



**“REDES SOCIALES MEDIOS DE
COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA:
CONSTRUCCIÓN E INFLUENCIA EN LA
AGENDA PÚBLICA”**

Eva Sander González

1ª edición, 2025, Redes sociales medios de comunicación y opinión pública: construcción e influencia en la agenda pública.

D. R. © 2025, Movimiento Ciudadano

Louisiana 113, esq. Nueva York, Col. Nápoles, Alcaldía de Benito Juárez, 03810, Ciudad de México www.movimientociudadano.mx

Todos los derechos reservados conforme a la ley

Hecho en México / Made in Mexico

“Redes sociales medios de comunicación y opinión pública: construcción e influencia en la agenda pública” es una publicación de Movimiento Ciudadano (Louisiana 113, esq. Nueva York, Col. Nápoles, Alcaldía de Benito Juárez, 03810, Ciudad de México). Los artículos, documentos e investigaciones publicados son responsabilidad de sus autoras y autores. Movimiento Ciudadano, sus órganos directivos y ejecutivos son ajenos a las opiniones aquí presentadas; esta edición es una obra lanzada para estimular el conocimiento socioeconómico y político de nuestro entorno y su problemática (nacional y regional), sus derechos y obligaciones, así como para generar un diálogo sobre los avances y los retos de la participación y la representación política de la ciudadanía; el objetivo final de la obra consiste en comprender y elaborar propuestas de solución para las problemáticas detectadas. Su distribución es gratuita y no tiene fines de lucro.

**REDES SOCIALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA:
CONSTRUCCIÓN E INFLUENCIA EN LA AGENDA PÚBLICA**

Eva Sander González

Sobre la autora

Eva Sander González es investigadora y diseñadora social cuyo trabajo se sitúa en la intersección de la comunicación digital, la innovación social y la gobernanza democrática. Licenciada en Estudios Internacionales por la Universidad de Monterrey (UDem), completó en 1997 un Diploma sobre México Contemporáneo en El Colegio de México, con énfasis en gobierno, políticas públicas y democracia. Su formación de posgrado inició en 1998 en la Universidad de Carleton (Canadá), bajo la dirección de Leslie Regan Shade, con la tesis "The Cybernatization of the Zapatista Movement: Intellectuals, Information and Change", centrada en redes digitales emergentes, flujos de información transnacional y transformación política —trabajo que anticipó los debates centrales de la comunicación política contemporánea y se cursó el Diplomado en Análisis Político del Tec de Monterrey en el 2000. En 2023 obtuvo un Certificado en Diseño de Futuros en CENTRO, y en 2024 concluyó en esa misma institución la Especialidad en Diseño para la Innovación Social, programa que integra investigación-acción, pensamiento sistémico, teoría del cambio y prospectiva estratégica.

Su trayectoria como comunicadora arrancó en los 90s, cuando las notas aún se tecleaban en máquina de escribir y se enviaban por fax. Atravesó en tiempo real y desde adentro todas las transformaciones del ecosistema mediático que este artículo analiza: de la prensa al web, de la radio a la televisión, de los portales digitales a las redes sociales. Fue pionera en la transición digital del periodismo mexicano: redactó el primer manual de estilo web para Grupo Reforma y publicó la primera entrevista realizada vía correo electrónico en portada de un diario nacional. A lo largo de más de tres décadas ha diseñado estrategias de comunicación, campañas y proyectos para Cemex, Scotiabank, American Express, Pfizer, Televisa, Expansión y CNN en Español, entre otras organizaciones e instituciones.

Como emprendedora social, participó en el lanzamiento de Citivox —plataforma cívica de tecnología para el desarrollo—, cofundó Zenda.la —*insurtech* de cobertura accesible para jóvenes— y Accountability Lab México, organización que transforma las

prácticas de datos abiertos, transparencia y participación ciudadana. Dirigió el equipo de consultoría de Ondore, startup de herramientas de inteligencia artificial para gestión de reputación digital. Ha colaborado como consultora con empresas e instituciones como Google, Twitter, la GIZ, el Departamento de Estado de los Estados Unidos, el Banco Mundial, el Congreso de la Unión, la Ciudad de Monterrey y el Gobierno del Estado de Nuevo León. Ha sido invitada por universidades como el Tec de Monterrey, CEDIM, UVM, ITESO, Universidad Anáhuac, Universidad Iberoamericana, Universidad de la Calabria, Universidad Panamericana, Tec Milenio, Universidad Regiomontana, ELISAVA entre muchas otras como tallerista, ponente y profesora invitada.

Actualmente dirige Reforestación Extrema y La Combi Rosa, iniciativa #Food4Change que utiliza la gastronomía social con un enfoque regenerativo y ecosistémico, articulando alimentación, cuidado y comunidad como herramientas de transformación social. Conduce investigación sobre sistemas alimentarios como infraestructuras socioecológicas de cuidado y bien común, integrando herramientas digitales con marcos de conocimiento situado e inteligencia artificial con límites éticos explícitos.

Resumen

El presente artículo analiza la transformación del ecosistema mediático mexicano entre 2012 y 2025, con énfasis en la relación entre medios de comunicación tradicionales, redes sociales y formación de la opinión pública. A partir de una revisión documental y del análisis de diversos estudios de caso, se examinan los mecanismos mediante los cuales la información circula, se jerarquiza y adquiere relevancia en la agenda pública. El trabajo retoma aportaciones teóricas sobre *agenda-setting*, *framing*, polarización, desinformación y algoritmos digitales para explicar cómo las plataformas tecnológicas han modificado las dinámicas de comunicación política y participación ciudadana. La investigación sostiene como hipótesis central que la polarización constituye el eje articulador de fenómenos como la desinformación, las burbujas informativas, la erosión de la confianza institucional y el debilitamiento de la deliberación democrática. A través del análisis de casos emblemáticos, como #YoSoy132, Ayotzinapa, las conferencias mañaneras, la campaña contra el INE, el movimiento feminista, el Tren Maya y la irrupción de la inteligencia artificial, se muestra cómo los incentivos del ecosistema digital favorecen contenidos emocionales y confrontativos. Finalmente, se argumenta que el fortalecimiento de la democracia requiere no solo mecanismos de regulación y verificación de información, sino también la construcción de narrativas, prácticas periodísticas y espacios de participación que amplíen la capacidad de deliberación y la imaginación democrática de la ciudadanía.

Palabras clave

Redes sociales, opinión pública, agenda pública, polarización política, desinformación, medios de comunicación, democracia digital, participación ciudadana, algoritmos, comunicación política.

Redes sociales, medios de comunicación y opinión pública: construcción e influencia en la agenda pública

Contenido

Siglas y acrónimos

I. Introducción

II. Justificación de la investigación

III. Objetivos de la investigación

IV. Planteamiento y delimitación del problema

Delimitación temporal y geográfica

Delimitación metodológica y alcance del estudio

El problema de la medición: limitaciones y márgenes de incertidumbre

V. Marco teórico y conceptual de referencia

La teoría del agenda-setting y sus desarrollos

Encuadre y priming: cómo los medios moldean la interpretación

Polarización: definición, tipos y consecuencias democráticas

Algoritmos, burbujas de filtro y cámaras de eco

Desinformación y su impacto en la confianza democrática

Economía política de los medios: concentración, dependencia y captura

Participación ciudadana, democracia digital y sus límites

Signa_Lab ITESO: investigación sociodigital, legado y aportación metodológica

VI. Formulación de hipótesis

VII. Evidencia cualitativa de las hipótesis

VII.a El ecosistema mediático mexicano: herencia estructural y nuevas lógicas

VII.b La Guardería ABC (2009-2025): encuadre, impunidad y memoria digital

VII.c #YoSoy132 (2012): el primer quiebre del agenda-setting unidireccional

- VII.d Ayotzinapa (2014): la primera crisis de desinformación de la era digital mexicana
- VII.e Jorge Mercado y Javier Arredondo (2010-2023): desinformación estatal, resistencia ciudadana y justicia dilatada
- VII.f El #8M y la agenda feminista (2020-2025): encuadre en disputa, espacio público tomado
- VII.g El sismo de 2017: redes sociales, sociedad civil y los límites de la coordinación digital
- VII.h La campaña de 2018: cristalización de la polarización digital
- VII.i Las mañaneras (2018-2024): agenda-setting presidencial en tiempo real
- VII.j El caso Latinus (2021): guerra informativa y fractura del sustrato fáctico
- VII.k El Tren Maya (2018-2023): infraestructura, territorio y la batalla por el encuadre
- VII.l #ReformaPoliticaYA y el ocaso de Twitter como plaza pública (2011-2024)
- VII.m La campaña contra el INE (2022-2023): desinformación y agotamiento epistémico
- VII.n Royal Caribbean y Mahahual (2023-2025): desinformación ambiental y movilización digital
- VII.o La desaparición del INAI (2024-2025): transparencia, opacidad y el ecosistema informativo
- VII.p TikTok y la campaña de 2024: la nueva frontera de la comunicación política
- VII.q Marcela Turati y ¿A dónde van los desaparecidos?: periodismo de a pie como resistencia epistémica
- VII.r La irrupción de la inteligencia artificial: un nuevo actor en el ecosistema mediático
- VII.s Personalización extrema, confianza delegada y el nuevo mapa de la opinión pública
- VII.t Las Morras Chilangas de Movimiento Ciudadano (2021-2024): comunicación política nativa digital con agenda de género
- VIII. Conclusiones y nueva agenda de investigación
 - Comprobación de la hipótesis de trabajo

Propuestas de política pública y reforma

IX. Bibliografía

Siglas y acrónimos

AMLO	Andrés Manuel López Obrador
Cadhac	Ciudadanos en Apoyo a los Derechos Humanos
CEDIM	Centro de Estudios Superiores de Diseño de Monterrey
CEMDA	Centro Mexicano de Derecho Ambiental
Cemex	Cementos Mexicanos, S.A.B. de C.V.
CNDH	Comisión Nacional de los Derechos Humanos
COVID-19	Coronavirus Disease 2019 (Enfermedad por coronavirus 2019)
DGIRA	Dirección General de Impacto y Riesgo Ambiental
ENDUTIH	Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares
GIEI	Grupo Interdisciplinario de Expertos Independientes
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (Agencia Alemana de Cooperación Internacional)
IFAI	Instituto Federal de Acceso a la Información
IECM	Instituto Electoral de la Ciudad de México
IFT	Instituto Federal de Telecomunicaciones
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social
INAI	Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales
INE	Instituto Nacional Electoral
IPN	Instituto Politécnico Nacional
ITESO	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente
NSO	NSO Group Technologies
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMS	Organización Mundial de la Salud
ONU	Organización de las Naciones Unidas
Pegasus	Software de espionaje desarrollado por NSO Group
Pemex	Petróleos Mexicanos
PRI	Partido Revolucionario Institucional

Profepa	Procuraduría Federal de Protección al Ambiente
PRD	Partido de la Revolución Democrática
RSF	Reporteros sin Fronteras
Scielo	Scientific Electronic Library Online
Semarnat	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
SESNSP	Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública
Tec de Monterrey	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
UDEM	Universidad de Monterrey
UNLP	Universidad Nacional de La Plata
UVM	Universidad del Valle de México
X	Nombre actual de la red social Twitter

*—In memoriam de Rossana Reguillo Cruz,
quien me enseñó a ver lo invisible a través
de muchos ojos.—*

Introducción

Los medios de comunicación y las plataformas digitales son hoy los principales escenarios donde se construye la opinión pública. Esta afirmación, que hace apenas dos décadas habría parecido especulativa, resulta hoy casi un axioma de la vida política contemporánea. En México, como en buena parte del mundo, la pregunta ya no es si los medios influyen en lo que la gente piensa, sino de qué manera exacta lo hacen, con qué consecuencias para la democracia y, sobre todo, a quién beneficia la arquitectura informativa que hemos heredado y la que estamos construyendo.

El punto de partida de esta investigación es una paradoja que define nuestra época: nunca en la historia habíamos tenido acceso simultáneo a tantas fuentes de información, a tal velocidad y con tan bajo costo, y sin embargo la calidad del debate público en México —medida por la capacidad colectiva de construir acuerdos sobre hechos verificados, de deliberar sobre políticas con base en evidencia, de procesar los conflictos sin reducirlos a trincheras identitarias— atraviesa uno de sus momentos más difíciles. Esta paradoja no es un accidente ni una anomalía: es el resultado predecible de un ecosistema mediático cuyos incentivos estructurales favorecen la viralidad sobre la veracidad, la emoción sobre el argumento y la confrontación sobre la deliberación.

El período que esta investigación analiza —grosso modo, la década que va de 2012 a 2025— es el período en que esa paradoja se instaló con toda su fuerza en México. En 2012, el ecosistema mediático mexicano todavía estaba dominado por la televisión abierta:

Televisa y TV Azteca concentraban la mayor parte de la atención informativa de la ciudadanía, y las redes sociales eran un espacio de minorías conectadas, relevante para las élites políticas y periodísticas pero marginal para el conjunto del electorado. En 2025, ese ecosistema es irreconocible. Más de setenta de cada cien usuarios de *internet* en México obtienen noticias de redes sociales (Reuters Institute, 2023); TikTok ha emergido como plataforma de comunicación política en la que el formato del video de segundos compite con el noticiero de veinte minutos; los *podcasts* narrativos llegan a comunidades que los medios impresos nunca alcanzaron; y el gobierno federal ha construido sus propios canales de comunicación masiva directa con la ciudadanía, desintermediando a los medios privados con una eficacia sin precedentes en la historia democrática del país.

Pero esta transformación ha tenido un costo que esta investigación propone examinar con rigor. La misma digitalización que ha democratizado el acceso a la información también ha producido, a través de mecanismos que la literatura académica ha comenzado a documentar con precisión creciente, un ecosistema de polarización, desinformación y erosión de la confianza institucional que amenaza las condiciones mínimas del debate democrático. El argumento central de este trabajo es que la polarización política no es simplemente uno de los síntomas de ese ecosistema: es su eje articulador, el mecanismo a través del cual los algoritmos maximizan la atención, los actores políticos amplifican sus mensajes y la deliberación democrática se deteriora de manera sistemática. Comprender ese mecanismo, con la precisión que la evidencia disponible permite, es el primer paso para desmontarlo.

Esta investigación analiza el papel de los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales en la formación de la opinión pública en México, con particular atención a sus efectos sobre la agenda pública, el debate político y los procesos de participación ciudadana. Se inscribe en una tradición de investigación que va de los estudios clásicos de *agenda-setting* inaugurados por McCombs y Shaw (1972) hasta los análisis más recientes sobre burbujas de filtro, desinformación y polarización afectiva en entornos digitales. Se adopta una metodología cualitativa de revisión y análisis documental y análisis de estudios de caso, con énfasis en la evidencia empírica disponible para el caso mexicano y latinoamericano.

La selección de los casos que se examinan en el cuerpo de la investigación — desde el #YoSoy132 de 2012 hasta la irrupción de la IA generativa en el ecosistema mediático de 2024-2025, pasando por Ayotzinapa, el sismo de 2017, las mañaneras, el caso Latinus, el Tren Maya, el caso de Jorge Mercado y Javier Arredondo y el documental #HastaLosDientes, la campaña contra el INE, el caso Mahahual, la desaparición del INAI, la campaña presidencial de 2024, el trabajo de Marcela Turati y las Morras Chilangas de Movimiento Ciudadano— no pretende ser exhaustiva. Pretende, en cambio, ser ilustrativa de un conjunto de mecanismos que solo se hacen visibles cuando se observan los casos en su secuencia y en su comparación. Ninguno de esos episodios, tomado de manera aislada, revela el patrón completo. Todos juntos, en cambio, dibujan un mapa del ecosistema mediático mexicano contemporáneo que es, al mismo tiempo, un diagnóstico y una agenda de investigación.

La investigación se organiza en nueve secciones. Tras esta introducción, se ofrece la justificación de la investigación y su relevancia; a continuación se formulan los objetivos y el planteamiento del problema, con su metodología y sus límites; después se desarrolla el marco teórico y conceptual; a continuación se presenta la hipótesis central; se ofrece la evidencia cualitativa organizada cronológicamente; y se cierra con conclusiones, una nueva agenda de investigación y una reflexión sobre el papel de la imaginación social en la construcción de alternativas democráticas. La bibliografía completa cierra el documento.

II. Justificación de la investigación

El estudio de la relación entre medios de comunicación, redes sociales y opinión pública no es nuevo, pero sí urgente. La urgencia proviene de una convergencia de factores que, tomados individualmente, podrían parecer manejables, pero que en conjunto configuran un desafío de primer orden para la democracia mexicana. El primero de esos factores es la escala: la velocidad y el alcance con que la información —y la desinformación— circulan en el ecosistema digital contemporáneo no tienen precedente histórico. El segundo es la asimetría de incentivos: los sistemas que producen y distribuyen información están estructurados para recompensar el contenido que genera *engagement*, no el que genera comprensión. El tercero es la fragilidad institucional: México llega a esta transformación con instituciones de regulación mediática débiles, con una cultura del *fact-checking* en construcción y con niveles de desconfianza en los medios que hacen especialmente difícil restablecer las condiciones mínimas de una esfera pública compartida.

Esta paradoja no es accidental. Como argumentan Bennett y Livingston (2018), la desinformación contemporánea no es simplemente el resultado de actores malintencionados o de ciudadanos poco informados: es, en buena medida, el producto estructural de un ecosistema mediático que premia la viralidad por encima de la veracidad, la emoción por encima del argumento y la confirmación de creencias previas por encima de la exposición a perspectivas distintas. En ese ecosistema, la polarización no es un fallo del sistema: es su combustible.

La pandemia de COVID-19 ofreció el laboratorio más brutal disponible para medir las consecuencias de ese ecosistema. La Organización Mundial de la Salud acuñó en febrero de 2020 el término "infodemia" para describir la sobreabundancia de información —incluida la desinformación— que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables cuando más las necesitan (OMS, 2020). La infodemia no fue una metáfora: fue un fenómeno con consecuencias materiales medibles. En México, la circulación masiva de desinformación sanitaria —desde el consumo de dióxido de cloro como cura hasta la negación de la eficacia de las vacunas, pasando por teorías conspirativas sobre el origen del virus— se correlacionó

negativamente con la adhesión a medidas de salud pública, con efectos estadísticamente significativos incluso controlando por nivel educativo (Joseph et al., 2022). Surjatmodjo et al. (2024) han documentado cómo la pandemia de información erosionó la confianza en las instituciones de salud pública de manera que dificultará la respuesta a futuras emergencias sanitarias. Pero la infodemia, como concepto, trasciende la pandemia: la investigación más reciente la ha extendido a los procesos electorales —las "infodémicas electorales" que México vivió en 2021 y 2024— y a cualquier crisis de alta incertidumbre en la que el ecosistema mediático produzca más ruido que señal. La infodemia, en ese sentido ampliado, no es una excepción del ecosistema: es su forma más intensa y su consecuencia más visible cuando los mecanismos de la polarización y la desinformación operan sin contrapesos efectivos.

La precariedad del trabajo periodístico es otra dimensión estructural que alimenta las disfunciones del ecosistema mediático mexicano y que raramente se integra en los análisis sobre calidad de la información. El estudio de Rodelo et al. (2023), basado en una encuesta representativa nacional a 486 periodistas mexicanos como parte del consorcio internacional *Worlds of Journalism*, documenta un panorama que combina vocación con condiciones de trabajo indignas: el 35.2% de los periodistas gana entre 9,000 y 15,000 pesos mensuales, solo uno de cada diez supera los 24,000 pesos, y el 41% debe complementar sus ingresos con una actividad adicional para sostenerse. Las jornadas superan las 50 horas semanales, y la práctica de la cobertura simultánea de múltiples temas —lo que en el argot periodístico se ha comenzado a llamar la figura del "todólogo", el periodista que debe saber de política, economía, cultura, ciencia y deporte con idéntica profundidad y producir en paralelo para texto, audio, vídeo e interactivo— se ha convertido en norma. Rodelo, Minor Montes y Rivera Lugo (2024) identifican que la multitarea y la inestabilidad contractual son los principales predictores de precariedad en el empleo periodístico mexicano, con mayor intensidad en medios digitales locales y regionales que en los grandes consorcios nacionales. Esta arquitectura laboral tiene consecuencias directas sobre la calidad del periodismo: cuando un reportero cubre diez temas distintos en una semana, produce para cinco plataformas simultáneas y cobra menos del salario mínimo profesional, la especialización temática, la verificación rigurosa y el contraste de fuentes —los mecanismos que hacen del periodismo

un contrapeso al poder y un aporte al debate ciudadano— se vuelven aspiraciones difíciles de sostener en la práctica cotidiana.

En ese vacío proliferan los llamados "opinólogos" y creadores de contenido: figuras que, a diferencia del periodista precarizado, no necesitan fuentes verificadas, contraste de perspectivas ni responsabilidad editorial, pero que compiten con ventaja en el ecosistema digital porque su única lógica de producción es el *engagement*. Un opinionólogo de Twitter/X o un creador de contenido político en TikTok no pierde su audiencia si sus afirmaciones son incorrectas, porque sus seguidores no lo consumen por la precisión de sus datos sino por la confirmación afectiva de sus posiciones. Sus incentivos son puramente económicos o de visibilidad personal, orientados por las tendencias virales del momento y no por el deber de contribuir al debate público informado. El resultado es un ecosistema en el que el contenido que más circula con frecuencia no es el más verificado ni el más contextualizado, sino el más emocionalmente resonante para comunidades ya predispuestas a recibirlo. Esto no significa que todo periodismo sea mejor que todo contenido digital no convencional: hay creadores de contenido que producen trabajo riguroso y relevante, y hay periodistas institucionales que reproducen sin cuestionamiento los encuadres del poder. Significa, más precisamente, que las condiciones estructurales del ecosistema mediático mexicano —la precariedad del periodismo profesional y la ausencia de incentivos para la verificación en el contenido digital— producen una distribución de la calidad informativa que no favorece la deliberación democrática.

Para México, la relevancia del tema es especialmente aguda por razones que tienen que ver tanto con la estructura del sistema político como con la del sistema mediático. En el plano político, el país ha atravesado en la última década un proceso de transformación profunda que ha concentrado el poder comunicativo del Estado de maneras sin precedente en el período democrático: las conferencias mañaneras del gobierno de López Obrador acumularon más de 976 millones de vistas en YouTube a lo largo de seis años —el equivalente a 132 días continuos de transmisión presidencial directa sin intermediación mediática (Signa_Lab ITESO, 2024)—. Este fenómeno no tiene precedente en la historia de

la comunicación política mexicana, y sus consecuencias sobre el ecosistema informativo son objeto de análisis en este trabajo.

En el plano mediático, la concentración histórica del sistema televisivo mexicano ha cedido paso a una fragmentación digital que no ha producido, sin embargo, la pluralidad informativa que sus promotores prometían. La evidencia del Reuters Institute (2023) sobre consumo de noticias en México sugiere que la multiplicación de canales ha ido acompañada de una reducción de la diversidad sustantiva de los encuadres disponibles para la ciudadanía: las distintas plataformas y medios tienden a reproducir los mismos marcos interpretativos polarizados, diferenciándose en la afiliación política de esos marcos pero no en su lógica binaria y confrontacional.

Este diagnóstico tiene implicaciones prácticas que van más allá del ámbito académico. Un partido político que quiere construir presencia digital sin reproducir la lógica de la polarización necesita entender cómo funcionan los algoritmos, qué tipos de contenido amplifican y cuáles marginan, y qué estrategias han demostrado eficacia para usar las plataformas digitales con fines que enriquecen en lugar de empobrecer el debate democrático. El caso de las Morras Chilangas de Movimiento Ciudadano, analizado en la sección de evidencia, demuestra que esa combinación es posible: que se puede construir presencia digital masiva, con viralidad y *engagement* genuinos, sin ceder a la lógica del encuadre binario y la hostilidad tribal.

La relevancia social de esta investigación radica en su capacidad de ofrecer un mapa conceptual riguroso de los mecanismos que operan en el ecosistema mediático mexicano. Sin ese mapa, es imposible diseñar políticas públicas eficaces, programas de alfabetización mediática pertinentes o estrategias de comunicación política que fortalezcan, y no erosionen, la democracia. La aportación teórica del trabajo consiste en proponer a la polarización como variable transversal que articula los distintos fenómenos estudiados — *agenda-setting*, *framing*, desinformación, burbujas de filtro— en lugar de tratarlos como fenómenos aislados. Esta perspectiva integradora permite identificar mecanismos comunes y proponer intervenciones sistémicas más eficaces.

Finalmente, la investigación tiene una dimensión que trasciende el diagnóstico: la de la imaginación de alternativas. Un ecosistema mediático polarizado no es un destino inevitable: es el resultado de decisiones —tecnológicas, económicas, institucionales y políticas— que pueden tomarse de otro modo. Proyectos como Periodismo de lo Posible, la innovación periodística de Quinto Elemento Lab, las plataformas de verificación colaborativa de Verificado.mx o las metodologías de análisis sociodigital de Signa_Lab ITESO demuestran que hay actores en el ecosistema mexicano que están construyendo, con sus prácticas cotidianas, las condiciones comunicativas que la democracia necesita. Documentar esas prácticas, extraer de ellas las lecciones generalizables y conectarlas con la literatura académica más relevante es también, en el sentido más concreto del término, una contribución a la democracia.

III. Objetivos de la investigación

El objetivo general de esta investigación es analizar el papel de los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales en la formación de la opinión pública en México, identificando sus efectos sobre la agenda pública, el debate político y los procesos de participación ciudadana, con la polarización como eje analítico transversal.

Formular con precisión los objetivos de una investigación no es un ejercicio burocrático: es un acto de delimitación epistemológica. En un campo tan atravesado por narrativas parciales, por intereses políticos que disfrazan de análisis lo que es propaganda y por la velocidad del ecosistema digital que convierte cualquier dato en munición antes de que pueda ser procesado como evidencia, los objetivos de investigación cumplen una función que va más allá de la guía metodológica. Son, en sentido estricto, un cerco: el conjunto de preguntas precisas que define qué entra al análisis y qué queda fuera, qué se puede afirmar con la evidencia disponible y qué no, qué conexiones causales están justificadas y cuáles son especulación. En un ecosistema que fabrica certezas con la velocidad de un *tweet*, la investigación académica que reconoce sus límites con honestidad es, también, un acto político.

El primero de los objetivos específicos es describir los mecanismos teóricos mediante los cuales los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, influyen en la jerarquización de temas en la agenda pública, con especial atención a la teoría del *agenda-setting* y sus desarrollos posteriores. Este objetivo no parte de cero: parte de una tradición de investigación de más de cincuenta años que ha documentado con rigor creciente cómo los medios moldean no solo lo que la ciudadanía piensa sino sobre qué piensa. Aplicar esa tradición al contexto mexicano contemporáneo, con sus especificidades de concentración mediática, polarización política y explosión de plataformas digitales, es el trabajo conceptual que esta investigación se propone.

El segundo objetivo específico es analizar el papel de los algoritmos de las plataformas digitales en la amplificación de contenido emocional y polarizante, y sus

consecuencias sobre la calidad del debate democrático en México. Este objetivo es quizá el más urgente en términos de política pública: los algoritmos de Facebook, TikTok, Twitter/X y YouTube no son piezas de ingeniería neutral. Son sistemas de incentivos que definen qué información circula, con qué velocidad y hacia quiénes. Comprender su lógica —documentada ya con notable precisión en la literatura académica internacional— es una condición para poder intervenirla o regularla con alguna eficacia.

El tercer objetivo es examinar la relación entre desinformación, polarización afectiva y participación ciudadana, identificando los mecanismos por los cuales la desinformación erosiona la confianza institucional y desincentiva la participación informada. Este objetivo conecta los dos anteriores con sus consecuencias más concretas sobre la vida democrática: la evidencia disponible —desde los estudios sobre infodemia sanitaria durante la pandemia (Joseph et al., 2022) hasta los análisis sobre participación electoral en contextos de alta desinformación (Badrinathan, 2021)— sugiere que esas consecuencias son reales, medibles y preocupantes.

El cuarto objetivo es identificar estrategias —institucionales, tecnológicas y educativas— que puedan mitigar los efectos de la polarización mediática sobre la democracia, con pertinencia para el contexto mexicano. Este objetivo conecta el diagnóstico con la propuesta: no basta con describir el problema con precisión si esa descripción no está orientada, al menos parcialmente, hacia la identificación de soluciones. La experiencia mexicana de la última década ofrece tanto ejemplos de lo que no funciona como ejemplos —el periodismo colaborativo de verificación, los modelos de comunicación política con agenda sustantiva, las plataformas de análisis sociodigital riguroso— de lo que sí puede funcionar.

Estos cuatro objetivos no son independientes: son eslabones de una misma cadena analítica. El primero establece el marco conceptual; el segundo lo aplica al mecanismo central del ecosistema digital contemporáneo; el tercero documenta las consecuencias sobre la participación democrática; y el cuarto orienta el análisis hacia la acción. Juntos constituyen el andamio sobre el que se construye el argumento central de este trabajo: que la polarización es el eje articulador de todos los fenómenos que deterioran la

calidad del debate democrático en México, y que comprenderla con rigor es la condición para enfrentarla con eficacia.

IV. Planteamiento y delimitación del problema

El problema central que esta investigación aborda puede formularse en los siguientes términos: ¿de qué manera los medios de comunicación tradicionales y las plataformas digitales contribuyen a la polarización de la opinión pública en México, y qué efectos tiene dicha polarización sobre la calidad del debate democrático y la participación ciudadana?

Esta pregunta no emerge en el vacío. Emerge en un país que en el transcurso de una sola década —entre 2012 y 2024— experimentó una de las transiciones políticas más profundas de su historia reciente, en un ecosistema mediático que cambió de manera igualmente radical. En 2012, la televisión abierta dominada por Televisa y TV Azteca concentraba la mayor parte del consumo informativo de los mexicanos. En 2024, más de siete de cada diez usuarios de *internet* en México obtenían noticias de redes sociales, y TikTok había emergido como plataforma de comunicación política relevante en la primera elección presidencial de su historia. Lo que ocurrió entre esos dos momentos no fue solo una transformación tecnológica: fue una reconfiguración de las condiciones en que los ciudadanos mexicanos se informan, deliberan y participan en la vida pública.

El planteamiento del problema parte de una premisa que la evidencia disponible sustenta: esa reconfiguración no ha sido benévola para la democracia mexicana. No porque la tecnología sea intrínsecamente antidemocrática —la misma digitalización que facilitó la guerra informativa de las mañaneras también permitió que el sismo de 2017 activara una red de solidaridad ciudadana sin precedentes, o que la campaña #SalvemosMahahual alcanzara cientos de miles de firmas en pocos meses— sino porque las lógicas económicas e institucionales que gobiernan el ecosistema mediático digital en México han tendido a amplificar las divisiones, a recompensar el contenido polarizante y a erosionar las condiciones mínimas de confianza y deliberación que una democracia funcional requiere.

La pregunta de investigación contiene, a su vez, una serie de interrogantes subsidiarias que es necesario formular con precisión. La primera es empírica: ¿cuáles son los mecanismos concretos a través de los cuales los medios tradicionales y las plataformas digitales contribuyen a la polarización en México? Esta pregunta remite a procesos específicos —la selección de la agenda, el encuadre de los temas, el diseño de los algoritmos de recomendación, la distribución de la publicidad oficial— que este trabajo examina a la luz de la teoría y de los casos documentados.

La segunda interrogante es estructural: ¿qué factores del ecosistema político y económico mexicano hacen que la polarización mediática sea aquí especialmente intensa y persistente? Esta pregunta remite a las condiciones de fondo —la desigualdad estructural, la debilidad institucional histórica, la concentración mediática, la cultura política de confrontación— que predisponen al ecosistema mexicano a procesar los conflictos políticos como guerras de narrativas en lugar de debates sobre políticas públicas.

La tercera interrogante es normativa: ¿qué se pierde cuando la polarización mediática se convierte en el estado normal del espacio público? Si la polarización erosiona la confianza institucional, desincentiva la participación ciudadana informada y fragmenta el sustrato fáctico compartido sin el cual la deliberación democrática es imposible, entonces el problema no es solo de calidad comunicativa sino de viabilidad democrática a largo plazo.

Una cuarta interrogante, más práctica, cierra el horizonte de preguntas: ¿existen intervenciones —institucionales, tecnológicas, pedagógicas— que hayan demostrado eficacia para mitigar los efectos de la polarización mediática sobre la democracia? Esta pregunta orienta la agenda de investigación que el trabajo propone en sus conclusiones y la conecta con experiencias como la de Signa_Lab ITESO, Verificado.mx o el periodismo de datos de Quinto Elemento Lab, que representan respuestas concretas y documentadas al problema que aquí se analiza.

Delimitación temporal y geográfica

El estudio se delimita temporalmente al período 2012-2025. El año de inicio no es arbitrario: 2012 es el año en que el movimiento #YoSoy132 inauguró la era del activismo digital de masas en México, en que la penetración de las redes sociales comenzó a ser estadísticamente significativa entre la población urbana, y en que se celebró la primera elección presidencial en la que el ecosistema digital jugó un papel relevante aunque todavía secundario. El año de cierre, 2025, corresponde al primer año completo del gobierno de Claudia Sheinbaum y al momento en que la extinción del INAI y la consolidación de la nueva arquitectura institucional de la comunicación pública permiten hacer un primer balance del ecosistema mediático que ha resultado de los cambios de la década anterior.

El período elegido permite observar tres ciclos electorales presidenciales completos —2012, 2018 y 2024—, lo que ofrece material comparativo suficiente para identificar tendencias de mediano plazo. Permite también observar la evolución del papel de las distintas plataformas digitales: el auge y la relativa saturación de Twitter/X como espacio de debate político de élite, la consolidación de Facebook como plataforma de consumo informativo masivo, la irrupción de TikTok como espacio de comunicación política juvenil y el desplazamiento progresivo de WhatsApp desde el uso personal hacia el uso como canal de desinformación de proximidad.

Geográficamente, el análisis se centra en México, con énfasis en los fenómenos de alcance nacional, aunque también se consideran dinámicas regionales cuando son relevantes para el argumento: los periodistas del norte del país documentados por Relly y González de Bustamante (2014), las comunidades mayas afectadas por el Tren Maya, el ecosistema político de la Ciudad de México donde operaron las Morras Chilangas, o la costa de Quintana Roo donde se libró la batalla informativa sobre el proyecto de Royal Caribbean. La dimensión regional es importante no solo como ilustración empírica sino como correctivo teórico: la polarización mediática tiene una geografía específica en México, y los mecanismos que opera con mayor intensidad en la Ciudad de México o en Guadalajara funcionan de manera distinta en municipios con menor acceso digital o con ecosistemas informativos locales más frágiles.

Delimitación metodológica y alcance del estudio

Esta investigación adopta de manera explícita un enfoque cualitativo, que se materializa en una metodología de análisis documental, revisión crítica de literatura académica y, sobre todo, análisis comparado de estudios de caso. Conviene subrayar el carácter cualitativo del diseño: no se busca establecer correlaciones estadísticas ni comprobar hipótesis por vía experimental, sino comprender los mecanismos que operan en el ecosistema mediático mexicano mediante la interpretación situada de casos concretos. El análisis de casos es, por tanto, el instrumento metodológico central de esta investigación, y es también el medio por el cual se valora la plausibilidad de la hipótesis de trabajo en las conclusiones. La investigación cualitativa no permite establecer relaciones causales con la certeza estadística que ofrecen los diseños experimentales, pero ofrece algo que los diseños cuantitativos tienen más dificultades para capturar: la comprensión de los mecanismos que conectan causas y efectos, la sensibilidad a los contextos específicos en que esos mecanismos operan y la capacidad de integrar en un argumento coherente evidencia proveniente de fuentes muy distintas —desde los informes de Signa_Lab sobre la Red AMLOve hasta las investigaciones forenses del GIEI sobre Ayotzinapa, pasando por los datos del Reuters Institute sobre confianza en medios.

El análisis de casos es el principal instrumento metodológico del trabajo. Los casos seleccionados son ilustrativos de los mecanismos teóricos identificados en el marco conceptual: el #YoSoy132 ilustra la contra-agenda ciudadana; Ayotzinapa ilustra la fractura del sustrato fáctico compartido; el sismo de 2017 ilustra tanto el potencial como los límites de la coordinación digital ciudadana; las mañaneras ilustran el dispositivo presidencial de *agenda-setting*; el caso Latinus ilustra la guerra informativa y sus consecuencias sobre la confianza; el Tren Maya ilustra la polarización afectiva en la evaluación de políticas públicas; la campaña contra el INE ilustra el agotamiento epistémico; el caso Mahahual ilustra el poder de la movilización digital transnacional; la desaparición del INAI ilustra la polarización como mecanismo que facilita decisiones que erosionan las condiciones democráticas; la campaña

de 2024 ilustra la nueva arquitectura del ecosistema mediático político; el trabajo de Marcela Turati ilustra la resistencia epistémica desde el periodismo de datos; las Morras Chilangas ilustran el uso productivo de las lógicas digitales con fines programáticos; y la irrupción de la IA ilustra el horizonte de transformación al que se enfrenta todo lo anterior.

El valor del análisis comparado de casos no reside en la profundidad de cada uno sino en la posibilidad de identificar, a través de su comparación, los patrones que ninguno revela por sí solo. El patrón que este trabajo propone —la polarización como eje articulador de los demás fenómenos del ecosistema mediático mexicano— solo se hace visible cuando se observan los casos en conjunto y en su secuencia temporal.

El problema de la medición: limitaciones y márgenes de incertidumbre

Todo planteamiento riguroso de un problema de investigación debe incluir una reflexión honesta sobre lo que el estudio no puede saber. Esta investigación enfrenta al menos tres limitaciones que vale la pena reconocer explícitamente.

La primera es la dificultad de establecer con precisión la dirección de la causalidad entre polarización mediática y polarización política. La hipótesis de este trabajo es que la polarización mediática amplifica y reproduce la polarización política, pero la relación causal podría operar también en dirección contraria: los ciudadanos que ya están polarizados eligen ecosistemas mediáticos que refuerzan sus posiciones, produciendo así la correlación que observamos sin que los medios sean su causa principal. La literatura más reciente, incluyendo el experimento de Guess et al. (2023), sugiere que hay causalidad en ambas direcciones, mediada por factores individuales, contextuales e institucionales que una investigación cualitativa no puede controlar con la precisión que sería deseable.

La segunda limitación es la representatividad de los casos seleccionados. Todos los episodios analizados son de alta visibilidad mediática. Los episodios de polarización mediática que ocurren en los márgenes del ecosistema —en municipios con

poca cobertura, en comunidades con bajo acceso digital, en grupos sociales con escasa representación en el debate público— son invisibles para este análisis, no porque no existan sino porque la fuente principal de evidencia disponible es el espacio informativo que, por su propia lógica, sobrerrepresenta lo visible y silencia lo marginal.

La tercera limitación es temporal: el período de análisis concluye en 2025, pero el ecosistema mediático mexicano está en transformación acelerada. La irrupción de la IA generativa, la extinción del INAI, la nueva arquitectura de la comunicación del gobierno de Sheinbaum y las consecuencias de largo plazo de la campaña de 2024 son fenómenos en curso cuyos efectos sobre la polarización y la democracia no son todavía plenamente evaluables. Una investigación que reconoce lo que no sabe es más confiable, no menos, que una que pretende saberlo todo. Y en un ecosistema mediático donde la certeza fabricada es uno de los principales instrumentos de manipulación, la honestidad sobre los márgenes de incertidumbre es, también, una posición política.

V. Marco teórico y conceptual de referencia

La teoría del agenda-setting y sus desarrollos

La teoría de la fijación de la agenda —*agenda-setting*— es el punto de partida obligado para cualquier análisis riguroso de la influencia de los medios en la opinión pública. Formulada originalmente por Maxwell McCombs y Donald Shaw a partir de su estudio sobre las elecciones presidenciales de 1968 en Carolina del Norte, la teoría postula que los medios no le dicen a la gente qué pensar, pero sí son extraordinariamente eficaces en decirle sobre qué pensar (Rogers y Dearing, 1988). La jerarquización de temas en la cobertura mediática se transfiere, con notable consistencia, a la jerarquización que los ciudadanos hacen de los problemas que consideran más importantes.

Esta formulación inicial fue enriquecida en décadas posteriores. La llamada "agenda de atributos" o segundo nivel del *agenda-setting* plantea que los medios no solo determinan qué temas importan, sino también cómo se perciben esos temas: qué características o atributos se asocian a cada uno de ellos (McCombs et al., 2000). Un escándalo de corrupción no solo es colocado en la agenda; también es encuadrado de cierta manera: como excepción o como norma, como problema sistémico o como responsabilidad individual, como amenaza a la democracia o como asunto técnico-legal. Esa segunda dimensión tiene consecuencias políticas profundas.

Estudios posteriores han demostrado que la susceptibilidad de las audiencias al efecto de *agenda-setting* depende de factores como la credibilidad percibida del medio, la dependencia informativa de los ciudadanos y la intensidad de la exposición mediática (Wanta y Hu, 1994). También se ha documentado que el proceso no es unidireccional: existe retroalimentación entre la agenda mediática y las agendas política e institucional, de modo que lo que los medios cubren también está condicionado por lo que los actores políticos y los grupos de interés logran posicionar (Wolfe et al., 2013; Huckins, 1999).

En el contexto mexicano, los factores que determinan la agenda mediática incluyen el peso de los intereses políticos y económicos sobre los grandes medios de comunicación, la relevancia de problemáticas de alto impacto social como la violencia, la inseguridad y la corrupción, y la ocurrencia de eventos críticos que concentran la atención pública. Las redes sociales han añadido una dimensión adicional a este mapa: hoy es posible que temas surgidos en el espacio digital migren hacia la agenda de los medios tradicionales, invirtiendo —al menos parcialmente— la dirección clásica del flujo de la información.

La investigación sobre *agenda-setting* en México ha producido desarrollos específicos que contextualizan la teoría en un ecosistema mediático con características estructurales propias. Esteinou Madrid (2009) ha documentado cómo la concentración del sistema televisivo mexicano en torno a Televisa y TV Azteca produjo durante décadas una agenda mediática funcionalmente alineada con el sistema político priista, en la que ciertos temas —la violencia policial, la corrupción en contratos públicos, las condiciones de los pueblos indígenas— eran sistemáticamente excluidos del espacio informativo de alcance masivo. Esta exclusión no era neutral: producía la percepción pública de que esos temas no eran urgentes, confirmando el mecanismo central de la teoría: los medios determinan sobre qué piensan los ciudadanos tanto al incluir como al excluir. Trejo Delarbre (2010), en su análisis del poder mediático en México, documenta cómo esa agenda concentrada fue progresivamente desafiada por la prensa escrita independiente —Proceso, La Jornada, Reforma— y, más tarde, por los medios digitales, configurando lo que el autor denomina una "pluralidad precaria": más voces, pero con una capacidad de alcance masivo todavía muy desigual.

El concepto de intermedia *agenda-setting* —la influencia que unos medios ejercen sobre la agenda de otros— es especialmente relevante para entender el ecosistema mexicano contemporáneo. Cuando Animal Político, Aristegui Noticias o un laboratorio como Signa_Lab ITESO publican una investigación sobre el ecosistema digital, su impacto sobre la agenda de las élites políticas y periodísticas supera con frecuencia al de medios con mayor circulación masiva —no porque lleguen a más personas, sino porque llegan a las personas con poder para reaccionar y amplificar. Este efecto de influencia asimétrica es uno de los rasgos más característicos del nuevo ecosistema mediático mexicano y uno de los que más dificulta la medición de los efectos de *agenda-setting* con los instrumentos diseñados para el contexto mediático del siglo XX.

Encuadre y priming: cómo los medios moldean la interpretación

Complementarias al *agenda-setting*, las teorías del encuadre (*framing*) y del *priming* explican no solo qué temas son visibles, sino cómo son interpretados y con qué consecuencias cognitivas y afectivas. El encuadre se refiere al proceso mediante el cual los medios seleccionan ciertos aspectos de la realidad y los destacan, mientras relegan otros, construyendo así marcos interpretativos que orientan la percepción del público (Chong y Druckman, 2007). El *priming*, por su parte, alude a la activación de esquemas cognitivos preexistentes que facilitan la evaluación posterior de personas, eventos o políticas en función de los temas que los medios han destacado previamente (Scheufele, 2000).

Ambos mecanismos son particularmente relevantes en contextos de alta polarización, porque los marcos disponibles en el espacio mediático tienden a ser pocos, rígidos y antagónicos: o estás de este lado o estás del otro. La teoría del encuadre predice que, en esas condiciones, la información nueva no amplía el horizonte interpretativo de los ciudadanos, sino que es procesada a través de los marcos ya disponibles, reforzando las creencias previas en lugar de cuestionarlas (Nelson et al., 1997).

La emergencia de las redes sociales ha profundizado la complejidad de los procesos de encuadre: en entornos digitales, los marcos no son impuestos solo por los medios, sino que emergen también de las interacciones entre usuarios, de la viralidad de ciertos contenidos y de la lógica de las plataformas (López-Rabadán, 2021). Esto multiplica los marcos disponibles, pero no necesariamente diversifica la exposición de cada usuario a marcos distintos del suyo: los algoritmos tienden a mostrar a cada persona los marcos con los que ya está familiarizada, reforzando en lugar de desafiar.

La investigación sobre encuadre en medios mexicanos ha documentado patrones específicos con implicaciones directas para la comprensión de la polarización. Guerrero (2010) analizó la cobertura mediática de la guerra contra el narcotráfico durante el gobierno de Felipe Calderón y encontró que los principales noticieros de televisión adoptaron de manera sistemática el encuadre gubernamental del conflicto como "guerra", con sus connotaciones de estado de excepción y necesidad de unidad nacional. Este encuadre dominante no fue cuestionado por los medios nacionales de mayor alcance hasta que el número de víctimas civiles hizo insostenible la narrativa de una guerra exitosa. Relly y González de Bustamante (2014) documentaron las consecuencias de esa adopción acrítica del encuadre oficial sobre los periodistas que producían marcos alternativos: quienes describían el conflicto como una crisis humanitaria o como consecuencia de la desigualdad estructural enfrentaban presiones, amenazas y, en muchos casos, la muerte.

La teoría del *priming* tiene implicaciones particulares en el contexto electoral mexicano. Lawson y McCann (2005), en su estudio sobre el impacto de la televisión en el comportamiento electoral durante la elección presidencial del año 2000, encontraron que la exposición a noticieros de televisión producía un efecto de *priming* sistemático a favor de los candidatos y temas que esos noticieros enfatizaban. Trasladado al ecosistema digital contemporáneo, este hallazgo permite entender por qué las comunidades de usuarios que consumen distintos medios no solo tienen opiniones políticas diferentes, sino que literalmente jerarquizan la importancia de los problemas del país de manera radicalmente distinta: el *priming* ha dejado de ser un mecanismo de alcance universal para convertirse en un mecanismo diferenciado por ecosistema informativo individual.

Polarización: definición, tipos y consecuencias democráticas

La polarización política puede definirse, en términos generales, como el proceso mediante el cual las diferencias entre grupos o identidades políticas se vuelven más marcadas, rígidas y emocionalmente cargadas, dificultando la coexistencia y el diálogo democrático (McCoy et al., 2018). La literatura distingue, convencionalmente, entre polarización ideológica —que alude a la distancia en posiciones programáticas— y polarización afectiva, que se refiere al incremento de sentimientos negativos hacia el grupo opositor con independencia de las diferencias sustantivas en política pública (Törnberg et al., 2021).

Esta distinción es crucial para entender la dinámica mediática contemporánea, porque los algoritmos de las plataformas digitales no tienen ningún interés especial en amplificar el debate ideológico, pero son extraordinariamente eficaces en amplificar las emociones negativas: la indignación, el desprecio, el miedo y la hostilidad generan más clics, más tiempo de pantalla y más interacciones que la deliberación razonada. El resultado es una forma de polarización que no requiere que las personas tengan posiciones programáticas muy distintas: basta con que sientan una hostilidad intensa hacia el grupo opuesto.

Las consecuencias de la polarización para la democracia son bien documentadas. McCoy et al. (2018) han mostrado, en un análisis comparado de varios países, que la polarización intensa debilita la capacidad de las instituciones democráticas para gestionar conflictos, erosiona la confianza en los árbitros del proceso político y abre la puerta a narrativas populistas que presentan la competencia democrática como una guerra entre el pueblo y sus enemigos. Sarsfield et al. (2024) han identificado patrones similares en América Latina, donde la polarización ha contribuido al debilitamiento de sistemas de partidos, a la personalización extrema de la política y a la erosión de normas democráticas básicas.

Iyengar et al. (2019), en una revisión sistemática de la evidencia sobre polarización afectiva en democracias occidentales, argumentan que este tipo de polarización es en varios sentidos más perniciosa para la democracia que la ideológica, porque opera con

independencia de los desacuerdos sustantivos sobre política pública: las personas pueden tener posiciones similares sobre impuestos, seguridad o salud y aun así desarrollar hostilidad intensa hacia quienes pertenecen al grupo político opuesto simplemente por razón de esa pertenencia. En el caso mexicano, esto se manifiesta en que las evaluaciones de proyectos concretos —el Tren Maya, la reforma judicial, el manejo de la pandemia— están más correlacionadas con la identificación partidista que con el conocimiento técnico sobre dichos proyectos, como documenta Latinobarómetro (2023).

McCoy y Somer (2019) proponen el concepto de "polarización perniciosa" para describir los casos en que la división política se vuelve tan profunda que amenaza la supervivencia de las normas e instituciones democráticas. Su análisis comparado identifica un patrón común: un líder político construye su identidad sobre la representación exclusiva del "verdadero pueblo" frente a sus enemigos, convirtiendo la competencia democrática en una guerra existencial. Las resonancias de este patrón en el México de 2018-2024 son documentables, aunque también lo son sus diferencias con los casos más extremos analizados por los autores. La relación entre desigualdad económica y polarización es, en este contexto, un dato de fondo que no puede soslayarse: con un coeficiente de Gini históricamente en torno a 0.45 según datos del Banco Mundial (2022), México es estructuralmente vulnerable a la polarización porque las divisiones económicas se traducen con mayor facilidad en divisiones identitarias que los medios y los actores políticos pueden explotar.

Algoritmos, burbujas de filtro y cámaras de eco

Los algoritmos de recomendación que gobiernan las plataformas digitales son, quizá, el mecanismo más relevante para entender la polarización mediática contemporánea. Diseñados para maximizar el *engagement* del usuario —es decir, el tiempo que pasa en la plataforma y la intensidad de sus interacciones—, estos sistemas aprenden rápidamente que el contenido emocionalmente cargado, especialmente el que provoca indignación o miedo, genera más interacciones que el contenido neutral o moderado (De León y Trilling, 2021).

Este sesgo algorítmico tiene consecuencias estructurales sobre el espacio público digital. Las llamadas "burbujas de filtro" son entornos informativos en los que los usuarios reciben predominantemente contenido que coincide con sus creencias previas, porque el algoritmo ha aprendido que eso maximiza su participación (Chitra y Musco, 2020). Las "cámaras de eco" son el correlato social de este fenómeno: comunidades de usuarios que interactúan principalmente entre sí, reforzando sus creencias y marginando perspectivas disidentes (Chueca del Cerro, 2024).

La evidencia empírica sobre la magnitud de estos efectos es, sin embargo, más matizada de lo que la discusión pública suele reconocer. Haim et al. (2017) encontraron que la personalización implícita en Google News tiene efectos pequeños sobre la diversidad informativa, aunque detectaron un sesgo general hacia ciertos medios. Jürgens y Stark (2022) mostraron que el impacto de los algoritmos sobre la diversidad depende de la plataforma: los agregadores de noticias tienden a incrementarla, mientras que las redes sociales y los motores de búsqueda tienden a reducirla. Un hallazgo especialmente contraintuitivo es el de Bail et al. (2018): la exposición a opiniones contrarias en redes sociales puede, paradójicamente, aumentar la polarización entre ciertos grupos, sugiriendo que el problema no radica únicamente en la falta de exposición a perspectivas distintas.

Guess et al. (2023), en un experimento controlado a gran escala realizado con usuarios de Facebook durante las elecciones de 2020 en Estados Unidos, encontraron que la reducción algorítmica del contenido político en el *feed* de los usuarios tuvo efectos pequeños sobre sus conocimientos, actitudes y comportamiento electoral. Este hallazgo no invalida la preocupación por las burbujas de filtro, pero sugiere que el determinismo algorítmico puede estar sobreestimado, y que las elecciones activas de los usuarios son tan relevantes como las decisiones del algoritmo para determinar el ecosistema informativo individual. Metzler y García (2023) han propuesto una síntesis que distingue entre los "mecanismos algorítmicos" y los "conductores sociales": la polarización en plataformas digitales es un fenómeno emergente de su interacción, en un contexto sociopolítico que define qué contenidos son emocionalmente activadores. Para México, esto implica que el mismo algoritmo produce efectos de polarización más intensos en un año electoral que en uno sin elecciones, y más

intensos en un contexto de alta desigualdad y desconfianza institucional que en uno de mayor cohesión social.

Desinformación y su impacto en la confianza democrática

La desinformación —entendida como la circulación deliberada de información falsa o engañosa— es otro de los fenómenos centrales del ecosistema mediático contemporáneo y un vector fundamental de la polarización. Bennett y Livingston (2018) han argumentado que la desinformación moderna no es simplemente un problema de actores malintencionados: es el resultado de un sistema que incentiva la producción y circulación de contenidos sensacionalistas, porque esos contenidos generan mayores audiencias y mayores ingresos publicitarios, tanto para los medios que los producen como para las plataformas que los distribuyen.

En México y América Latina, la desinformación se ha convertido en un instrumento recurrente de la competencia política, utilizado tanto por actores gubernamentales como por grupos de oposición y por actores extranjeros. Su efecto sobre la confianza institucional es documentado: Štětka et al. (2024) demostraron que la exposición a información falsa en contextos de alta polarización reduce significativamente la confianza en instituciones expertas, un hallazgo con implicaciones especialmente preocupantes en un país donde la confianza en instituciones como el INE, el Poder Judicial o los órganos de salud pública ya era frágil antes de la expansión de las redes sociales.

El periodismo de verificación y el *fact-checking* representan una respuesta institucional a este desafío, pero también tienen sus límites. Rodríguez-Pérez et al. (2021) han mostrado que el *fact-checking* es más eficaz para fortalecer la credibilidad de los medios que para cambiar las creencias de quienes ya han sido expuestos a información falsa. Hoes et al. (2024), en una investigación reciente, encontraron que las intervenciones prominentes contra la desinformación reducen las percepciones erróneas, pero tienen el efecto secundario

de aumentar el escepticismo generalizado hacia toda la información, lo que puede ser igualmente dañino para la deliberación democrática.

El concepto de "agotamiento epistémico" —propuesto por Roozenbeek et al. (2020) como efecto específico de la exposición prolongada a desinformación de alta frecuencia— es especialmente pertinente para el análisis del ecosistema mediático mexicano entre 2018 y 2025. Los autores distinguen entre el efecto de desinformación puntual, que produce creencias específicas incorrectas, y el efecto de desinformación sostenida, que produce una incapacidad general para distinguir información verdadera de falsa, erosionando la confianza tanto en fuentes confiables como en las que no lo son. Este agotamiento es medible en México: tanto la credibilidad de los medios críticos al gobierno como la de los medios afines ha caído significativamente en el período 2018-2024, según datos del Reuters Institute (2023), lo que sugiere que la guerra informativa no ha producido ganadores informativos, sino una ciudadanía crecientemente incapaz de identificar fuentes en las que confiar. Graves (2016), en su análisis de la cultura del *fact-checking*, argumenta que la verificación de hechos es más eficaz como mecanismo de presión sobre actores políticos que como herramienta de cambio de creencias ciudadanas: los políticos que saben que sus declaraciones serán verificadas modifican su comportamiento comunicativo; los ciudadanos que ya han adoptado una narrativa son notoriamente resistentes a las correcciones.

Economía política de los medios: concentración, dependencia y captura

El análisis del ecosistema mediático mexicano no puede prescindir de su dimensión de economía política: quién es el dueño de los medios, de dónde vienen sus ingresos y qué relaciones mantienen con el poder político son variables que condicionan estructuralmente los procesos de *agenda-setting*, encuadre y producción de desinformación. Becerra y Mastrini (2017), en su análisis de los sistemas mediáticos latinoamericanos, documentan que México es uno de los países con mayor concentración mediática de la región, medida tanto por la participación en el mercado publicitario como por el alcance de las principales plataformas televisivas. La concentración tiene consecuencias directas sobre

la diversidad de la agenda: cuando pocas empresas controlan la mayor parte del alcance mediático, sus decisiones editoriales se convierten en decisiones sobre qué temas son relevantes para la mayoría de la ciudadanía.

Hallin y Mancini (2004), en su influyente tipología de los sistemas mediáticos, ubicarían al sistema mexicano —antes de la expansión digital— en una categoría cercana al "pluralismo polarizado", caracterizada por medios con líneas editoriales políticamente identificables, alta interferencia política en la cobertura y un periodismo más orientado al comentario que a la información factual neutral. El modelo de negocio de los medios digitales ha introducido nuevas formas de dependencia que modifican esta imagen sin eliminarla: los medios digitales dependen en mayor medida de la publicidad programática intermediada por Google y Meta, de los ingresos por tráfico que los algoritmos de esas plataformas generan o destruyen, y en el caso de los medios independientes, de donaciones ciudadanas y apoyos de fundaciones. Cada fuente de ingreso crea incentivos específicos: la publicidad programática premia el contenido *viral*; la dependencia del tráfico algorítmico somete las decisiones editoriales a la lógica del *engagement*; las donaciones ciudadanas pueden crear presiones para satisfacer las expectativas ideológicas de la base de donantes (Pickard, 2020).

En México, el gasto gubernamental en publicidad oficial ha sido históricamente uno de los principales mecanismos de condicionamiento de la cobertura mediática. Fundar, Centro de Análisis e Investigación (2015) documentó que el gobierno federal mexicano era el mayor anunciante del país, con un presupuesto de publicidad oficial que superaba los 10,000 millones de pesos anuales, distribuido de manera discrecional entre medios de distinto tamaño y línea editorial. Esta discrecionalidad convierte el gasto en publicidad oficial en un instrumento de premio y castigo: los medios que adoptan encuadres favorables al gobierno reciben contratos publicitarios; los que mantienen coberturas críticas ven reducido su acceso a esa fuente de ingresos. Artículo 19 (2020), en su informe sobre la libertad de prensa en México, documentó testimonios de directores de medios regionales que describían con precisión este mecanismo de condicionamiento editorial.

Participación ciudadana, democracia digital y sus límites

La relación entre medios digitales, redes sociales y participación ciudadana ha sido uno de los campos más activos de la investigación en comunicación política de la última década, con resultados que han ido modulando las expectativas iniciales. Los primeros análisis del potencial democratizador de *internet* —Benkler (2006), Castells (2009)— planteaban que las tecnologías de la comunicación digital reducían los costos de la participación política y facilitaban la organización de ciudadanos previamente excluidos de los canales formales de participación. Esta perspectiva encontró aparente confirmación en la Primavera Árabe de 2011, el movimiento Occupy y el #YoSoy132 mexicano.

La investigación posterior ha producido una imagen más compleja. Morozov (2011) argumentó sistemáticamente que las tecnologías digitales son herramientas políticamente neutras cuyo efecto depende del contexto sociopolítico en que operan: los mismos instrumentos que facilitaban la organización de la oposición también facilitaban la vigilancia gubernamental de esa oposición. Tufekci (2017), en su análisis de los movimientos sociales en red, mostró que la facilidad de la movilización digital tiene una consecuencia paradójica: los movimientos que se organizan rápidamente a través de redes son también más frágiles, porque la rapidez de la convocatoria no construye las capacidades organizativas —negociación interna, sostenimiento de demandas en el tiempo— que los movimientos tradicionales desarrollaban en el proceso lento de su construcción.

La investigación de Norris (2001) sobre la "brecha democrática digital" anticipó un problema que el tiempo ha confirmado: el acceso diferenciado a las tecnologías digitales reproduce las desigualdades de participación política preexistentes. En México, donde la brecha entre zonas urbanas y rurales, entre estratos socioeconómicos altos y bajos y entre generaciones es documentada y significativa, este problema tiene implicaciones directas sobre la representatividad de la opinión pública que se forma en redes sociales. Las encuestas sobre consumo digital del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT, 2023) muestran que el 78% de los usuarios de *internet* en México se concentra en áreas urbanas, y que la penetración en hogares del quintil de ingresos más bajo es del 40% frente al 95% en

el quintil más alto. Esto significa que la "opinión pública digital" que los medios, los políticos y los analistas observan en redes sociales es, estructuralmente, la opinión de un segmento específico —joven, urbano, con acceso digital— cuyas características no son representativas del conjunto del electorado.

Signa_Lab ITESO: investigación sociodigital, legado y aportación metodológica

Ningún análisis riguroso del ecosistema mediático mexicano contemporáneo puede omitir la aportación de Signa_Lab ITESO, el laboratorio de análisis del entorno sociodigital de la Universidad Jesuita de Guadalajara, cuyo trabajo ha producido algunos de los hallazgos empíricos más relevantes sobre la relación entre redes sociales, desinformación y poder político en México. Fundado en 2016 por la investigadora emérita Rossana Reguillo Cruz —antropóloga, especialista en culturas juveniles, violencia y construcción social del miedo—, Signa_Lab surgió de la convicción de que comprender los cambios sociales en la era digital requería combinar herramientas computacionales con rigor analítico de las ciencias sociales. El propósito intelectual que ha guiado su trabajo puede resumirse en una idea recurrente en la obra de Reguillo: la de desnudar el poder y perseguirlo donde se muestra. Signa_Lab es su respuesta metodológica a esa pregunta en la era de los datos masivos.

Tres líneas de investigación del laboratorio son directamente relevantes para los argumentos de este trabajo. La primera es el estudio de la Red AMLOve, documentado en 2019: mediante análisis de redes en Twitter/X, Signa_Lab identificó un mecanismo sistemático de amplificación artificial de tendencias a favor del entonces presidente López Obrador, operado a través de cuentas automatizadas y semiautomatizadas coordinadas para producir la ilusión de apoyo masivo orgánico (Signa_Lab ITESO, 2019). Este hallazgo fue uno de los primeros en documentar empíricamente, con metodología transparente y replicable, la existencia de propaganda computacional en el ecosistema mediático mexicano, confirmando para el caso nacional los mecanismos que Bradshaw y Howard (2017) habían identificado en su inventario global.

La segunda es el análisis de las conferencias mañaneras como dispositivo de comunicación política, publicado en octubre de 2024. Mediante la descarga y análisis de los 1,373 videos de las conferencias matutinas del canal oficial de López Obrador en YouTube entre octubre de 2018 y septiembre de 2024, el laboratorio documentó que las mañaneras acumularon más de 976 millones de vistas, casi 52 millones de *likes* y más de 1.8 millones de comentarios —el equivalente a 132 días continuos de transmisión presidencial directa a la ciudadanía (Signa_Lab ITESO, 2024). Los datos permiten cuantificar lo que esta investigación ha caracterizado cualitativamente: las mañaneras no fueron solo conferencias de prensa, sino un dispositivo de gestión de agenda y percepción pública de escala sin precedentes en la historia de la comunicación presidencial mexicana.

La tercera es la participación de Signa_Lab en el proceso de selección de preguntas ciudadanas para el primer debate presidencial de 2024. El laboratorio procesó una base de 24,000 preguntas enviadas al INE por la ciudadanía, aplicando una metodología de análisis semántico computacional —con modelos de lenguaje de código abierto, análisis de *clústeres* y técnicas de lingüística de *corpus*— para seleccionar las preguntas más representativas de las inquietudes ciudadanas en seis temas: educación, salud, combate a la corrupción, transparencia, violencia contra las mujeres, y no discriminación y grupos vulnerables (Ábrego Molina et al., 2024). Los hallazgos sustantivos del ejercicio constituyen un retrato de la agenda pública ciudadana en vísperas de la elección más grande de la historia de México: los temas de salud y educación se abordaron desde un diagnóstico deficitario de las condiciones actuales; la corrupción fue percibida como un problema en todos los niveles de gobierno inseparable del fenómeno del crimen organizado; la transparencia fue el tema con mayor dispersión semántica, reflejo de la diversidad de significados que el concepto evoca en distintos sectores ciudadanos. El grupo de edad con mayor participación fue el de 18 a 22 años —con 15.63% del total de registros—, confirmando la brecha generacional en la participación ciudadana digital documentada por la literatura especializada.

La metodología de Signa_Lab es relevante no solo por sus resultados sino por lo que su práctica representa para el ecosistema de investigación sobre medios y opinión pública en México. El laboratorio ha demostrado que es posible producir conocimiento

empírico riguroso sobre los mecanismos de la comunicación digital mexicana con herramientas de código abierto, transparencia metodológica completa y replicabilidad documentada —condiciones que contrastan con la opacidad de los algoritmos propietarios de las plataformas que estudia. En ese sentido, Signa_Lab encarna la respuesta epistemológica al problema que este trabajo analiza: frente a un ecosistema mediático diseñado para maximizar el *engagement* a costa de la deliberación, la producción de conocimiento verificado, acumulado y públicamente disponible es en sí misma una forma de intervención democrática. El legado de Rossana Reguillo Cruz no se mide solo en publicaciones académicas: se mide en la infraestructura metodológica que construyó para que otros pudieran seguir persiguiendo el poder donde se muestra.

VI. Formulación de hipótesis

A partir del marco teórico desarrollado, y dado que esta investigación adopta un enfoque cualitativo, se formula la siguiente hipótesis de trabajo central —entendida no como una proposición sujeta a comprobación estadística, sino como una conjetura orientadora que guía el análisis cualitativo de los casos y cuya plausibilidad se valora a la luz de la evidencia reunida:

La polarización política, amplificada sistemáticamente por los algoritmos de las plataformas digitales y por la lógica de visibilidad de los medios de comunicación tradicionales, actúa como el eje articulador de los principales fenómenos que afectan la calidad del debate democrático en México —la desinformación, las burbujas de filtro, la erosión de la confianza institucional y la desincentivación de la participación ciudadana informada—, de modo que ninguno de estos fenómenos puede comprenderse ni atenderse eficazmente sin considerar el papel estructural que la polarización desempeña en su producción y reproducción.

Esta hipótesis contiene tres elementos articulados. La unidad de análisis es el ecosistema mediático mexicano, entendido como el conjunto de medios de comunicación tradicionales, plataformas digitales, actores políticos, ciudadanos y algoritmos que interactúan en la producción, distribución y consumo de información pública. Las variables son la intensidad de la polarización afectiva —medida a través de indicadores como la hostilidad intergrupal, la fragmentación del espacio informativo y la prevalencia de encuadres antagónicos— y la calidad del debate democrático, operacionalizada a través de dimensiones como la diversidad informativa, la confianza institucional y los niveles de participación ciudadana informada. El elemento lógico que articula estas variables es la hipótesis de que la polarización no es simplemente un síntoma de las disfunciones del ecosistema mediático, sino su principal mecanismo generador.

Esta formulación distingue la hipótesis de otras perspectivas que tratan la polarización como uno más entre varios problemas del ecosistema mediático. En cambio, se propone que la polarización es el nexo causal que conecta los demás fenómenos: los algoritmos generan polarización porque maximiza el *engagement*; la polarización hace que la desinformación sea más efectiva, porque activa los mecanismos de confirmación de creencias; la desinformación polarizada erosiona la confianza institucional; y la desconfianza institucional reduce la participación ciudadana y la capacidad de los ciudadanos para exigir rendición de cuentas.

Como hipótesis de trabajo auxiliar, se propone que los mecanismos de polarización operan de manera diferenciada según el tipo de medio: mientras los medios tradicionales tienden a producir polarización ideológica a través de sus líneas editoriales y su selección de fuentes, las plataformas digitales producen prioritariamente polarización afectiva a través de la lógica algorítmica que premia el contenido emocionalmente cargado. Esta distinción tiene implicaciones diferentes para el diseño de políticas públicas y estrategias de intervención.

VII. Evidencia cualitativa de las hipótesis

VII.a El ecosistema mediático mexicano: herencia estructural y nuevas lógicas

El ecosistema mediático mexicano llega al siglo XXI con una herencia estructural que condiciona todo lo que ocurre después: una concentración televisiva sin paralelo en democracias comparables, una tradición de medios alineados con el poder en turno, y una cultura periodística que tardó décadas en construir estándares de independencia editorial. Cuando las redes sociales irrumpen en ese ecosistema, no lo transforman desde cero: se superponen sobre él, amplifican sus lógicas y le añaden nuevas capas de complejidad.

Durante la mayor parte del siglo XX, Televisa operó no solo como empresa de comunicación sino como aparato de legitimación del régimen priista. El llamado "contrato tácito" entre la televisora y Los Pinos —cobertura favorable a cambio de concesiones, acceso y protección regulatoria— produjo una agenda mediática subordinada a los intereses del partido hegemónico y una cultura de la autocensura que permeó al conjunto del sistema informativo (Media Systems and Communication Policies in Latin America, 2014). La radio y la prensa escrita operaron en condiciones similares: con excepciones notables, el periodismo crítico fue marginal, financieramente precario y políticamente vulnerable.

La transición democrática de los años noventa y la alternancia del año 2000 no desmontaron esa estructura: la desplazaron parcialmente. Televisa y TV Azteca siguieron dominando la televisión abierta, pero su capacidad para determinar unilateralmente la agenda se fue erosionando con la expansión del acceso a *internet* y, sobre todo, con la llegada de las redes sociales. De acuerdo con Reuters Institute (2023), México se ubica entre los países con mayor uso de redes sociales como fuente de noticias: 73% de los usuarios de *internet* declararon haber obtenido noticias de redes sociales en la semana previa, por encima del promedio global. Esta cifra no significa que los medios tradicionales hayan dejado de ser relevantes —siguen siéndolo, especialmente para la agenda de élites políticas y

económicas—, pero sí que su monopolio sobre la fijación de agenda se ha roto de manera irreversible.

El período 2012-2018, correspondiente al gobierno de Enrique Peña Nieto, es especialmente revelador sobre la manera en que la polarización mediática se articula con intereses políticos concretos. Investigaciones periodísticas documentaron la existencia de operaciones sistemáticas de manipulación en redes sociales coordinadas desde el gobierno federal: la llamada "Red *Bots*" del PRI, un conjunto de cuentas automatizadas y semiautomatizadas que se activaban para saturar *hashtags* críticos, amplificar mensajes favorables al gobierno e intimidar a periodistas y activistas en Twitter. Este fenómeno, documentado por el Oxford *Internet* Institute en su informe sobre propaganda computacional en México, fue uno de los primeros casos latinoamericanos en que la manipulación de redes sociales a escala industrial quedó registrada con metodología académica rigurosa (Bradshaw y Howard, 2017). La polarización que estas operaciones producían no era un efecto secundario: era su objetivo.

VII.b La Guardería ABC (2009-2025): encuadre, impunidad y memoria digital

El 5 de junio de 2009, mientras 150 niños dormían la siesta en la guardería ABC de Hermosillo, Sonora, un incendio originado en una bodega del gobierno del estado se propagó a la estancia infantil subrogada del IMSS. Murieron 49 niñas y niños de entre 45 días y cuatro años de edad; más de cien quedaron con heridas graves (CNDH, 2009). El siniestro reveló con brutalidad la acumulación de negligencias institucionales: puertas que abrían hacia adentro, ausencia de salidas de emergencia, detectores de humo defectuosos, techo de poliestireno inflamable y una cadena de supervisión del IMSS y de Protección Civil que había certificado el funcionamiento de una instalación mortal. La tragedia no fue un accidente: fue el resultado predecible de un sistema de subrogación de guarderías que priorizaba el costo sobre la seguridad.

La cobertura mediática inicial ilustra con precisión el mecanismo de encuadre institucional. El gobernador Eduardo Bours expresó condolencias desde Arizona, donde sostendía una reunión de trabajo; el presidente Felipe Calderón visitó a los niños hospitalizados al día siguiente y prometió justicia. Los grandes medios nacionales encuadraron el evento en el registro del duelo, el accidente y la solidaridad —un encuadre que desplazaba la responsabilidad política hacia la categoría de la fatalidad. Sandoval Meneses (2016), en su análisis de la construcción política del caso, documenta cómo cada actor —el gobierno estatal, el federal, los partidos de oposición— elaboró marcos discursivos diferenciados de interpretación, tratando de colocar su narrativa como dominante ante el electorado y los medios. Fue la primera gran batalla de encuadre en torno a una tragedia colectiva en el México contemporáneo, y estableció el patrón que se repetirá en Ayotzinapa, en el sismo de 2017 y en la campaña contra el INE.

Lo que hace del caso Guardería ABC un hito para el análisis del ecosistema mediático es que ocurre en el momento bisagra entre la era de los medios tradicionales y la era digital. En 2009, como señala El Sol de Hermosillo (2023), "el uso de redes sociales no era tan común ni tan inmediato". Los padres se enteraron por teléfono y por los medios de comunicación; la movilización inicial fue presencial y periodística. Sin embargo, la respuesta ciudadana que emergió en los meses siguientes combinó los repertorios de ambos mundos con una eficacia que anticipa lo que este trabajo analiza en los casos posteriores. Las organizaciones Movimiento Ciudadano por la Justicia 5 de Junio y Manos Unidas por Nuestros Niños articularon marchas, vigiliadas, intervenciones en espacios públicos, ruedas de prensa y —con el tiempo creciente— presencia en las plataformas digitales que comenzaban a expandirse (Sciolo, 2016). Esta combinación produjo el primer resultado legislativo documentable del movimiento ciudadano en torno al caso: en 2011, la Ley General de Prestación de Servicios para la Atención, Cuidado y Desarrollo Integral Infantil —conocida como "Ley 5 de Junio"— fue promulgada como respuesta directa a la presión sostenida de los colectivos.

Desde entonces, el *hashtag* #GuarderiaABC ha funcionado como instrumento de memoria digital: cada 5 de junio resurge en Twitter/X convertido en tendencia nacional,

sostenido por un núcleo de ciberactivistas y por los propios familiares de las víctimas y sobrevivientes que se niegan a que esa historia quede en el olvido institucional. Ese acto anual de memoria digital tiene una función política precisa: impide que la prescripción mediática opere con normalidad, obliga a los medios a cubrir el caso en sus aniversarios, y mantiene visible ante la opinión pública la brecha entre las promesas de justicia y la realidad de la impunidad. Los sobrevivientes —aquellos niños que tenían meses o años en 2009 y que hoy son adolescentes— han comenzado a usar las redes sociales para narrar sus propias experiencias, completando el arco digital que sus padres iniciaron con herramientas más rudimentarias (Grupo Animal, 2025). Es uno de los pocos casos en que la memoria colectiva digital no solo documenta una injusticia sino que activamente presiona para que no se archive.

La batalla por la justicia penal, sin embargo, ilustra la otra cara del caso: cómo el poder institucional puede erosionar incluso la movilización ciudadana más sostenida. De los funcionarios inicialmente involucrados, varios fueron exonerados; los que recibieron condenas en 2016 obtuvieron amparos que redujeron o suspendieron las sentencias (El Demócrata, 2024). En 2025, a 16 años de la tragedia, no hay un solo alto funcionario en prisión y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos —a la que los padres recurrieron en 2014— sigue procesando el caso (Proceso, 2025). El caso Guardería ABC demuestra, con la contundencia que da el tiempo, que el activismo digital sostenido puede producir cambios legislativos reales y mantener viva la memoria pública, pero que sin reformas estructurales en el sistema de justicia, la viralidad de un *hashtag* no alcanza para romper la impunidad de quienes tienen poder para resistir indefinidamente.

VII.c #YoSoy132 (2012): el primer quiebre del agenda-setting unidireccional

El movimiento estudiantil de 2012 conocido como #YoSoy132 inauguró en México una dinámica que se repetiría, con variaciones, en todos los conflictos mediáticos posteriores de la década: la capacidad de las redes sociales para operar como mecanismos de contra-agenda capaces de visibilizar lo que los medios convencionales preferían ignorar o

minimizar. El episodio demostró que el *agenda-setting* ya no era un proceso unidireccional, y que las plataformas digitales podían obligar a los medios tradicionales a rectificar su cobertura bajo la presión de la movilización digital.

El movimiento surgió en respuesta a una visita de Enrique Peña Nieto a la Universidad Iberoamericana en mayo de 2012, cuyo rechazo por parte de los estudiantes fue minimizado o descontextualizado por Televisa y TV Azteca. La respuesta en redes sociales fue inmediata y masiva: los estudiantes subieron videos a YouTube que contradecían la versión oficial, y la etiqueta #YoSoy132 se convirtió en tendencia global en pocas horas. Por primera vez en la historia política reciente de México, una narrativa producida en redes sociales obligó a los grandes medios a modificar su cobertura. Esta dinámica anticipaba lo que Mitchelstein et al. (2020) describirían años después como el patrón latinoamericano de las redes sociales: efectos máximos en la creación de atención y movilización, con consecuencias sobre los medios tradicionales que operan como correctivo de sus sesgos más evidentes.

Sin embargo, el #YoSoy132 también reveló los límites del activismo digital como sustituto de la organización política. El movimiento fue extraordinariamente eficaz para generar atención y demostrar capacidad de movilización, pero no logró traducir esa energía en cambios institucionales duraderos. Peña Nieto ganó la elección en julio de 2012, y el movimiento se disolvió en los meses siguientes sin haber construido estructuras organizativas capaces de sostener su agenda más allá del ciclo de atención mediática. Este patrón —alta intensidad digital, baja traducción institucional— se convertiría en una característica recurrente de los movimientos sociales mexicanos de la década siguiente, y plantea preguntas importantes sobre la relación entre visibilidad mediática y cambio político real que la literatura sobre participación ciudadana digital todavía no ha resuelto satisfactoriamente (Valenzuela et al., 2016).

VII.d Ayotzinapa (2014): la primera crisis de desinformación de la era digital mexicana

La desaparición forzada de los 43 estudiantes normalistas de Ayotzinapa en la madrugada del 27 de septiembre de 2014 es, probablemente, el acontecimiento que más claramente expuso las fracturas del ecosistema mediático mexicano en la era digital y la manera en que la polarización puede operar como mecanismo de encubrimiento tanto como de denuncia. El caso no solo produjo una de las crisis políticas más graves del gobierno de Peña Nieto: inauguró un patrón de guerra informativa entre narrativa oficial y contra-narrativa ciudadana que se repetiría, con variaciones, en todos los conflictos políticos mayores de la década siguiente.

La respuesta mediática inicial al caso fue, en su conjunto, un ejemplo de lo peor del periodismo mexicano. Durante los primeros días, la cobertura de Televisa y de la mayoría de los diarios nacionales reprodujo sin cuestionamiento la versión de las autoridades: un incidente aislado en un municipio de Guerrero, en el contexto de la violencia del crimen organizado, con investigaciones en curso. Fue el periodismo digital independiente —Animal Político, el equipo de Aristegui Noticias, corresponsales locales que publicaban en redes sociales— el que comenzó a documentar las contradicciones de la versión oficial, la complejidad de los vínculos entre la policía municipal, el crimen organizado y las autoridades estatales, y la escala de lo ocurrido esa noche en Iguala.

La etiqueta #Ayotzinapa y su derivada #FueElEstado se convirtieron en fenómenos globales. En Twitter, la movilización digital que produjo el caso no tuvo precedente en la historia política mexicana: en los días posteriores a que la noticia alcanzó escala nacional, #Ayotzinapa llegó a ser la etiqueta más utilizada en español en el mundo, con presencia masiva en España, Argentina, Chile y Estados Unidos. Esta amplificación global ejerció una presión sobre el gobierno que los medios nacionales, por sí solos, habrían sido incapaces de generar: las embajadas, las organizaciones internacionales de derechos humanos y los gobiernos extranjeros comenzaron a pronunciarse, convirtiendo lo que el gobierno intentaba mantener como un asunto de seguridad local en una crisis de derechos humanos con dimensión internacional.

Sin embargo, la polarización que el caso generó también produjo efectos que dificultaron la búsqueda de verdad y justicia. La narrativa de #FueElEstado —políticamente poderosa, emocionalmente movilizadora y, en sus líneas generales, compatible con la evidencia disponible sobre la complicidad de autoridades— tendió a simplificar una situación de enorme complejidad. Cuando el gobierno de Peña Nieto presentó en noviembre de 2014 su "verdad histórica", la respuesta en redes sociales fue inmediata. El Grupo Interdisciplinario de Expertos Independientes (GIEI), convocado por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, presentó en 2015 y 2016 informes que contradecían sistemáticamente la versión oficial mediante evidencia forense contundente. Su trabajo fue ampliamente difundido en medios digitales y redes sociales, pero encontró una recepción radicalmente distinta según la comunidad informativa de cada usuario: para quienes seguían medios críticos, era evidencia irrefutable de la mentira del gobierno; para quienes seguían medios afines al gobierno, era una injerencia de organismos extranjeros en asuntos internos.

Este patrón —los mismos hechos interpretados de manera radicalmente distinta en función del ecosistema informativo de cada ciudadano— es la expresión más clara de lo que este trabajo identifica como el efecto central de la polarización mediática: la fractura del sustrato fáctico compartido sin el cual la deliberación democrática pierde su sustento. El caso Ayotzinapa tuvo, además, una segunda vida mediática durante el gobierno de López Obrador, que llegó al poder en parte sobre la promesa de resolver el caso y que creó una Comisión de la Verdad con amplias facultades investigativas. Las tensiones entre los padres de los normalistas y ese gobierno se hicieron públicas en varias ocasiones, generando nuevos ciclos de polarización digital. Esto confirma que la polarización mediática en torno a Ayotzinapa no fue simplemente una respuesta a la incompetencia o mala fe de un gobierno específico: es una característica estructural del ecosistema mediático mexicano que convierte cualquier asunto de alta carga emocional y política en material para la guerra informativa, independientemente de quién esté en el poder.

VII.e Jorge Mercado y Javier Arredondo (2010-2023): desinformación estatal, resistencia ciudadana y justicia dilatada

En la madrugada del 19 de marzo de 2010, elementos del Ejército Mexicano que patrullaban la ciudad de Monterrey en el contexto de la "guerra contra el narcotráfico" declarada por Felipe Calderón asesinaron a Jorge Antonio Mercado Alonso y Javier Francisco Arredondo Verdugo cuando los estudiantes salían del campus del Tecnológico de Monterrey. Mercado era alumno de la maestría en sistemas de manufactura; Arredondo, estudiante del doctorado en ciencias de ingeniería. Ambos eran, en todos los sentidos del término, estudiantes de excelencia. El gobierno mexicano anunció esa misma noche que los dos fallecidos eran sicarios "armados hasta los dientes". Era mentira. Y la manera en que esa mentira fue construida, sostenida durante años y finalmente desmantelada —no por las instituciones sino por la persistencia de los familiares, el periodismo independiente y la movilización en redes sociales— ofrece uno de los casos más completos disponibles sobre cómo opera la desinformación estatal en el ecosistema mediático mexicano, y cuáles son sus costos democráticos.

La maquinaria de la desinformación oficial fue, en este caso, extraordinariamente sofisticada. Los militares manipularon la escena del crimen: según el testimonio del exprocurador de Nuevo León Alejandro Garza y Garza ante las cámaras del documental *Hasta los dientes*, los elementos castrenses colocaron armas junto a los cuerpos de los estudiantes para sustentar la versión del enfrentamiento (Vanguardia, 2019). El encuadre oficial —"daño colateral en un fuego cruzado con sicarios"— fue reproducido sin cuestionamiento por los grandes medios nacionales en los días siguientes, bajo la lógica que este trabajo ha documentado en otros casos: la adopción acrítica del encuadre gubernamental como versión de los hechos. Las familias de Jorge y Javier tardaron cinco años en obtener acceso a los documentos que probaban la manipulación: no fue sino hasta 2015 que la evidencia forense hizo insostenible la versión oficial ante cualquier instancia seria de revisión.

La batalla por la verdad se libró durante años en paralelo: en los juzgados y en las redes sociales. A partir de 2012, cuando la Asamblea Estudiantil del Tecnológico de Monterrey convocó las primeras marchas masivas, el *hashtag* #TodosSomosJorgeyJavier

comenzó a circular en Twitter junto con videos de los estudiantes exigiendo justicia (SinEmbargo, 2014). Amnistía Internacional y la organización Ciudadanos en Apoyo a los Derechos Humanos (Cadhac) se sumaron a la campaña, ampliando el alcance de la movilización más allá de la comunidad universitaria. Este patrón —la articulación entre la movilización estudiantil y universitaria, el acompañamiento de organizaciones de derechos humanos y la amplificación en redes sociales— prefigura el que se observará en Ayotzinapa dos años después, con mayor escala pero con la misma lógica de contra-agenda ciudadana frente a la narrativa oficial.

En 2018, el director Alberto Arnaut concluyó el documental *Hasta los dientes*, que reconstruye con metodología periodística rigurosa los hechos de esa madrugada y el proceso de encubrimiento posterior, a través de entrevistas con los padres de las víctimas, el exprocurador del estado, peritos forenses y fuentes militares. El documental fue estrenado en la Cineteca de Nuevo León y posteriormente incorporado al catálogo de Netflix, donde alcanzó audiencias muy superiores a las de cualquier nota periodística sobre el caso (Arnaud, 2018). El *hashtag* #HastaLosDientes acompañó la distribución del documental, reactivando en redes sociales una conversación que las instituciones habían intentado cerrar durante años. Esta combinación —el cine documental como formato de largo aliento para el periodismo de investigación, Netflix como plataforma de distribución masiva, los *hashtags* como mecanismo de movilización y memoria digital— es una de las más eficaces disponibles para sostener casos que el ciclo de atención de los medios convencionales tiende a abandonar.

El 19 de marzo de 2019, el gobierno de López Obrador, a través de la entonces secretaria de Gobernación Olga Sánchez Cordero, ofreció una disculpa pública a las familias de Jorge y Javier (ABC Noticias, 2025). Fue la primera vez que el Estado mexicano reconoció oficialmente su responsabilidad en el asesinato y en el encubrimiento. Pero el Ejército guardó silencio durante el acto, como documentó *El País*, rehusando aún la responsabilidad institucional directa. La justicia penal llegó cuatro años después: en octubre de 2023, el juez José Reynoso Castillo dictó sentencia de 90 años de cárcel a cinco de los seis militares que participaron en la ejecución extrajudicial de los dos estudiantes (El Financiero, 2023). Fueron trece años de lucha sostenida —por las familias, por la comunidad estudiantil del Tec de

Monterrey, por los organismos de derechos humanos y por el periodismo independiente— para que la verdad documentada se convirtiera en sentencia ejecutada.

El caso de Jorge y Javier es relevante para el argumento de este trabajo en varias dimensiones simultáneas. Es un caso de desinformación estatal deliberada: no el resultado de actores maliciosos en el ecosistema digital sino la producción sistemática de una narrativa falsa por parte del Estado con acceso privilegiado a los grandes medios. Es un caso de encuadre oficial acríticamente reproducido: los medios nacionales de mayor alcance adoptaron la versión gubernamental sin investigación independiente, confiriendo credibilidad a una mentira. Es un caso de contra-agenda ciudadana sostenida: las familias, los estudiantes y las organizaciones de derechos humanos mantuvieron la presión durante trece años, usando cada nuevo formato disponible —las marchas, Twitter, el documental, Netflix, los *hashtags*— para impedir que el caso fuera archivado en el olvido. Y es, finalmente, un caso de justicia posible: la demostración de que la persistencia —mediática, jurídica, ciudadana— puede producir resultados concretos incluso frente a la resistencia de las instituciones más poderosas del Estado.

VII.f El #8M y la agenda feminista (2020-2025): encuadre en disputa, espacio público tomado

El 8 de marzo de 2020 fue la marcha feminista más grande en la historia de México hasta ese momento. Más de 80,000 mujeres tomaron las calles de la Ciudad de México bajo el *hashtag* #8M, y al día siguiente —el 9 de marzo, convocado como "Un día sin nosotras"— se realizó el primer paro nacional de mujeres en la historia del país: 22 millones de mujeres se sumaron a la convocatoria, y la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco-Servytur) estimó un impacto económico de 30,000 millones de pesos en el sector terciario, un 15% superior a lo inicialmente calculado (Milenio, 2020; SinEmbargo, 2020). Esas dos jornadas no fueron solo una movilización: fueron la cristalización de un proceso de varios años en el que el movimiento feminista mexicano había construido, con notable eficacia, una presencia

simultánea en el espacio físico y en el espacio digital que los medios de comunicación tradicionales no podían ignorar ni encuadrar con comodidad. Álvarez Enríquez (2020), en su análisis del movimiento feminista mexicano de nuevo tipo surgido en 2019-2020, documenta cómo este movimiento —protagonizado inicialmente por mujeres jóvenes universitarias, sin un liderazgo unificado, con un lenguaje directo y confrontacional— logró impactar la opinión pública y obtener la atención de las autoridades de una manera que los movimientos feministas previos, con estructuras más jerárquicas y vocabulario más institucional, no habían conseguido.

La cobertura mediática del #8M de 2020 fue, en sí misma, un objeto de debate político. El colectivo Periodistas Unidas Mexicanas publicó un pronunciamiento denunciando lo que llamaron "medios machos": redacciones que enfatizaban los daños materiales causados por algunas manifestantes —pintas en monumentos, vidrios rotos— por encima de las demandas de fondo del movimiento, reproduciendo un encuadre que deslegitimaba la protesta sin atender su contenido (Proceso, 2020). La investigación de Hernández Solís (2022) sobre la representación de la marcha del 8M en tres medios digitales mexicanos confirmó ese sesgo con metodología de análisis de contenido: los encuadres dominantes en la cobertura enfatizaban la confrontación y los daños materiales con una frecuencia desproporcionada respecto a su peso real en el conjunto de la jornada, mientras las demandas sustantivas del movimiento —el alto a los feminicidios, el acceso a la justicia, la violencia institucional— recibían menor espacio. Este fenómeno ilustra con precisión el mecanismo de segundo nivel del *agenda-setting* descrito por McCombs et al. (2000): la disputa no era solo sobre si el #8M era noticia, sino sobre cuáles atributos del #8M eran los relevantes. Para los medios críticos al movimiento, el atributo central era la violencia de las manifestantes; para los medios y periodistas afines, era la violencia estructural que motivaba la marcha. La polarización preexistente del ecosistema mediático mexicano se proyectó sobre la cobertura con una nitidez casi didáctica.

Uno de los gestos más significativos del movimiento en términos de comunicación política fue la intervención urbana sobre el Ángel de la Independencia: la instalación de una estructura metálica con los nombres de víctimas de feminicidio que,

después de que el gobierno de la Ciudad de México intentó retirarla, las colectivas feministas defendieron hasta convertirla en monumento permanente —la "Antimonumenta" o "Glorieta de las Mujeres que Luchan". Este episodio ilustra una forma de *agenda-setting* que no pasa por los medios ni por las plataformas digitales sino por la apropiación del espacio físico: las feministas colocaron literalmente los nombres de las víctimas en el centro simbólico de la ciudad, obligando a los medios, a la opinión pública y al gobierno a pronunciarse sobre esa presencia. La Antimonumenta se convirtió también en un nodo de comunicación digital: fotografiada, compartida y debatida en redes sociales, circuló en plataformas internacionales con un alcance que ningún comunicado institucional habría logrado.

La tensión entre el movimiento feminista y el gobierno de López Obrador durante el período 2019-2024 ofrece uno de los ejemplos más complejos de polarización mediática en el contexto de un conflicto social legítimo. López Obrador desestimó en varias ocasiones las marchas feministas como operaciones de sus adversarios políticos, sugiriendo en conferencias de prensa que detrás de las manifestantes había intereses opositores. Esta narrativa —encuadrar la demanda de justicia por feminicidios como instrumentalización política de la oposición— fue amplificadas por los medios afines al gobierno y rechazada con indignación por los medios críticos, reproduciendo exactamente el patrón de polarización afectiva que este trabajo ha documentado en otros contextos. Rovira-Sancho y Morales-i-Gras (2022) documentaron cómo entre 2019 y 2020 las activistas feministas en Ciudad de México entraron en un ciclo de conflictividad creciente precisamente como respuesta a la percepción de que el gobierno no solo no atendía sus demandas sino que las encuadraba como enemigas políticas.

El movimiento #8M ha demostrado, a lo largo del período 2020-2025, una capacidad de sostenimiento y crecimiento que desafía el patrón de fragilidad de los movimientos digitales descrito por Tufekci (2017). Las cifras de asistencia a las marchas del 8 de marzo en la Ciudad de México han crecido de manera consistente: de 80,000 en 2020 a 90,000 en 2023, a 180,000 en 2024 y a 200,000 en 2025, cuando la marcha rompió su propio récord histórico (El Universal, 2025). Este crecimiento sostenido no se explica solo por las redes sociales: se explica por la construcción paciente de redes organizativas —colectivas,

asambleas estudiantiles, organizaciones de derechos humanos, madres de víctimas— que han aprendido a usar las plataformas digitales como herramientas de coordinación sin depender de ellas como sustituto de la organización presencial. La agenda feminista que el movimiento ha logrado posicionar —la tipificación del feminicidio como delito autónomo, las alertas de género en varios estados, la despenalización del aborto por la Suprema Corte en 2021, el debate sobre violencia vicaria, sobre acoso laboral, sobre paridad sustantiva— no habría alcanzado la visibilidad institucional que tiene sin la presión sostenida del movimiento en las calles y en las redes. Este es, en el sentido más preciso del término, un ejemplo de *agenda-setting* ciudadano: la ciudadanía organizada obligando a los medios —y a través de ellos a las instituciones— a ocuparse de los temas que ha decidido que importan.

VII.g El sismo de 2017: redes sociales, sociedad civil y los límites de la coordinación digital

El 19 de septiembre de 2017, a las 13:14 horas, un sismo de magnitud 7.1 sacudió la Ciudad de México y varios estados del centro del país. En las horas y días que siguieron, la sociedad civil mexicana se organizó, de manera espontánea y masiva, a través de redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea, produciendo una respuesta de emergencia que en varios momentos superó en eficacia y velocidad a la respuesta institucional del Estado. El sismo del 17 fue el laboratorio más intenso que México ha tenido sobre las posibilidades y los límites de la coordinación ciudadana digital.

La velocidad de la autoorganización fue sin precedentes. En los primeros treinta minutos posteriores al sismo, cuentas de Twitter y grupos de WhatsApp habían comenzado a circular listas de edificios derrumbados, solicitudes de voluntarios con habilidades específicas —médicos, rescatistas, traductores de lenguaje de señas— y puntos de acopio de víveres y materiales de rescate. Varias iniciativas ciudadanas crearon en cuestión de horas plataformas digitales de coordinación que no existían cuando el suelo comenzó a temblar. La cuenta @Verificado19S, creada específicamente para desmentir rumores en tiempo real, alcanzó en pocas horas decenas de miles de seguidores y fue citada

como fuente por medios nacionales e internacionales (Saldaña, 2019). El episodio ofreció evidencia de que, en condiciones de crisis aguda donde los incentivos de la participación son inmediatos y concretos, las redes sociales pueden operar como plataformas de coordinación extraordinariamente eficaces, en línea con lo documentado por Valenzuela et al. (2016) sobre el papel de los medios digitales en la movilización ciudadana en América Latina.

La experiencia de @Verificado19S no fue un episodio aislado: fue el antecedente directo de un modelo de verificación colaborativa que Verificado.mx —la plataforma que surgió de esa red de periodistas y activistas— sistematizó y extendió a procesos electorales, controversias ambientales y crisis de salud pública en los años siguientes. Verificado.mx opera como una redacción colaborativa abierta que reúne medios de comunicación, organizaciones civiles, universidades y ciudadanos bajo protocolos comunes de verificación de hechos. Su relevancia para el ecosistema mediático mexicano va más allá de la corrección de noticias falsas específicas: representa un modelo organizativo que responde estructuralmente a la fragmentación informativa producida por la polarización. En lugar de intentar que una sola voz tenga autoridad en un espacio público profundamente desconfiado, Verificado construye credibilidad distribuida: la verificación gana legitimidad porque la realizan actores de distintas líneas editoriales y trayectorias, que comparten metodología sin compartir necesariamente la misma agenda política. Este enfoque ha sido documentado como una de las respuestas más eficaces disponibles para ecosistemas mediáticos en los que la desconfianza generalizada hacia las fuentes hace que las correcciones individuales sean percibidas como sesgadas (Rodríguez-Pérez et al., 2021). La plataforma también documentó desinformación durante la campaña contra el INE en 2023 y durante la elección presidencial de 2024, convirtiéndose en un actor permanente del ecosistema de verificación mexicano cuya ausencia sería difícilmente sustituible.

Sin embargo, la desinformación que circuló en paralelo a la organización ciudadana fue masiva e hizo daño real. El caso más documentado es el de la niña "Frida Sofía", supuestamente atrapada bajo los escombros del Colegio Enrique Rébsamen en Tlalpan. Durante horas, las transmisiones en vivo de Televisa —amplificadas masivamente en redes sociales— informaron sobre el operativo de rescate de una niña cuya existencia

nunca fue confirmada y que finalmente fue desmentida por las autoridades militares. La investigación periodística posterior reconstruyó cómo la presión por ser primeros y por ofrecer una narrativa emotiva llevó a la cadena a transmitir como hechos verificados información que no había sido confirmada por ninguna fuente con acceso directo al lugar (Saldaña, 2019). El episodio ilustra la manera en que la lógica del ecosistema mediático digital —la velocidad, la competencia por la atención, el valor del contenido emotivo— puede producir desinformación no por mala fe sino por la estructura de incentivos del sistema. Denniss y Lindberg (2025) han argumentado que este tipo de desinformación sistémica es, a largo plazo, más dañina para la democracia que la desinformación deliberada, porque es más difícil de identificar, atribuir y corregir.

La respuesta ciudadana al sismo también reveló las limitaciones de la coordinación digital en contextos de inequidad de acceso. Las colonias de menores ingresos —particularmente en las alcaldías de Iztapalapa, Tláhuac y Xochimilco, donde el sismo produjo daños significativos pero menos espectaculares que en las colonias de clase media del centro— recibieron atención mediática y voluntarios en proporción mucho menor que zonas como la Condesa, Roma o Del Valle, donde los edificios derrumbados eran más fotografiables y las redes sociales de los afectados tenían mayor alcance. Esta asimetría reproducía y amplificaba las desigualdades preexistentes: los barrios con menos conectividad digital eran también los barrios con menos capital social en redes, y en consecuencia los que recibieron menos ayuda coordinada digitalmente (Zúñiga y Valenzuela, 2019). La imagen del sismo de 2017 como triunfo de la sociedad civil organizada digitalmente es real, pero parcial: es la imagen que las mismas redes sociales produjeron y amplificaron, porque era la historia que sus usuarios, en su mayoría de clase media urbana con alto acceso digital, querían contar sobre sí mismos.

VII.h La campaña de 2018: cristalización de la polarización digital

La campaña presidencial de 2018 representa un punto de inflexión en la relación entre medios, redes sociales y opinión pública en México. Por primera vez, una

candidatura —la de Andrés Manuel López Obrador— construyó su estrategia de comunicación sobre la premisa de que los medios tradicionales eran adversarios a los que había que rodear, y que las redes sociales y los actos masivos eran el canal privilegiado para llegar directamente a los ciudadanos. Esta apuesta no fue solo táctica: fue la expresión de una lectura del ecosistema mediático mexicano que resultó políticamente correcta, pero que también tuvo consecuencias profundas sobre la calidad del debate democrático.

La cobertura mediática de la campaña estuvo marcada por una polarización evidente. Medios como Reforma, El Universal y los noticieros de Televisa y Milenio fueron sistemáticamente caracterizados por el equipo de campaña como parte de una "mafia del poder". Esta narrativa encontró eco en amplios sectores del electorado que, después de años de escándalos de corrupción, percibían a esos medios como parte del sistema político al que querían castigar. La investigación de Bárcena et al. (2019) sobre el consumo de noticias en la campaña de 2018 encontró que los votantes de López Obrador tenían niveles significativamente más altos de desconfianza hacia los medios tradicionales, y que compensaban esa desconfianza con un consumo intensivo de contenido en redes sociales y de medios digitales afines.

El fenómeno de los *influencers* políticos adquirió en esa campaña una relevancia sin precedentes. Figuras de alto seguimiento funcionaron como amplificadores de mensajes, pero también como productores de contenido marcadamente parcial y en ocasiones directamente falso. El proyecto Verificado 2018, una alianza de más de 90 medios y organizaciones que monitoreó la información durante la campaña, documentó la circulación sistemática de desinformación que incluyó videos manipulados, atribuciones falsas de declaraciones y noticias fabricadas sobre los candidatos (Magallón-Rosa y Leiva-Aguilera, 2019). La desinformación fue un recurso utilizado por actores de todos los espectros, pero su efecto acumulado fue el de profundizar la polarización y dificultar la deliberación informada.

VII.i Las mañaneras (2018-2024): agenda-setting presidencial en tiempo real

Uno de los fenómenos más significativos del ecosistema mediático mexicano de los últimos años es la transformación de la conferencia de prensa matutina presidencial en el principal mecanismo de fijación de agenda del país. Las llamadas "mañaneras", celebradas de lunes a viernes durante todo el sexenio de López Obrador (2018-2024), constituyeron un experimento de *agenda-setting* en tiempo real cuya escala y sistematicidad no tiene equivalente en la historia democrática de México y pocos paralelos en el mundo.

Las mañaneras operaron simultáneamente en varios registros. En el plano informativo, establecían los temas del día: lo que el presidente decidía mencionar o ignorar en su conferencia determinaba en gran medida la agenda de los medios durante las horas siguientes. En el plano del encuadre, construían los marcos interpretativos dominantes: quiénes eran los actores legítimos, cuáles eran los problemas urgentes, cuál era el relato correcto sobre los hechos. En el plano de la polarización, trazaban cotidianamente la frontera entre el "pueblo" y sus adversarios —los "conservadores", los "fifis", los "periodistas pagados"—, produciendo una división del espacio público que los medios, las redes sociales y la ciudadanía reproducían y amplificaban.

El análisis de Chihu Amparán (2023) sobre el *framing* de las mañaneras documenta cómo las conferencias presidenciales operaron como un ritual político que estructuraba la agenda informativa nacional, imponiendo los marcos interpretativos del gobierno incluso sobre medios con líneas editoriales críticas. La transmisión en vivo por YouTube y Facebook creó una audiencia directa que, en sus momentos de mayor alcance, superaba el millón de espectadores simultáneos, y los fragmentos más polémicos o noticiosos circulaban inmediatamente en redes sociales, estructurando el ciclo informativo del día.

Este mecanismo tuvo consecuencias ambivalentes para la democracia mexicana. Por un lado, las mañaneras produjeron niveles de transparencia informativa inusuales: el presidente respondía preguntas durante dos o tres horas, lo que permitía a los periodistas confrontarlo con datos, contradicciones y noticias incómodas. Por otro lado, la lógica de la conferencia favorecía sistemáticamente los encuadres del gobierno y ponía a los medios críticos en una posición reactiva y defensiva. Cuando el presidente descalificaba a un

periodista como "chayotero" o señalaba a un medio como parte de la "prensa conservadora", no solo expresaba una opinión: activaba una respuesta de sus seguidores en redes sociales que a menudo derivaba en hostigamiento digital. La Comisión Nacional de Derechos Humanos documentó un incremento del 34% en las quejas por intimidación a periodistas durante los primeros tres años del sexenio, muchas de ellas vinculadas a señalamientos presidenciales en las mañaneras (CNDH, 2022). La mañanera como dispositivo de *agenda-setting* ilustra con precisión el mecanismo central de la hipótesis de este trabajo: la polarización no fue un efecto secundario de la estrategia comunicativa del gobierno, sino su columna vertebral.

VII.j El caso Latinus (2021): guerra informativa y fractura del sustrato fáctico

En agosto de 2021, el periodista Carlos Loret de Mola publicó en el medio digital Latinus un video que mostraba a José Ramón López Beltrán, hijo del presidente López Obrador, viviendo en una casa de lujo en Houston propiedad de un contratista de Pemex. La historia desencadenó una de las guerras informativas más intensas de la historia reciente de México y ofrece un caso de estudio casi perfecto sobre cómo opera la polarización mediática cuando se activan sus mecanismos con plena potencia.

La respuesta del gobierno fue inmediata y multidimensional. En las mañaneras siguientes, el presidente presentó lo que llamó una "mañanera del pueblo" dedicada a revelar el salario de Loret de Mola —2,456,140 pesos mensuales, según datos de los medios que lo contrataban—, enmarcando la historia no como una investigación periodística legítima sino como un ataque pagado por intereses oscuros. La estrategia fue extraordinariamente eficaz en términos de agenda: durante días, el debate público dejó de girar en torno a las implicaciones del video original y se centró en la discusión sobre los ingresos del periodista, su supuesta parcialidad y la legitimidad del periodismo crítico. Este mecanismo —responder a una acusación no refutándola sino desacreditando al acusador— es un ejemplo clásico de desplazamiento de agenda mediante el ataque a la fuente.

En redes sociales, la polarización se manifestó con toda su crudeza. Los seguidores del presidente inundaron Twitter/X con el *hashtag* #LoretMentiroso, mientras los críticos del gobierno respondían con #LibertadDePrensa. Ambas comunidades consumieron versiones completamente distintas del mismo acontecimiento: para unos, el video era una operación de lawfare financiada por la oposición; para otros, era periodismo de investigación legítimo que documentaba un conflicto de interés en la familia presidencial. La investigación de Pinta (2022) sobre la cobertura del caso en redes sociales encontró que el 78% de los usuarios que tuitearon sobre el tema solo interactuaron con cuentas que compartían su posición previa, confirmando el patrón de cámara de eco predicho por la teoría. Después de semanas de guerra informativa, las encuestas mostraban que los ciudadanos no habían llegado a ningún acuerdo sobre los hechos básicos del caso (Parametría, 2022). Esta incapacidad para compartir una descripción mínimamente común de la realidad es uno de los efectos más dañinos de la polarización mediática: no solo divide en opiniones políticas, sino que fragmenta el sustrato fáctico compartido sin el cual la deliberación democrática es imposible.

VII.k El Tren Maya (2018-2023): infraestructura, territorio y la batalla por el encuadre

El proyecto del Tren Maya —la obra de infraestructura más grande de la historia reciente de México, con un presupuesto final que superó los 300,000 millones de pesos según estimaciones de organizaciones de la sociedad civil— ofrece un caso de estudio extraordinariamente rico sobre cómo el ecosistema mediático construye y destruye narrativas sobre proyectos de política pública, y cómo la polarización puede bloquear la evaluación racional de decisiones que afectan a millones de personas.

Desde su anuncio en 2018, el Tren Maya fue encuadrado por sus promotores como un proyecto de desarrollo social transformador: una infraestructura que conectaría comunidades marginadas del sureste mexicano, impulsaría el turismo regional y redistribuiría la riqueza. Frente a ese encuadre, los medios críticos y las organizaciones

ambientalistas construyeron uno radicalmente distinto: el tren como un proyecto que amenazaba ecosistemas únicos de valor mundial —la selva maya, los mantos acuíferos del karst yucateco, los cenotes—, que había sido aprobado sin una consulta indígena genuina y que se ejecutaba con opacidad presupuestal. Ambos encuadres capturaban aspectos reales de un proyecto extremadamente complejo. La complejidad de la evaluación —con beneficios reales para algunos actores y costos reales para otros— era exactamente el tipo de situación que requeriría un debate público informado y matizado. Fue, en cambio, el tipo de situación que el ecosistema mediático polarizado convirtió en una trinchera más de la guerra entre "los que apoyan al gobierno" y "los que lo atacan".

La consulta indígena celebrada en diciembre de 2019 ilustra los mecanismos de la polarización mediática en este contexto. El gobierno presentó sus resultados como demostración de apoyo popular al proyecto. Las organizaciones indígenas y los medios críticos cuestionaron la metodología, la representatividad y el cumplimiento de los estándares del Convenio 169 de la OIT. El Centro Mexicano de Derecho Ambiental (CEMDA) presentó amparos que argumentaban la invalidez de la consulta, y varios jueces federales emitieron suspensiones temporales de las obras que fueron desacatadas o superadas mediante declaratorias de seguridad nacional. La investigación de Latinobarómetro (2023) sobre percepción de las grandes obras de infraestructura en México encontró que la evaluación del Tren Maya por parte de los ciudadanos estaba más correlacionada con la identificación partidista que con el conocimiento sobre el proyecto: quienes se identificaban con Morena lo evaluaban positivamente con independencia de su familiaridad con los detalles técnicos, y quienes se identificaban con la oposición lo evaluaban negativamente con la misma independencia. Esta correlación entre identidad política y evaluación de una obra pública específica es la definición operacional de la polarización afectiva: los juicios se forman a partir de la tribu, no de la evidencia.

VII.1 #ReformaPoliticaYA y el ocaso de Twitter como plaza pública (2011-2024)

La historia de Twitter como espacio de activismo político en México tiene un punto de origen preciso: junio de 2011, cuando un grupo de ciudadanos organizados en torno al *hashtag* #ReformaPoliticaYA instaló una "acampada" frente al Congreso de la Unión para exigir la aprobación de la reforma política que el Senado había aprobado pero que la Cámara de Diputados bloqueaba (Animal Político, 2011). El movimiento fue encabezado por ciudadanos ordinarios que habían aprendido a organizar tendencias, coordinar presencia física y presionar a legisladores desde sus teléfonos. Entre sus figuras centrales estuvo Gonzalo Ibarra, conocido en Twitter como @YONOFUI, uno de los iniciadores del Colectivo Reforma Política Ya (@RefPolYA) (Pijama Surf, 2014). El colectivo obtuvo resultados concretos que pueden medirse: logró la incorporación de las candidaturas independientes y la consulta popular en la reforma política aprobada —una victoria parcial que el propio colectivo criticó por insuficiente, pero que transformó el marco legal de la competencia electoral mexicana. Los tuiteros del movimiento se reunieron con diputados del PRD y lograron que la reforma política se mantuviera en la agenda legislativa hasta su eventual aprobación (Expansión, 2011). Era la promesa de una esfera pública digital donde los ciudadanos sin recursos podían confrontar directamente al poder y obtener resultados verificables.

A lo largo de la siguiente década, Twitter consolidó ese papel en México con una especificidad que lo distinguió de otras plataformas: era el espacio donde las élites políticas, periodistas, académicos y ciudadanos activos interactúan en el mismo hilo, donde las decisiones institucionales se debatían en tiempo real y donde los movimientos sociales — desde el #YoSoy132 hasta el #EINENoSeToca— encontraban su primera amplificación nacional. No era una plataforma mayoritaria —sus usuarios en México nunca superaron los 15 millones—, pero era la plataforma de las personas que establecen agendas: la que los demás medios monitoreaban para saber qué importaba. Su función era de intermedia *agenda-setting* en su forma más pura.

La adquisición de Twitter por Elon Musk en octubre de 2022 por 44,000 millones de dólares produjo una de las transformaciones más documentadas y aceleradas en la historia de las plataformas digitales, con consecuencias directas sobre el ecosistema

mediático político mexicano. En pocas semanas, Musk dismanteló el 80% de la plantilla laboral, incluyendo los equipos de moderación de contenido y los responsables de las operaciones en América Latina; eliminó la verificación de cuentas como credencial de autenticidad y la convirtió en servicio de pago; reinstaló cuentas que habían sido suspendidas por violaciones reiteradas a las reglas de la comunidad; y redéfinió la moderación de contenido como "censura" y su eliminación como "libertad de expresión". El rebautizo de la plataforma como X en julio de 2023 completó simbólicamente la ruptura con su historia anterior. La investigación de las universidades de California en Berkeley y del Sur de California encontró que el volumen de publicaciones de discurso de odio en X aumentó un 50% respecto a los meses previos a la compra de Musk (Infobae, 2025). En Brasil, la plataforma fue suspendida judicialmente durante semanas por incumplimiento reiterado de órdenes de los tribunales —episodio que ilustró cómo la concentración de una plataforma global de debate democrático en manos de un solo propietario con agenda política propia crea vulnerabilidades sin precedente para la deliberación pública.

Para México, las consecuencias de la transformación de Twitter/X son observables en varios registros. La degradación de los mecanismos de verificación facilitó la proliferación de cuentas falsas que amplifican narrativas polarizadas, continuando y profundizando los mecanismos de propaganda computacional que Signa_Lab había documentado con la Red AMLOve. La eliminación de equipos de moderación regional redujo la capacidad de respuesta ante contenido violatorio en español. Y la decisión de Musk de usar X activamente para promover a Donald Trump en las elecciones de 2024 —con una inversión reportada de cientos de millones de dólares en apoyo a su candidato— confirmó que la plataforma que había albergado el debate político independiente de una década se había convertido en el instrumento de promoción de una agenda política específica de su dueño. El activismo de @yonofui y los tuiteros del #ReformaPoliticaYA sucedía en una plataforma neutral que aplicaba sus reglas con independencia de quién pagara más; el debate político en X de 2024 sucede en una plataforma cuyo dueño no solo tiene una posición política declarada sino el poder de amplificar o suprimir voces en función de ella. La distancia entre esos dos momentos es una medida del deterioro de las condiciones del debate democrático digital.

VII.m La campaña contra el INE (2022-2023): desinformación y agotamiento epistémico

El ciclo de movilizaciones en torno al Instituto Nacional Electoral entre 2022 y 2023 es quizá el caso más documentado de la relación entre desinformación, polarización y confianza institucional en la historia reciente de México. La propuesta del gobierno federal de reformar o desaparecer el INE desencadenó una batalla informativa de proporciones históricas.

La movilización ciudadana del 13 de febrero de 2023 —que reunió, según estimaciones independientes, entre 500,000 y un millón de personas en la Ciudad de México y otras ciudades del país— fue organizada en buena medida a través de redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea. La etiqueta #ElINENoSeToca se convirtió en una de las más utilizadas en la historia de Twitter/X en México. Fue un ejemplo de lo que Valenzuela et al. (2016) llaman el potencial de las redes sociales para profundizar la participación en la protesta, especialmente entre sectores de clase media urbana con alto acceso digital.

Por el lado del gobierno y sus aliados, la respuesta en redes sociales fue igualmente intensa. Se difundieron narrativas que enmarcaban a los manifestantes como representantes de una élite privilegiada, se cuestionó el número de asistentes mediante comparaciones con concentraciones del partido oficial, y se produjo una cantidad significativa de contenido desinformativo: imágenes de otras marchas presentadas como de la concentración en cuestión, declaraciones falsamente atribuidas a figuras de la oposición y datos electorales manipulados para cuestionar la imparcialidad histórica del INE (Verificado, 2023).

El caso es especialmente relevante para la hipótesis de este trabajo porque ilustra cómo la desinformación polarizada no opera solo sobre las creencias de quienes la consumen, sino sobre la confianza institucional del conjunto del sistema político. Después

del ciclo de reformas y contra-reformas, la confianza en el INE había caído significativamente incluso entre los votantes que habían participado en las marchas en su defensa: la guerra informativa había producido tal saturación de narrativas contradictorias que muchos ciudadanos simplemente no sabían en qué creer. Este fenómeno —que la literatura llama agotamiento epistémico— es uno de los efectos más perniciosos de la desinformación sostenida: no convence a nadie de nada específico, pero erosiona la capacidad de todos para creer en algo verificable.

VII.n Royal Caribbean y Mahahual (2023-2025): desinformación ambiental y movilización digital

En 2023, la empresa Royal Caribbean anunció el desarrollo de un parque acuático y muelle de cruceros en la costa de Puerto Morelos, Quintana Roo, en una zona colindante con el sistema arrecifal mesoamericano, el segundo arrecife de barrera más grande del mundo. El proyecto generó desde su anuncio una controversia mediática que ilustra de manera precisa cómo opera la desinformación en contextos donde los intereses económicos, las obligaciones ambientales y las narrativas políticas se intersectan.

A diferencia de los casos anteriores —donde la polarización seguía líneas claras de adhesión o rechazo al gobierno federal—, el caso Royal Caribbean produjo una polarización más compleja. La oposición no provenía solo de organizaciones ambientalistas: incluía también a hoteleros y operadores turísticos locales que argumentaban que el megadesarrollo amenazaría la calidad del ecosistema del que dependía su propio negocio, y a comunidades de pescadores que documentaban el impacto de las obras de dragado sobre los lechos de pastos marinos. La disputa no era solo sobre si el proyecto debía realizarse, sino sobre cuáles eran los atributos relevantes para evaluarlo —la inversión y el empleo para unos, la integridad del arrecife y el derecho a la consulta para otros—, lo que ilustra con precisión el concepto de "agenda de atributos" desarrollado por McCombs et al. (2000).

La desinformación específica del caso incluyó episodios documentados en ambas direcciones. Por parte de los promotores, se difundieron estudios de impacto ambiental que investigadores del Cinvestav en Mérida cuestionaron por subvaluar los riesgos de daño al arrecife y por utilizar periodos de monitoreo insuficientes para capturar efectos a mediano plazo (Cinvestav, 2023). Por parte de los opositores, circularon en redes sociales imágenes de daños a arrecifes en otras localizaciones del Caribe presentadas como fotografías del arrecife afectado en Puerto Morelos. Lo que hace el caso especialmente relevante es que ejemplifica la manera en que la desinformación en contextos ambientales produce incertidumbre científica artificial: cuando la batalla mediática genera tal volumen de afirmaciones contradictorias que los ciudadanos no expertos son incapaces de evaluar la evidencia, el resultado práctico es que la decisión queda en manos de quien tiene acceso a los permisos, no de quien tiene el mejor argumento.

El caso, sin embargo, no concluyó en ese empate informativo. Lo que siguió entre 2024 y 2025 transformó su naturaleza por completo. En octubre de 2024, Royal Caribbean anunció una inversión que el gobierno de Quintana Roo cifró en mil millones de dólares para el proyecto "Perfect Day Mexico" en Mahahual: un complejo de 90 hectáreas con parque acuático de 31 toboganes —los más altos de América—, capacidad para hasta 21,000 cruceristas diarios en una localidad de apenas 3,000 habitantes. La empresa adquirió el puerto de Costa Maya en mayo de 2025 y en diciembre de ese año presentó ante la Semarnat su Manifestación de Impacto Ambiental en modalidad regional, dando inicio a un procedimiento de evaluación cuyo desenlace quedaba, al cierre de esta investigación, todavía abierto.

Una petición publicada en Change.org bajo el título "Salvemos Mahahual — Detengamos el proyecto destructivo de Royal Caribbean", creada por Morgane Vainberg, instructora de buceo residente en Mahahual, comenzó a circular en julio de 2025 con poco más de 1,500 firmas. Para septiembre de ese año superaba las 313,000, con un ritmo de más de 10,000 firmas diarias, en camino a convertirse en una de las movilizaciones ambientales digitales más grandes en la historia reciente del Caribe latinoamericano (Change.org, 2025). La campaña #SalvemosMahahual no siguió los canales tradicionales del activismo

ambiental: en TikTok e Instagram, creadores de contenido, actores y buceadores publicaron videos desde el propio arrecife mostrando la biodiversidad en riesgo, en un ejemplo notable de cómo las plataformas digitales pueden articular una presión pública transnacional en torno a una causa ambiental local.

Al cierre de esta investigación, el procedimiento de evaluación ambiental seguía su curso, con la Manifestación de Impacto Ambiental bajo revisión de la autoridad federal. Entre las preocupaciones técnicas documentadas por investigadores y organizaciones ambientales figuraban las posibles afectaciones al Sistema Arrecifal Mesoamericano —Área Natural Protegida—, los riesgos por dragado e instalación de estructuras marinas y la posible tensión con la NOM-022-SEMARNAT-2003 para la protección de manglares. Con independencia de su desenlace, el caso ilustra la dimensión transnacional del ecosistema mediático digital: la agenda de un arrecife en Quintana Roo fue influida decisivamente por la movilización de usuarios en decenas de países. Y sugiere que la movilización digital no sustituye a las instituciones, pero puede presionarlas y visibilizar sus decisiones de maneras que los movimientos convencionales no siempre logran, colocando en la agenda pública un conflicto entre inversión económica y protección ambiental que de otro modo se habría resuelto en la opacidad de los procedimientos administrativos.

VII.o La desaparición del INAI (2024-2025): transparencia, opacidad y el ecosistema informativo

El 20 de diciembre de 2024 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto que eliminó el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI). El 20 de marzo de 2025 entró en vigor la reforma secundaria que consumó su extinción, transfiriendo sus funciones a un organismo desconcentrado dependiente de la Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno denominado "Transparencia para el Pueblo" (Directorio Legislativo, 2025). Con esa decisión, México desmanteló el principal mecanismo institucional de acceso a la información pública con el que contaba la ciudadanía, los periodistas de investigación y las organizaciones de la

sociedad civil para documentar el ejercicio del poder. Su relevancia para este trabajo es directa: sin acceso a la información pública verificada, los ecosistemas mediáticos que hemos analizado quedan privados de uno de sus principales insumos para producir periodismo riguroso y combatir la desinformación.

El INAI había sido creado en 2002 —como IFAI— durante el gobierno de Vicente Fox, en el marco de la primera Ley Federal de Transparencia, que representó un parteaguas en la historia democrática mexicana: por primera vez, los ciudadanos podían solicitar información pública a las autoridades federales y existía un organismo autónomo con facultades para obligar a su entrega (Expansión, 2024). La reforma constitucional de 2014 lo dotó de autonomía constitucional y amplió sus facultades a todos los órdenes de gobierno. En sus más de dos décadas de operación, el INAI procesó millones de solicitudes de acceso a la información y construyó una Plataforma Nacional de Transparencia que acumuló cerca de 15,000 millones de archivos de información pública. Al momento de su extinción, esa plataforma quedó en situación de incertidumbre institucional, sin garantías equivalentes sobre su integridad y accesibilidad futuras (Expansión, 2024).

La narrativa gubernamental para justificar su eliminación siguió el patrón de encuadre que hemos descrito a lo largo de este trabajo: el INAI fue presentado no como una garantía ciudadana sino como un organismo costoso, burocrático y capturado por intereses privados y de oposición, sin legitimidad democrática porque sus comisionados no eran elegidos por el voto popular. Este encuadre fue eficaz en los sectores del electorado que ya desconfiaban de los organismos autónomos, pero fue rechazado con argumentos técnicos y políticos por organizaciones especializadas en transparencia, periodistas de investigación y organismos internacionales. La polarización preexistente operó como anestesia: a quienes apoyaban al gobierno, cualquier crítica al desmantelamiento del INAI parecía otra expresión del conservadurismo de sus enemigos políticos; a quienes se oponían, les resultaba imposible articular una defensa del organismo sin ser encuadrados como defensores del viejo régimen.

Las consecuencias para el ecosistema mediático son sustanciales. La transferencia de funciones al Ejecutivo federal elimina la independencia institucional que

garantizaba que las solicitudes de información podían prosperar incluso cuando la información solicitada era inconveniente para el gobierno: "Transparencia para el Pueblo" responde directamente a la Secretaría Anticorrupción, que a su vez responde a la presidenta; la cadena de mando que antes estaba rota por diseño ahora es continua (Expansión, 2025). La cascada de reformas a nivel estatal —con avances desiguales y varios estados sin cumplir los plazos de armonización constitucional— ha producido además un mapa de acceso a la información fragmentado que dificulta especialmente el periodismo de investigación de alcance regional (Milenio, 2025). Para el trabajo de periodistas como Marcela Turati y los equipos que documentan desapariciones forzadas o corrupción institucional, el INAI no era solo una herramienta burocrática: era un recurso estratégico de último recurso. La posibilidad de interponer un recurso de revisión ante un organismo autónomo con facultades coercitivas cambiaba el cálculo institucional sobre cuánto podían resistir la entrega de documentos incómodos. Ese cálculo ha cambiado estructuralmente.

La desaparición del INAI es, en el contexto de este trabajo, otro caso en que la polarización opera como mecanismo que facilita decisiones que erosionan las condiciones de posibilidad del debate democrático. Un espacio público donde la desconfianza hacia los organismos autónomos había sido cultivada durante años fue el terreno en el que la eliminación del principal garante del acceso a la información pública pudo presentarse como una reforma de simplificación administrativa. La polarización, una vez más, no fue el ruido del sistema: fue el mecanismo que lo hizo posible.

VII.p TikTok y la campaña de 2024: la nueva frontera de la comunicación política

La elección presidencial de junio de 2024 fue la primera en la historia de México en la que TikTok jugó un papel significativo como plataforma de comunicación política. Este dato es en realidad un indicador de un cambio de fondo en el ecosistema mediático: la llegada a la mayoría de edad política de una generación para la que el consumo de información en formato de video corto es tan natural como lo fue la televisión para sus padres.

La campaña de Claudia Sheinbaum en TikTok fue notablemente más eficaz que la de Xóchitl Gálvez, no tanto en términos de producción de contenido propio como en la construcción de comunidades de creadores de contenido orgánico que producían, sin coordinación formal, materiales de campaña alineados con los mensajes de la candidata oficialista. Los datos del Reuters Institute (2023) sobre consumo de noticias en México confirman que el contenido emocional y narrativo —historias personales, humor, indignación— supera sistemáticamente al contenido argumentativo o informativo en alcance y viralidad en plataformas como TikTok.

La circulación de desinformación en TikTok durante la campaña adoptó formatos específicos de la plataforma: videos editados para sugerir que una candidata había dicho o hecho algo que no había dicho o hecho, y tendencias musicales asociadas a mensajes políticos cuyo origen y financiamiento era imposible de rastrear. La rapidez con que este contenido se producía y circulaba superó con creces la capacidad de respuesta de los organismos de verificación: para cuando Verificado o Animal Político publicaban una corrección, el video original había acumulado millones de vistas y la corrección llegaba a una fracción marginal de esa audiencia.

La irrupción de TikTok en la política mexicana también ilustra un desafío nuevo para la teoría del *agenda-setting* tal como fue formulada originalmente. McCombs y Shaw pensaban en medios con líneas editoriales identificables y agendas que podían ser mapeadas y estudiadas. TikTok produce algo radicalmente distinto: una agenda hiperpersonalizada, diferente para cada usuario, determinada no por decisiones editoriales humanas sino por un algoritmo que aprende de comportamientos individuales. En ese ecosistema, la noción misma de "agenda pública" se vuelve problemática: no hay un conjunto de temas que todos los ciudadanos estén discutiendo simultáneamente, sino millones de conversaciones paralelas, cada una con su propia jerarquía de temas, sus propios marcos interpretativos y sus propias fuentes de autoridad.

VII.q Marcela Turati y ¿A dónde van los desaparecidos?: periodismo de a pie como resistencia epistémica

En un ecosistema mediático dominado por la velocidad, la viralidad y los incentivos algorítmicos del *engagement*, el trabajo de Marcela Turati y el colectivo de periodismo de datos que construyó la plataforma ¿A dónde van los desaparecidos? representa algo difícil de categorizar con los marcos analíticos convencionales: una práctica periodística que deliberadamente rechaza las lógicas dominantes del ecosistema para producir, en cambio, conocimiento verificado, acumulado y orientado a la justicia. Su relevancia para este trabajo no es marginal: es, en sentido preciso, la evidencia más sólida disponible en México de que la polarización mediática y la desinformación no son destinos inevitables, sino el resultado de elecciones institucionales, profesionales y tecnológicas que pueden hacerse de otro modo.

Turati comenzó a cubrir la crisis de desapariciones forzadas en México hace más de quince años, cuando el tema era sistemáticamente ignorado por los grandes medios nacionales o tratado como nota de nota roja, reducido a la condición de estadística sin conexión con el patrón estructural que representaba. Su trabajo en Proceso y posteriormente en medios digitales independientes como Quinto Elemento Lab —del que es cofundadora— construyó un archivo periodístico sobre la crisis humanitaria de las desapariciones que no tiene equivalente en México en términos de rigor, profundidad y continuidad temporal (Turati, 2022).

La plataforma ¿A dónde van los desaparecidos?, desarrollada en colaboración con un equipo de periodistas de datos, diseñadores y programadores, es en sí misma una intervención en el ecosistema mediático: una herramienta digital que permite buscar información sobre personas desaparecidas en México, construida sobre datos del Registro Nacional de Personas Desaparecidas y No Localizadas y complementada con reportería de campo. En un país donde la cifra oficial de personas desaparecidas superó las 100,000 en 2023 (SESNSP, 2023), la plataforma opera como un contradispositivo de *agenda-setting*: coloca en el espacio público información que el Estado mexicano tendría interés en mantener opaca o fragmentada.

El trabajo de Turati ilustra lo que Bennett y Livingston (2018) llaman el potencial del periodismo de investigación para reequilibrar el orden desinformativo: la producción sistemática de información verificada, contextualizada y accesible como antídoto a la desinformación y a la polarización que prospera en la ausencia de datos confiables. Pero la historia de ¿A dónde van los desaparecidos? es también la historia de las condiciones estructurales que hacen que ese trabajo sea extraordinariamente difícil en México. Turati ha sido objeto de vigilancia digital documentada: su nombre aparece en los registros de objetivos del *software* espía Pegasus, utilizado por el gobierno mexicano para monitorear periodistas y activistas, según la investigación del Citizen Lab de la Universidad de Toronto (Scott-Railton et al., 2017). México es, según Reporteros sin Fronteras, uno de los países más peligrosos del mundo para el ejercicio del periodismo, con más de 150 periodistas asesinados entre 2000 y 2023 (RSF, 2023). La violencia contra periodistas no es solo una violación de derechos humanos: es un mecanismo de manipulación del ecosistema mediático que la desinformación llena con narrativas no verificadas (Relly y González de Bustamante, 2014).

La respuesta de Turati y de la generación de periodistas que representa a ese contexto ha sido la construcción de redes de periodismo colaborativo que distribuyen el riesgo y aumentan la resiliencia del ecosistema informativo independiente. La red Periodistas de a Pie, que Turati cofundó en 2007, y su evolución hacia modelos de periodismo de datos como Quinto Elemento Lab, son expresiones de una estrategia que la literatura sobre periodismo en contextos de riesgo identifica como especialmente eficaz (Waisbord, 2020). En términos de *agenda-setting*, el trabajo de Turati ha logrado colocar la crisis de desapariciones forzadas como un problema estructural del Estado mexicano en la agenda de los organismos internacionales de derechos humanos, de los medios extranjeros y, eventualmente, de una parte significativa de la opinión pública nacional. Esta transferencia de agenda no ocurrió a través de la viralidad ni del *engagement* algorítmico: ocurrió a través de la acumulación paciente de evidencia verificada y de la insistencia en un periodismo que trata a las personas desaparecidas como individuos con nombre, historia y familia, no como estadísticas.

VII.r La irrupción de la inteligencia artificial: un nuevo actor en el ecosistema mediático

El ecosistema mediático que hemos descrito hasta aquí —con sus algoritmos, sus burbujas de filtro, su polarización afectiva y su desinformación— enfrenta hoy una transformación de magnitud comparable a la que supuso la irrupción de *internet* en los años noventa o la de las redes sociales en la primera década del siglo. La inteligencia artificial generativa ha entrado en escena con una velocidad y una capacidad disruptiva que los marcos teóricos disponibles apenas alcanzan a procesar. Comprender sus implicaciones para la opinión pública, el debate político y la participación ciudadana es ya una tarea urgente, no una especulación futurista.

Los modelos de lenguaje de gran escala —como los que subyacen a sistemas como ChatGPT, Gemini o Claude— tienen la capacidad de generar texto, imágenes, audio y video con un nivel de coherencia y verosimilitud sin precedentes. Esta capacidad, que tiene aplicaciones legítimas y valiosas en educación, salud, ciencia y comunicación, también abre posibilidades inéditas para la producción industrial de desinformación. Si antes la fabricación de noticias falsas requería tiempo, dinero y cierta habilidad técnica, hoy puede automatizarse a una fracción del costo y con resultados difícilmente distinguibles del periodismo genuino. Al-Khazraji et al. (2023) han documentado el impacto de los deepfakes —videos sintéticos que simulan declaraciones de figuras públicas— como una de las manifestaciones más preocupantes de este fenómeno, con consecuencias ya visibles en procesos electorales de varios países.

La escala es el factor que lo cambia todo. En el ecosistema mediático previo a la IA generativa, la desinformación tenía límites prácticos: había un número finito de actores capaces de producirla, un costo asociado a su distribución y una velocidad de propagación que, aunque alta, dejaba cierto margen para la verificación y la corrección. La IA elimina esos límites. Un solo actor con acceso a herramientas de IA puede generar miles

de piezas de contenido diferenciado, adaptado a distintas audiencias, en múltiples idiomas, y distribuirlo de manera automatizada a través de redes de cuentas falsas o semireales. Romanishyn et al. (2025) han señalado que esta capacidad convierte a la desinformación impulsada por IA en una amenaza sistémica para la resiliencia democrática, no solo un problema de comunicación.

Pero la inteligencia artificial no solo amplifica los riesgos existentes: también transforma la naturaleza misma de la relación entre ciudadanos e información. Los sistemas de recomendación algorítmica que ya conocemos son sustituidos progresivamente por agentes conversacionales capaces de personalizar la información de manera mucho más sofisticada. Un usuario que consulta a un asistente de IA sobre un tema político no recibe un listado de fuentes que puede evaluar: recibe una respuesta sintetizada, formulada en primera persona, que puede reflejar los sesgos del modelo, las limitaciones de sus datos de entrenamiento o las instrucciones de quienes lo han desplegado. La transparencia sobre el origen de esa respuesta es, en el mejor de los casos, parcial; en el peor, inexistente.

VII.s Personalización extrema, confianza delegada y el nuevo mapa de la opinión pública

La irrupción de la IA generativa en el ecosistema mediático profundiza y acelera la tendencia hacia la personalización extrema de la información que hemos identificado como uno de los principales vectores de la polarización. Si los algoritmos de las redes sociales aprendieron a mostrar a cada usuario los contenidos que maximizaban su *engagement*, los sistemas de IA generativa pueden construir, en tiempo real, versiones de la realidad adaptadas a las preferencias, sesgos y emociones de cada persona. Chung (2025) ha explorado los efectos paradójicos de este fenómeno: el mayor conocimiento sobre el funcionamiento de los algoritmos no necesariamente protege a los usuarios, sino que puede generar un desenganche digital que los deja igualmente vulnerables a la manipulación.

Esta personalización extrema tiene una consecuencia que merece atención especial en el contexto mexicano: la delegación de la confianza epistémica. En condiciones normales, los ciudadanos desarrollan criterios propios para evaluar la credibilidad de las fuentes: experiencia con distintos medios, comparación de versiones, consulta con personas de confianza. La IA generativa tiende a colapsar ese proceso: el usuario delega en el sistema la tarea de sintetizar y valorar, y el sistema responde con una autoridad que no siempre está justificada por la calidad de sus fuentes. En un entorno ya saturado de desconfianza institucional y de desinformación, esta delegación puede producir una paradoja: mayor acceso aparente a la información combinado con menor capacidad crítica para evaluarla.

No toda la evidencia apunta en la misma dirección. La IA también ofrece herramientas prometedoras para combatir la desinformación: sistemas de verificación automatizada, detección de deepfakes, identificación de redes de cuentas falsas y análisis a gran escala de narrativas desinformativas. Surjatmodjo et al. (2024) han documentado algunas de estas aplicaciones defensivas, aunque también señalan sus limitaciones: la carrera entre los sistemas que producen desinformación y los que la detectan es, por ahora, desigual, y los primeros llevan ventaja. Denniss y Lindberg (2025) han argumentado, en una revisión reciente, que la velocidad de propagación de la desinformación en redes sociales —amplificada por la IA— supera sistemáticamente la capacidad de respuesta de los mecanismos de verificación disponibles.

Para México, el momento histórico es especialmente delicado. El país enfrenta una transición de gobierno en un contexto de polarización intensa, con instituciones de vigilancia mediática débiles, brechas digitales significativas y una ciudadanía sometida durante años a una dieta informativa marcada por la confrontación y la desconfianza. La irrupción de la IA en ese ecosistema no llega en un momento de fortaleza democrática: llega en un momento de vulnerabilidad. La pregunta que esta coyuntura plantea no es si la IA va a transformar la política y la opinión pública en México —eso ya está ocurriendo—, sino si las instituciones, los ciudadanos y los actores mediáticos tendrán la capacidad y la voluntad de moldear esa transformación en una dirección que fortalezca, y no erosione, la calidad de la

democracia. La respuesta a esa pregunta no está predeterminada: depende, en buena medida, de las decisiones que se tomen hoy.

VII.t Las Morras Chilangas de Movimiento Ciudadano (2021-2024): comunicación política nativa digital con agenda de género

El colectivo de candidatas de Movimiento Ciudadano que se autonombraron "Morras Chilangas" representa uno de los experimentos más interesantes de comunicación política nativa digital en la historia reciente de la Ciudad de México, y uno de los pocos casos mexicanos en que una estrategia deliberadamente construida sobre las lógicas de las plataformas digitales logró colocar una agenda sustantiva —la paridad, los derechos reproductivos, la violencia de género— en el centro del debate electoral local, sin renunciar al rigor programático ni al antagonismo constructivo.

El colectivo emergió formalmente en abril de 2021, en el contexto de las elecciones intermedias del 6 de junio, cuando un grupo de jóvenes candidatas de Movimiento Ciudadano en la Ciudad de México —encabezadas por Sofía Castro Guerrero, Paty Urriza Arellano, Sofía Aguilar, Sofía Provencio y Tamara Ibarra, entre otras— decidió construir una identidad colectiva de campaña que rompiera con los códigos visuales, retóricos y relacionales de la política tradicional (El Universal, 2021). La denominación fue en sí misma un acto de apropiación lingüística: "morra", vocablo del argot juvenil urbano de la Ciudad de México que designa a una mujer joven, y "chilanga", gentilicio frecuentemente usado de manera peyorativa fuera de la capital, fueron resignificados como marcadores de identidad política positiva, en un movimiento retórico que la literatura sobre comunicación política digital identifica como estrategia de reencuadre identitario (Alafnan, 2025).

El lanzamiento del colectivo contó con el respaldo de la senadora Patricia Mercado Castro, quien entregó simbólicamente a las candidatas un "relevo generacional" para representar las causas feministas entre la clase política local y nacional (Infobae, 2021). Esta articulación entre una figura con trayectoria institucional consolidada y un grupo de

candidatas jóvenes sin cargo previo fue parte consciente de la estrategia: le daba al colectivo legitimidad dentro del partido sin subsumirlo en la lógica de las candidaturas tradicionales. La agenda programática fue articulada en el documento "Los Irreductibles", firmado en mayo de 2021: inclusión en todas las actividades sociales, económicas y políticas; garantías de seguridad e igualdad salarial; derecho a decidir sobre el propio cuerpo; jubilación para mujeres dedicadas al trabajo doméstico; y movilidad segura (Milenio, 2021a). Su presentación en clave de "causas correctas" frente a los "impresentables" de la política tradicional adoptaba el formato de encuadre que las plataformas digitales amplifican con mayor eficacia: la contraposición entre un "nosotros" con identidad positiva y un "ellos" con identidad negativa.

La estrategia comunicacional del colectivo fue pionera en el uso articulado de múltiples plataformas con contenidos diferenciados. En TikTok e Instagram, las candidatas producían contenido breve, nativo de la plataforma, que mostraba la política desde ángulos inusuales: acciones directas en el espacio público, humor político, interpelaciones directas a figuras del establishment local. El episodio que más claramente ilustra esta lógica ocurrió en octubre de 2022, cuando miembros del colectivo retiraron de los postes y semáforos de Coyoacán más de cien lonas ilegalmente instaladas con la imagen del alcalde Giovanni Gutiérrez Aguilar y las llevaron a las instalaciones de la alcaldía. Un video del operativo publicado en TikTok alcanzó 700,000 reproducciones y más de 90,000 "me gusta" en pocas horas, con más de 2,600 comentarios en su mayoría de personas que expresaban su deseo de sumarse a la causa (En Cancha, 2022). La acción combinaba denuncia ciudadana concreta, humor político y llamada a la acción: un ejemplo casi perfecto de lo que Chong y Druckman (2007) llaman "encuadre equivalente fuerte", capaz de hacer que una posición sea no solo comprensible sino emocionalmente resonante para la audiencia a la que se dirige.

En octubre de 2023, el colectivo presentó una denuncia formal ante el Instituto Electoral de la Ciudad de México contra el alcalde de Coyoacán por presuntos abusos publicitarios en su segundo informe de gobierno, argumentando que constituían actos anticipados de campaña con recursos públicos (Quadratin, 2023). Esta acción representa la capacidad del colectivo para articular la acción digital con la institucional: la viralidad en

TikTok y la denuncia ante el IECM no eran estrategias separadas sino fases del mismo proceso de visibilización y presión. La continuidad del colectivo hacia el ciclo electoral de 2024 confirma su consolidación como actor político de mediano plazo. Sofía Margarita Provencio fue candidata a la alcaldía de Coyoacán en ese proceso e impulsó la candidatura presidencial de Jorge Álvarez Máynez, cuya estrategia digital en TikTok —donde superó en número de seguidores a la candidata de la oposición Xóchitl Gálvez— fue en parte deudora de las lecciones aprendidas por el ecosistema de comunicación política de Movimiento Ciudadano en la Ciudad de México (Expansión, 2024; Milenio, 2024b).

Desde el punto de vista analítico, el caso de las Morras Chilangas es relevante para el argumento de este trabajo en al menos tres dimensiones. La primera es que ilustra cómo las lógicas de las plataformas digitales pueden ser apropiadas con propósitos que no necesariamente erosionan el debate democrático, sino que lo enriquecen: el colectivo usó el encuadre identitario y el antagonismo no para polarizar de manera afectiva sino para colocar una agenda programática específica. Esta distinción —entre polarización productiva, que genera debate sobre políticas públicas, y polarización perniciosa, que produce solo hostilidad tribal— es exactamente la que McCoy y Somer (2019) proponen como clave para evaluar los efectos de la confrontación política sobre la democracia.

La segunda dimensión es que el caso ilustra el potencial del activismo digital sostenido, en contraste con la fragilidad de los movimientos de alta intensidad efímera como el #YoSoy132. Las Morras Chilangas mantuvieron su presencia y actividad entre ciclos electorales, acumularon credibilidad institucional al combinar la acción digital con la denuncia formal, y construyeron una red de relaciones que les permitió influir sobre la estrategia de comunicación del partido en el ciclo siguiente. Esto confirma la hipótesis de Tufekci (2017) sobre la importancia de la construcción organizativa sostenida como condición para que la movilización digital se traduzca en cambio político real.

La tercera dimensión, quizá la más significativa para la investigación que aquí se presenta, es que el caso de las Morras Chilangas demuestra que Movimiento Ciudadano ha desarrollado, desde su base militante y candidata en la Ciudad de México, una

comprensión sofisticada de las lógicas del ecosistema mediático digital y una capacidad para operarlas con fines que van más allá de la mera visibilidad: la agenda de género que el colectivo posicionó en Coyoacán entre 2021 y 2024 es exactamente el tipo de contribución al debate público que la teoría democrática reclama de los partidos políticos —no solo amplificación emocional, sino articulación de demandas ciudadanas concretas en propuestas institucionales verificables.

VIII. Conclusiones y nueva agenda de investigación

Comprobación de la hipótesis de trabajo

Dado el carácter cualitativo de esta investigación, la comprobación de la hipótesis de trabajo no procede por vía estadística sino mediante la valoración de su plausibilidad a la luz del análisis comparado de los casos desarrollados en la sección anterior. La hipótesis central sostenía que la polarización política opera como el eje articulador de los principales fenómenos que deterioran la calidad del debate democrático en México. El análisis de los veinte casos estudiados —del incendio de la Guardería ABC en 2009 a la movilización por Mahahual en 2025— ofrece evidencia convergente a favor de esa proposición.

En cada uno de los casos, la polarización aparece no como un fenómeno aislado sino como el mecanismo que conecta los demás: en Ayotzinapa y en el caso de Jorge y Javier, la polarización determinó qué versión de los hechos aceptaba cada sector de la ciudadanía, fracturando el sustrato fáctico compartido; en las mañaneras y en la campaña contra el INE, la polarización afectiva amplificó el alcance de la desinformación al activar los mecanismos de confirmación de creencias; en el #8M y en las Morras Chilangas, la misma lógica de confrontación identitaria que polariza pudo, en cambio, canalizarse hacia la construcción de agenda pública sustantiva. La recurrencia de este patrón a lo largo de casos heterogéneos —tragedias, elecciones, movimientos sociales, conflictos ambientales— en un arco temporal de más de quince años sugiere que la hipótesis de trabajo captura un rasgo estructural del ecosistema mediático mexicano, y no una coincidencia circunstancial.

La hipótesis de trabajo auxiliar —que los medios tradicionales tienden a producir polarización ideológica mientras las plataformas digitales producen prioritariamente polarización afectiva— también encuentra respaldo en los casos analizados, aunque con un matiz importante: la evidencia sugiere que en el ecosistema contemporáneo ambos tipos de polarización se retroalimentan, y que la separación analítica entre uno y otro es más nítida en

la teoría que en la práctica cotidiana del consumo informativo. Esta observación, lejos de debilitar la hipótesis central, la refuerza: confirma que la polarización es un fenómeno sistémico que atraviesa todo el ecosistema.

Esta investigación ha argumentado que la polarización no es solo uno de los múltiples problemas del ecosistema mediático mexicano, sino su eje articulador: el mecanismo a través del cual los algoritmos, los medios y los actores políticos producen y reproducen las condiciones que deterioran la calidad del debate democrático. La evidencia revisada —organizada cronológicamente a lo largo de una década que va del #YoSoy132 de 2012 a la irrupción de la IA generativa en la campaña de 2024— es consistente con esta hipótesis, aunque también señala sus límites y la necesidad de matizarla.

El primer hallazgo es que la teoría del *agenda-setting* sigue siendo relevante en la era digital, pero debe ser complementada con una comprensión de los algoritmos como actores que tienen sus propios criterios de jerarquización, distintos a los de los editores y directores de medios tradicionales. Los algoritmos no jerarquizan en función de la importancia pública de los temas, sino de su capacidad para generar *engagement*, lo que tiene consecuencias sistemáticas sobre qué temas son visibles y cómo son encuadrados.

El segundo hallazgo es que la polarización afectiva —la hostilidad emocional hacia el grupo opuesto— es más relevante que la polarización ideológica para entender la dinámica mediática contemporánea en México. Esta distinción tiene implicaciones prácticas importantes: las estrategias de combate a la desinformación que se centran en ofrecer información correcta pueden ser insuficientes si no atienden la dimensión emocional e identitaria de la polarización.

El tercer hallazgo es que la desinformación y la desconfianza institucional son consecuencias de la polarización tanto como sus causas: operan en un ciclo de retroalimentación que se vuelve progresivamente más difícil de interrumpir. Este hallazgo sugiere que las intervenciones deben ser sistémicas, no puntuales. El caso de Marcela Turati y la plataforma ¿A dónde van los desaparecidos? demuestra que existen alternativas prácticas

a las lógicas dominantes del ecosistema: el periodismo de datos riguroso, colaborativo y orientado a la justicia puede producir transferencias de agenda que ningún algoritmo habría generado, y puede hacerlo con una credibilidad que los medios convencionales han perdido en amplios sectores de la ciudadanía.

Como agenda de investigación pendiente, este trabajo identifica al menos tres líneas que merecen desarrollo específico. La primera es el análisis sistemático de la agenda mediática mexicana en el período 2012-2025, con metodologías de análisis de contenido que permitan medir empíricamente la intensidad y la evolución de los encuadres polarizados. La segunda es la investigación sobre los efectos diferenciados de la polarización en distintos grupos sociales, con especial atención a las brechas de género, generación y acceso digital. La tercera es el estudio de las implicaciones de la IA generativa para los procesos de formación de opinión pública en México, un campo que apenas comienza a ser investigado y que tiene implicaciones de primera importancia para el diseño de políticas de comunicación y de regulación de plataformas.

Hay, sin embargo, una dimensión del problema que el análisis puramente estructural tiende a dejar en la sombra, y que conviene nombrar en estas conclusiones con la misma franqueza con que se han nombrado los mecanismos de la polarización y la desinformación. Los ecosistemas mediáticos no son solo sistemas de distribución de información: son sistemas de distribución de imaginarios. Lo que consumimos no solo nos informa sobre el mundo: nos enseña a imaginar qué mundos son posibles. Y si lo que consumimos, de manera sistemática y sostenida, son encuadres de confrontación, narrativas de amenaza e identidades que se definen por la hostilidad hacia el otro, entonces lo que estamos construyendo, muy lentamente pero con gran eficacia, son ciudadanías incapaces de imaginar futuros distintos al de la guerra permanente entre los suyos y los de enfrente.

Esta dimensión no es un problema secundario ni una preocupación filosófica ajena a la política práctica. Hay evidencia creciente, en la intersección entre la psicología social, la comunicación política y los estudios sobre comportamiento colectivo, de que los patrones de consumo mediático moldean no solo opiniones sino disposiciones: maneras de

relacionarse con la incertidumbre, tolerancias frente a la diferencia, capacidades para imaginar soluciones colectivas a problemas compartidos. Cuando los algoritmos recompensan sistemáticamente el contenido que activa el miedo y la indignación, y penalizan el contenido que activa la esperanza y la deliberación, no están solo distorsionando el debate público: están erosionando las condiciones psicológicas y culturales que hacen posible la acción colectiva democrática. La polarización afectiva no es solo un estado de las opiniones políticas: es un estado de la imaginación social.

Frente a ese diagnóstico, las respuestas que la literatura ha explorado con mayor detalle son las de carácter institucional y tecnológico: regulación de plataformas, rediseño algorítmico, alfabetización mediática, *fact-checking*. Todas son necesarias. Pero hay otra categoría de respuesta que merece mayor atención en la investigación y en la política pública: la de las narrativas alternativas. Si la polarización se sostiene, entre otras cosas, porque el ecosistema mediático dominante produce y distribuye un conjunto muy limitado de encuadres sobre lo que México es y puede ser, entonces parte de la respuesta tiene que venir de producir y distribuir otros encuadres: narrativas que no nieguen los conflictos reales sino que los procesen de maneras que amplíen, en lugar de contraer, la capacidad de imaginar salidas.

Periodismo de lo Posible es, en este sentido, un experimento metodológico y ético que merece ser leído en clave teórica además de periodística. Se trata de un *podcast* narrativo colaborativo, realizado por periodistas y comunicadorxs de radios comunitarias y medios independientes de toda la república, que cuenta historias de resistencia, organización y esperanza desde los territorios: comunidades indígenas que detienen megaproyectos, mujeres que organizan el acceso al agua, pueblos que defienden sus bosques y sus ríos, colectivos que construyen alternativas desde los márgenes del sistema (Periodismo de lo Posible, 2025). Lo que distingue a este proyecto no es solo su contenido —aunque contar la historia de las comunidades chontales que derrotaron a una minera, o de las mujeres de Guanajuato que cosechan lluvia y esperanza, es en sí mismo un acto de contraprogramación frente a la agenda mediática dominante— sino su premisa epistemológica: que el periodismo puede y debe ser un instrumento para ampliar la imaginación social, para hacer visible lo que

el ecosistema mediático hegemónico deja invisible, para demostrar con historias concretas y verificadas que hay futuros posibles distintos al que los algoritmos y la polarización nos proponen como inevitable.

La distinción entre utopía y distopía no es, en este contexto, una distinción entre el optimismo y el pesimismo. Es una distinción sobre qué tipo de imaginario moviliza la acción política. Las narrativas distópicas —las que dominan el ecosistema mediático polarizado— son extraordinariamente eficaces para paralizar: producen la sensación de que el deterioro es irreversible, de que los adversarios son tan poderosos que cualquier esfuerzo de transformación está condenado al fracaso, de que lo único sensato es proteger el propio grupo de los ataques del grupo contrario. Las narrativas utópicas, en cambio —las que el periodismo de lo posible, en sus múltiples formas, intenta producir— son eficaces para movilizar: no porque nieguen la dificultad o la injusticia, sino porque demuestran que la transformación ocurre, que hay personas que la están haciendo, que los problemas que parecen estructuralmente irresolubles tienen, en algún lugar, soluciones que funcionan.

Lo que consumimos va moldeando, de manera lenta pero acumulativa, los patrones con que procesamos la realidad, reafirmando las identidades que sostenemos y afianzando los valores que orientan nuestra acción. Esta no es una observación nueva: está en el núcleo de la teoría del encuadre desde sus formulaciones más tempranas (Nelson et al., 1997) y en el centro de los estudios sobre la relación entre narrativa y cognición política (Scheufele, 2000). Pero adquiere una urgencia nueva en un ecosistema mediático donde la velocidad y la escala de la distribución de narrativas no tienen precedente histórico, y donde los incentivos estructurales favorecen de manera tan sistemática las narrativas que dividen sobre las que unen, las que paralizan sobre las que movilizan, las que producen hostilidad sobre las que producen solidaridad.

Propuestas de política pública y reforma

El artículo 184 del Reglamento de Fiscalización exige que la investigación contribuya de forma directa a la elaboración de propuestas para la solución de las problemáticas detectadas. En consecuencia, y sin pretensión de exhaustividad, esta investigación plantea seis líneas de acción orientadas a mitigar los efectos de la polarización mediática sobre la democracia mexicana. Se presentan como propuestas amplias, susceptibles de desarrollo técnico posterior, y ordenadas de lo institucional a lo educativo.

Primera, en materia de transparencia algorítmica: promover una reforma que obligue a las plataformas digitales con presencia significativa en México a divulgar los criterios generales de sus sistemas de recomendación y a permitir auditorías independientes de sus efectos sobre la circulación de contenido político, en línea con los estándares que la Unión Europea ha establecido en su Ley de Servicios Digitales. La opacidad algorítmica documentada en esta investigación es incompatible con la rendición de cuentas que una democracia exige de los actores que estructuran su debate público.

Segunda, en materia de publicidad oficial: legislar para transparentar y despolitizar la asignación del gasto gubernamental en publicidad, estableciendo criterios objetivos que impidan su uso como instrumento de premio y castigo editorial. La discrecionalidad en la distribución de la publicidad oficial, identificada en esta investigación como uno de los mecanismos históricos de condicionamiento de la cobertura, requiere reglas claras y verificables.

Tercera, en materia de fortalecimiento del periodismo profesional: diseñar mecanismos de apoyo —fiscales, formativos y de seguridad— para el periodismo local y de investigación, cuya precariedad laboral, documentada en esta investigación, erosiona directamente la calidad informativa del ecosistema. Un periodismo profesional viable es la primera línea de defensa frente a la desinformación.

Cuarta, en materia de verificación y alfabetización mediática: institucionalizar programas de alfabetización mediática y digital en el sistema educativo nacional, e impulsar alianzas entre autoridades electorales, universidades y organizaciones de la sociedad civil

para sostener iniciativas de verificación como las que Verificado.mx ejemplificó durante procesos electorales. La evidencia sugiere que la resiliencia frente a la desinformación se construye antes de la exposición, mediante la formación del criterio ciudadano.

Quinta, en materia de protección de la esfera pública digital: explorar marcos regulatorios que, respetando plenamente la libertad de expresión, establezcan obligaciones de moderación y respuesta ante la desinformación coordinada y la propaganda computacional —las redes de amplificación artificial documentadas por laboratorios como Signa_Lab—, evitando que la concentración de una plataforma en manos de un solo actor comprometa las condiciones del debate democrático.

Sexta, en materia de imaginación democrática: apoyar, desde la política cultural y comunicacional del Estado y de los actores políticos comprometidos con la democracia, la producción de narrativas alternativas —como las que proyectos de periodismo comunitario y de lo posible representan—, bajo el entendido de que la disputa por el ecosistema mediático no es solo defensiva, sino también una disputa por la capacidad colectiva de imaginar futuros distintos al de la polarización permanente.

La democracia mexicana tiene recursos para enfrentar el desafío de la polarización mediática. Tiene instituciones formales que, pese a su fragilidad, siguen funcionando; tiene una sociedad civil activa y crítica; tiene periodistas comprometidos con estándares de verificación rigurosos; y tiene, en proyectos como Periodismo de lo Posible, en el trabajo de Marcela Turati y Quinto Elemento Lab, en las Morras Chilangas, en la red Verificado.mx, en los equipos de Signa_Lab que Rossana Reguillo fundó para perseguir el poder donde se muestra, evidencia concreta de que hay mexicanas y mexicanos que están construyendo, con sus prácticas cotidianas, las condiciones comunicativas que la democracia necesita. El problema es estructural, pero no es irreversible. La condición para enfrentarlo con eficacia es comprenderlo con rigor —ese es el propósito de esta investigación— y tener la imaginación suficiente para creer que vale la pena intentarlo.

Bibliografía

ABC Noticias. (2025, marzo 19). A 15 años del crimen de Jorge y Javier, estudiantes del Tec de Monterrey, ¿cómo pasaron los hechos? ABC Noticias. <https://abcnoticias.mx/local/2025/3/19/15-anos-del-crimen-de-jorge-javier-estudiantes-del-tec-de-monterrey-como-pasaron-los-hechos-243571.html>

Ábrego Molina, V. H., Arredondo Ortiz, D., López-Portillo Vázquez, P., De la Torre Silva, J., Almendarez González, J. L., y Portilla Tinajero, R. (2024). Informe sobre el proceso de selección de preguntas para el 1er Debate Presidencial INE 2024 (Formato A). Signa_Lab ITESO / Instituto Nacional Electoral. <https://signalab.iteso.mx>

Al-Khazraji, S. H., Saleh, H. H., Khalid, A. I., y Mishkhal, I. A. (2023). Impact of deepfake technology on social media: Detection, misinformation and societal implications. The Eurasia Proceedings of Science Technology Engineering and Mathematics, 23, 429-441. <https://doi.org/10.55549/epstem.1371792>

Alafnan, M. A. (2025). The role of memes in shaping political discourse on social media. Studies in Media and Communication, 13(2), 1. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i2.7482>

Álvarez Enríquez, L. (2020). El movimiento feminista en México en el siglo XXI: juventud, radicalidad y violencia. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 65(240), 147-175. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2020.240.76388>

Animal Político. (2011, junio 13). #AcampadaCongresoMx: Tuiteros exigen aprobación de Reforma Política. Animal Político. <https://animalpolitico.com/2011/06/acampadacongresomx-tuiteros-exigen-aprobacion-de-reforma-politica>

Animal Político. (2011). Entrevista a Gonzalo Ibarra (@yonofui) y Juan Pablo Espinosa de los Monteros, líderes del movimiento #ReformaPoliticaYA [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=jM91QxIPvDs>

Animal Político. (2020, marzo 8). #8M: Como nunca antes, una potente marcha de mujeres lanza grito contra el machismo y violencia feminicida. Animal Político. <https://www.animalpolitico.com/2020/03/mujeres-marcha-8m-cdmx-protesta-machismo>

Arnaut, A. (Director). (2018). Hasta los dientes [Documental]. México. Disponible en Netflix.

Artículo 19. (2020). México: Democracia simulada, prensa en riesgo. Informe anual 2020. Artículo 19. <https://articulo19.org>

Badrinathan, S. (2021). Educative interventions to combat misinformation: Evidence from a field experiment in India. *American Political Science Review*, 115(4), 1325-1341. <https://doi.org/10.1017/s0003055421000459>

Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J. P., Chen, H., Hunzaker, M. B. F., Lee, J., Mann, M., Merhout, F., y Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37), 9216-9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>

Banco Mundial. (2022). Gini index: Mexico. World Bank Open Data. <https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI?locations=MX>

Bárcena, M., Bravo, H., y Ramírez, R. (2019). Consumo de medios y preferencia electoral en la campaña presidencial mexicana de 2018. *Comunicación y Sociedad*, 16, e7325. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7325>

Barisione, M., Michailidou, A., y Airoidi, M. (2017). Understanding a digital movement of opinion: The case of #RefugeesWelcome. *Information, Communication & Society*, 22(8), 1145-1164. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2017.1410204>

BBC News Mundo. (2019, marzo 19). Asesinato de Javier Arredondo y Jorge Mercado: cómo fue el caso de los estudiantes del Tecnológico de Monterrey por el que México pidió disculpas. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-47630714>

Becerra, M., y Mastrini, G. (2017). La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015): nuevos medios y tecnologías, menos actores. Universidad Nacional de Quilmes / OBSERVACOM.

Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.

Bennett, W. L., y Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>

Bradshaw, S., y Howard, P. N. (2017). *Troops, trolls and troublemakers: A global inventory of organized social media manipulation*. Oxford Internet Institute, University of Oxford. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/research/posts/troops-trolls-and-trouble-makers/>

Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.

Centro Mexicano de Derecho Ambiental. (2020). Análisis jurídico de la consulta indígena del Tren Maya. CEMDA. <https://www.cemda.org.mx>

Ceron, A., Curini, L., y Iacus, S. M. (2016). First- and second-level agenda setting in the Twittersphere: An application to the Italian political debate. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(2), 159-174. <https://doi.org/10.1080/19331681.2016.1160266>

Chihu Amparán, A. (2023). El framing del ritual político (Las mañaneras). *Más Poder Local*, 53. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.144>

Chitra, U., y Musco, C. (2020). Analyzing the impact of filter bubbles on social network polarization. *Proceedings of the 13th International Conference on Web Search and Data Mining*, 115-123. <https://doi.org/10.1145/3336191.3371825>

Chong, D., y Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10(1), 103-126. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>

Chueca Del Cerro, C. (2024). The power of social networks and social media's filter bubble in shaping polarisation: An agent-based model. *Applied Network Science*, 9(1). <https://doi.org/10.1007/s41109-024-00679-3>

Chung, M. (2025). When knowing more means doing less: Algorithmic knowledge and digital (dis)engagement among young adults. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-186>

Cinvestav Mérida. (2023). Evaluación independiente del impacto ambiental del proyecto Tren Maya en el sistema arrecifal mesoamericano. Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del IPN, Unidad Mérida.

Change.org. (2025). Salvemos Mahahual: detengamos el proyecto destructivo de Royal Caribbean [Petición]. Change.org. <https://www.change.org>

CNDH (Comisión Nacional de los Derechos Humanos). (2009). Recomendación 49/2009 sobre el caso de la Guardería ABC en Hermosillo, Sonora. CNDH. <https://www.cndh.org.mx>

Comisión Nacional de los Derechos Humanos. (2022). Informe especial sobre agresiones a periodistas y libertad de prensa en México 2018-2022. CNDH. <https://www.cndh.org.mx>

De León, E., y Trilling, D. (2021). A sadness bias in political news sharing? The role of discrete emotions in the engagement and dissemination of political news on Facebook. *Social Media + Society*, 7(4). <https://doi.org/10.1177/20563051211059710>

Denniss, E., y Lindberg, R. (2025). Social media and the spread of misinformation: Infectious and a threat to public health. *Health Promotion International*, 40(2). <https://doi.org/10.1093/heapro/daaf023>

Directorio Legislativo. (2025). Tras el cierre del INAI, cuáles son los cambios en materia de transparencia y acceso a la información en México. Directorio Legislativo. <https://directoriolegislativo.org>

Dubois, E., Gruz, A., y Jacobson, J. (2018). Journalists' use of social media to infer public opinion: The citizens' perspective. *Social Science Computer Review*, 38(1), 57-74. <https://doi.org/10.1177/0894439318791527>

El Demócrata. (2024, junio 7). A 15 años del mortal incendio en la guardería ABC sin respuestas. El Demócrata. <https://www.eldemocrata.com/a-15-anos-del-mortal-incendio-en-la-guarderia-abc-sin-respuestas/>

El Financiero. (2023, septiembre 22). "Trabajar en equipo y con mujeres ha definido mi vida": Sofía Castro. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/maria-scherer-ibarra/2023/09/22/trabajar-en-equipo-y-con-mujeres-ha-definido-mi-vida/>

El Financiero. (2023, octubre 18). Justicia para Jorge y Javier: Tec de Monterrey celebra sentencia a militares que mataron a estudiantes. El Financiero.

<https://www.elfinanciero.com.mx/estados/2023/10/18/justicia-para-jorge-y-javier-tec-de-monterrey-celebra-sentencia-a-militares-que-mataron-a-estudiantes/>

El Sol de Hermosillo. (2023, junio 5). ¿Qué fue lo que pasó en la Guardería ABC? El Sol de Hermosillo. <https://oem.com.mx/elsoldehermosillo>

El Universal. (2021, abril 11). "Morras chilangas" de MC buscan erradicar gobiernos machistas en CDMX. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/elecciones/morras-chilangas-de-mc-buscan-erradicar-gobiernos-machistas-en-cdmx/>

El Universal. (2025, marzo 9). 2025 rompe récord de asistencia en marcha del 8M; así ha sido año con año. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/2025-rompe-record-de-asistencia-en-marcha-del-8m-asi-ha-sido-ano-con-ano/>

En Cancha. (2022, octubre 7). VIDEO | Morras chilangas retiran lonas del Alcalde de Coyoacán y se hacen virales. En Cancha. <https://www.encancha.mx/enlahora/tendencias/2022/10/7/video-morras-chilangas-retiran-lonas-del-alcalde-de-coyoacan-se-hacen-virales-47747/>

Esteinou Madrid, J. (2009). La transformación de la televisión mexicana: hegemonía cultural y concentración mediática. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 15(30), 9-38.

Expansión Política. (2024, noviembre 29). Extinción del INAI deja en el aire el acceso a la transparencia. Expansión. <https://politica.expansion.mx>

Expansión Política. (2024, abril 23). Máynez da un toque viral a su campaña con el refuerzo de su estrategia digital. Expansión. <https://politica.expansion.mx/elecciones/2024/04/23/mayneze-da-un-toque-viral-a-su-campana-con-el-refuerzo-de-su-estrategia-digital>

Expansión Política. (2025, marzo 22). INAI se va, nace Transparencia del Pueblo; expertas advierten retroceso. Expansión. <https://politica.expansion.mx>

Expansión. (2011, julio 25). Movimiento a favor de Reforma Política se reúne con diputados de izquierda. Expansión. <https://expansion.mx/nacional/2011/07/25/movimiento-a-favor-de-reforma-politica-se-reune-con-diputados-de-izquierda>

Fundar, Centro de Análisis e Investigación. (2015). Publicidad oficial: el gasto que nadie controla. Fundar. <https://fundar.org.mx>

Graves, L. (2016). Deciding what's true: The rise of political fact-checking in American journalism. Columbia University Press.

Grupo Animal. (2025, junio 5). A 16 años del incendio en la Guardería ABC, los sobrevivientes continúan lucha y exigen castigo. Grupo Animal. <https://grupoanimal.mx/estados/guarderia-abc-16-anos-sobrevivientes-lucha>

Guerrero, M. A. (2010). Broadcasting and democracy in Mexico: From polarized pluralism to a passion for compromises. *Policy & Society*, 29(1), 23-35. <https://doi.org/10.1016/j.polsoc.2009.11.004>

Guess, A. M., Malhotra, N., Pan, J., Barberá, P., Allcott, H., Brown, T., Crespo-Tenorio, A., Dimmery, D., Dzandu, D., y Tucker, J. A. (2023). How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign? *Science*, 381(6656), 398-404. <https://doi.org/10.1126/science.abp9364>

Haim, M., Graefe, A., y Brosius, H.-B. (2017). Burst of the filter bubble? *Digital Journalism*, 6(3), 330-343. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338145>

Hallin, D. C., y Mancini, P. (2004). Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867>

Hernández Solís, M. J. (2022). Representación de la marcha feminista del 8 de marzo de 2020 por parte de tres medios de comunicación digitales en México. *Xihmai*, 17(34), 25-48. <https://doi.org/10.37646/xihmai.v17i34.555>

Hoes, E., Aitken, B., Zhang, J., Gackowski, T., y Wojcieszak, M. (2024). Prominent misinformation interventions reduce misperceptions but increase scepticism. *Nature Human Behaviour*, 8(8), 1545-1553. <https://doi.org/10.1038/s41562-024-01884-x>

Huckins, K. (1999). Interest-group influence on the media agenda: A case study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(1), 76-86. <https://doi.org/10.1177/107769909907600106>

Hunter, L. Y. (2023). Social media, disinformation, and democracy: How different types of social media usage affect democracy cross-nationally. *Democratization*, 30(6), 1040-1072. <https://doi.org/10.1080/13510347.2023.2208355>

IFT (Instituto Federal de Telecomunicaciones). (2023). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022. IFT / INEGI. <https://www.ift.org.mx>

Imagen Radio. (2025, junio 5). Incendio de la Guardería ABC: 16 años de dolor, impunidad y lucha. Imagen Radio. <https://www.imagenradio.com.mx>

Infobae. (2021, abril 11). Morras, chilangas y feministas: Patricia Mercado impulsó a candidatas de MC en la CDMX. Infobae. <https://www.infobae.com/america/mexico/2021/04/11/morras-chilangas-y-feministas-patricia-mercado-impulso-a-candidatas-de-mc-en-la-cdmx/>

Infobae. (2025, febrero 13). Discurso de odio en X aumentó un 50% tras la compra de Musk, según un estudio. Infobae. <https://www.infobae.com/tecnologia/2025/02/13/discurso-de-odio-en-x-aumento-un-50-tras-la-compra-de-musk-segun-un-estudio-en-estados-unidos/>

Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., y Westwood, S. J. (2019). The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 22, 129-146. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>

Joseph, A. M., Fernandez, V., Kritzman, S., Eaddy, I., Cook, O. M., Lambros, S., Jara Silva, C. E., Arguelles, D., Abraham, C., Dorgham, N., Gilbert, Z. A., Chacko, L., Hirpara, R. J., Mayi, B. S., y Jacobs, R. J. (2022). COVID-19 misinformation on social media: A scoping review. *Cureus*, 14(4). <https://doi.org/10.7759/cureus.24601>

Jürgens, P., y Stark, B. (2022). Mapping exposure diversity: The divergent effects of algorithmic curation on news consumption. *Journal of Communication*, 72(3), 322-344. <https://doi.org/10.1093/joc/jqac009>

Latif, D., Samad, M. A., Rinawulandari, R., y Kadir, S. A. (2024). Social media in shaping public opinion roles and impact: A systematic review. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(2), 205-223. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2024-4002-12>

Latinobarómetro. (2023). Informe Latinobarómetro 2023. Corporación Latinobarómetro. <https://www.latinobarometro.org>

Lawson, C. H., y McCann, J. A. (2005). Television coverage, media effects, and Mexico's 2000 elections. En J. I. Domínguez y C. H. Lawson (Eds.), *Mexico's pivotal democratic election* (pp. 187-209). Stanford University Press.

Lin, Y., y Kant, S. (2021). Using social media for citizen participation: Contexts, empowerment, and inclusion. *Sustainability*, 13(12), 6635. <https://doi.org/10.3390/su13126635>

López-Rabadán, P. (2021). Framing studies evolution in the social media era: Digital advancement and reorientation of the research agenda. *Social Sciences*, 11(1), 9. <https://doi.org/10.3390/socsci11010009>

Magallón-Rosa, R., y Leiva-Aguilera, J. (2019). Verificado México 2018: desinformación y fact-checking en campaña electoral. *Revista de Comunicación*, 18(1), 234-258. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A12>

McCombs, M., Lopez-Escobar, E., y Llamas, J. P. (2000). Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election. *Journal of Communication*, 50(2), 77-92. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02842.x>

McCoy, J., Rahman, T., y Somer, M. (2018). Polarization and the global crisis of democracy: Common patterns, dynamics, and pernicious consequences for democratic polities. *American Behavioral Scientist*, 62(1), 16-42. <https://doi.org/10.1177/0002764218759576>

McCoy, J., y Somer, M. (2019). Toward a theory of pernicious polarization and how it harms democracies. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 681(1), 234-271. <https://doi.org/10.1177/0002716218818812>

Media Systems and Communication Policies in Latin America. (2014). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137409058>

Metzler, H., y Garcia, D. (2023). Social drivers and algorithmic mechanisms on digital media. *Perspectives on Psychological Science*, 19(5), 735-748. <https://doi.org/10.1177/17456916231185057>

Milenio Política. (2025, agosto). Tras desaparición del INAI han eliminado 10 institutos locales. Milenio. <https://www.milenio.com>

Milenio. (2020, marzo 10). 9 M: Tuvo un impacto de 37,000 millones de pesos. Milenio. <https://www.milenio.com/especiales/9-impacto-37-000-millones-pesos>

Milenio. (2021a, mayo 14). CdMx. Morras Chilangas de MC firman compromiso con agenda feminista. Milenio. <https://www.milenio.com/politica/elecciones-2021/cdmx-morras-chilangas-mc-firman-compromiso-agenda-feminista>

Milenio. (2021b, abril 12). Morras Chilangas: candidatas de MC buscan acabar con machismo. Milenio. <https://www.milenio.com/politica/elecciones-2021/morras-chilangas-candidatas-mc-buscan-acabar-machismo>

Milenio. (2024b, febrero 8). Movimiento Ciudadano presenta sus candidaturas para alcaldías de CdMx. Milenio. <https://www.milenio.com/politica/movimiento-ciudadano-presenta-sus-candidaturas-para-alcaldias-de-cdmx>

Mitchelstein, E., Matassi, M., y Boczkowski, P. J. (2020). Minimal effects, maximum panic: Social media and democracy in Latin America. *Social Media + Society*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2056305120984452>

Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of internet freedom*. PublicAffairs.

Nelson, T. E., Oxley, Z. M., y Clawson, R. A. (1997). Toward a psychology of framing effects. *Political Behavior*, 19(3), 221-246. <https://doi.org/10.1023/a:1024834831093>

Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the internet worldwide*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139164887>

Organización Mundial de la Salud. (2020). Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa. OMS. <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic>

Parametría. (2022). Encuesta sobre percepción del caso Loret-López Beltrán. Parametría Investigación Estratégica. <http://www.parametria.com.mx>

Pérez-Dasilva, J., Meso-Ayerdi, K., y Mendiguren-Galdospitia, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *El Profesional de la Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>

Periodismo de lo Posible. (2025). El proyecto. Periodismo de lo Posible. https://periodismodeloposible.com/el_proyecto/

Pickard, V. (2020). *Democracy without journalism? Confronting the misinformation society*. Oxford University Press.

Pijama Surf. (2014, marzo 4). 10 activistas de México que te recomendamos seguir en Twitter. Pijama Surf. <https://pijamasurf.com/2014/03/10-activistas-de-mexico-que-te-recomendamos-seguir-en-twitter/>

Proceso. (2020, marzo 9). Periodistas Unidas Mexicanas denuncian a “medios machos”. Proceso. <https://www.proceso.com.mx/620947/periodistas-8m-medios-machos>

Proceso. (2025, junio 5). A 16 años de la tragedia en la Guardería ABC hay menos sentenciados y reducen condenas de cárcel. Proceso. <https://www.proceso.com.mx/nacional/2025/6/5/16-anos-de-la-tragedia-en-la-guarderia-abc-hay-menos-sentenciados-reducen-condenas-de-carcel-352462.html>

Quadratín. (2023, octubre 10). Denuncian publicidad personalizada con recursos públicos en Coyoacán. Quadratín. <https://mexico.quadratin.com.mx/denuncian-publicidad-personalizada-con-recursos-publicos-en-coyoacan/>

Relly, J. E., y González de Bustamante, C. (2014). Silencing Mexico: A study of influences on journalists in northern states. *International Journal of Press/Politics*, 19(1), 108-131. <https://doi.org/10.1177/1940161213509285>

Reporteros sin Fronteras. (2023). Índice Mundial de Libertad de Prensa 2023: México. RSF. <https://rsf.org/es/país/méxico>

Reuters Institute for the Study of Journalism. (2023). Digital news report 2023: Mexico. Reuters Institute, University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>

Rodelo, F. V., Márquez Ramírez, M., Salazar, G., Del Palacio Montiel, C., Echeverría, M., Gutiérrez Ortega, A., Antonio Manzo, K. D., Brambila, J., Buxadé, J., González Macías, R. A., Hughes, S., y Lemini Camarillo, J. L. (2023). Periodistas en México: encuesta de sus perfiles demográficos, laborales y profesionales. *Global Media Journal México*, 20(39), 110-159. https://gmjmxico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/512

Rodelo, F. V., Minor Montes, M., y Rivera Lugo, N. (2024). Precariedad en el empleo periodístico: dimensiones y factores predictores. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2233>

Rodríguez-Pérez, C., Paniagua-Rojano, F. J., y Magallón-Rosa, R. (2021). Debunking political disinformation through journalists' perceptions: An analysis of Colombia's fact-checking news practices. *Media and Communication*, 9(1), 264-275. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3374>

Rogers, E. M., y Dearing, J. W. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? *Annals of the International Communication Association*, 11(1), 555-594. <https://doi.org/10.1080/23808985.1988.11678708>

Romanishyn, A., Malytska, O., y Goncharuk, V. (2025). AI-driven disinformation: Policy recommendations for democratic resilience. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 8. <https://doi.org/10.3389/frai.2025.1569115>

Roozenbeek, J., Schneider, C. R., Dryhurst, S., Kerr, J., Freeman, A. L. J., Recchia, G., Van Der Bles, A. M., y Van Der Linden, S. (2020). Susceptibility to misinformation about COVID-19 across 35 countries. *Royal Society Open Science*, 7(10), 201199. <https://doi.org/10.1098/rsos.201199>

Rovira-Sancho, G., y Morales-i-Gras, J. (2022). Feminismo y conflictividad en la Ciudad de México: ciclos de protesta 2019-2020. *Comunicación y Sociedad*, 35, 1-22. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8297>

Saldaña, M. (2019). Frida Sofía y la crisis del periodismo de crisis: Análisis de la cobertura del sismo de 2017 en México. *Cuadernos de Información*, 44, 117-135. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1576>

Sandoval Meneses, L. (2016). Construcción, oportunismo y explotación de la crisis del incendio de la Guardería ABC en el contexto electoral de Sonora en el 2009. *Revista Inclusiones*, 3(3), 1-22. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/481>

Sarsfield, R., Moncagatta, P., y Roberts, K. M. (2024). Introduction: The new polarization in Latin America. *Latin American Politics and Society*, 66(2), 1-23. <https://doi.org/10.1017/lap.2024.15>

Sarsfield, R. (2023). Entre el pueblo bueno y la élite corrupta. Narrativa populista y polarización afectiva en las redes sociales en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 35, 13-35. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2023.35.85518>

Scheufele, D. A. (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication and Society*, 3(2-3), 297-316. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0323_07

Scott-Railton, J., Marczak, B., Razzak, B. A., Crete-Nishihata, M., y Deibert, R. (2017). Reckless VI: Mexican journalists, lawyers, and a child targeted with NSO spyware. Citizen Lab, University of Toronto. <https://citizenlab.ca/2017/07/mexico-disappearances-nso/>

Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública. (2023). Informe sobre personas desaparecidas y no localizadas. SESNSP. <https://www.gob.mx/sesnsp>

Signa_Lab ITESO. (2019). Red AMLOve: Redes de amplificación artificial en Twitter. ITESO. <https://signalab.iteso.mx>

Signa_Lab ITESO. (2024, octubre 10). El país de las mañaneras. <https://signalab.mx/2024/10/10/el-pais-de-las-mananeras/>

SinEmbargo. (2014, marzo 19). Militares los mataron en MTY en 2010, y el gobierno los criminalizó; lanzan campaña #TodosSomosJorgeyJavier. SinEmbargo. <https://sinembargo.mx/19-03-2014/936609>

SinEmbargo. (2020, marzo 10). Concanaco: #UnDíaSinMujeres deja impacto económico de 30 mil mdp en sector de comercio y servicios. SinEmbargo. <https://www.sinembargo.mx/10-03-2020/3745647>

Štětka, V., Brandao, F., Mihelj, S., Tóth, F., Hallin, D., Rothberg, D., Ferracioli, P., y Klimkiewicz, B. (2024). Have people 'had enough of experts'? The impact of populism and pandemic misinformation on institutional trust in comparative perspective. *Information, Communication & Society*, 28(6), 1039-1060. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2024.2413121>

Surjatmodjo, D., Unde, A. A., Cangara, H., y Sonni, A. F. (2024). Information pandemic: A critical review of disinformation spread on social media and its implications for state resilience. *Social Sciences*, 13(8), 418. <https://doi.org/10.3390/socsci13080418>

Törnberg, P., Andersson, C., Lindgren, K., y Banisch, S. (2021). Modeling the emergence of affective polarization in the social media society. *PLOS ONE*, 16(10), e0258259. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0258259>

Trejo Delarbre, R. (2010). *Simpatía por el rating: El (des)gobierno de la televisión en México y otros países de América Latina*. Cal y Arena.

Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.

Turati, M. (2022). *San Fernando: última parada. Viaje al crimen autorizado en Tamaulipas*. Penguin Random House.

Valenzuela, S., Somma, N. M., Scherman, A., y Arriagada, A. (2016). Social media in Latin America: Deepening or bridging gaps in protest participation? *Online Information Review*, 40(5), 695-711. <https://doi.org/10.1108/oir-11-2015-0347>

Verificado. (2023). *Monitor de desinformación: Consulta popular INE 2023*. Verificado.mx. <https://verificado.com.mx>

Waisbord, S. (2020). *Communication: A post-discipline*. Polity Press.

Wanta, W., y Hu, Y.-W. (1994). The effects of credibility, reliance, and exposure on media agenda-setting: A path analysis model. *Journalism Quarterly*, 71(1), 90-98. <https://doi.org/10.1177/107769909407100109>

Wolfe, M., Jones, B. D., y Baumgartner, F. R. (2013). A failure to communicate: Agenda setting in media and policy studies. *Political Communication*, 30(2), 175-192. <https://doi.org/10.1080/10584609.2012.737419>

Zúñiga, H. G., y Valenzuela, S. (2019). The mediating path to a stronger citizenship: Online and offline networks, weak ties, and civic engagement. *Communication Research*, 46(3), 367-395. <https://doi.org/10.1177/0093650215617362>