revisión sistemática de cada publicación para clasificar los contenidos en las categorías previamente definidas (tipo de contenido, tipo de mensaje, actores involucrados y marcos de interpretación). Las decisiones analíticas se dirigieron a identificar los patrones y énfasis narrativos, así como los encuadres, priorizando el análisis comparativo entre los casos y la interpretación cualitativa de los contenidos generados por los actores observados.

Es por ello, que la investigación se basa en dos técnicas complementarias: el análisis del discurso de la comunicación política-institucional y el análisis de encuadres o *framing*. El análisis del discurso estudia el lenguaje en contextos sociales reales, las prácticas y también los marcos políticos e ideológicos en donde la comunicación se produce (Fairclough, 1992). A través de esta técnica es posible examinar las posturas de legitimación de los actores políticos frente a la crisis. En lo que respecta al *framing*, es un proceso que permite revelar la forma en la cual políticos o instituciones configuran contenidos para dar mayor importancia a ciertos hechos para definir un problema, emitir un juicio o proponer soluciones (Entman, 1993). Con esta técnica se pueden identificar marcos interpretativos mediante los cuales las instituciones dan sentido a las crisis.

El uso conjunto de estas técnicas posibilita comprender tanto la dimensión discursiva como la dimensión interpretativa de la comunicación. Para realizar el estudio se consideraron como unidades de análisis (UA) crisis sociopolíticas ocurridas en tres entidades federativas:

1. Crisis hídrica en Nuevo León: se analizó el tema durante el mes de junio de 2022, periodo considerado como el más crítico del problema (Environmental Justice Atlas, s.f.).
2. Crisis de violencia en Chiapas: los hechos ocurrieron en el municipio de Tila entre el 4 y 7 de junio de 2024. Para la investigación se consideraron las comunicaciones registradas durante dicho mes.
3. Crisis de seguridad en Guanajuato: el ataque armado en una fiesta patronal en el municipio de Irapuato se registró el 24 de junio de 2025. Se recolectaron datos durante un mes: del 24 de junio al 24 de julio de 2025.

En tanto las unidades de observación (UO) se integraron por los mensajes institucionales, incluyendo comunicados, declaraciones, videos y contenidos difundidos en las redes sociales de las autoridades estatales. La selección de los actores políticos o institucionales se realizó a partir de la identificación de cuentas oficiales que generaron mayor volumen y relevancia de información sobre la crisis (véase Tabla 1). Las cuentas observadas fueron de Nuevo León la del Gobierno del Estado; de Chiapas la del Gobernador del Estado,

Rutilio Escandón y en el caso de Guanajuato el tema se diversificó entre más actores: La Gobernadora Libia Dennise García Muñoz, la Secretaría de Seguridad y Paz, la Fiscalía General del Estado y la alcaldesa de Irapuato, Lorena Alfaro García.

Tabla 1. Unidades de análisis y unidades de observación del estudio

Unidades de análisis	Unidades de observación	Descripción / Qué se observa
Crisis hídrica en Nuevo León	Mensajes institucionales en redes sociales	Contenidos de actores que generaron mayor volumen y relevancia de información durante junio de 2022.
Crisis de violencia en Tila, Chiapas	Mensajes institucionales en redes sociales	Contenidos de actores que generaron mayor volumen y relevancia de información durante junio de 2024.
Crisis de seguridad en Irapuato, Guanajuato	Mensajes institucionales en redes sociales	Contenidos de actores que generaron mayor volumen y relevancia de información durante junio-julio de 2025.

Fuente: elaboración propia.

Las plataformas de las cuales se recolectó la información fueron Facebook y X (Twitter), dado que constituyeron en los tres casos seleccionados, las redes sociales digitales más utilizadas para difundir información institucional. Sólo se recolectaron contenidos relacionados de manera explícita con la explicación o encuadre del conflicto sociopolítico correspondiente. No se tomaron en cuenta mensajes difundidos en medios tradicionales o que no se hayan publicado en redes sociales oficiales.

Las categorías de análisis se justifican porque permiten operacionalizar los conceptos derivados del marco teórico y de las técnicas empleadas para examinar de manera sistemática cómo los gobiernos construyen su comunicación frente a las crisis sociopolíticas. Al organizar y clasificar los mensajes institucionales difundidos en redes sociales digitales, las categorías facilitan identificar estrategias discursivas mediante las cuales las autoridades definen los problemas. Asimismo, constituyen un instrumento

clave para el diseño comparativo, pues el uso del mismo conjunto de categorías en los tres casos permite reconocer patrones, divergencias y regularidades en las respuestas comunicativas institucionales.

Cabe señalar, que el análisis comparativo entre los casos registrados en Nuevo León, Chiapas y Guanajuato, se llevaron a cabo a partir de un criterio cualitativo y analítico, el cual se focalizó en la identificación de pautas reiteradas de narrativas y encuadres dominantes en el campo de la comunicación política para contener las respectivas crisis sociopolíticas. Aunque la muestra empírica exhibe una asimetría en términos de volumen y distribución de mensajes, esta no representa un obstáculo para el análisis comparativo, dado que la finalidad del estudio no es la comparación cuantitativa, sino examinar constancias, repeticiones y discrepancias en las tácticas comunicativas y los marcos interpretativos utilizados por los actores políticos en cada uno de los contextos locales.

Asimismo, se diseñaron las siguientes categorías de análisis (CA) para clasificar, interpretar y comparar la información recolectada tomando en consideración los trabajos en el campo de la comunicación política desarrollados por Entman (2004) y McNair (2011). La primera categoría corresponde al análisis de contenido, la cual identifica el mensaje, los formatos de publicación -estándar, historia, *reel*, en vivo y enlace externo-, la retroalimentación, los actores construidos en las narrativas oficiales y la tipología del mensaje -informativo, persuasivo, defensivo, propagandístico y narrativo-. La segunda categoría es el análisis de encuadre para observar la forma en la cual las autoridades dan significado al problema, atribuyen causas y responsables, emiten juicios morales y plantean soluciones. Finalmente, la tercera categoría son las estrategias comunicativas en las redes sociales digitales, se considera la retórica, la intensidad de las publicaciones, el objetivo comunicativo y las cualidades expresivas del mensaje. Para definir los indicadores que conforman las categorías se tomaron en consideración los trabajos de investigación de Van Leeuwen (2007), Crovi (2008) y Muñiz (2020).

En lo que concierne al proceso analítico, este se llevó a cabo a partir de tres etapas.

I. Recolección inicial: para reconocer los contenidos, las estrategias y los actores recurrentes, se efectuó una revisión y selección de contenidos publicados por

instituciones u actores políticos estatales para identificar patrones discursivos y marcos recurrentes en la comunicación política frente a la crisis respectiva.

II. Codificación por categorías: los fragmentos identificados en la primera etapa se organizaron según las categorías de análisis establecidas, análisis del discurso político, análisis de encuadre y estrategias comunicativas. Esta fase permitió estructurar la información y vincular los hallazgos con las dimensiones conceptuales del trabajo.

III. Comparación estratégica: se contrastaron de manera sistemática los tres casos estatales para identificar coincidencias, divergencias y estilos específicos en el manejo político-comunicacional de cada crisis. La comparación interpretativa y no causal, buscó reconocer los sentidos, las formas de legitimación y la configuración de la percepción en las redes digitales.

Para garantizar la trazabilidad del proceso de codificación y análisis, cada contenido recolectado institucional fue revisado de forma individual para posteriormente clasificarlo según los criterios establecidos con anterioridad. Por ejemplo, los mensajes que reproducían lemas o frases de alguna campaña institucional se codificaron como propagandísticos; aquellos que hacían referencia a cifras oficiales o acciones operativas fueron codificados como informativos y las publicaciones que apelaron a la unidad social o el compromiso gubernamental, se clasificaron como persuasivas. En lo que respecta al análisis de encuadres, un marco se consideró como dominante cuando aparecía de forma recurrente en los contenidos difundidos por un actor o varios actores durante el tiempo de observación. En tanto un marco secundario se identificó por su presencia ocasional, mientras que los marcos ausentes se caracterizaron por su omisión sistemática. Este proceso de codificación permitió relacionar las categorías analíticas con los contenidos empíricos y asegurar la consistencia entre la información estudiada y las interpretaciones presentadas.

Este procedimiento permitió integrar el análisis del discurso, el análisis del *framing* y el análisis de las estrategias comunicativas con la finalidad de realizar una interpretación basada en datos empíricos.

Cabe aclarar que las categorías de análisis del presente estudio surgieron de un proceso analítico de carácter deductivo–interpretativo. En primer lugar, se identificaron

dimensiones teóricas sobre la comunicación política ante hechos de crisis —tipos de mensaje, marcos interpretativos y estrategias comunicativas—, las cuales fueron contrastadas con los contenidos empíricos recolectados. A partir de la lectura constante de los mensajes analizados, dichas dimensiones se convirtieron en categorías analíticas para ser aplicadas a los tres casos, lo cual posibilitó un análisis comparativo transversal. Además de ser herramientas descriptivas, las categorías también permitieron interpretar patrones discursivos, regularidades narrativas y diferencias en las maneras de comunicación que los gobiernos locales utilizaron para enfrentar las crisis sociopolíticas.

4. RESULTADOS

En el presente apartado se muestran los resultados obtenidos a partir del estudio sobre los tres casos de crisis sociopolítica: Nuevo León, Chiapas y Guanajuato. Fueron obtenidas 102 publicaciones de siete perfiles institucionales o actores políticos que publicaron contenidos relevantes sobre los hechos seleccionados. Los resultados se presentan a partir de los enfoques aplicados: análisis de contenido, análisis de encuadre y análisis de estrategias comunicativas.

4.1 Nuevo León

4.1.1 Análisis de contenido

En lo que se refiere al análisis de contenido, fueron recolectados 77 mensajes publicados durante el mes de junio de 2022 en las redes sociales de Facebook y X por el Gobierno del Estado de Nuevo León. Este perfil institucional fue la principal fuente de información sobre la crisis hídrica, al dar a conocer las opiniones del Gobernador de la entidad, Samuel García Sepúlveda y las acciones que realizaban las instituciones. En Facebook se publicaron 69 mensajes, el 50.7% fueron contenidos mixtos: textos/fotografías. En tanto el 24.6% fueron mensajes con texto/infografía, el 14.5% texto/video y el 10.1% sólo texto. En la red social

X se registraron 8 publicaciones, de las cuales se visibilizó un patrón similar: el 50% fueron texto/fotografías y la otra mitad, texto/infografías.

En formato de publicación, en Facebook se registraron 59 mensajes tipo estándar y 10 con enlace a una fuente externa. De estos, seis tuvieron origen en conferencias matutinas y una más en un acto público. En X, todas las publicaciones fueron estándar y tres se derivaron de las conferencias matutinas. En cuanto a la interacción en Facebook, se contabilizaron 231,303 reacciones, divididas de la siguiente manera: 90,432 me gusta, 64,817 comentarios, 12,735 compartidos, 34,118 me divierte, 19,903 me enoja, 5,773 me encanta, 1,661 me asombra, 1,371 me entristece y 491 Me enamora. Por su parte, en X se registraron 197 comentarios, 68 compartidos y 192 me gusta para un total de 457 reacciones.

En Facebook fueron 35 actores involucrados en las comunicaciones electrónicas. El Gobierno del Estado de Nuevo León fue el actor con mayor número de menciones (39 en total, 33 en Facebook y 6 en X), seguido de “ciudadanía/población” (31 menciones, 29 en Facebook y 2 en X). La dependencia “Agua y Drenaje de Monterrey” (11 menciones en Facebook), el “Gobernador Samuel García” (10 menciones, 9 en Facebook y 1 en X) y “Juan Ignacio Barragán”, titular de Agua y Drenaje de Monterrey (10 menciones, 8 en Facebook y 2 en X). Asimismo, se registraron 9 menciones sobre “acaparadores de agua”, relacionados con la palabra “aguachicol” (7 en Facebook y 2 en X) y 7 menciones de la palabra “municipios” (6 en Facebook y 1 en X). Otros actores como “Escuelas”, “Agricultores”, “DIF del Estado”, “Gobierno anterior” “Secretaría de Educación”, “derrochadores de agua” o “El Bronco” tuvieron menor presencia con frecuencias que oscilaron entre 1 y 6 menciones.

En cuanto al tipo de mensajes, en ambas redes sociales se observó el predominio de mensajes informativos o descriptivos. En Facebook, este tipo representó 52.17% de las publicaciones, mientras que en X alcanzó el 62.5%. Los mensajes persuasivos o apelativos alcanzaron el 17.39% en Facebook y 25% en X, y los contenidos defensivos o legitimadores fueron 14.49% en Facebook y 12.5% en X. Las publicaciones simbólicas de carácter propagandístico alcanzaron el 13.04% en Facebook y en X no se registraron. Los mensajes narrativos fueron 2.90% en Facebook y estuvieron ausentes en X.

4.1.2 Análisis de framing

El Gobierno de Nuevo León centró sus esfuerzos comunicativos en la atención operativa del problema a través de una narrativa que abarcó a diversas instituciones y al Gobernador del Estado. La autoridad presentó el significado de la crisis a partir de la falta de agua potable y las limitaciones de la red de suministro para atender las necesidades de la población. La crisis fue narrada como una situación grave que necesitaba acciones rápidas, por lo que el problema se estructuró como un desafío inmediato.

No se detectó una explicación profunda sobre causas estructurales o históricas del problema. La comunicación política se orientó a identificar los factores que propiciaron el desabasto del vital líquido. Las causas atribuibles a la crisis se diluyen en las narrativas, aunque existen señalamientos marginales sobre el cambio climático, los “acaparadores de agua” y actores políticos del pasado. No hubo responsables identificados.

En el análisis a los contenidos no se encontraron mensajes con juicios morales. La comunicación política se enfocó en informar sobre las acciones técnicas e institucionales que se llevan a cabo para atender la crisis. El único elemento valorativo fue la idea de que el gobierno es responsable y cumple su función al atender a las personas afectadas, visitar municipios, arreglar fugas y crear planes emergentes. Las soluciones a la crisis hídrica son presentadas a corto plazo y de carácter técnico. Por ejemplo, envío de pipas; mejora en la cobertura del servicio; atención a familias afectadas; creación de canales de comunicación directa con la sociedad; operativos contra acaparadores y derrochadores de agua o bombardeo de nubes.

El marco dominante fue la respuesta del gobierno al escenario de crisis. El actor central fue el gobierno y sus instituciones. Como marcos secundarios se localizaron un marco operativo que atiende el problema mediante la distribución de agua en pipas y un marco de atención ciudadana, el cual se basó en el acompañamiento a la sociedad a través de la atención de llamadas telefónicas y líneas de denuncia. También se detectaron marcos ausentes que expliquen las causas profundas que originaron el problema, un marco político que determine las responsabilidades de las instituciones y un marco preventivo de largo plazo que evite futuras crisis.

4.1.3. Análisis de estrategias comunicativas

La retórica de las publicaciones se basó en una narrativa técnica y de rápida acción. Contenidos como “seguimos llevando pipas” o “al día visitamos hasta 13 municipios” se focalizaron en acciones operativas. En cuanto a la intensidad emocional no se localizaron manifestaciones de alarma, dramatización de hechos o confrontación con otros actores. El Gobierno sostuvo un tono sobrio para transmitir estabilidad y solicitar la comprensión de las personas. En tanto las cualidades expresivas mantuvieron una línea discursiva funcional. La narrativa no se basó en elementos subjetivos. En ese sentido, la finalidad de la comunicación fue informativa: dar a conocer el estado del problema y mantener a la sociedad al tanto de las soluciones.

4.2 Chiapas

4.2.1 Análisis de contenido

Durante junio de 2024 se recolectaron 16 mensajes de Facebook y X. La cuenta institucional que orientó el tema fue la del entonces Gobernador del Estado, Rutilio Escandón. En Facebook los 9 mensajes recolectados fueron texto/video y estándar. Cinco se originaron en las “Mesas de Seguridad”. En cuanto a la interacción, se contabilizaron 3,248 reacciones divididas de la siguiente manera: 1,110 me gusta, 685 compartidos, 578 comentarios, 272 me encanta, 226 me enamora, 224 me enoja, 143 me divierte, 14 me entristece y 6 me asombra. En X se publicaron 7 mensajes estándar, 5 en formato texto/video y 2 en texto/fotografía. La interacción presentó un total de 227 reacciones: 112 me gusta, 87 compartidos y 28 comentarios.

En lo que concierne a los actores involucrados, en las publicaciones de Facebook y X se identificaron 34 actores distintos. Los más recurrentes fueron el Gobernador del Estado, Rutilio Escandón, con 15 menciones (8 en Facebook y 7 en X), el “pueblo de Tila” con 13 menciones (7 en Facebook y 6 en X) y las “autoridades de los tres niveles de gobierno” con

8 menciones (5 Facebook y 3 en X). Otros actores señalados fueron el “Gobierno del Estado de Chiapas”, el “Ejército Mexicano”, la “Guardia Nacional” y la “ciudadanía”, mientras que el resto de los actores como fiscalías, secretarías, protección civil, Marina, Policía Estatal y personas detenidas, aparecieron con menor frecuencia en las publicaciones.

El estudio posibilitó identificar cinco tipos de mensajes. En Facebook prevalecieron los informativos/descriptivos con el 44.4% del total, mientras que en X alcanzaron el 57.1%. Estos contenidos comunicaron acciones gubernamentales vinculadas con seguridad, retorno de familias, presencia de autoridades y atención en albergues y programas sociales. Otros mensajes fueron persuasivos/apelativos que constituyeron el 22.2% en Facebook y 28.6% en X. Las publicaciones fueron exhortos a la población para mantener la paz, la unidad y la colaboración. Los contenidos defensivos/legitimadores representaron 11.1% en Facebook y 14.3% en X, refiriéndose a la coordinación de las autoridades y la protección de derechos humanos. Las publicaciones propagandísticas y narrativas sólo aparecieron en Facebook con el 11.1% cada uno, destacando el compromiso institucional, el diálogo con la comunidad y el proceso de retorno.

4.2.2 Análisis de framing

El conflicto en Tila es formulado como un episodio de alteración de la paz. Los mensajes se enfocan en presentar la crisis como una perturbación al orden público que obligó a las personas a salir de sus casas. El problema no se narra sólo como un asunto de desplazamiento, sino como el imperativo de establecer la paz y la tranquilidad. El encuadre sugiere que las causas de la crisis de seguridad son históricas y de carácter agrario, pero no se atribuye responsabilidad a alguien en específico. Los mensajes señalaron que la violencia era resultado de algo que ocurría desde 1960, pero no explicaron las causas profundas.

Las narrativas indican que hubo “actos de violencia”, “abusos” y “desmanes”, por lo que el gobierno actuará y castigará a quienes cometieron los delitos. La responsabilidad se traslada a un actor genérico e impersonal: “quienes cometieron actos de violencia” o “quienes estén fuera de la ley”. El análisis detectó juicios morales en dos líneas. La primera

es la reprobación de la violencia al calificarla como inadmisible en un Estado de Derecho. La segunda es la valoración positiva de la paz y la unidad que legitima el orden del Estado y deslegitima las acciones violentas. Los mensajes apelan al restablecimiento del orden social: “vivamos en paz”, “estemos unidos”, “armonía” y “tranquilidad”.

Entre las soluciones al problema se detectaron acciones relacionadas con la seguridad, como es la coordinación de los tres órdenes de gobierno o el aseguramiento de seis presuntos responsables. Otra solución fue la humanitaria, la cual abarcó el retorno de las personas a sus hogares, la instalación de albergues, la distribución de apoyos federales y las caravanas de atención.

En lo que respecta al marco dominante, prevaleció la narrativa sobre el restablecimiento de la paz y la seguridad, el cual ubicó al Estado como el actor que garantiza estabilidad social. En los marcos secundarios se observó un marco social y humanitario, focalizado en destacar la atención social. Otros marcos secundarios fueron el problema histórico del conflicto y la narrativa que invitaba a la población a vivir en paz. Como marcos ausentes están las causas estructurales de la crisis de seguridad, no se explican los orígenes agrarios, políticos o económicos, y tampoco se hace referencia al papel que jugó en la generación de la violencia el crimen organizado.

4.2.2 Análisis de estrategias comunicativas

Los mensajes presentaron una retórica centralizada en la reconciliación social. Por ejemplo, frases como “felicitamos al pueblo de Tila”, “nos da gusto constatar” o “les enviamos un abrazo” refuerzan la retórica sobre la unidad. En la intensidad emocional de la comunicación imperó un tono afectivo que invitaba a las personas a ser fuertes, solidarias y mantener la tranquilidad. En escasos mensajes, el tono fue más intenso al asegurar que los hechos no quedarían impunes. En las cualidades expresivas del mensaje, aparecieron conceptos relacionados con el trabajo, la pacificación y acciones institucionales. El estilo comunicativo fue empático y se enfocó en el rol del Estado: “les externamos”, “les enviamos”, “estamos pendientes” o “no quitaremos el dedo del renglón”.

4.3 Guanajuato

4.3.1 Análisis de contenido

Fueron registradas 9 publicaciones durante el mes observado sobre el ataque armado en Irapuato. Las cuentas instituciones que dieron mayor importancia al tema fueron el perfil de la Gobernadora del Estado de Guanajuato, Libia Dennise García Muñoz; la Secretaría de Seguridad y Paz; la Fiscalía General del Estado de Guanajuato y Lorena Alfaro García, Presidenta Municipal de Irapuato. En Facebook, los 5 contenidos recolectados correspondieron a texto/fotografías, texto, texto/video y texto/infografía, todos difundidos en formato estándar. El total de interacciones fue de 4,335, distribuidas de la siguiente manera: la Gobernadora 2,360 interacciones; la Presidenta Municipal de Irapuato 1,558; la Fiscalía General del Estado 352 y la Secretaría de Seguridad y Paz 65. En la red social X, las 4 publicaciones fueron estándar confeccionadas como texto/fotografías, texto, texto/infografía y fotografías. El total de interacciones alcanzó las 292, de las cuales 165 correspondieron a la Gobernadora del Estado, 63 a la Presidenta Municipal de Irapuato, 54 a la Fiscalía General del Estado y 10 a la Secretaría de Seguridad y Paz.

Fueron identificados 34 actores involucrados en los mensajes de las cuatro fuentes analizadas. La Gobernadora Libia Dennise García Muñoz registró un total de 8 actores (5 en Facebook y 3 en X), entre los cuales destacaron la propia “Gobernadora” el “Gobierno del Estado de Guanajuato”, el “Grupo de Inteligencia Operativa” y la “ciudadanía”. La Secretaría de Seguridad y Paz del Estado de Guanajuato acumuló 18 actores en total (2 en Facebook y 16 en X), siendo la propia Secretaría el único actor mencionado en esta última plataforma. La Fiscalía General del Estado concentró 14 actores (7 en Facebook y 7 en X), con menciones a la “Fiscalía”, “ciudadanía”, “personas fallecidas”, “personas lesionadas”, “víctimas”, “familias” y “responsables (asesinos)”, todas con una mención. Por último, la Presidenta Municipal de Irapuato, registró 10 actores (5 en Facebook y 5 en X), como fueron la “Gobernadora del Estado”, la propia alcaldesa, “familias”, la “Fiscalía General del Estado” y “fuerzas federales”.

Por lo que respecta al tipo de mensajes, en el caso de Facebook del total de las publicaciones realizadas por las cuatro fuentes institucionales el 60 % correspondió a mensajes de tipo persuasivo/apelación, principalmente los emitidos por la Gobernadora del Estado y la Presidenta Municipal de Irapuato, centrados en reafirmar su compromiso ante los hechos. En tanto un 20 % fue informativo/descriptivo, el comunicado de la Fiscalía General del Estado de Guanajuato con datos sobre víctimas, lesionados y avances sobre la investigación. El 20% restante correspondió a mensajes propagandísticos como el contenido de la Secretaría de Seguridad y Paz orientado a reforzar la narrativa del “Gobierno de la Gente”. En X, el 75% de los mensajes fueron persuasivos/apelativos, para reafirmar la coordinación intergubernamental, la prioridad de la seguridad y la continuidad de las estrategias. El 25% restante correspondió a contenidos informativos/descriptivos. La tendencia dominante también fue la emisión de mensajes orientados a la reafirmación del compromiso institucional y la respuesta gubernamental.

4.3.2 Análisis de framing

Las narrativas institucionales definieron el ataque armado como “lamentables hechos”. La comunicación política presentó esta crisis desde la gravedad del ataque que “conmueve e indigna a todos” y como una situación que atenta contra “la vida, la seguridad y la paz social”. Fue un acontecimiento que afecta el orden público, y que representa un reto para el Estado. El problema fue enmarcado como una amenaza a la paz social.

Respecto a las causas de los sucesos violentos, la narrativa evita hablar de orígenes históricos, sociales, económicos o políticos. La única atribución directa se encuentra en la publicación de la Fiscalía General del Estado, en donde se afirma que el crimen fue cometido por individuos responsables, cuya identidad está siendo investigada. La causa se reduce a “quienes perpetraron estos infames hechos”. No hay narrativas que vinculen el ataque con conflictos armados, disputas entre bandas rivales, la presencia del narcotráfico, fallas institucionales o desigualdades estructurales. No se mencionan grupos, organizaciones o personas específicas como responsables. Las autoridades aparecen como responsables de atender la situación de forma coordinada.

El discurso institucional integra juicios morales que condenan el ataque, el cual es calificado como “infame”, “lamentable” y contrario a la paz social. En este marco también se encuentran mensajes de solidaridad con las personas afectadas y la presentación del Estado como el actor moralmente legítimo para detener y castigar a los criminales. La narrativa promete que no habrá impunidad. Para lograrlo, el discurso privilegia el uso de la fuerza, la realización de operativos, la coordinación entre gobiernos, la investigación científica y las acciones del Grupo de Inteligencia Operativa.

El marco dominante se organizó en torno a una narrativa de seguridad y coordinación institucional. El gobierno aparece como un actor firme, articulado y responsable. Las acciones se planean en Mesas de Seguridad con la cooperación de los tres niveles de gobierno. Como marcos secundarios se ubican los mensajes que llaman a la unidad y a trabajar por un “Guanajuato en Paz”. Los contenidos carecen de marcos explicativos sobre las causas que originaron el ataque armado. Los marcos ausentes omiten señalar causas profundas del problema, como el crimen organizado, el tráfico de drogas o la desigualdad social. No existe reconocimiento de responsabilidad institucional, por lo que las víctimas y la sociedad aparecen solamente como destinatarios de mensajes solidarios.

4.3.3 Análisis de estrategia comunicativa

La retórica utilizada parte de un discurso focalizado en acciones de firmeza ante los hechos violentos y estrategias que refuerzan la determinación del Estado para actuar, con referencias continuas sobre la coordinación entre los tres niveles de gobierno: “no bajaremos la guardia”, “seguiremos trabajando con inteligencia” o “redoblamos esfuerzos”. En lo que respecta a la intensidad emocional se registran llamados a la unidad y empatía con las víctimas, pero también otras intensidades emocionales de rechazo y condena sobre el acontecimiento: “lamentables hechos”, “trágico suceso” o “infames hechos”.

Las cualidades expresivas de los contenidos abordan el problema con un lenguaje técnico-administrativo. Por ejemplo, la fiscalía describe el hecho y el proceso de investigación, pero también se presenta la comunicación digital que utiliza frases motivacionales y

elementos simbólicos sobre la responsabilidad pública. El objetivo comunicativo es reiterar la capacidad del Estado para enfrentar la violencia y alcanzar a paz, informar sobre las acciones y posicionar a las autoridades como actores sensibles, cercanos a las personas.

Desde esta perspectiva, las estrategias comunicativas que fueron identificadas en estos casos describen las formas narrativas utilizadas por los actores públicos y políticos, pero también posibilitan inferir una orientación común de las instituciones para legitimar las medidas gubernamentales adoptadas para contener la crisis, privilegiando la comunicación vertical sobre la comunicación horizontal y dialógica.

4.4. Análisis comparativo: Nuevo León, Chiapas y Guanajuato

El estudio reveló que los tres casos analizados presentaron convergencias y divergencias en los mecanismos de comunicación política empleados en los espacios digitales. En los tres casos se analizaron 102 publicaciones en Facebook y en X, en donde se contabilizaron 239,912 reacciones y fueron mencionados 72 actores vinculados a la problemática social. Nuevo León registró la mayor cantidad de publicaciones (77) y la institución que marcó la comunicación política fue el perfil del Gobierno del Estado. La mayoría de las narrativas fueron informativas y descriptivas sobre acciones técnicas-operativas. Las reacciones fueron elevadas en Facebook. Chiapas a través de las redes sociales del titular del Poder Ejecutivo publicó 16 contenidos, la mayoría de carácter informativo, que expusieron la coordinación de acciones de seguridad, con un nivel de interacción moderado. En Guanajuato cuatro actores institucionales dirigieron la comunicación política del caso. Fueron contabilizados 9 mensajes, en su mayoría persuasivos y apelativos, enfocados en reafirmar el compromiso institucional frente a la violencia. La interacción se concentró en los perfiles de la Gobernadora del Estado y la alcaldesa de Irapuato.

En cuanto al *framing*, los marcos dominantes de los tres casos fueron diferentes por la naturaleza de los hechos. En Nuevo León el marco se centralizó en narrativas técnicas y operativas. En Chiapas el marco principal se enfocó en la restauración de la paz y la seguridad en Tila, con marcos secundarios con narrativas de moralidad. En Guanajuato, el marco

dominante fue el discurso de seguridad y coordinación institucional, el cual se complementó con un marco moral de condena y llamado de unidad. Los tres casos presentaron ausencia de marcos para explicar a profundidad las causas de las crisis sociopolíticas. Aunque se mencionan actores periféricos como gobiernos anteriores o conflictos históricos, no hay atribuciones directas de responsables externos o institucionales.

Las estrategias comunicativas mostraron diferencias en tono y estilo. Por ejemplo, en Nuevo León se empleó una retórica sobria, informativa y operativa, con baja carga emocional. En Chiapas se observó una mezcla entre narrativas afectivas y conciliadoras, con contenidos que priorizaron acciones institucionales para pacificar la zona en conflicto. En Guanajuato se priorizó una retórica de seguridad y estrategia, con alta intensidad emocional para condenar la agresión armada. Fue utilizado un lenguaje técnico y administrativo, con expresiones empáticas hacia la población.

La aplicación comparativa de las categorías analíticas posibilitó visibilizar patrones comunes y variaciones contextuales en los tres casos. El resultado, mostró que a pesar de que los hechos analizados son diferentes, las respuestas comunicativas convergen en marcos que despolitizan los problemas a través de estrategias orientadas a estabilizar el orden social más que a explicar o atender causas estructurales que dieron origen a los conflictos.

CONCLUSIONES

El presente estudio permitió identificar la forma mediante la cual 6 instituciones y actores políticos de tres entidades federativas de México enfrentaron a través de las redes sociales digitales diversas crisis sociopolíticas. Las autoridades pusieron en marcha diversos mecanismos para definir los hechos y difundir su visión institucional. En estos contextos de tensión, apareció un imperativo gubernamental para informar sobre sus actividades operativas y colocar por encima de la crisis su función administrativa: operativos, programas y tácticas de legitimación.

La naturaleza de cada uno de los casos orientó a los gobiernos a establecer modos específicos de comunicación política. Las crisis se definieron como hechos que estuvieron bajo control del Estado. Para lograrlo, se registró un patrón general: la idea de atención

inmediata al conflicto. En este sentido, si bien hubo reacciones de la sociedad en las redes, la comunicación digital fue unidireccional. Las personas que participaron en los contenidos fueron simples observadoras de la comunicación política sin posibilidad de interactuar con las autoridades.

Los mensajes, videos, conferencias/mesas matutinas o discursos en actos públicos aparecieron como respuesta a la crisis sociopolítica, no como parte de una planeación o programa preventivo. Esta reiteración comunicativa intentó evitar vacíos informativos y que las inconformidades en línea escalaran a otro tipo de conflicto social.

El análisis de marcos demostró que este patrón comunicativo despojó a los problemas sociales de sus formas políticas, en la medida en que, como se registró en los tres casos estudiados, los encuadres dominantes priorizaron narrativas informativas o técnicas y omitieron de forma sistemática causas históricas o estructurales de los problemas. La transparencia comunicativa se centró en los acontecimientos inmediatos y en las acciones institucionales, dejando en opacidad el origen social y político de los conflictos. La invisibilidad de los responsables diluyó los vínculos que pudieran existir con el sistema político.

Las tres crisis sociopolíticas se presentaron como acontecimientos espontáneos. Esta idea permitió a las autoridades comunicar de forma simbólica que la estabilidad de los problemas sociales dependerá no sólo de la intervención del Estado, sino también de la unidad de la sociedad. Este patrón comunicativo convirtió a la sociedad civil en responsable indirecta de la solución de las crisis, particularmente a través de publicaciones que apelaron a la unidad social y a la colaboración ciudadana, identificados de manera recurrente en el análisis de contenido y de *framing*. Por lo tanto, los mensajes no dieron respuesta a las exigencias de las personas, sino a los intereses de las autoridades gubernamentales. Es decir, si bien los receptores de tales contenidos fueron los usuarios de redes sociales digitales, los mensajes estaban configurados para comunicar lo que las autoridades querían informar.

Los resultados fortalecen la validez de aproximaciones teóricas para estudiar casos en entidades federativas, a través del análisis de la comunicación política en escenarios de crisis y las tácticas que utiliza el sistema político en las redes sociales digitales para definir y orientar la representación de los problemas sociales.

Los hallazgos de la investigación muestran que el despojo del carácter político y la opacidad de las causas de las crisis sociopolíticas no funcionan solamente como acciones comunicativas coyunturales, sino como patrones recurrentes que las instituciones públicas y políticas utilizan en las redes sociales digitales para dar sentido simbólico a los conflictos. Al construir contenidos focalizados en las propias instituciones y hacer corresponsables a las personas de los problemas a través de la unidad social, las autoridades tienden a presentar las crisis como hechos excepcionales carentes de orígenes. El resultado es la invisibilidad del debate al focalizar las respuestas al problema en marcos técnicos, administrativos o morales.

Estas prácticas comunicativas están diseñadas para instalar en un corto plazo en la opinión pública la idea de que las crisis se solucionan de manera rápida y colaborativa. Sin embargo, al anular frecuentemente el reconocimiento de que los problemas tienen un origen más profundo, político y estructural —como se constató en la ausencia de marcos que explicaran las causas en los tres casos—, estas estrategias comunicativas pueden contribuir a la perduración de problemas no resueltos. Más que resolver las crisis sociopolíticas de fondo, las narrativas observadas tienden a posponer su problematización pública, lo que limita la construcción de condiciones comunicativas orientadas a la legitimación institucional y a la atención de escenarios de conflicto.

TRABAJOS CITADOS

- Bell, D. (1991). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Alianza.
- Benedictis-Kessner, J. (2022). Strategic government communication about performance. *Political Science Research and Methods*, 10(3), 601–616. <https://doi.org/10.1017/psrm.2021.7>
- Canel Crespo, M. J. (2006). *Comunicación política: Una guía para su estudio y práctica*. Tecnos.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: Una visión global*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza Editorial.

- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Chavero, P. (2018). Mediatización de la política en los nuevos gobiernos latinoamericanos: de la confrontación a la reconciliación. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 2(8), 119–128. <https://doi.org/10.15304/ricd.2.8.5149>
- Cobarrubias González, I. (2016). Problemas y paradojas recientes de la democracia: El regreso de la ingobernabilidad, el aumento de la gobernanza y más allá. *Argumentos. Estudios Críticos de la Sociedad*, (80), 35–57. <https://argumentos.xoc.uam.mx/index.php/argumentos/article/view/93s>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2025). *Informe de la pobreza multidimensional en México, 2022*. https://www.coneval.org.mx/InformesPublicaciones/Paginas/Mosaicos/Informe_Pobreza_Multidimensional_2022.aspx
- Córdoba, M. L. (2015). Espacio público y mediatización: aportes para un abordaje sociopolítico. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 11(21), 58–67. <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/181>
- Crovi Druetta, D. M. (2008). Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC. *Contratexto*, (16), 65–79. <https://doi.org/10.26439/contratexto2008.n016.784>
- De la Torre de Lara, Ó. A. (2020). *Conflictos socioambientales y defensa del territorio en México*. *Revista da Faculdade de Direito da UFG*, 44(2), 1–23. <https://doi.org/10.5216/rfd.v44i2.64245>
- Deslauriers, J. P., & Gómez Mendoza, M. Á. (1996). Investigación cualitativa: definición y ámbito. *Prospectiva. Revista de Trabajo Social e Intervención Social*, (3), 7–30. <https://doi.org/10.25100/prts.v0i3.13717>
- Easton, D. (2001). *Esquema para el análisis político*. Amorrortu.
- Environmental Justice Atlas (EJAtlas). (s.f.). Crisis del agua en la Zona Metropolitana de Monterrey, México. Recuperado de <https://ejatlas.org/print/crisis-del-agua-en-la-zona-metropolitana-de-monterrey-mexico>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. University of Chicago Press.
- Espinoza, A., & Piña García, C. A. (2023). Propaganda and manipulation in Mexico: A programmed, coordinated and manipulative “Pink” campaign. *Journalism and Media*, 4(2), 578–598. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4020037>

- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press.
- Figueroa, P., Silva, J., Leiva, H., Rojas, S., & Catalán, F. (2021). Cinco dimensiones de la crisis en América Latina (1990–2021). *Política. Revista de Ciencia Política*, 59(2), 33–59. <https://doi.org/10.5354/0719-5338.2021.64992>
- Gelders, D., Bouckaert, G., & van Ruler, B. (2007). Communication management in the public sector: Consequences for public communication about policy intentions. *Government Information Quarterly*, 24(2), 326–337. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2006.06.009>
- Goffman, E. (2006). *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Gómez-Abarca, C. de J. (2024). Protestas y desmovilización social en Chiapas (2018-2021) en el marco de la Cuarta Transformación y la contingencia por COVID-19. *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 19, e689. <https://doi.org/10.22201/cimsur.18704115e.2024.v19.689>
- Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública: La transformación estructural de la vida pública*. Gustavo Gili.
- Hernández, C. N., & González, N. J. A. (2025). El discurso político de la desinformación en el contexto de la pandemia por covid-19 en México. En J. Haidar, M. E. Flores Treviño, K. M. Cárdenas Almanza, & N. A. Rosanía Maza (Coords.), *Miradas discursivas en una sociedad compleja* (Vol. 1, pp. 35–48). Editorial Biblos.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29(2), 105–134. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>
- Howard, P. N., & Woolley, S. C. (Eds.). (2018). *Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media*. Oxford University Press.
- Human Rights Watch. (2025). *Informe mundial 2025: México*. <https://www.hrw.org/es/world-report/2025/country-chapters/mexico>
- INEGI. (2021). *Cuentas de los ecosistemas de México: Resultados del proyecto Natural Capital Accounting and Valuation of Ecosystem Services (NCAVES)*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/investigacion/cem/doc/docNCAVES.pdf>

- INEGI. (2025). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), 2024. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/endutih/ENDUTIH_24_RR.pdf
- Islas Carmona, J. O. (2015). La ecología de los medios: Metadisciplina compleja y sistémica. *Palabra Clave*, 18(4), 1057–1083. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.4.5>
- Latinobarómetro. (2024). *Latinobarómetro informe 2024: La democracia resiliente*. <https://www.latinobarometro.org/documents/latinobarometro-informe-2024.pdf>
- Kurban, C., Peña-López, I., & Haberer, M. (2017). What is technopolitics? A conceptual schema for understanding politics in the digital age. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, (24), 3–20. <https://doi.org/10.7238/idp.v0i24.3061>
- Marian, M., Pérez, R. L., Reed, E., Hurst, S., Lundgren, R., McClain, A. C., & Barker, K. M. (2025). Exploring the use of social media for activism by Mexican nongovernmental organizations using posts from the 16 days of activism against gender-based violence campaign: Thematic content analysis. *JMIR Infodemiology*, 5, e67368. <https://doi.org/10.2196/67368>
- Martínez-Canales, L. A. (2023). “¡No es sequía, es saqueo!” Propaganda y movimiento social durante la crisis hídrica en Monterrey, México, desde el sentido común de Gramsci. *Transdisciplinar. Revista de Ciencias Sociales del CEH*, 3(5), 130–172. <https://doi.org/10.29105/transdisciplinar3.5-74>
- McNair, B. (2011). *An introduction to political communication*. Routledge
- Medina Parra, R. I. (2023). Derechos humanos en contextos de alta violencia: percepción de observancia de los operadores jurídicos de Matamoros, Tamaulipas. *Revista Mexicana De Ciencias Políticas Y Sociales*, 69(250). <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2024.250.79834>
- Morales Flores, H., & Valdivia Dounce, T. (2023). Empresas, megaproyectos y poder frente a los derechos indígenas: casos zapoteco de Oaxaca y guarijío de Sonora, México. *Anales de Antropología*, 57(1), 123–135. <https://doi.org/10.22201/iaa.24486221e.2023.82083>
- Morales Viana, E., & Vadillo Polo, R. (Coords.). (2025). *Travesías forzadas: Desplazamiento interno en México 2024*. Universidad Iberoamericana / ACNUR. <https://ibero.mx/sites/all/themes/ibero/descargables/derechosHumanos/2025/informe-travesias-forzadas-desplazamiento-interno-en-mexico-2024.pdf>

- Muñiz, C. (2020). El framing como proyecto de investigación: una revisión de los conceptos, ámbitos y métodos de estudio. *Profesional de la Información*, 29(6), e290623. <https://doi.org/10.3145/opi.2020.nov.23>
- Negrete Huelga, K. (2022). Comunicación en el gobierno: lo gubernamental y lo público en la transformación de la relación con el ciudadano. *Sintaxis*, 8, 100–112. <https://doi.org/10.36105/stx.2022n8.07>
- Nelson, T. E., Clawson, R. A., & Oxley, Z. M. (1997). Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance. *American Political Science Review*, 91(3), 567–583. <https://doi.org/10.2307/2952402>
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge University Press.
- Observatorio Ciudadano Irapuato ¿Cómo Vamos? (2025). *Reporte de incidencia delictiva Irapuato junio 2025*. Recuperado de <https://irapatocomovamos.org/2025/07/30/reporte-de-incidencia-delictiva-irapuato-junio-2025/>
- Pew Research Center. (2014, 6 de noviembre). Crime and corruption top problems in emerging and developing countries. <https://www.pewresearch.org/global/2014/11/06/crime-and-corruption-top-problems-in-emerging-and-developing-countries/>
- Prats i Català, J. O. (2003). El concepto y el análisis de la gobernabilidad. *Instituciones y Desarrollo*, (14–15), 239–269.
- Ramírez Zaragoza, M. Á. (coord.). (2016). *Movimientos sociales en México: Apuntes teóricos y estudios de caso*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Rincón Morera, A. (2024). Feminicidios en México y la performatización moral de las violencias. *Revista Mexicana de Sociología*, 86(4), 841–870. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2024.4.62664>
- Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, 2(3), 96–111. Recuperado de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>
- Samaniego Sánchez, A. (2023). Comunicación política y conflicto en México: las Mañaneras y la construcción de los adversarios en la administración de Andrés Manuel López Obrador. *Más Poder Local*, 54, 76–95. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.189>
- Sandoval-Almazán, R., Negrete Huelga, K., & Valle-Cruz, D. (2024). Social media and political debates: The case of the State of Mexico election. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 8(CSCW2), 1–18. <https://doi.org/10.1145/3657054.3657251>

- Soledispa-Lucas, F. F., & Murillo-Delgado, I. G. (2020). La globalización y las tecnologías de la información y comunicación: Artículo de revisión bibliográfica. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 3(6), 105–118. <https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/21>
- Strate, L. (2017). *Media Ecology: An Approach to Understanding the Human Condition*. Peter Lang.
- Transparency International. (2019). Global Corruption Barometer – Latin America & the Caribbean 2024: People and corruption survey results. Transparency International. <https://www.transparency.org/en/gcb/latin-america/latin-america-and-the-caribbean-x-edition-2019>
- Transparency International. (2024). *Corruption Perceptions Index 2023* (ISBN 9783960762508) [Informe]. <https://www.transparency.org/en/cpi/2023/index>
- Treré, E. (2013). #YoSoy132: la experiencia de los nuevos movimientos sociales en México y el papel de las redes sociales desde una perspectiva crítica. *Educación Social. Revista de Intervención Socioeducativa*, 55, 112–121. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/EducacioSocial/article/download/271048/377309>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Valdez Franco, S., Marañón Lazcano, F. de J., & Barrientos Urbina, R. (2024). La personalización en la comunicación política. Caso Samuel García y sus primeros 100 días de gobierno a través de Instagram. *EIRENE. Estudios de Paz y Conflictos*, 7(13), 251–284. <https://doi.org/10.60305/eirene.vi13.270>
- Valdés Vega, M. E. (2022). Comunicación política y legitimidad en el gobierno de Andrés Manuel López Obrador (2018–2021). *Polis*, 18(2), 7–38. <https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/polis/2022v18n2/Valdes>
- Van Leeuwen, T. (2007). *Legitimizing Authority: The Discursive Construction of Power*. Palgrave Macmillan.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.
- Verón, E. (2015). Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 20, 173–182. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2015.v20.50682
- Visacovsky, S. E. (2021). Las crisis sociales: problemas en torno a la experiencia y narración de la temporalidad y la imaginación del futuro. En M. M. Di Virgilio & M. D. Perelman (Coords.), *Desigualdades urbanas en tiempos de crisis* (pp. 33–54). Universidad Nacional del Litoral.

Yanagizawa-Drott, D. (2014). Propaganda and conflict: Evidence from the Rwandan genocide. *Quarterly Journal of Economics*, 129(4), 1947–1994. <https://doi.org/10.1093/qje/qju020>