Revista de Comunicación Política

La comunicación política y de gobierno: 24 años de la alternancia en el poder ejecutivo federal en México

Political and Government Communication: 24 Years Since the Alternation of Power in the Federal Executive Branch in Mexico

Jorge Luis Castillo Durán[1]; Sandra Timal López[2]; María del Rayo García Téllez[3]

1 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. Orcid: https://orcid.org/0000-0001-7962-4454. Email: jorge.castilloduran@viep.com.mx.
2 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. Orcid: https://orcid.org/0000-0002-4654-5095. Email: timalsandy@outlook.com.
3 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla México. Orcid: https://orcid.org/0000-0003-3886-6507. Email: mariadr.garcia@correo.buap.mx.

Copyright: © 2026 Revista de Comunicación Política, Vol. 8 | e-ISSN: 2992-7714
Tipo de artículo: Artículo de investigación
Recibido: 09/07/2026 | Aceptado: 14/10/2026 | Publicado: 19/11/2026

Cómo citar:
Castillo Durán, J. L., Timal López, S., & García Téllez, M. del R. (2026). La comunicación política y de gobierno: 24 años de la alternancia en el poder ejecutivo federal en México. *Revista de Comunicación Política*, *8,* 108–124. https://doi.org/10.29105/rpc.v8il.97

Resumen

Del año 2000 al 2024, México tuvo 4 presidentes, cada uno con una gestión de 6 años; los primeros 12 estuvieron dominados por una fuerza política, PAN, y representaron el cambio de un régimen de varias décadas. Después de esos 2 sexenios, regresó la misma fuerza política, que logró mantenerse 1 sexenio, el PRI; finalmente, se tuvo un cambio a una nueva forma política, Morena. Cada periodo sexenal tuvo una estrategia de comunicación diferente, con el objetivo de dar muestra de los resultados positivos de sus gestiones, pero los métodos, estrategias y resultados, en cada gestión, fueron distintos. En ese orden de ideas, en este artículo se analizan dos discursos cruciales en cada sexenio, el de toma de protesta, y el último informe presidencial, a través de cinco encuadres, atribución de responsabilidad, conflicto, consecuencias económicas, debate y negociación y corrupción. En los dos discursos referidos, se buscó un tipo de comunicación oficial, para hacer llegar un mensaje a la ciudadanía, con el objetivo de convencerla de tener buenos resultados durante la gestión, para así lograr mantener a su fuerza política en el poder y no dar paso a la alternancia. Después de haber identificado el encuadre de mayor uso, se relaciona ello con la alternancia, teniendo como base la idea de que, en función de la estrategia de comunicación que el ejecutivo tiene con la ciudadanía, fortalece o debilita vínculos de confianza que le permiten a una fuerza política obtener el voto de las personas, a través de mensajes debidamente elaborados.

Palabras clave: **Comunicación política, democracia, discurso, elecciones, estrategia de comunicación**.

Abstract

From the year 2000 to 2024, Mexico had 4 presidents, each serving a 6-year term; the first 12 were dominated by a political force, PAN, and represented the change from a regime of several decades. After those 2 six-year terms, the same political force returned, which managed to stay for 1 six-year term, the PRI; finally, there was a shift to a new political form, Morena. Each six-year term had a different communication strategy, with the aim of showcasing the positive results of their administrations, but the methods and outcomes in each administration were different. In that order of ideas, this article analyzes two crucial speeches in each six-year term, the inauguration speech and the final presidential report, thru five frames: attribution of responsibility, conflict, economic consequences, debate and negotiation, and corruption. In the two aforementioned speeches, an official type of communication was sought to convey a message to the citizenry, with the aim of convincing them of having good results during the administration, thus achieving the maintenance of their political force in power and preventing the alternation. After identifying the most frequently used framing, it is related to alternation, based on the idea that, depending on the communication strategy the executive has with the citizens, it strengthens or weakens trust bonds that allow a political force to obtain people's votes thru properly crafted messages.

Keywords: Political communication, democracy, discourse, elections, communication strategy.

CC BY-NC-ND 4.0 A
Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International

1.- INTRODUCCIÓN

Dentro de la evolución de la comunicación política ha existido una constante, la persuasión, pues esta última ha fungido como el objetivo último que se persigue en el discurso. El modelo de comunicación se adapta para apoyar a la persuasión. La consecuencia inmediata de la persuasión, en el ámbito político, es el convencimiento para adherirse a una determinada postura y en su expresión más radical ha recaído en la alternancia, en su acepción más general, aquella que lleva a pensar que solo se trata de un cambio de partido político en el poder.

En el contexto mexicano está presente la idea de que cuando el pueblo se ha cansado de un partido político, existe un voto de castigo, ese voto que lleva a las personas a elegir a una fuerza política contraria, y de esa manera elegir a otro partido que ya no les dé "más de lo mismo"; sin embargo, ese cambio no solamente se suscita por un hartazgo social, sino que también tiene que ver con un poder de convencimiento, un grado de persuasión que hayan logrado los partidos políticos o las candidaturas que buscan ocupar un cargo en el poder público; dicho de otra manera, el voto de castigo, abre la puerta a la alternancia.

En ese orden de ideas, es importante reconocer el papel que juega la comunicación, para entablar ese puente entre quienes postulan a un cargo de elección popular, y las y los ciudadanos que, con su voto, pueden incidir en la toma de decisiones para que se logren las designaciones. Por lo anterior, en esta investigación se explorarán los últimos cuatro sexenios presidenciales concluidos en México, a través del análisis de dos discursos cruciales en ellos, la toma de protesta de los respectivos presidentes, y el último informe rendido, es decir, el último ejercicio de rendición de cuentas que presentaron a las y los mexicanos.

A través de encuadres donde se contemplan a los emisores (los expresidentes), los receptores (la ciudadanía) y los mensajes (los discursos de toma de protesta y último informe), se pretende identificar cuál es el elemento que prevalece mayoritariamente en el discurso. Los encuadres versarán sobre: atribución de responsabilidad, conflicto, consecuencias económicas, debate y negociación y corrupción.

Al finalizar, cuando se haya detectado el encuadre sobresaliente, se procederá a relacionar ese resultado con el posible factor de simpatía o desencanto que tiene la ciudadanía con los gobiernos presidenciales, pues en caso de que los discursos hayan logrado persuadir, el partido político en cuestión se mantiene, pero cuando se genera una falta de confianza, se abre la puerta a la alternancia política, con apoyo del voto de castigo.

La comunicación política

Qué se comunica y cómo se comunica, son preguntas clave en el sexenio de una persona al frente del poder ejecutivo. Existen datos que se comunican de manera oficial, con ayuda de quienes integran el equipo presidencial; esos datos duros que se comunican a través de los informes de gobierno y que, desde luego, buscarán mostrar las mejores cifras del trabajo presidencial, pues en el discurso, en la demagogia propia de la relatoría, cada titular del Ejecutivo buscará mostrar que su trabajo ha sido mejor que el de sus antecesores. Wolton (1995) afirmaba que:

> la comunicación política es el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son: los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos. (p. 42)

Para el desarrollo de esta investigación es de suma relevancia comprender quiénes tienen esa fuerza de autoridad para opinar en torno a los temas de la política de un país, pues hoy, la difusión de noticias falsas, así como de tomar posturas en las que quienes opinan no tienen legitimidad alguna para hablar, abundan.

Entre estos tres actores existe un sesgo, de inicio, cuando los políticos hablan de su contexto, la política, existe una alta posibilidad de que lo hagan desde la trinchera que a su partido político le compete, lo que conlleva estar fuera de la objetividad. Los segundos, los periodistas, cuyas opiniones también pueden tener un sesgo, dependiendo si se trata de profesionales ajenos a las fuerzas políticas, o bien, aquellos que se encargan de desacreditar como parte de su labor.

Finalmente, el tercer actor, correspondiente a la opinión pública, es más amplio y diverso, pues abarca a todas las formas de expresión que una sociedad tiene con respecto a temas del ámbito público; claro está que, hablar de la sociedad, en términos generales, puede resultar ambiguo, pues tal como lo decía Wolton (1995), cuando se tomó como referente a la opinión pública, se establece que el acercamiento con dicho sector sea a través de sondeos o encuestas de opinión.

Uno de los escenarios de mayor peligro dentro del contexto que nos ocupa, es la opinión pública, pues las percepciones que se tienen de parte de la ciudadanía, casi siempre apuntan hacia el camino de la desconfianza, generando así, una opinión pública en un sentido negativo. La participación de la opinión pública en el ámbito de la comunicación política está relacionada con el concepto habermasiano de publicidad burguesa que es la esfera en la que las personas privadas se reúnen en calidad de público. (Habermas, 1994, p. 42).

Es indispensable reconocer que la opinión pública se ve moldeada por todas aquellas fuentes de información que la gente toma como la base de la alimentación y formación de los criterios de opinión frente a los temas de índole pública, por lo que dependiendo de qué se tome como fuente, será el resultado de la conformación de la opinión pública, de ahí la importancia de la base de información, pues cuando se alimentan a través de mensajes directos de los gobernantes, como sus informes, su percepción es diferente en comparación de aquellos casos en los que se informan por vías procesadas, como los medios de comunicación; al respecto de lo anterior se cita a Pippa Norris (2000), (…) las personas que ven más informativos de televisión, leen más periódicos, usan Internet y prestan atención a las campañas electorales, tienen consistentemente más conocimiento, confianza en el gobierno y son más participativos (p. 25).

El modelo de comunicación política

Después de haber contextualizado a la comunicación política, es oportuno detallar sobre qué se entiende o cómo se conforma uno de sus modelos. Para Pallares (1998), dicho modelo es entendido como: un conjunto de actividades de las instituciones de gobierno [...] dirigidas a tener una influencia determinada sobre la vida de los ciudadanos (p. 22).

Como se puede interpretar de la conceptualización de Pallares, uno de los efectos que tiene la comunicación de gobierno es su incidencia en la vida de las personas que están del otro lado del poder, es decir, los gobernados; y ahí radica la importancia de que un modelo funcione, pues cuando se tiene un efecto positivo en la sociedad, las personas que tienen calidad de ciudadanas/os, depositarán su confianza en un determinado poder, y la forma de materializarlo será la emisión de un voto a su favor. Por el contrario, cuando el efecto del modelo de comunicación se torna negativo, entonces la ciudadanía tomará la actitud de desconfianza, el vínculo de comunicación estará roto, y las personas emitirán el denominado "voto de castigo", cuando se trate de una elección de alguno de los Poderes de la Unión.

Debe tenerse presente que, […] dentro de la comunicación política el estudio de los efectos que tienen los contenidos mediáticos en la audiencia que los consume es una línea de gran importancia (Muñiz et al., 2016, p. 47). En ese orden de ideas, debe contemplarse que, el efecto del modelo de comunicación política no va solamente teniendo como destinataria a la ciudadanía, sino que se corre el riesgo de que, si el modelo de comunicación impacta de manera positiva o negativa, puede ser tomado por los medios de comunicación como un referente, y dependiendo de las afinidades que se tengan con el emisor, dichos medios podrían potenciar el alcance del mensaje emitido.

A propósito de lo anterior, vale la pena citar: La apropiación de los medios permite una mayor participación; sin embargo, ninguna intervención política en la esfera pública requiere necesariamente tener presencia en el espacio mediático, pues este es creado alrededor de los procesos de los *mass self-communication* (Castells, 1997, p. 246). En ese sentido, no debe perderse de vista que la comunicación política tiene su escenario de actuación en el entorno político, en el que los actores sociales interactúan en la búsqueda de acuerdos para el desarrollo de sus actividades y expectativas.

La comunicación de los gobiernos

Ahora se irá inclinando la idea de esta investigación a la forma en que los gobiernos comunican, iniciando desde luego por la propia contextualización del término, hasta llegar a la descripción de las características de los últimos periodos presidenciales de México. Sanders y Canel (2013) explican que, la comunicación gubernamental es el rol, la práctica, los propósitos, y los logros que se llevan a cabo en nombre de una institución pública (p. 4).

La comunicación de los gobiernos es parte de la comunicación política, siendo esta última un canal de transmisión de mensajes entre gobernantes y personas gobernadas, y cuya estrategia en el canal de comunicación que los une, dependerá de las vías directas o indirectas que se elijan como forma de conexión entre el poder y la ciudadanía. Debe tenerse presente que la comunicación política puede ser definida como un proceso relacionado con la transmisión de información entre los políticos, los medios de comunicación y el público (Díaz Jiménez et al., 2023, p. 117).

La comunicación gubernamental en México, durante la segunda mitad del siglo XX y las primeras dos décadas del siglo XXI, después de haber tenido una propaganda preponderantemente ejercida por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), comenzó a tener una forma similar a la estadounidense, con el fin de destacar los resultados de la gestión de gobierno y de explicar la lógica de las políticas públicas (Meyenberg Leycegui & Aguilar Valenzuela, 2015, p.84), y es justamente en ese sentido en que dos discursos cobran especial relevancia en una gestión presidencial, el de toma de protesta y el del fin del sexenio, los cuales serán el marco bajo el cual se analizarán los datos duros en esta investigación.

Posteriormente, la llegada de López Obrador al poder significó cambios en diversos campos de la política y, la comunicación gubernamental no fue la excepción. En un contexto donde los medios de comunicación tradicionales ya no tienen la omnipotencia que los caracterizó durante el tiempo anterior, el del PRI y el PAN (Nieto Brizio, 2025, p. 10). Para Salgado Andrade (2026):

> En escenarios caracterizados por la incesante producción y circulación de cantidades masivas de información y opiniones, la comunicación presidencial directa con los medios y las audiencias es un factor fundamental para el ejercicio del poder, la construcción de legitimidad y el respaldo ciudadano. (p. 185)

Tal como lo afirma Salgado Andrade (2026), del año 2018 a la fecha, la comunicación directa entre el poder ejecutivo y la ciudadanía ha puesto en el discurso información diversa y controlada por la agenda pública, que da la apariencia de ser directos y cercanos con los votantes, y ello, finalmente, les otorga respaldo en las urnas en las jornadas electorales. La forma de comunicación ha sido diferente en los últimos cuatro periodos presidenciales en México, correspondientes a Andrés Manuel López Obrador (2018-2024), Enrique Peña Nieto (2012-2018), Felipe de Jesús Calderón Hinojosa (2006-2012) y Vicente Fox Quesada (2000-2006), cuyas gestiones de poder serán analizadas, en torno a la comunicación política, en el presente artículo.

El encuadre en los procesos comunicativos

Para poder explicar el análisis de los discursos que se analizan en esta investigación, es importante conceptualizar al *framing* o encuadre en los procesos comunicativos; al respecto Ardèvol-Abreu (2015) señala que los encuadres se tratan de:

> Cualquier texto comunicativo, ya sea informativo o persuasivo, que (sic) requiere de estructuras narrativas que organicen el discurso. En el caso de los medios de comunicación, los acontecimientos noticiosos se presentan de manera sistematizada, basada en convenciones narrativas que ofrecen una explicación acerca de quién está haciendo qué, y con qué propósito. (p. 424)

En apego a la cita de Ardèvol-Abreu (2015), este análisis da respuesta a las interrogantes ¿quién está haciendo qué?, y la respuesta se enfoca en que son los mandatarios del poder ejecutivo, haciendo un ejercicio de informar cómo asumen en poder (en la toma de protesta) y cómo culminan su gestión (último informe de labores).

La selección de la Teoría del Encuadre (*Framing*), para esta investigación responde a su pertinencia conceptual para abordar el proceso completo de la acción comunicativa en la esfera pública. Siguiendo a Sádaba et al. (2012, p.115), la teoría permite articular los acontecimientos objetivos con la dimensión cognitiva del individuo, analizando tanto la intención del emisor como la interpretación del receptor. Los discursos políticos operan como marcos de significación para la acción colectiva. Asimismo, esta aproximación se alinea con investigaciones previas en el contexto latinoamericano y mexicano que emplean el *framing* para evaluar el tratamiento informativo durante periodos de alternancia partidista.

Análisis comparativo de los gobiernos en periodos de alternancia

Ahora, esta investigación se sitúa en el análisis de los fatos de los últimos cuatro titulares del Poder Ejecutivo en México, mismos que fueron señalados desde la parte introductoria, pero que se retomarán aquí, para tener presentes sus nombres, periodos y partidos políticos, y comprender con mayor facilidad el análisis. Retomados los datos de los 4 periodos presidenciales y una vez explicada la teoría bajo la que se trabaja en esta investigación, se enfatiza que los encuadres son la base a través de la cual se diseñó el análisis de los discursos presidenciales, para estudiar de manera objetiva lo que se pronunció en cada uno de ellos (Ver Tabla 1). A continuación, se describirá el diseño del estudio.

Tabla 1. Titulares de los últimos 4 sexenios presidenciales en México

Periodo	Titular	Partido Político
2000-2006	Vicente Fox Quesada	PAN (Partido Acción Nacional)
2006-2012	Felipe de Jesús Calderón Hinojosa	PAN (Partido Acción Nacional)
2012-2018	Enrique Peña Nieto	PRI (Partido Revolucionario Institucional)
2018-2024	Andrés Manuel López Obrador	MORENA (Movimiento Regeneración Nacional)

Fuente: elaboración propia.

2. METODOLOGÍA

Enfoque y diseño de la investigación

La presente investigación adoptó un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, comparativo, longitudinal y exploratorio: A) Descriptivo: puesto que permitió medir sistemáticamente las frecuencias absolutas y relativas con las que se presentan determinados *frames* o encuadres discursivos; B) Comparativo: dado que posibilitó el contraste estandarizado entre discursos del mismo tipo y con igual estructura formal (*Toma de Protesta* vs. *Último Informe de Gobierno*); C) Longitudinal: porque facilitó la aplicación del mismo instrumento de medición a lo largo de cuatro periodos presidenciales (2000–2024), cubriendo las transiciones entre el PRI, PAN y MORENA; y D) Exploratorio: en atención a que identificó los encuadres de mayor prevalencia durante más de dos décadas de alternancia política en el Ejecutivo federal mexicano.

Técnica de Análisis e Instrumento (Libro de Códigos)

Con el propósito de garantizar la validez objetiva, la consistencia analítica y la replicabilidad del libro de códigos de encuadres (*framing*), se llevó a cabo una prueba de fiabilidad de intercodificadores sobre la totalidad del corpus discursivo analizado. Esta muestra incluyó los 8 discursos presidenciales (4 de toma de protesta y 4 de último informe de gobierno), en los cuales se evaluó la presencia o ausencia de 23 subindicadores categóricos, dando un total de 184 unidades de decisión o codificación.

La evaluación independiente fue realizada por tres codificadores externos previamente capacitados en el libro de códigos y entrenados en el análisis de contenido. Los resultados mostraron un porcentaje (Coeficiente de Holsti) del 75%, correspondiente a 138 coincidencias exactas de las 184 decisiones analizadas (Po = 138 / 184 =

0.75). Al descontar la probabilidad, por azar simple (Pe = 0.5425), el índice Kappa de Cohen alcanzó un valor de 0.45 [(0.7500 - 0.5425) / (1 - 0.5425) = 0.4535] y el índice Alfa de Krippendorff para datos nominales, registró un valor de 0.45 [1 - (0.2500 / 0.4575) = 0.4536]. Ambos indicadores ubican la fiabilidad del estudio en un nivel moderado de acuerdo con los criterios metodológicos de Landis y Koch (1977, p. 116) y Krippendorff (2004, p. 156). En la investigación sobre análisis de contenido y comunicación política, valores superiores a 0.40 son ampliamente reconocidos como válidos y aceptables, ya que confirman la consistencia del instrumento frente a la riqueza y complejidad cualitativa del discurso político (Lombard et al., 2002, p. 34; Neuendorf, 2017, p. 67).

Se utilizó el *análisis de contenido cuantitativo* como técnica principal para garantizar la medición objetiva y sistemática del corpus textual. La aproximación siguió un enfoque inductivo-deductivo. Enfoque deductivo ya que se adoptaron tres de los encuadres genéricos clásicos propuestos por Semetko y Valkenburg (2000, p. 105, citadas en Muñiz, 2020) *Atribución de Responsabilidad*, *Conflicto* y *Consecuencias Económicas*, omitiendo *Interés Humano* y *Moralidad* por su menor relevancia teórica en discursos oficiales de Estado. Y enfoque inductivo y específico del tema ya que con base en la tipología de de Vreese (2005, p. 58) se integraron dos encuadres específicos para capturar el juego político y la dinámica gubernamental mexicana: *Debate y Negociación* (para medir la propensión al diálogo institucional) y *Corrupción* (como encuadre temático emergente).

El instrumento de medición se basó en el libro de códigos desarrollado por la *Red de Comunicación Política*, integrada por cuerpos académicos de universidades nacionales e internacionales. Cada uno de los cinco encuadres operó como una variable compuesta por un conjunto de 4 a 6 ítems o indicadores operacionalizados. Siguiendo a Matthes y Kohring (2008, p. 263), la verificación sistemática de la presencia o ausencia de estos ítems minimiza el sesgo de subjetividad y fortalece la confiabilidad intercodificadora.

Corpus y unidades de análisis

El corpus documental estuvo conformado por discursos textuales extraídos de los repositorios y canales oficiales de comunicación gubernamental. La muestra total constó de 8 discursos ($N = 8$), estructurados en dos unidades de análisis fundamentales por mandato presidencial: 1) Toma de Protesta: Discurso de encuadre inicial y legitimación del poder ejecutivo y 2) Último Informe de Gobierno: Discurso final de rendición de cuentas y posicionamiento político de cierre.

Dentro de la metodología del encuadre, se seleccionaron elementos que pudieran estar presentes o ausentes, en la unidad de análisis, los cuales se operacionalizan en acciones o sustantivos que se mencionaron en las unidades de análisis, en este caso, los discursos, el de la toma de protesta, y el del último informe de gobierno, lo que ayuda a medir el inicio y la conclusión de cada periodo sexenal.

3. RESULTADOS

Para el análisis de los discursos presidenciales de inicio (toma de protesta) y cierre (último informe de gobierno) del periodo 2000–2024, en México; se evaluó la frecuencia de aparición de cinco encuadres o *frames*: atribución de responsabilidad, conflicto, consecuencias económicas, debate y negociación, y corrupción. A nivel general, el análisis cuantitativo evidencia una clara hegemonía del encuadre de *atribución de responsabilidad* como el recurso discursivo transversal en la comunicación gubernamental del ejecutivo federal, independientemente de la filiación partidista o del periodo analizado.

Hallazgos en los encuadres de toma de protesta

En las cuatro unidades de análisis pertenecientes a las Tomas de Protesta (2000, 2006, 2012 y 2018), el encuadre de *atribución de responsabilidad* concentró el 58.09% de la presencia total frente a los otros cuatro encuadres analizados (acumulando 79 menciones/presencias), situación que se desglosa en la Tabla 2.

Tabla 2. Presencia del encuadre de atribución de responsabilidad en tomas de protesta

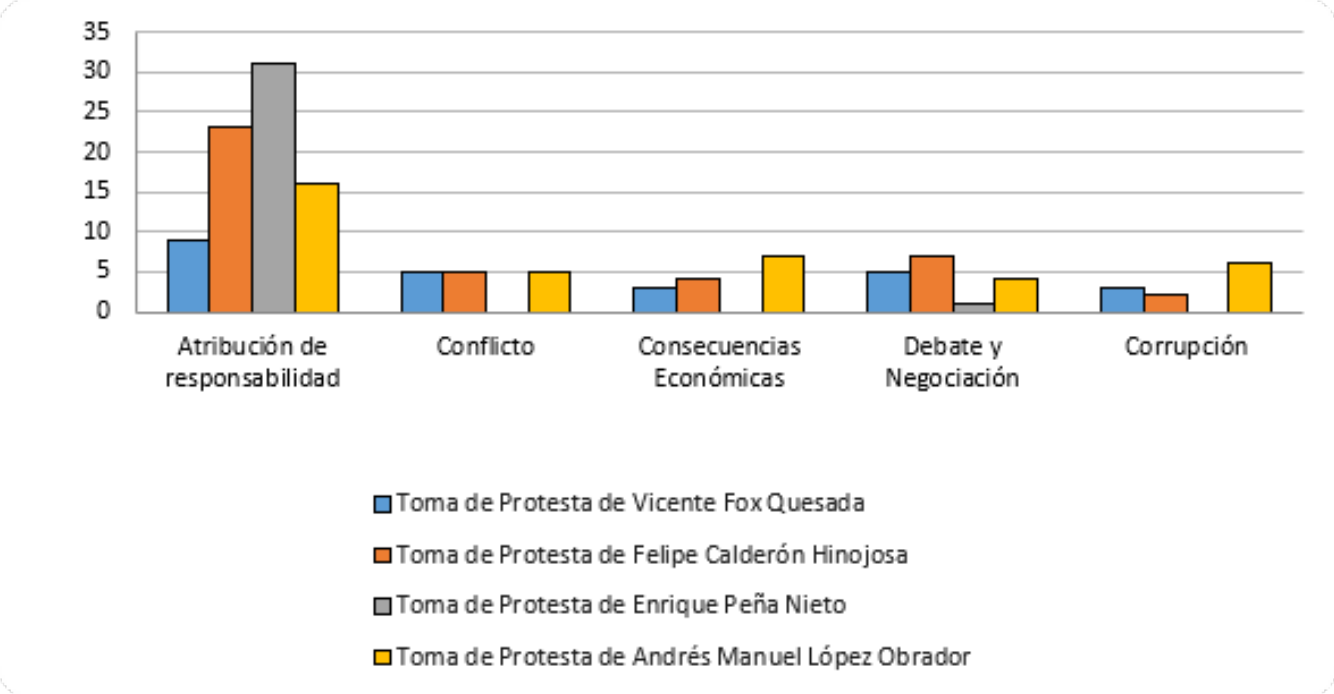
Mandatario	Periodo	Alternancia Política	Frecuencia Absoluta
Enrique Peña Nieto	2012–2018	PAN → PRI	31
Felipe Calderón Hinojosa	2006–2012	Sin alternancia (Continuidad PAN)	23
Andrés Manuel López Obrador	2018–2024	PRI → MORENA	16
Vicente Fox Quesada	2000–2006	PRI → PAN (Primera alternancia)	9
Total acumulado	—	—	79

Fuente: elaboración propia con base en los datos reportados en el corpus.

Como se observa en los datos de la Tabla 2, la mayor concentración de este encuadre al inicio del mandato ocurrió en 2012 con Enrique Peña Nieto ($N = 31$), marcando el retorno del PRI al poder ejecutivo federal mediante un discurso orientado a reafirmar el restablecimiento del poder político e institucional. En contraste, en 2006 (Felipe Calderón, $N = 23$) la atribución de responsabilidad se articuló fuertemente en torno al restablecimiento de la seguridad pública y la legalidad. El nivel más bajo de este encuadre al inicio de un sexenio se registró en el discurso de Vicente Fox en el año 2000 con una frecuencia de 9 casos.

Durante el primer periodo, bajo las características previamente señaladas, en el sexenio 2000-2006, de acuerdo con lo que se puede apreciar en la Figura 1 que a continuación se presenta, el encuadre genérico utilizado con mayor frecuencia en el discurso inicial, fue el de *atribución de responsabilidad*; conforme al contexto de la época; es posible inferir una postura de determinación de acciones para atender los problemas y sus consecuencias, derivadas de las decisiones producidas por el partido hegemónico de la postrevolución, durante setenta años, y que generaban un malestar social evidente con dicho partido.

Figura 1. Encuadres de toma de protesta



Fuente: elaboración propia con base en el análisis de los discursos de toma de protesta.

Para el periodo 2006-2012, el discurso de inicio de actividades evidencia igualmente una mayor frecuencia en el uso del encuadre de *atribución de responsabilidad*, en este sentido, si bien la alternancia no obedece a un

cambio de partido político en el poder, ya que el titular del ejecutivo federal emana de la misma organización de política, sí existe una oposición en la instrumentación de las acciones derivadas de las decisiones públicas.

Ahora bien, en el periodo 2012-2018, se rompieron 12 años de la alternancia, y se regresó al partido político que estaba antes de los dos periodos sexenales previamente descritos, y si bien no se identifica una variación en el encuadre preferentemente utilizado en el discurso gubernamental, el contexto refiere al retorno del partido político hegemónico al poder ejecutivo, ante un escenario generalizado de decepción de los gobiernos anteriores, provenientes de partidos en alternancia, puesto que el discurso se centra en la argumentación de la experiencia que tiene el partido hegemónico en el ejercicio del poder, por lo que se atribuye la responsabilidad de retomar un curso de acción correcto para guiar el rumbo de la política nacional.

Si bien para el periodo 2018-2024, no existe un encuadre distinto en la frecuencia de la argumentación en el discurso, sí se percibe un marcado contraste con la forma de presentar un diagnóstico y las posibles acciones que atenuarán los problemas identificados en el país, por lo que el discurso es insistente en que se identifica un cambio en las formas y el fondo que sustenta el poder público, por lo que la responsabilidad de la conducción del país está a cargo del aparato gubernamental con el consecuente respaldo ciudadano obtenido en la elección popular del año 2018.

Hallazgos en los encuadres de los discursos del último informe de gobierno

En las unidades de análisis correspondientes a los últimos informes presidenciales, la frecuencia acumulada total de los encuadres fue de 353 apariciones. De este total, el encuadre de *atribución de responsabilidad* registró 195 presencias, lo que representa el 55.24% del volumen discursivo analizado en esta etapa. Para presentar de manera ordenada estos datos, se presenta la Tabla 3.

Tabla 3. *Mayor presencia del Encuadre de Atribución de Responsabilidad en Últimos Informes.*

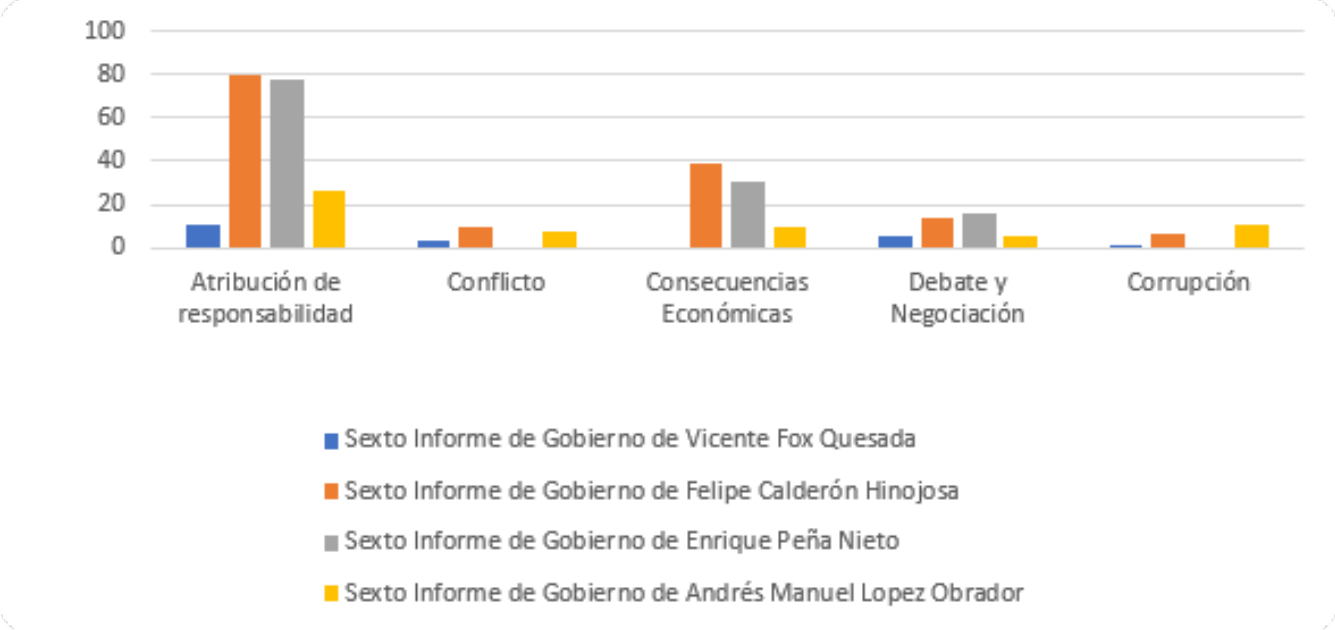
Mandatario	Frecuencia Absoluta	Contexto de Transición Gubernamental
Felipe Calderón Hinojosa	80	Salida del PAN / Entrada del PRI
Enrique Peña Nieto	78	Salida del PRI / Entrada de MORENA

Nota: elaboración propia con base en datos derivados del análisis del corpus.

En el discurso de rendición de cuentas final, Felipe Calderón (N = 80) y Enrique Peña Nieto (N = 78) concentraron las frecuencias más altas de *atribución de responsabilidad.* Los datos reflejan que, en las fases de cierre gubernamental, en ambos casos marcadas por una posterior alternancia hacia partidos opositores, los mandatarios intensifican el encuadre de responsabilidad para atribuirse el éxito de la gestión administrativa, validar los resultados entregados dirigidos al ámbito institucional y posicionar favorablemente a su fuerza política saliente. A continuación, se presenta la Figura 2 donde se esquematizan los encuadres del sexto informe, a través de gráficas de barras donde se visualiza la frecuencia con la que se hicieron presentes los encuadres en el último ejercicio de rendición de cuentas de cada expresidente.

Las barras de la Figura 2 reflejan uno de los elementos constituyentes del poder público en México, tanto para la ciudadanía, como para el sector público, la responsabilidad del diagnóstico, apoyado en el entendimiento de las condiciones prevalecientes, así como las estrategias que se definen para la elección de los rumbos de acción a seguir para la atención de los problemas y conflictos sociales, que están a cargo del Estado, directamente del poder ejecutivo federal.

Figura 2. Encuadres del "Sexto Informe de Gobierno"



Fuente: elaboración propia con base en los datos obtenidos del análisis de los discursos del "sexto informe de gobierno".

De manera posterior, se encuentra el rol de las *consecuencias económicas,* el cual implicó saber si estaba presente o ausente en el discurso de cierre sexenal, el tema económico, operándolo a través de sustantivos que se organizaron en un libro de códigos de la siguiente forma:

a) Identificando si en el relato se mencionan ganancias o pérdidas financieras que pueden producirse en el presente o en el futuro.

b) Identificando si en el discurso se hace alusión a los costes asociados al tema o al problema abordado.

c) Identificando si en el mensaje de fin de sexenio se hizo referencia a las consecuencias económicas que se tuvieron durante sus gestiones y, en su caso, determinar si se tenía que seguir una determinada acción a ejecutar por la persona titular del poder ejecutivo que le fuera a suplir.

Posteriormente, y de acuerdo con la interpretación de los datos presentes en la Figura 2, el siguiente encuadre que sobresale es el de "debate y negociación", para ello, se analizaron en los discursos de cierre de sexenio, los siguientes aspectos:

a) El texto menciona el debate entre actores políticos acerca de un tema o asunto concreto.

b) El texto del discurso presenta la toma de decisiones políticas como un acuerdo entre actores.

c) El texto habla de un acuerdo logrado por los actores tras una negociación alrededor de la decisión.

d) El texto del discurso habla de la toma de decisiones políticas, como la escucha mutua.

El tercer encuadre con visibilidad en el texto del discurso de cierre del periodo sexenal, fue el de "conflicto", mismo que consistió en identificar si:

a) En el discurso se aludió a cierto desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos o instituciones.

b) En el discurso se informó de que algún partido político, individuo, grupo, institución o país realizó algún tipo de reproche a otro de sus pares.

c) En el discurso se aludió a dos o más posturas diferentes en torno al tema o problema abordado.

d) El discurso se construyó haciendo mención de ganadores y vencidos.

e) El discurso se construyó haciendo alusión a la indignación o reproches realizados por movimientos, protestas o manifestaciones sociales.

Curiosamente el encuadre con menor presencia fue el de la "corrupción", lo que quiere decir que, en los textos de los discursos finales de cada uno de los titulares del poder ejecutivo, se evitó la mención de la palabra corrupción. Lo anterior puede tener, hasta cierto punto, un sentido lógico, pues en un ejercicio de entrega de un informe de gestión sexenal, lo que más se busca es presumir los buenos resultados de una gestión, no abordar los elementos negativos que pudieron llegar a hacerse presentes en las administraciones; dicho de otra manera, a ningún titular del ejecutivo le resultaría conveniente hacer mención de la corrupción.

Vale la pena resaltar algunos elementos significativos en el modelo de comunicación de los sexenios presidenciales referidos, por ejemplo, para el caso del PAN, particularmente con Vicente Fox. Como señalan Meyenberg Leycegui y Aguilar Valenzuela (2015) el presidente:

> Concebía a la comunicación gubernamental como un ejercicio que tenía que adecuarse a la lógica de los medios, con el fin de lograr que recogieran, de la forma más nítida posible, los mensajes diseñados para dar a conocer los resultados de la gestión. En la primera etapa de su gobierno se vio a la comunicación social como la continuidad de la estrategia que lo había llevado a la victoria. Fox fue muy criticado por su intención de actuar desde la perspectiva *kernelliana* de la campaña permanente, y hubo después varios ensayos poco fructíferos de dar un giro más efectivo a la estrategia de comunicación gubernamental. (p. 35)

Desde la perspectiva *kernelliana*, se sostiene que los gobiernos divididos en una negociación con sus oponentes, son parte de una estrategia que no suele ser exitosa. Desde esta visión, los gobernantes se vuelven públicos, dirigiéndose de manera directa a las y los votantes de un Congreso, para que voten a favor de lo que se propone. Ahora bien, si este mismo escenario se hace de manera análoga a lo que sucede con la ciudadanía que elige a sus gobernantes, puede parecer normal que quien postula se dirija a ellos en la búsqueda del voto que lo llevará a la declaración de ganador; sin embargo, cuando este escenario sale de los periodos de campaña electoral y se mantiene cuando ya se logró la ocupación del cargo público, la estrategia ya no consiste en obtener votos para ganar, sino en mantener la idea de que una determinada fuerza política tiene apertura al diálogo, y resulta conveniente que, en el siguiente proceso electoral, la ciudadanía se incline nuevamente, por la misma fuerza política. Como señalan Meyenberg Leycegui y Aguilar Valenzuela (2015):

> La estrategia de comunicación de Vicente Fox se centró en satisfacer las demandas de información de los medios y las agendas de la opinión pública, al tiempo que dejaba claras, a los medios, las prioridades establecidas en la agenda del gobierno, como la vivienda, la atención médica, la educación y la democracia. (p. 235)

La perspectiva de Vicente Fox, de adecuarse a lo que los medios de comunicación demandaban como parte de la estrategia, ya había rendido frutos, fue esa mecánica de trabajo la que lo llevó a obtener su triunfo. Por su parte, Felipe Calderón expresidente del mismo partido político, trabajó con una estrategia diferente. En palabras de Meyenberg Leycegui y Aguilar Valenzuela (2015):

> Calderón apostó al poder de su investidura para convertirse en el abogado de su propia causa y portador del mensaje de su administración. Con esto, en efecto, colocó en medios el tema que distinguiría su sexenio, la lucha contra la delincuencia organizada, pero lo hizo en detrimento del resto de los propósitos de las políticas públicas de su gobierno. (p. 36)

El centro de los discursos del expresidente Calderón tuvo un sello, *la lucha contra la delincuencia*

organizada, y eso parecía aminorar la importancia del resto de los temas de la agenda. Después de doce años de gobierno, con figuras del Partido Acción Nacional, se vivió la alternancia que representó el regreso del Partido Revolucionario Institucional al frente del ejecutivo, a través de Enrique Peña Nieto, quien inició con una aprobación ciudadana del 60% y cinco años después estaba en 28%. ¿Qué sucedió con las novedosas ideas y planes para transformar a México?; se puede afirmar que su debilidad política fueron los niveles de impopularidad (Martínez García, 2017, p. 21).

El sexenio del exmandatario Peña tenía un eslogan que lo caracterizó, "lo bueno casi no se cuenta, pero cuenta mucho", y con el paso del tiempo el eslogan evolucionó a "lo bueno cuenta y queremos que siga contando", presentándose así con un mensaje de que en el día a día se trabaja, y que las pequeñas acciones generan grandes resultados. Para Aguilar (2013) la estrategia de comunicación de gobierno de Enrique Peña Nieto se caracterizó por seis elementos, a saber:

> Primero: las líneas estratégicas. Se consideró [sic] que en la medida en que se multiplican los temas, se pierde la posibilidad de que el gobierno se comunique.
>
> Segundo: la presencia en voceros, puesto que, además del Presidente, el Secretario de Gobernación y el Secretario de Hacienda se hacen presentes [sic].
>
> Tercero: el marketing político. Los spots innovan tanto en la imagen como en el mensaje.
>
> Cuarto: el cuidado de las imágenes.
>
> Quinto: el diseño de eventos. Se asume que en los actos públicos todo es discurso y deben ser cuidadosos y alineados en razón de lo que se quiere posicionar.
>
> Sexto: la identidad corporativa. La imagen gráfica, que es sencilla y al mismo tiempo elegante, se propuso proyectar la presencia de una estructura institucional sólida. (p.1)

La estrategia de comunicación diseñada desde el principio del sexenio del exmandatario, le dio un alto índice de aceptación, lo cual parece un efecto relativamente normal, pues una persona candidata que acaba de ganar un cargo, es precisamente por el hecho de que tuvo un porcentaje mayoritario de votantes que lo eligieron; por lo anterior, los niveles de aceptación al inicio de las gestiones presidenciales no son un elemento sorpresivo, por el contrario, son la consecuencia que se espera después de un triunfo electoral.

Al inicio de la gestión del último expresidente objeto de estudio de este artículo, es decir, de Andrés Manuel López Obrador, la dinámica de la estrategia de comunicación dio un giro de 180 grados, pues con la implementación de "La mañanera", se estableció un vínculo de cercanía entre el titular del ejecutivo y la ciudadanía, además de que se les permitió a los medios de comunicación acudir a este ejercicio. De esa manera se estaba enviando el mensaje de que se habían terminado los intermediarios, y todo aquello que se quisiera saber, se podía obtener de la viva voz del expresidente.

Al principio, la estrategia representó un éxito, pues el mecanismo resultaba novedoso, pero cuando los temas de la agenda de gobierno empezaron a salirse del guion, se reestableció el diseño, colocando temáticas para cada uno de los días de la semana, y de esa manera el control de los temas a tratar, no lo tuvieran los medios de comunicación.

Sin lugar a dudas el ejercicio fue novedoso, y muy exitoso, pues además de ser un canal directo de comunicación, también representó un espacio donde se difundían avisos a la ciudadanía, máxime aquellos relacionados con los programas sociales, por lo que, cuando alguien requería conocer de fechas de pago, o entrega de apoyos sociales, tenía que remitirse al contenido de la conferencia matutina, y de una u otra forma, se enteraba del resto de los temas abordados, generando así, lo que muchos han llamado, una campaña permanente.

Alternancia política

Después de haber analizado los encuadres, fue posible identificar momentos de alternancia. El concepto comúnmente aceptado del término de alternancia política refiere a un cambio en el partido político que ocupa y ejerce el poder gubernamental durante periodos previamente establecidos y que son el resultado de un proceso de elección popular. La alternancia en México, en este sentido, puede ser entendida como una respuesta implícita a esta dinámica institucional.

Una contrapropuesta a la definición conceptual tradicionalmente aceptada del proceso de alternancia política que aquí se propone, es que dicho fenómeno es un mecanismo de ajuste en la generación y obtención de información en la que se sustenta la argumentación para la toma de decisiones que definen la acción pública. Su expresión es a la vez efecto y causa; efecto de la dinámica social que se produce como una serie de percepciones, conocimientos e interacciones, que ocurren en pro de la evolución del entendimiento racional de los hechos que, en general, conforman la vida.

Con relación al proceso de alternancia como causa, se identifica a través de los flujos de interrelación que el sistema político promueve para la persuasión y aceptación de las acciones puestas desde la esfera gubernamental, con la finalidad de generar condiciones de estabilidad.

Es de suma relevancia mencionar que en México el arribo de la alternancia resultó en una suerte de *destape,* en el que los medios, que habían padecido la censura y el control del gobierno durante el largo periodo en el poder del Partido, tomaban el rumbo (Meyenberg Leycegui & Aguilar Valenzuela, 2015, p. 35). Lo anterior quiere decir que la alternancia no solamente significó una forma de cambio de fuerza política en el poder, sino que también tuvo un impacto hacia los medios de comunicación, quienes ya estaban acostumbrados a ser censurados, pero que con el cambio de régimen tenían en puerta la posibilidad de abrir una ventana a una nueva forma de comunicación.

Vicente Fox, con el Partido Acción Nacional, representaba la alternancia que por varias décadas había mantenido en el poder ejecutivo al Partido Revolucionario Institucional, y tenía claro que su forma de comunicación de gobierno tenía que adecuarse a las demandas de los medios. El expresidente buscaba el diseño de mensajes que permitieran mostrar de una forma clara los resultados de su gestión, de tal manera que se les proporcionaba, a los medios, la información digerida, pero al mismo tiempo con los datos que le permitían, al gobierno en turno, dar cuenta de sus actividades.

Esa estrategia se inclina hacia la dinámica que se ha conocido como un ejercicio de rendición de cuentas, algo similar a lo que se ha dicho en torno a la naturaleza de "Las mañaneras", pues el mensaje que se intercambia con la ciudadanía no versa sobre cualquier asunto, no lo diseñan las personas que desde los medios de comunicación trabajan, sino que la agenda de los temas está estructurada desde la figura del ejecutivo federal.

Lo anterior resultó muy estratégico para la alternancia, pues se estaba abriendo el camino hacia la comunicación con la ciudanía (en quien recae la toma de decisiones del voto), en el entendido de que el pueblo tiene derecho de saber, de estar informado de lo que ocurre en la administración del poder público, pues básicamente la ciudadanía es quien depositó un voto de confianza en las personas ganadoras; pero al mismo tiempo los mensajes se diseñaban dando muestra de los mejores datos de la gestión del titular del ejecutivo.

La idea que subyace detrás de este ejercicio de rendición de cuentas es mantener un lazo de confianza con la ciudadanía, con el objetivo de tejer vínculos que permitieran convencer de que la alternancia había sido una buena opción; de tal manera que la comunicación constante les permitiera convencer a las y los votantes, de permanecer un sexenio más al frente del ejecutivo. En ese orden de ideas, es pertinente comprender qué es lo que se entiende por persuasión, desde su concepción más simple, para después comprender el sentido de la persuasión en el contexto político-electoral. Persuadir es diseñar y ejecutar intencionadamente una comunicación para cambiar lo que una persona piensa, siente y está dispuesta a hacer sobre cualquier cosa (Petty & Cacioppo, 1986, p. 1).

Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2002) explican la persuasión a través del siguiente concepto: El medio por el que se intenta persuadir a los demás para que adopten una determinada perspectiva o tomen una decisión concreta. Por tanto, la persuasión surge como resultado directo del ejercicio eficaz de la argumentación (pp. 17 – 18).

Como se puede deducir a partir de la cita anterior, la persuasión tiene una clara intención de hacer llegar a su destinatario un mensaje concreto, por lo tanto, la información que viaja de emisor a receptor está debidamente pensada, estructurada y diseñada para lograr un impacto en la actitud y la toma de decisiones de aquellas personas a las que les llegará la información contenida en el mensaje. Ahora bien, justamente bajo ese escenario es que se conduce el ámbito político, pues en él se construyen mensajes que buscan convencer a las masas, dado que sus públicos no son menores, sino que se trata de poblaciones que se convierten en votantes el día de la jornada electoral. Según Ayala Blanco (2022):

> El sentido de una argumentación no debe ser únicamente la persuasión mediante la elocuencia de las palabras. También debe considerarse el desarrollo y aprendizaje de una técnica para persuadir. En consecuencia, la persuasión política adquiere relevancia a partir de su inclusión en un proceso social y comunicativo, en el cual intervienen distintos factores: el orador, el público y el contexto. (p. 60)

Atendiendo a la cita anterior, no basta con persuadir, sino que es necesaria la coherencia en los discursos que se plantean, pues a través de las palabras se incide en la confianza de la ciudadanía. La comunicación persuasiva pretende convencer al interlocutor para que acepte las propuestas del emisor, influyendo en la mente y voluntad de los oyentes para que cambien de opinión y actúen de una determinada manera (Santiago, 2005, p. 84), además, influye en el intelecto de su destinatario y está vinculada al *universo mental* al que adhiere el destinatario del discurso (Lo Cascio, 1998, p. 325).

Dentro del papel de la persuasión también es relevante el carisma de la persona al frente del poder ejecutivo, tratando de lograr una forma de identificación con la ciudadanía. Mostrar una cara presidencial humana también es parte de la estrategia de comunicación, pues se emite un mensaje donde, indirectamente, se le hace ver a la ciudadanía que la figura presidencial también vive un día a día de padre o madre, hijo/a, hermano/a y, sobre todo, de un mexicano/a, que conoce y siente la misma realidad social de los demás. En ese orden de ideas vale la pena citar a Seldon y Kavanagh (2005) cuando señalan que:

> Otro de los temas con los que se vincula a la comunicación gubernamental es el enfoque centrado en la persona del mandatario y en la inclusión de la vida privada de los políticos en la esfera pública. La idea de incorporar, a través de la construcción de historias (storytelling), situaciones del día a día a las que se enfrenta el gobernante como un ser humano común y corriente tiene la intención de crear un vínculo de cercanía con la sociedad (p. 67).

Las estrategias que se emplean para hacer llegar a la ciudadanía contenidos que resulten convincentes, son de vital importancia para mantenerse en el poder. Lo anterior es justamente lo que sucede en el ámbito del cargo de mayor relevancia en México, el del Poder Ejecutivo, donde la fuerza política que logra mantenerse ha hecho previamente un trabajo de comunicación que le permite seguir manteniendo la confianza de la ciudadanía, y en caso de perder credibilidad, deriva en el cambio del partido político en turno.

No cabe duda que la alternancia está estrechamente ligada a la persuasión, pues el hecho de que un partido político deje de estar en el poder, y se tenga que transitar a otro partido político, es la respuesta al convencimiento de que el partido entrante tuvo frente a la persuasión con la ciudadanía, pues de no haberles convencido de que existía una mejor opción para gobernar, la alternancia no hubiera podido hacerse presente.

En los más recientes 24 años México ha experimentado procesos de alternancia en los comicios federales de manera recurrente; estos procesos han conducido a la emergencia de fenómenos e, incluso, estrategias de comunicación ante la dependencia de adaptarse a la creciente influencia de los medios de comunicación

tradicionales.

El origen primigenio de la comunicación desde los gobiernos está intrínsecamente involucrada con el ejercicio del poder público. En este sentido, la transmisión de mensajes desde el gobierno tenía la finalidad de comunicar a la ciudadanía obligaciones y derechos, de los cuales, los gobiernos se *atribuían la responsabilidad* de su planeación y ejecución (tal y como se pudo observar en los encuadres analizados).

Discusión de los resultados

Una de las premisas que orientó esta investigación fue la posibilidad de relacionar la presencia de determinados encuadres en los discursos presidenciales con la simpatía o el desencanto de la ciudadanía hacia los gobiernos presidenciales y, eventualmente, con la continuidad del partido gobernante o dar pauta a la alternancia política. Los resultados obtenidos permiten retomar esta premisa, aunque también obligan a delimitar su alcance. La presencia recurrente del encuadre de "atribución de responsabilidad" en los cuatro periodos analizados muestra que los gobiernos presidenciales recurren de manera reiterada a estructuras discursivas mediante las cuales presentan problemas, actores responsables, capacidades de intervención y acciones concretas de gestión.

A partir del análisis longitudinal de los discursos presidenciales en México (2000–2024) se permite validar la utilidad teórica y metodológica del *framing* para interpretar la comunicación gubernamental en contextos de alternancia democrática. A partir de los resultados obtenidos, se observa el predominio del encuadre de atribución de responsabilidad: confirmando las dinámicas señaladas por Semetko y Valkenburg en el año 2000 (citadas en Muñiz, 2020), en el ámbito del análisis de contenido, la comunicación del Ejecutivo federal mexicano recurre de manera prioritaria al encuadre de atribución de responsabilidad, superando el 50% de presencia tanto en las tomas de protesta (58.09%) como en los últimos informes de gobierno (55.24%). La figura presidencial centra su narrativa en definirse como el actor determinante en la causa y solución de las problemáticas nacionales.

Antes de realizar el análisis de los datos duros arrojados por los encuadres, se tenía presente desde la literatura que el discurso que pronuncian los mandatarios, busca mostrar cómo reciben una gestión y cómo terminan los escenarios al término de ella; en ese sentido, no hay una discrepancia con el resultado obtenido, pues después del análisis de los encuadres, fue posible confirmar que en efecto, "la atribución de responsabilidad", en ambos discursos, fue el elemento que prevaleció, derivando en que los conflictos del inicio del sexenio se atribuyeron al mandatario anterior, y las mejoras al final del periodo, también son un éxito atribuido al mandatario saliente.

La reiterada presencia de la "atribución de responsabilidad" puede interpretarse como un recurso mediante el cual los gobiernos intentan construir una imagen de capacidad, control y respuesta frente a los problemas colectivos. Sin embargo, esta recurrencia no permite establecer por sí misma que dichos encuadres hayan producido persuasión, confianza o continuidad electoral.

Esta distinción adquiere relevancia al comparar los gobiernos que precedieron a escenarios de continuidad partidista con aquellos que estuvieron acompañados posteriormente por alternancia. La presencia reiterada del encuadre de *atribución de responsabilidad* en los cuatro sexenios impide establecer una relación directa entre la utilización de este encuadre y la permanencia del partido en el poder. En otras palabras, un mismo recurso discursivo aparece tanto en un contexto de continuidad del Partido Acción Nacional, como el correspondiente a la transición de Vicente Fox a Felipe Calderón, como en contextos en los que posteriormente se produjo alternancia, como ocurrió en 2012 y 2018. Este comportamiento constituye un hallazgo relevante frente a la premisa inicial, porque sugiere que la existencia de un encuadre predominante no resulta suficiente para explicar por sí misma el desenlace político-electoral.

Respecto a la evolución del encuadre según la fase del mandato: se observa un cambio de acento entre el inicio y el fin del sexenio. Mientras que en la toma de protesta la *atribución de responsabilidad* busca fundamentar la legitimidad entrante o la promesa de restablecimiento institucional y de seguridad (como ocurrió señaladamente

en 2012 y 2006), en el último informe este encuadre funciona como una herramienta defensiva y de autopromoción de la gestión saliente (N = 80 con Calderón y N = 78 con Peña Nieto). En este rubro, lo dicho por la literatura y lo arrojado por los encuadres, no se ajusta, específicamente en lo que corresponde al expresidente Calderón, pues la teoría señala que su principal tema en los discursos se atribuyó a la lucha contra el crimen organizado, sus mensajes se enfocaron en ello, sus estrategias de trabajo también, pero en los discursos, el exmandatario no asumió que la responsabilidad recayera sobre él.

Más que invalidar la premisa inicial, este resultado permite reformularla. Los encuadres pueden entenderse como parte de las condiciones discursivas mediante las cuales los gobiernos construyen una representación favorable de su actuación y buscan fortalecer su legitimidad ante la ciudadanía. No obstante, la eventual transformación de esa representación en confianza, simpatía, desencanto o comportamiento electoral depende de procesos más complejos que exceden el contenido de los discursos.

Respecto al *framing* y alternancia política: la evidencia cuantitativa sugiere que la inminencia o consumación de una alternancia partidista intensifica el uso defensivo de la *atribución de responsabilidad* al cierre del periodo gubernamental. En los discursos de salida, más que entablar un diálogo directo con la ciudadanía, el encuadre busca interpelar a las instituciones e interactuar con el contexto de competencia electoral mediante la legitimación de las obras y políticas concretadas durante el sexenio.

En el caso mexicano, los últimos cuatro sexenios presidenciales, a través del análisis de sus discursos iniciales y finales, permiten conocer que, predomina la *atribución de responsabilidad*, ese encuadre que especifica y reconoce que hay personas causantes de las situaciones desventajosas de una gestión, aun siendo tales personas pertenecientes a otra gestión, incluso a otro partido político. Es reiterativo el tema de que hay problemas que se heredan de otras gestiones, atribuyendo la responsabilidad a un antecesor.

En suma, la arquitectura del mensaje presidencial en México evidencia que, por encima del debate ideológico o del conflicto multipartidista, el encuadre dominante se enfoca sistemáticamente en la construcción de la responsabilidad estatal y la personalización de los logros de gobierno. Esto fortalece la literatura sobre comunicación política regional al demostrar la persistencia de patrones discursivos institucionalizados a través de distintos periodos y partidos políticos en el poder.

4. CONCLUSIONES

La forma en que se comunican las personas titulares del poder ejecutivo con la ciudadanía, es una pieza clave para persuadir. Los mensajes negativos derivan en votos de castigo, y los mensajes positivos, alentadores y de esperanza, abren a la puerta a la posibilidad de hacer creer a las y los votantes que aún hay oportunidades de mejorar.

Los discursos oficiales, trabajados por los equipos de las y los titulares, siempre buscarán mostrar el mejor rostro, los datos más pulidos y ocultar aquellos que no resultan en beneficio de la gestión de quien se habla, y en ello es importante destacar que no solamente se habla de la figura de la persona al frente de una gestión, sino que también se deja abierto el mensaje de que se habla de la labor de un partido que respalda el actuar de un determinado sexenio, marcando así la pauta para que un partido político se mantenga en el poder o se transite a otro, en la búsqueda de mejores resultados, aquello que conlleva a la alternancia.

La evolución de la comunicación política se hace presente, pues la forma de interactuar con la ciudadanía, demanda del uso de la actualización de medios y canales para hacer llegar mensajes, y en una era digital como la que se vive en la actualidad, además se tienen mensajes que se transmiten de manera masiva y en tiempo récord, y plantea el desafío de luchar contra la propagación de noticias falsas y la manipulación de la opinión pública.

La comunicación oficial es clave en la manera de convencer a un pueblo mexicano de que tiene a la mejor fuerza política en el poder, y que por ello merece mantenerse, o bien, de que se tiene a una fuerza política que no

da los resultados prometidos en campaña, y que, consecuentemente, permite abrir la puerta a la alternancia, de ahí la trascendencia de comunicar asertivamente.

En el ámbito político la apropiación de un lenguaje compartido es vital para la definición y consecución de objetivos grupales, ya sea en concordancia o en oposición, pero finalmente, se genera un debate necesario para el desarrollo integral de las sociedades contemporáneas.

REFERENCIAS

Aguilar Valenzuela, R. (2013, 4 de febrero). *La* comunicación de Peña Nieto. *El Economista*. https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-comunicacion-de-Pena-Nieto-20130203-0002.html

Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 423–450. https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053

Ayala Blanco, F. (2022). La importancia de la persuasión política en los grupos de poder. *Estudios Políticos*, *57*, 59–72. https://doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.2022.57.83735

Castells, M., (1997). *La era de la información, economía, sociedad y cultura.* Volumen 1: *La sociedad red.* Alianza.

De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal Document Design, 13*(1), 51–62. https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre

Díaz Jiménez, O. F., Ramos Ortega, O., & Meza Hernández, J. R. (2023). Los efectos de la comunicación presidencial en la confianza en las instituciones políticas y las noticias de los medios en las elecciones intermedias de 2021. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (35), 115–146. https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2023.35.85574

Fuentes Rodríguez, C. & Alcaide Lara, E. R. (2002). *Mecanismos lingüísticos de la persuasión. Cómo convencer con palabras*. Madrid.

Habermas, J. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública.* Gustavo Gili.

Krippendorff, K. (2004). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica* (2a ed.). Ediciones Paidós.

Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data. *Biometrics*, 33(1), 159–174. https://doi.org/10.2307/2529310

Lo Cascio, V. (1998). *Gramática de la argumentación*. Madrid.

Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587–604. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x

Martínez García, C. (2017, 1 de marzo). La debilidad de Peña Nieto. *La Jornada*. https://www.jornada.com.mx/2017/03/01/opinion/021a2pol

Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication, 58*(2), 258-279. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x

Meyenberg Leycegui, Y. & Aguilar Valenzuela, R. (2015). *La comunicación presidencial en México (1988-2012).* UNAM. https://ru.iis.sociales.unam.mx/handle/IIS/5187

Muñiz, C. (2020). El framing como proyecto de investigación: una revisión de los conceptos, ámbitos y métodos de estudio. *Profesional de la Información*, 29(6), e290623. https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.23

Muñiz, C., Saldierna, A. R., Marañón, F. J., & Maldonado, L. (2016). *Estudios sobre comunicación política en Latinoamérica*. Fontamara.

Neuendorf, K. A. (2017). *Guía del análisis de contenido* (2a ed.). Sage Publications.

Nieto Brizio, M. (2025). *Retórica populista y opinión pública en México: Los efectos de la conferencia matutina del presidente de la república en las actitudes hacia la democracia, la pobreza y la seguridad. 2018-2021* [Tesis doctoral, Universidad Nacional Autónoma de México]. https://ru.dgb.unam.mx/items/df37e3b0-ac79-4e3f-af84-39f2b19e0d3d

Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communication in post-industrial democracies*. Oxford University

Press.
Pallares, F. (1998). Las políticas públicas. El sistema político en acción. *Revista de Estudios Políticos*, (62), 141-62.
Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likehood Model of Persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology, 19*, 123–205. http://dx.doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2
Sádaba, T., Rodríguez J., & Bartolomé M. (2012). Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. *Observatorio (OBS*),* 6(2), 109–126.
Salgado Andrade, E. (2026). Las mañaneras en la transición presidencial AMLO - Claudia Sheinbaum. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (40). 183–206. https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2026.40.93027
Sanders, K., & Canel M. J. (2013). *Government Communication: Cases and Challenges.* Bloomsbury Academic.
Santiago, G. J. de. (2005). *Principios de comunicación persuasiva*. Madrid.
Seldon, A. & Kavanagh, D. (2005). *The Blair Effect*. Cambridge University Press.
Wolton, D. (1995). La comunicación política: construcción de un modelo. En J. M. Ferry (Ed.), *El nuevo espacio público* (pp. 28–46). Gedisa.