

## Redes sociales y comunicación de crisis en el autoritarismo cubano: un análisis de contenido a los tuits del presidente cubano\*

Social Networks and Crisis Communication in the Cuban Authoritarianism: A Content Analysis of the Cuban President's Tweets

Redes sociais e comunicação de crise no autoritarismo cubano: uma análise de conteúdo dos tweets do presidente cubano

Luis Yaim Martínez Acebal<sup>a</sup>  
Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México  
luis.martinez22@correo.uia.mx  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9195-367X>

DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp44.rsc>

Recibido: 20 abril 2023  
Aceptado: 15 mayo 2024  
Publicado: 29 mayo 2025

### Resumen:

Este artículo analiza la comunicación del gobernante cubano Miguel Díaz-Canel en redes sociales durante varias crisis. A partir de un enfoque de análisis de contenido, examina sus tuits en diferentes momentos, identificando las estrategias empleadas. Aunque Díaz-Canel evita términos como *crisis* o *riesgo*, sus mensajes reconocen implícitamente la gravedad de los eventos. Las tácticas varían según el tipo de crisis y subrayan la necesidad de adaptar la estrategia al contexto. La metodología combina el uso de la API de Twitter y recolección manual para capturar una muestra representativa de las interacciones digitales del mandatario. El estudio ofrece nuevas perspectivas sobre la gestión narrativa en regímenes autoritarios, mostrando cómo las plataformas digitales se usan tanto para el control estatal como para la contestación ciudadana. La investigación contribuye a la comprensión de la relación entre comunicación de crisis y autoritarismo en entornos digitales y sienta las bases para futuras investigaciones comparativas.

**Palabras clave:** comunicación, Twitter, análisis de contenido, redes sociales, Cuba.

### Abstract:

This article analyzes the communication of the Cuban ruler Miguel Díaz-Canel in social networks during several crises. Using a content analysis approach, it examines his tweets at different moments, identifying the strategies employed. Although Díaz-Canel avoids terms such as “crisis” or “risk,” his messages implicitly acknowledge the seriousness of the events. Tactics vary according to the type of crisis, underscoring the need to adapt the strategy to the context. The methodology combines the use of the Twitter API and manual collection to capture a representative sample of the digital interactions of the mandatary. The study offers new insights into narrative management in authoritarian regimes, showing how digital platforms are used for both state control and citizen contestation. The research contributes to the understanding of the relationship between crisis communication and authoritarianism in digital environments and lays the groundwork for future comparative research.

**Keywords:** Communication, Twitter, Content Analysis, Social Media, Cuba.

### Resumo:

Este artigo analisa a comunicação do governante cubano Miguel Díaz-Canel nas redes sociais durante várias crises. Utilizando uma abordagem de análise de conteúdo, examina os seus tweets em diferentes momentos, identificando as estratégias utilizadas. Embora Díaz-Canel evite termos como “crise” ou “risco”, as suas mensagens reconhecem implícitamente a gravidade dos acontecimentos. As tácticas variam consoante o tipo de crise, o que sublinha a necessidade de adaptar a estratégia ao contexto. A metodologia combina a utilização da API do Twitter e a recolha manual para captar uma amostra representativa das interações digitais do Presidente. O estudo oferece novas perspectivas sobre a gestão da narrativa em regimes autoritários, mostrando como as plataformas digitais são utilizadas tanto para o controlo do Estado como para a contestação dos cidadãos. A investigação contribui para a compreensão da relação entre a comunicação de crises e o autoritarismo em ambientes digitais e lança as bases para futuras investigações comparativas.

**Palavras-chave:** comunicação, Twitter, análise de conteúdo, redes sociais, Cuba.

### Notas de autor

<sup>a</sup>Autor de correspondencia. Correo electrónico: [luis.martinez22@correo.uia.mx](mailto:luis.martinez22@correo.uia.mx)

*Así como los terremotos liberan las tensiones acumuladas en las placas tectónicas debajo de la corteza terrestre, los desastres desencadenan las tensiones sociales y políticas subyacentes que se han acumulado durante décadas y exponen la efectividad de los Estados, ya sean democráticos o autoritarios, al más severo de los escrutinios.*

*Fuente: Green, D.*

## Introducción

En los regímenes autoritarios, la comunicación de crisis tiene un enfoque distinto al observado en las democracias. Su objetivo principal no es reducir el impacto social de la crisis, sino controlar la narrativa para minimizar los riesgos políticos (Asmolov, 2022). Este control se ejerce tanto a través de discursos oficiales como mediante la gestión estratégica de las plataformas digitales, en las cuales los líderes autoritarios buscan moldear la percepción pública y evitar que la crítica socave su legitimidad (Huang *et al.*, 2005).

En Cuba, la retórica oficial ha evitado términos como *crisis* o *riesgo* y ha empleado eufemismos como *Período Especial* o *resistencia creativa* para referirse a situaciones de emergencia (Martínez, 2022). En el primer mandato de Miguel Díaz-Canel (2018-2023), las redes sociales, especialmente Twitter,<sup>1</sup> se han convertido en un canal fundamental para transmitir mensajes que, aunque no mencionan explícitamente la crisis, buscan movilizar la cooperación ciudadana y proyectar una imagen de control (Rodríguez 2018). Esta estrategia refleja un intento de mantener la cohesión social mientras se enfrenta al escrutinio creciente que las redes sociales imponen a los regímenes autoritarios (Asmolov, 2020).

El presente estudio se centra en el análisis de los tuits publicados por Díaz-Canel durante crisis significativas, como las protestas de julio de 2021 y el incendio en la base de supertanqueros de Matanzas. Mediante un enfoque de análisis de contenido (Weber, 1985), se examinan las estrategias comunicativas utilizadas para adaptar los mensajes a diferentes tipos de crisis y gestionar la percepción pública en un contexto de creciente descontento social. La investigación también busca ampliar la comprensión de cómo los regímenes autoritarios, como el cubano, integran la comunicación digital en su estrategia de control narrativo.

Esta contribución es relevante dada la escasa literatura sobre comunicación de crisis en regímenes no democráticos, en la que los estudios se han enfocado principalmente en desastres naturales y crisis humanitarias (Repnikova, 2017). El caso cubano ofrece un ejemplo único del uso de Twitter por un líder autoritario para gestionar tanto crisis sociales como naturales, destacando la dualidad de las redes sociales como espacios de control estatal y contestación ciudadana (Houston *et al.*, 2014).

## Crisis en Cuba: ejemplos y valoraciones

Una de las crisis más representativas que vivió Cuba antes del fin del Gobierno de Fidel Castro lo constituyeron la caída del muro de Berlín, el desmantelamiento del Consejo de Ayuda Mutua Económica (CAME) y la posterior desarticulación de la URSS. Un momento que trajo consigo sensaciones de aislamiento, desamparo y desprestigio de los referentes históricos creados, años atrás, por la Revolución (Hernández, 1998). En este caso, la respuesta a la crisis se caracterizó por la improvisación, en un ambiente en el que no existía ningún plan estructurado de enfrentamiento al problema que afectó todos los ámbitos de desarrollo de la nación.

A este evento, se sumaron como hechos antecedentes el agotamiento del modelo de desarrollo, que se hizo visible desde 1980, con una economía desgastada y las fuerzas productivas sobredimensionadas, además de la centralización y la burocratización, que eran aspectos demoledores de la realidad del país. A esto es

necesario agregar los procesos de la política conocida como *rectificación*, a partir de 1986, que se desarrolló como parte de la revisión del modelo social que se estaba implementando (Hernández, 1998). Aunque sus resultados denotaron un amplio debate en la isla, en cuestiones de integridad existió una fractura derivada de cuestiones estructurales que eran visibles en el país y afectaron, sobremanera, el imaginario social. Muchas de las condiciones de ese tiempo se mantuvieron en la conciencia social del cubano, “dejando un rastro negativo sobre los modos de actuar y de pensar de diversos grupos sociales” (Hernández, 1998, p. 4). Y, aunque este panorama es indicativo de un espectro político medianamente diferente al vivido en la actualidad, en él se hacen visibles señales de cambios que se fueron encontrando en la sociedad cubana.

Hoy en día, luego de iniciativas que precedieron a fenómenos de oposición y represión en los años 2000 (como lo fueron el Proyecto Varela, la llamada Primavera Negra y el movimiento de las Damas de Blanco), existen proyectos construidos y propuestos al margen de la institucionalidad del Estado, que ganan visibilidad con una pluralidad de actores y agendas con disímiles características (Triana, 2021). Estos han sido claves para la actividad comunicativa que el Régimen ha asumido en las redes sociales, sobre todo después del 19 de abril de 2018, cuando Miguel Díaz-Canel Bermúdez asumió la presidencia del entonces Consejo de Estado y de Ministros, en relevo de Raúl Castro Ruz, abriendo una era, en más de seis décadas, en que no habría un Castro, visible, en el poder en Cuba.

Una de las primeras medidas de Díaz-Canel estuvo relacionada con la apertura de Internet en el país, en total concordancia con sus ideas durante su tiempo como primer vicepresidente de la isla (24 de febrero de 2013-19 de abril de 2018). En aquellos momentos expresó que “era voluntad y disposición del Partido y el Gobierno cubanos desarrollar la informatización de la sociedad y poner Internet al servicio de todos, logrando una inserción efectiva y auténtica de los cubanos en ese espacio” (Elizalde, 2015).

Por ello, desde el 10 de octubre de 2018, el mandatario se convirtió “en la más alta figura de la política en Cuba con una cuenta oficial en Twitter” (Rodríguez, 2018). Para diciembre del mismo año, aprovechando la ampliación del acceso a datos móviles, Díaz-Canel anunció que la Presidencia contaría con una página web, una cuenta de Twitter y un canal de YouTube. Además, indicó que todas las provincias debían tener una página web y que en 2019 comenzaría la “interacción” con los usuarios (Europa Press Internacional, 2018).

El crecimiento del acceso a los servicios de Internet “se ha convertido en un elemento movilizador con espacios de intercambio de información y de construcción de redes sociales con extendidos contenidos políticos” (Triana, 2021, p. 14). La existencia de este escenario ha propiciado un “campo de lucha política encarnizado entre *influencers*, líderes de opinión, revistas, blogs, etc., en el que el gobierno se ha visto derrotado en el monopolio ideológico e informativo que ostentaba antaño” (Triana, 2021, p. 14).

Por ejemplo, durante las protestas ocurridas entre el 11 y el 13 de julio de 2021, el mapeo de los medios independientes fue fundamental. Generalmente, los datos sobre las protestas provenían de fuentes privadas, incluida la información generada por los propios usuarios en redes sociales. La intención de los medios independientes era ofrecer información en tiempo real y ubicar las manifestaciones en diferentes lugares de Cuba. Un punto significativo de esta situación es la influencia en el consumidor de información, ya que en eventos de crisis “el público comenzará rápidamente a buscar una fuente de información confiable y consistente” (Russell, 2005, p. 95) (que en muchos casos es la plataforma de *microblogging* Twitter), con la cual se puede hacer un seguimiento en tiempo real de eventos a través de mensajes articulados con un máximo de 280 caracteres.

## Comunicación de crisis y redes sociales en contextos autoritarios

Asmolov (2020) señala que “las situaciones de crisis presentan un momento en el que los Estados autoritarios deben demostrar su capacidad de adaptarse al nuevo entorno de información para garantizar la estabilidad” (p. 216). Lo anterior trae consigo no solo equiparar sus acciones del evento en el espacio *offline*, sino maximizar su

estrategia en el espacio digital. Además, se requiere de una actividad efectiva del líder autoritario, a sabiendas de que en estos regímenes pueden sentir tranquilidad y no valorar la importancia de sus respuestas ante las crisis, entendiendo que finalmente no serán juzgados por la ciudadanía en el ciclo electoral, tal y como sí sucede en democracias, en las que las personas muestran su rechazo con el valor del voto.

Con el tiempo, el mérito de las plataformas digitales ha ido en crecimiento, especialmente en situaciones de emergencia, pues estas han servido como un punto de apoyo para valorar la importancia de aquellas en momentos de crisis. Un enfoque en los estudios académicos observó en las redes sociales una oportunidad para que candidatos y funcionarios interactuaran directamente con los ciudadanos. Para sostener esos argumentos fueron innegables una serie de ventajas que se observaban en dichas redes sociales y concretamente en Twitter. Estas eran: el contacto directo y la comunicación bidireccional entre políticos y ciudadanos, la capacidad de influencia entre las élites más políticamente activas, la inmediatez y valor informativo y su fuerza persuasiva gracias a su adecuación a los modelos más impactantes de los discursos mediáticos (Arroyas-Langa *et al.*, 2018).

En el caso cubano, las redes sociales se convirtieron en un medidor importante de lo que se produciría el 11 de julio de 2021, durante la emergencia sanitaria que vivía el país. *Hashtags* como #SOSMatanzas o #SOSCuba denunciaban la falta de medicamentos y la saturación hospitalaria, lo que no solo permitió observar un contexto problemático, sino también el surgimiento de un riesgo político. Este último estaba marcado por la tensión de no ver los datos como contribuyentes a la toma de conciencia y a una respuesta de apoyo, sino como una fuente de crítica que desafía el monopolio del Estado sobre la imagen de la información de un desastre.

Por ejemplo, cuando en julio de 2021 en Cuba se posicionaron las etiquetas antirrégimen #SOSCuba con 1 millón de tweets aproximadamente, #SOSMatanzas con 17 609 trinos y #PatriaYVida con 157 436 mensajes publicados, usuarios identificados a favor de Díaz-Canel posicionaron tendencias en respuesta a la protesta, justificando la represión en las calles cubanas y replicando declaraciones del presidente con *hashtags* como #PatriaOMuerte y #LaCalleEsDeLosRevolucionarios (Probox, 2021).

Simultáneamente, surgieron campañas espontáneas de solidaridad a través de Twitter, Facebook, Telegram y WhatsApp, como #SOSMatanzas, que buscaban recolectar insumos para las zonas afectadas. Sin embargo, el Gobierno descalificó estas iniciativas, catalogándolas como “oportunisto mediático” en un tuit del ministro de Relaciones Exteriores (Rodríguez Parrilla, 2021), situación que deja ver los eufemismos que intentaban minimizar el impacto de la crisis en un momento de alta sensibilidad social.

En ese sentido, se destaca uno de los principales puntos en la proyección de la agenda de comunicación de crisis en este tipo de regímenes: la necesidad de eludir responsabilidades, señalando culpables en otras direcciones y buscando evitar la agitación popular que pueda desencadenar mayor descontento e incertidumbre ante la crisis. En estos contextos, los tomadores de decisiones oficiales y el público pueden tener puntos de vista diferentes sobre la responsabilidad y la culpa de los actores durante las crisis (Tolmach & Gavrilov, 2012).

De acuerdo con esta perspectiva, las redes sociales funcionan como un catalizador de los significados y las funciones de varios actores en las crisis. En el lado de los ciudadanos en red, se pueden “desafiar los datos propiedad del gobierno y contradecir los marcos de los medios oficiales al crear sus propias herramientas de vigilancia” (Samoilenko, 2016, p. 404). Una experiencia de esta envergadura sucedió en Cuba tras el paso del huracán Irma por las costas del sur del país (11 de septiembre de 2017), cuando Twitter permitió a los ciudadanos compartir y difundir la información de las cuentas oficiales o dar breves noticias desde el terreno (Batard *et al.*, 2018). Esto subraya el desafío comunicativo de los líderes autoritarios en eventos de crisis, ya que las redes sociales no solo amplifican la voz de los ciudadanos, sino que también pueden cuestionar y socavar la narrativa oficial del gobierno.

Por el lado teórico de esta evaluación, Huang *et al.* (2005) apuntan que “las estrategias comunicativas de crisis son las respuestas verbales y no verbales reales que utiliza una organización para abordar una crisis” (p.

230), con la posibilidad de enmarcar actores fundamentales en esta acción, así como determinar la pertinencia de distintas respuestas acordes con la representación que se esté viviendo. No obstante, la gestión de crisis en plataformas digitales requiere comprender otras estrategias. Por un lado, Seeger *et al.* (2003) desarrollaron un marco basado en la teoría de la comunicación organizacional, en el que distinguen entre estrategias proactivas y reactivas. Las estrategias proactivas, como la preparación y monitoreo, buscan anticipar posibles crisis antes de que ocurran. En cambio, las reactivas incluyen tácticas como la disculpa o la negación, aplicadas una vez que la crisis ya ha estallado.

Por otro lado, Benoit (2004) plantea la teoría de la restauración de imagen, la cual sugiere que, más allá de mitigar el impacto de la crisis, las organizaciones y líderes deben buscar reparar su reputación mediante estrategias específicas como la justificación, la evasión de responsabilidad y la transcendencia de los hechos. Estas perspectivas ofrecen un marco más amplio para analizar cómo los actores autoritarios, como Díaz-Canel, se adaptan a las dinámicas cambiantes de las crisis en el entorno digital, en el cual la participación pública y la rápida difusión de información imponen desafíos adicionales.

En este particular, Coombs (1995) examina tres estrategias, con sus subestrategias. Por tanto, al concordar con este autor, observamos la oportunidad de transmitir ese concepto a la actividad de un mandatario autoritario en redes sociales. Sin embargo, nuestro enfoque está centrado en las comunicaciones verbales emitidas en Twitter por el mandatario cubano Miguel Díaz-Canel Bermúdez y emplea únicamente el siguiente modelo:

1. *Estrategia de inexistencia, con subestrategias de negación, aclaración y ataque.*
2. *Estrategia de distancia, con subestrategias de excusa y justificación.*
3. *Estrategia de congraciamiento, con subestrategias de reforzamiento, transcendencia y adulación.*

Cada una de estas estrategias no se ejecuta de manera deliberada, sino que depende del tipo de crisis que enfrente el emisor y de otros factores vinculantes en este accionar (Coombs, 1995, pp. 454-457). Descriptivamente, cada una de ellas soporta ciertas características. Primero, la estrategia de inexistencia está pensada para culminar las crisis (Coombs, 1995, p. 450). Su principal función es aquella que determina la preservación de la imagen positiva de los implicados, argumentando que la crisis no existe y que tampoco existe un vínculo entre esta y la persona u organización involucrada. Particularmente, esta estrategia puede ser dividida en tres subestrategias, las cuales son la negación, la aclaración y el ataque. Paso por paso, como su nombre lo indica, la negación oculta la existencia de la crisis. Es decir, “no pasó nada” (Coombs, 1995, p. 450). En cuanto a la aclaración, esta extiende la negación al explicar la razón por la que no hay crisis. La tercera subestrategia se dedica a “enfrentar a quienes informan erróneamente que existe la crisis inexistente” (Coombs, 1995, p. 451).

La segunda estrategia es la distancia. Mediante ella se le da reconocimiento a la crisis, mientras se “debilita el vínculo entre la crisis y la organización [o la persona involucrada]” (Coombs, 1995, p. 451). Dentro de esta estrategia, hay dos subestrategias: excusa y justificación. La excusa requiere “minimizar la responsabilidad de la organización por la crisis” (Coombs, 1995, p. 451). Por el contrario, la justificación implica “minimizar el daño asociado con la crisis” (Coombs, 1995, p. 451), persuadiendo al público de que la crisis no es realmente mala comparándola con otra crisis.

En cuanto al congraciamiento o adulación, esta trabaja para obtener la aprobación del público y vincula a la organización o a la persona involucrada con aspectos positivos que el público aprecia. Hay tres tácticas para congraciarse, que incluyen el reforzamiento, la transcendencia y el alabo. Ordenadamente, el reforzamiento, que es la primera subcategoría, se refiere a recordar al público las acciones positivas pasadas, mientras que la subestrategia de transcendencia reconstruye la crisis de una manera positiva o más deseable al abstraerse para desviar su atención de los detalles. Por su parte, la adulación consiste en elogiar a los demás para “ganar la aprobación del destinatario de la alabanza” (Coombs, 1995, p. 452). El grupo elogiado ayuda a vincular a la organización o a la persona con ellos.

Es oportuno señalar que Coombs (1995) sentó las bases para la comprensión de las estrategias de respuesta en crisis mediante su modelo de selección de estrategias comunicativas. Este marco ha sido fundamental para la evolución del estudio de crisis organizacionales. Posteriormente, Coombs (2007) amplió este modelo introduciendo el enfoque Situational Crisis Communication Theory (SCCT), en el que plantea que la elección de estrategia debe depender de la percepción pública sobre la responsabilidad de la organización en la crisis. De acuerdo con este modelo, las respuestas más adecuadas surgen cuando se alinean con la gravedad percibida de los eventos y las expectativas de los públicos afectados.

No obstante, otros autores han cuestionado aspectos de este enfoque. Por ejemplo, Benoit (2004) argumenta que las estrategias de restauración de imagen deben ser más flexibles y adaptarse al contexto sociocultural específico, sugiriendo que los enfoques genéricos no siempre capturan la complejidad de las crisis en diferentes regiones y organizaciones. Del mismo modo, Claeys y Cauberghe (2014) evalúan el modelo SCCT y señalan que, si bien ofrece una guía estructurada para la elección de estrategias, puede resultar limitado cuando las crisis se desarrollan en tiempo real en plataformas digitales. Estos autores subrayan la importancia de una comunicación proactiva que considere las reacciones inmediatas del público, lo que obliga a adaptar continuamente las estrategias.

Sin embargo, es importante resaltar una bidireccionalidad expuesta en el modelo de Coombs (1995) y que es de realce para esta investigación. Lo anterior porque, en un primer momento, esto ayuda a determinar las estrategias comunicativas para reparar y restaurar la imagen en situaciones de crisis política, en las que el líder político asume un papel significativo por medio de las redes sociales; al mismo tiempo, como se ha señalado anteriormente, esta metodología examina la aplicabilidad de este modelo occidental a las crisis de regímenes autoritarios, más concretamente, aquellas que tomamos en cuenta en el caso cubano durante el Gobierno de Díaz-Canel. Y esto es importante cuando, al poner en contexto este modelo, pero en Oriente Medio, Alharbi (2012) descubrió que, a través de los discursos verbales, las estrategias no son únicas e irrepetibles, sino que encuentran variaciones de un discurso a otro. Estas últimas pueden ser propensas a expresarse en redes sociales de una manera dialógica, al obtener de ellas condiciones marcadas por el interaccionismo y la hipermedialidad que permiten estas tecnologías.

## Metodología

Al desarrollar estas características, nos estamos preguntando de manera general: ¿qué estrategias de respuesta utilizó el presidente cubano Miguel Díaz-Canel Bermúdez en Twitter durante la manifestación de varios eventos de crisis? Estos son seleccionados por su presencia y amplio alcance en redes sociales, con el fin de explorar nuevas formas de mediación digital de las relaciones gobierno-crisis. Varias preguntas particulares que nos planteamos con respecto a este caso indagan sobre si cambiaron las estrategias de respuesta entre un evento de crisis y otro. En cuanto al papel de la comunicación de crisis, esta se aborda en términos de cómo Twitter ha sido utilizado por el gobernante cubano para transmitir su posición frente a situaciones de crisis.

Se realiza un análisis de contenido para abarcar las distintas estrategias comunicativas de crisis de todos los tuits. Este ayuda a “determinar tendencias o patrones en los medios” (Weber, 1985), lo que agrega una dimensión a los datos cualitativos al “permitirle al investigador cuantificar e identificar problemas a través de un proceso objetivo e imparcial” (White, 2009, p. 182).

Para el trabajo con los datos, hemos decidido escoger una semana tipo de cada uno de los eventos (Tabla 1). Previamente, habíamos definido que las unidades de análisis serían cada tuit que se refiriera al acontecimiento en sí mismo, sin incluir aquellos mensajes que trataban otros temas.<sup>2</sup>

TABLA 1.  
Caracterización de eventos y estrategias de captura en el análisis de comunicación de crisis en Cuba

Evento	Fecha	N.º de tuits	Descripción del evento	Población total que mencionó el evento	Método de captura	Porcentaje de tuits sobre menciones
Tornado	27/01/2019-03/02/2019	14	Evento natural que provocó daños severos en La Habana	500	API de Twitter + Manual de recolección	2,8
Rebrote Covid-19	03/07/2021-10/07/2021	23	Aumento de contagios y fallecimientos durante la pandemia	1200	API de Twitter	1,92
Protestas masivas	11/07/2021-18/07/2021	18	Protestas sociales contra el Gobierno por demandas económicas y sociales	2000	API de Twitter + Monitoreo en tiempo real	0,9
Incendio en Supertanquero	05/08/2022-12/08/2022	24	Incendio de gran magnitud en infraestructura clave en Matanzas	800	Twitonomy + API de Twitter	3,0
Huracán Ian	26/09/2022-02/10/2022	16	Huracán que causó daños significativos en Pinar del Río	600	API de Twitter + Twitonomy	2,7

Fuente: elaboración propia.

Asimismo, cabe declarar que escogimos la red social Twitter para llevar adelante este análisis, con referencia a los datos aportados por el estudio Twiplomacy (2022) y a una comparativa con Facebook. En el primer caso, se constató que en 2021 el mandatario cubano ocupaba el lugar número 18 en el *World Leader Power Ranking*, un análisis para monitorear, asesorar y difundir en redes sociales la actividad de líderes mundiales, misiones diplomáticas y embajadas. Posición que lo ubicaba en el peldaño 9 dentro de la región latinoamericana y caribeña, que ha sido escalonada en los resultados de 2022 pasando al numeral 15 a nivel mundial y al 7 en lo regional.

Además, Twitter se vuelve atractivo para este estudio porque en esta red no encontramos a los dos grandes líderes de las naciones más autoritarias del orbe: los presidentes de China, Xi Jinping, y de Rusia, Vladimir Putin. Según los datos aportados por Twiplomacy (2022) ninguno de ellos tiene una influencia directa

significativa en las discusiones de diplomacia digital, a pesar de encabezar los titulares geopolíticos en Twitter. Esto le brinda un plus interesante al mandatario cubano, que sí se clasifica entre los de mayor empleo de la red social, mientras Xi y Putin “se desvían del uso individual de Twitter [...] a favor de cuentas administrativas en plataformas populares a nivel nacional y más estrictamente controladas” (Twiplomacy, 2022). Igualmente, comparándola con Facebook, se determinó un mayor número de seguidores en la cuenta de Twitter, cuyos datos sobrepasan en 4,5 veces a los registrados en la red de Mark Zuckerberg.

La tabla 1 presenta una caracterización detallada de los eventos seleccionados para el análisis de la comunicación de crisis del presidente cubano en Twitter. Cada evento se describe en función de su naturaleza, la población total que mencionó el suceso en esta red social y el método de captura de datos empleado. Además, se calcula el porcentaje de los tuits analizados respecto al total de menciones, lo que permite dimensionar la representatividad de la muestra. La variedad en los métodos de recolección —como el uso combinado de la API de Twitter, Twitonomy y recolección manual— garantiza la exhaustividad en la obtención de datos. Esta información proporciona un contexto clave para comprender la dinámica de la conversación pública y el papel de las plataformas digitales en la gestión de la crisis por parte del mandatario, resaltando diferencias en la interacción según el tipo de evento.

## **Análisis de los resultados**

En líneas generales, existen varios factores que determinan la elección de unas estrategias comunicativas de crisis por encima de otras. El considerarlas adecuadas para responder a diferentes eventos depende de factores como los tipos de crisis, la veracidad de la evidencia y el daño e historial de desempeño (Coombs, 1995). Por esto, primero, para obtener las respuestas sobre las crisis en el período presidencial de Díaz-Canel, determinamos que las cinco representaciones escogidas son de carácter interno y todas formaron parte de “dinámicas políticas que definen la interacción dialéctica entre la Revolución y la hostilidad norteamericana” (Martínez, 2021, p. 24). Esta es una condición que es permanente dentro de los estudios enfocados en la realidad cubana.

La veracidad, que es el segundo factor a medir, estuvo matizada por hechos concretos que se conocieron y divulgaron a través de medios sociales, en los que se resintió la “dinámica política del poder revolucionario, la unidad y la capacidad de resistencia [...] en una sociedad heterogénea y contradictoria y en un contexto de fortaleza sitiada” (Martínez, 2021, p. 26), en las cuales el gobernante del país mantuvo una información sostenida. Por último, los daños en estas representaciones son considerados graves y condicionados por anteriores acontecimientos en los que la población ha estado sufriendo una serie de problemas sociales y financieros. Todas ellas remodelaron “el espacio social y el elenco de sujetos que lo integran, al tiempo que afectan las articulaciones establecidas entre la sociedad y el Estado” (Hernández, 1998, p. 140).

Con base en el análisis anterior, se supone que Díaz-Canel, como presidente del país, estaría encargado de aglutinar aspectos como la reconciliación entre la ciudadanía o la calma social ante manifestaciones de desespero y pedidos de ayuda. Para ello, durante los cinco eventos de crisis se observó un uso heterogéneo de estrategias que buscaban informar, controlar, justificar y trascender las situaciones de crisis. El uso de estas diferentes estrategias varió de un evento a otro. La figura 1 muestra la distribución de estas diversas estrategias por representaciones.



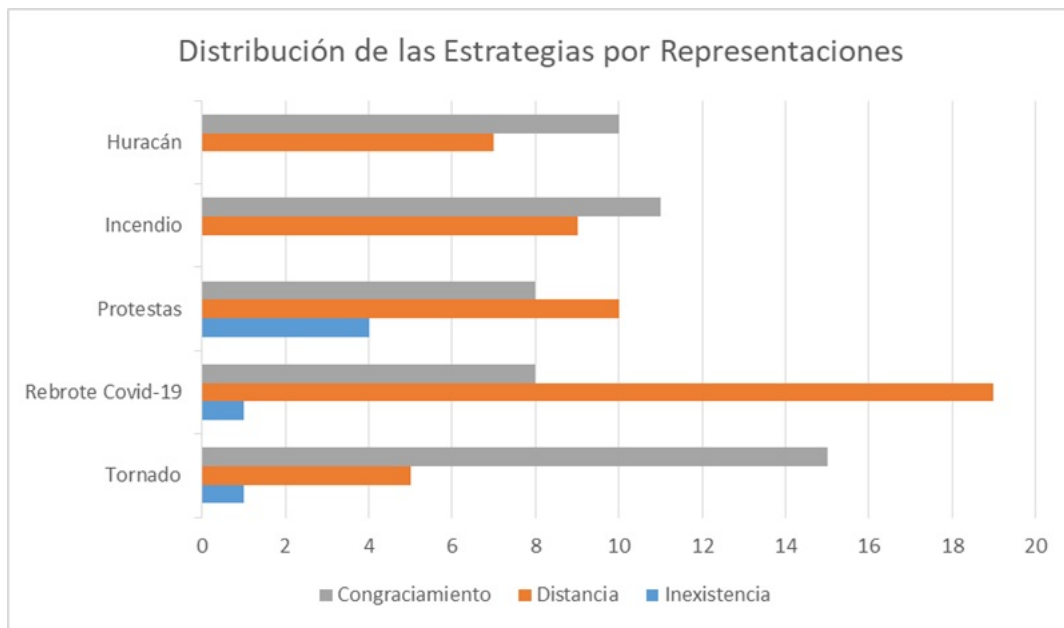


FIGURA 1.

### Distribución de las estrategias por representaciones

*Nota.* Las cifras en el eje del gráfico hacen referencia al número total de tuits en los que se identifica cada estrategia.

Fuente: elaboración propia.

Del gráfico anterior es interesante destacar cómo existe un uso extendido durante las tres representaciones de las estrategias de distancia y congraciamiento. Mientras tanto, en menor medida, el presidente hace uso de la inexistencia, lo que permite determinar que el mandatario prestó atención a los hechos de crisis y los trató, en la mayoría de los casos, como tales, a pesar de que no mencionó nunca la palabra *crisis* o *riesgo* en sus tuits. Sin embargo, sí hizo referencias a los hechos que se estaban sucediendo (Figura 2).

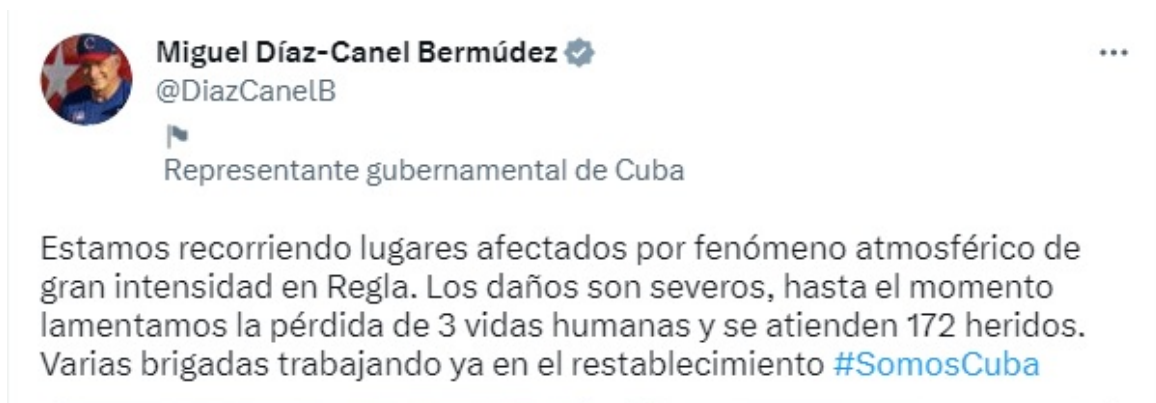


FIGURA 2.

### Ejemplo de tuit de Díaz-Canel durante el tornado en La Habana

*Nota.* El tuit representa cómo, sin nombrar el acontecimiento como *crisis* o *riesgo*, el presidente cubano reconoce que existe una situación de emergencia.

Fuente: tomado de @DiazCanelB, 28 de enero de 2019.

En ese sentido, podemos observar cómo el congraciamiento y la distancia sirven al mandatario para enfocar sus mensajes hacia un despertar de la conciencia ciudadana, en apoyo a procesos de recuperación de los daños o a los efectos colaterales que pueden causar este tipo de eventos, como pueden ser la falta de alimentos, los cortes de la energía eléctrica, la escasez de agua potable, entre otros, que facturan en el descontento popular.

Un ejemplo representativo del uso estratégico de las redes sociales durante el incendio en la Base de Supertanqueros (Figura 3) es un tuit que emplea la estrategia de congraciamiento, que combina las subestrategias de adulación y trascendencia, junto con elementos de la estrategia de distancia, específicamente la justificación. En este mensaje, el mandatario resalta el coraje y la serenidad del pueblo de Matanzas, al tiempo que utiliza la falta de antecedentes de un incendio de tal magnitud como un argumento para justificar la gravedad de la situación, minimizando así la percepción de responsabilidad gubernamental.

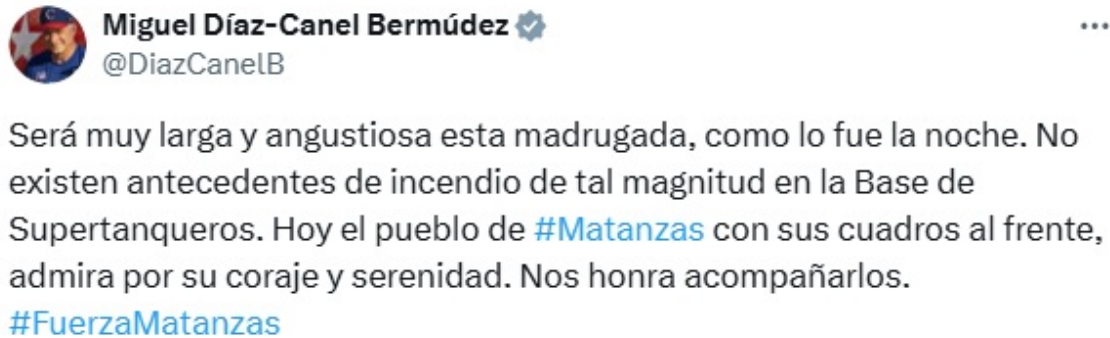


FIGURA 3.

Ejemplo de tuit de Díaz-Canel durante el incendio en la Base de Supertanqueros

Fuente: tomado de @DiazCanelB, 6 de agosto de 2022.

En términos de frecuencia absoluta, se puede observar que hay un menor uso de estrategias durante los eventos del incendio en la Base de Supertanqueros en Matanzas y el huracán Ian, aunque la actividad en Twitter puede considerarse muy activa durante los períodos analizados. Esto podría deberse, en parte, a la temporalidad con la que han ocurrido los eventos de crisis en Cuba durante el mandato de Díaz-Canel. Es importante recordar que los eventos seleccionados para este análisis no son los únicos que ha enfrentado el actual gobernante cubano, pero sí son algunos de los más significativos en términos de repercusión en redes sociales. Por ejemplo, a principios de su mandato, en 2018, ocurrió en Cuba un accidente aéreo en el que perdieron la vida 112 personas (DW, 2019), lo que provocó un estado de conmoción nacional. Sin embargo, en esas fechas, el presidente cubano aún no contaba con un perfil en Twitter.

Particularmente, el desglose llega a ser significativo con el empleo de las subestrategias. La tabla 2 recoge la cantidad de veces que se repitieron las subestrategias según las representaciones de crisis seleccionadas.

TABLA 2.  
Frecuencia absoluta del empleo de subestrategias según la representación

Estrategia	Subestrategia	Tornado	Rebote	Protesta	Incendio	Huracán
Inexistencia	Negación	-	-	-	-	-
	Aclaración	-	-	-	-	-
	Ataque	1	1	4	-	-
Distancia	Informativa	3	4	-	3	5
	Excusa	1	8	7	3	2
	Justificaciones	1	7	3	3	-
Congraciamiento	Reforzamiento	4	-	1	3	-
	Trascendencia	7	3	4	3	8
	Adulación	4	5	3	5	2

Fuente: elaboración propia.

Díaz-Canel, en las cinco representaciones, utilizó siempre las siguientes estrategias: excusa, trascendencia y adulación, ubicándose de manera distinta en sus tuits y, en ocasiones, manteniendo un uso combinado de ellas. Hay en cada una de estas acciones una intencionalidad que se puede deducir en la transmisión de control por parte del Gobierno hacia la ciudadanía, al intercalar ideas para minimizar las responsabilidades ante la crisis con la reconstrucción de esta de una manera positiva o el elogio a los demás. Por ejemplo, en la figura 4, el mandatario inicia su tuit con un intento de minimizar los daños que han acontecido a raíz de las protestas sociales de julio de 2021, para continuar con una adulación hacia el alma y la conciencia cubana, culminando con una excusa que minimiza sus responsabilidades en los actos vividos.



FIGURA 4.  
Ejemplo de tuit de Díaz-Canel durante las protestas de julio de 2021  
Fuente: tomado de @DiazCanelB, 15 de julio de 2021.

Asimismo, se expresa una clara diferencia entre los usos de las subestrategias en eventos sociales (protesta y rebrote de la COVID-19) a diferencia de los eventos naturales (huracán, tornado e incendio), para los cuales el mandatario hizo un uso escaso de la inexistencia, solo con la excepción de los sucesos ocurridos durante el tornado y con el que tomó una posición de ataque a la avalancha de noticias que provenían de medios independientes cubanos e internacionales que daban cobertura al acontecimiento (Figura 5). Esto puede entenderse como un contraste porque el mandatario prestó mayor interés a los eventos sociales con mayor cobertura mediática, debido al impacto que en la opinión pública pudieran generar por el control y la eficacia del gobierno cubano.



FIGURA 5.  
Ejemplo de uso del Ataque en tuit de Díaz-Canel durante el tornado Habana  
Fuente: tomado de @DiazCanelB, 2 de febrero de 2019.

De una manera parecida, durante las protestas masivas de julio de 2021, a través del tuit ejemplificado en la figura 6, se aprecia cómo el mandatario ataca directamente a la “contrarrevolución”, deslegitimándola al atribuirle intenciones de generar conflictos internos. Luego pasa a proyectar un mensaje optimista que posiciona la superación de la crisis como un acto colectivo.



FIGURA 6  
Ejemplo de uso del ataque en tuit de Díaz-Canel durante la protestas masivas  
Fuente: tomado de @DiazCanelB, 12 de julio de 2021.

De igual manera, encontramos que los tuits se diferencian de los discursos verbales, a través de un reconocimiento de la crisis, y utilizan la estrategia de distancia, pero se potencia el componente informativo de la situación. Es por ello que entendimos oportuno insertar una variable de *distancia informativa*, con la que observamos un reconocimiento de la crisis por parte de la persona o entidad emisora, pero su finalidad es la de mantener informado a los interlocutores sobre un hecho o evento que se desarrolla dentro de este período.

Durante el análisis de contenido se evidenció que era común encontrar tuits de este tipo que informaban de mensajes (o llamadas telefónicas) que recibía el mandatario ante el evento de crisis. Sucedió así con tuits que mencionan a los presidentes de México, Bolivia o Venezuela, así como a palabras que dedicaba en sus oraciones el papa Francisco. De igual manera, fue trascendente evaluar este tipo de muestra con esta categoría porque nos encaminó hacia una mejor comprensión de la apropiación de diferentes técnicas durante eventos de crisis (Figuras 7 y 8).

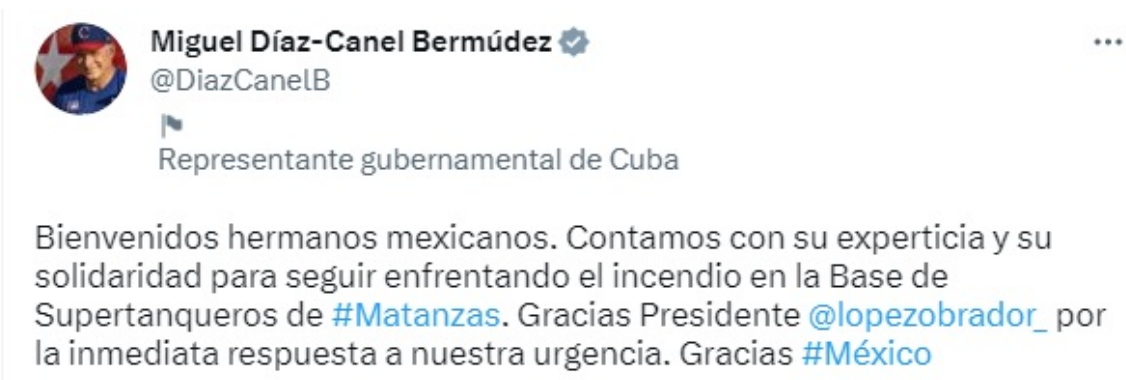


FIGURA 7.  
Ejemplo de uso de la distancia informativa en tuit de Díaz-Canel durante el incendio en la Base de Supertanqueros  
Fuente: tomado de @DiazCanelB, 7 de agosto de 2022.



FIGURA 8.

Ejemplo de uso de la distancia informativa en tuit de Díaz-Canel durante el huracán Ian

Fuente: tomado de @DiazCanelB, 29 de septiembre de 2022.

De igual forma, sucede al diferenciar varias subestrategias. Por ejemplo, la justificación siempre llegó de manera preventiva y el mandatario la utilizó antes o durante los hechos de crisis. No se evidenció en esta muestra un uso después de los eventos (Figura 9). Por su parte, la excusa vino acompañada de otras subestrategias, lo que equilibraba la narrativa y la comunicación, al intentar que el mensaje fuese más persuasivo (Figura 10).

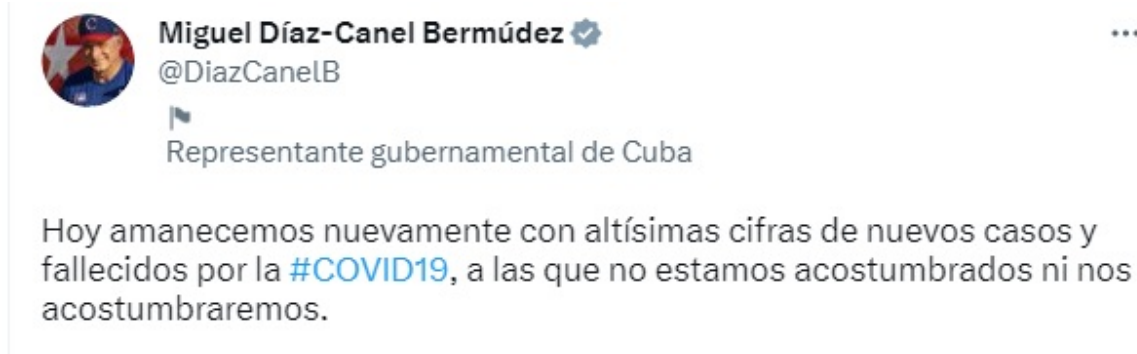


FIGURA 9.

Ejemplo de uso de la justificación en tuit de Díaz-Canel durante el rebrote de la COVID-19

Fuente: tomado de @DiazCanelB, 9 de julio de 2021.



FIGURA 10.  
Ejemplo de uso de la excusa en tuit de Díaz-Canel durante el rebrote de la COVID-19  
Fuente: tomado de @DiazCanelB, 12 de julio de 2021.

El reforzamiento emerge como una herramienta clave para conectar los valores históricos con los desafíos. Como se observa en la figura 11, esta subestrategia fue empleada mediante el uso de frases de héroes nacionales como José Martí, aprovechando la proximidad de su natalicio durante el tornado que afectó a La Habana. De manera similar, se evocó a Fidel Castro en los mensajes vinculados al incendio de la Base de Supertanqueros (Figura 12).

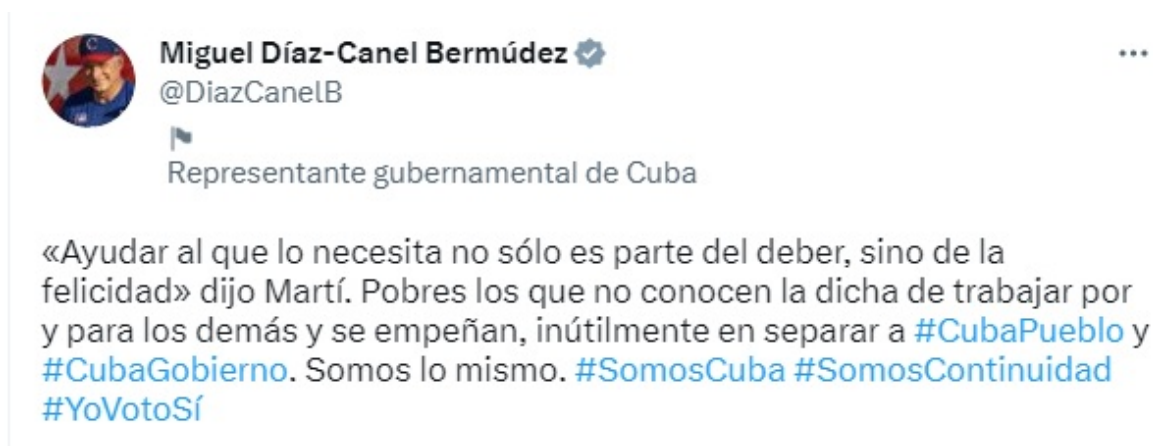


FIGURA 11.  
Ejemplo de uso del reforzamiento en tuit de Díaz-Canel durante el tornado  
*Nota.* en este tuit el mandatario refuerza su idea con una frase de José Martí, para luego trascender en la reconstrucción de una crisis de manera positiva.  
Fuente: tomado de @DiazCanelB, 2 de febrero de 2019.

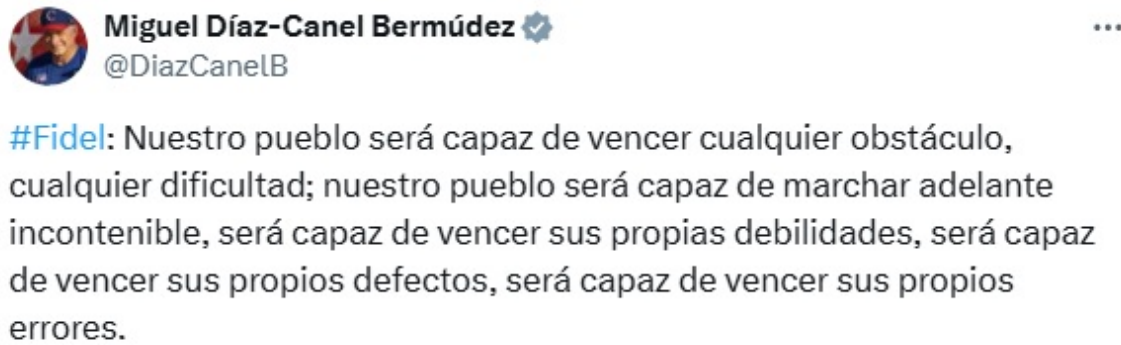


FIGURA 12.

Ejemplo de uso del reforzamiento en tuit de Díaz-Canel durante el incendio en la Base de Supertanqueros  
Fuente: tomado de @DiazCanelB, 11 de agosto de 2022.

En el caso de la variable de trascendencia, el presidente cubano recurre a varios eventos para reconstruir la crisis de una manera positiva. Entre estos destacan los casos de las vacunas cubanas contra la COVID-19, la utilización de trabajadores de la salud o eléctricos y la implicación de diferentes sectores poblacionales como fuentes de inspiración. La figura 13 ilustra este enfoque en detalle.

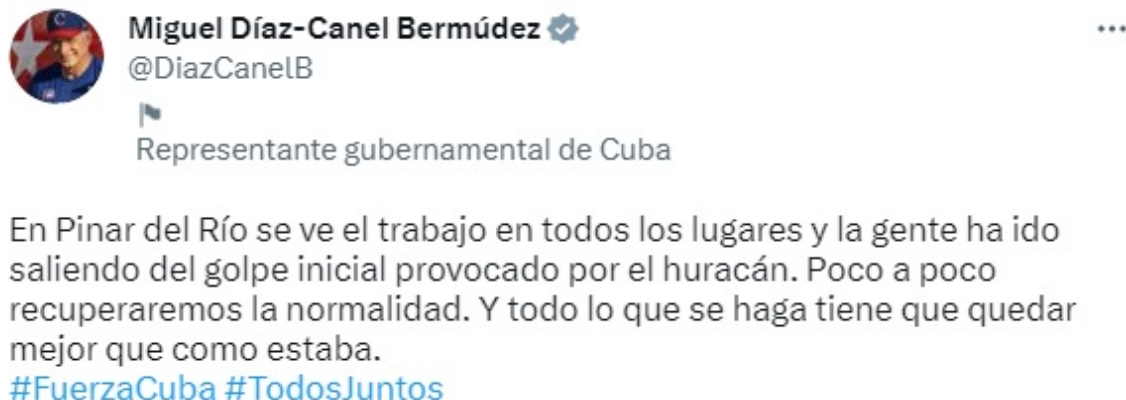


FIGURA 13.

Ejemplo de uso de la trascendencia en tuit de Díaz-Canel durante el huracán Ian  
Fuente: tomado de @DiazCanelB, 3 de octubre de 2022.

Por su parte, el mensaje de la figura 14 evidencia un esfuerzo por reconstruir la percepción de la crisis con una narrativa positiva, al resaltar la unidad histórica del pueblo cubano frente a las adversidades. Al enfatizar valores colectivos como la solidaridad y la capacidad de superación, el presidente busca minimizar el impacto social negativo de la crisis y proyectar optimismo, lo que se alinea con la intención de reforzar la cohesión social y controlar la narrativa pública.



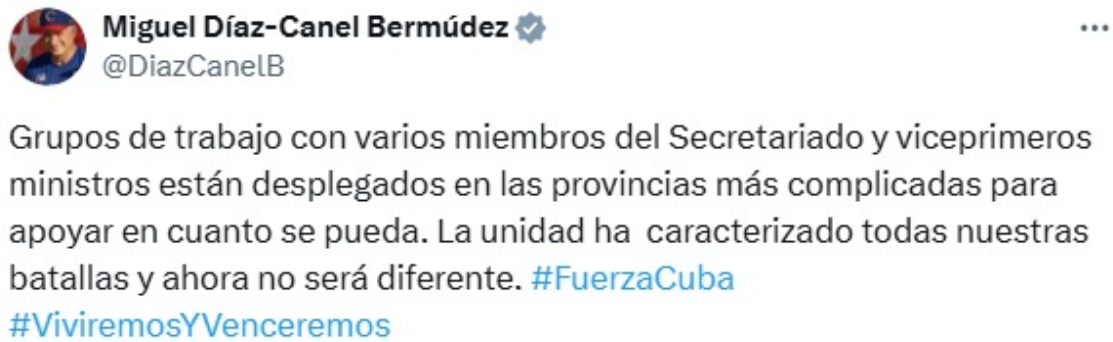


FIGURA 14.

Ejemplo de uso de la trascendencia en tuit de Díaz-Canel durante el rebrote de la COVID-19

Fuente: tomado de @DiazCanelB, 6 de julio de 2021.

Más allá de su función inmediata de manejar narrativas específicas, estas estrategias permiten reforzar el control gubernamental al moldear percepciones públicas y minimizar los riesgos políticos. En el contexto cubano, las crisis, como se mencionaba al inicio, forman parte del ciclo normal de vida de cualquier nación; sin embargo, en un sistema en el que la legitimidad está profundamente entrelazada con una narrativa de resistencia y heroísmo histórico, estos eventos adquieren un significado doble: por un lado, son desafíos que pueden erosionar la cohesión social y, por otro lado, oportunidades para fortalecer el capital social mediante mensajes que apelan a la solidaridad, la resiliencia colectiva y la unidad nacional.

## Discusión

Asmolov (2020) dice que “los flujos de comunicación en torno a las crisis pueden tanto disminuir la incertidumbre como aumentar el grado de confusión y desconfianza” (p. 234), en el que la rapidez, la elocuencia y el grado de involucramiento de las personas juegan un papel importante. Desde esta visión, hemos posicionado la mirada hacia el líder de un Estado autoritario. El análisis de los tuits del presidente cubano Miguel Díaz-Canel muestra un uso estratégico de la comunicación de crisis orientado a mantener la estabilidad del régimen y controlar la narrativa pública. Se evidencia que las estrategias de distancia y congradamiento predominaron en su discurso digital, al impedir menciones explícitas de crisis o riesgo. Este enfoque refleja una adaptación pragmática, en la cual la prioridad no es mitigar el impacto social, sino minimizar el riesgo político, lo que se alinea con el comportamiento típico de los líderes en regímenes autoritarios (Asmolov, 2022).

La interacción en redes sociales plantea desafíos particulares para el control autoritario de la narrativa. Tal como sugiere Benoit (2004), las plataformas digitales permiten que el público cuestione la versión oficial, generando un espacio de disputa simbólica. Esto fue evidente en las protestas de julio de 2021, en las que *hashtags* como #SOSCuba pusieron en evidencia la tensión entre la versión del Gobierno y la percepción pública. Este fenómeno ilustra la teoría del “dilema del dictador”, que señala cómo la apertura digital necesaria para participar en la economía global también expone al régimen al escrutinio público (Repnikova, 2017).

Otro hallazgo importante es la diferencia en la aplicación de las subestrategias según la naturaleza de la crisis. Mientras que en eventos naturales, como el huracán Ian, la estrategia de congradamiento fue más pronunciada con menciones a la solidaridad y cooperación internacional, en el rebrote de la COVID-19 y las protestas sociales el discurso se orientó más hacia la excusa y la justificación, intentando minimizar la responsabilidad del Gobierno. Esto concuerda con Seeger *et al.* (2003), quienes destacan que las estrategias reactivas son más comunes cuando las crisis implican riesgos para la legitimidad política.

Asimismo, se identificó un cambio en el uso del reforzamiento, en el que las referencias históricas y patrióticas se emplean estratégicamente para evocar sentimientos de unidad nacional en eventos de alto impacto mediático. Esto se alinea con el objetivo principal del régimen: mantener el control narrativo y proyectar una imagen de estabilidad, incluso ante la adversidad.

Finalmente, los resultados sugieren que la adaptación al entorno digital es fundamental en la gestión de crisis en regímenes autoritarios. La rapidez y el volumen de información que circula en plataformas como Twitter obligan a los líderes a actuar con inmediatez y consistencia, mientras buscan fortalecer la cohesión social y proyectar una imagen de control. No obstante, la alta exposición también puede aumentar la vulnerabilidad del régimen ante críticas y movilizaciones.

## Conclusiones

Una de las conclusiones más relevantes es que las plataformas digitales desempeñan un papel dual: sirven tanto como un canal de control narrativo para el régimen como un espacio para la contestación ciudadana. Esto implica que la gestión de crisis en regímenes autoritarios no se limita a la comunicación tradicional, sino que debe integrar una respuesta dinámica que considere la participación activa del público.

Asimismo, se confirma la importancia de adaptar las estrategias comunicativas a la naturaleza de cada crisis. Mientras que en eventos naturales la comunicación se centró en mensajes de solidaridad y recuperación, en las crisis sociales las estrategias apuntaron más hacia la justificación y minimización del daño. Esta capacidad de adaptación es esencial para enfrentar los desafíos del entorno digital, en el que las crisis se desarrollan en tiempo real y con una audiencia constantemente conectada.

Sin embargo, este estudio presenta algunas limitaciones metodológicas que deben tenerse en cuenta. En primer lugar, la selección de una semana tipo puede no ser representativa de toda la actividad comunicativa durante la crisis. En segundo lugar, el análisis de contenido, aunque útil para identificar patrones y tendencias, está sujeto a la subjetividad del investigador. Por último, la falta de una perspectiva comparativa puede representar un margen no aprovechado. En ese sentido, se abren ventanas de oportunidades, entre las que son pertinentes señalar la contribución al conocimiento académico, a través de la ampliación de la literatura sobre comunicación de crisis en regímenes autoritarios. También es un valioso acercamiento para los investigadores y profesionales que buscan entender las dinámicas únicas de comunicación en estos contextos.

Además, es una puerta de entrada para estudios comparativos entre las estrategias de comunicación de crisis utilizadas por líderes autoritarios en diferentes países, como Rusia, China y otros contextos autoritarios; para identificar similitudes y diferencias en sus enfoques y efectividad, y para consolidar una base de estudios que amplíen la mirada a otras plataformas de redes sociales, como Facebook, Instagram y Telegram, para obtener una visión más completa de las estrategias comunicativas y su impacto en diferentes audiencias.

## Referencias

- Alharbi, A. M. (2012). Content Analysis of crisis communicative Strategies: Tunisian Protest Vs. Anti-Mubarak Protest. *Journal of Human Sciences*, 9(2), 571-586. <https://bit.ly/43SN6ZZ>
- Arroyas-Langa, E., Martínez Martínez, H. y Berná, C. (2018). Twitter como espacio alternativo a la esfera política institucional. Análisis retórico de las estrategias discursivas de Podemos durante la moción de censura contra Rajoy. En J. Segarra-Saavedra, T. Hidalgo-Marí y R. Rodríguez-Ferrándiz (coords.), *Actas de las Jornadas Científicas Internacionales sobre Análisis del discurso en un entorno transmedia* (pp. 85-94). Colección Mundo Digital de Revista Mediterránea de Comunicación. <https://cutt.ly/HwhHAojB>
- Asmolov, G. (2020). Runet in Crisis Situations. En S. Davydov (ed.), *Internet in Russia: An Integral Study of the Runet and Its Impact on Social Life* (pp. 231-250). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-33016-3\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-030-33016-3_12)

- Asmolov, G. (2022). Crisis Communication in Authoritarian Systems and Digital Innovation: How Do Autocracies Resolve the Dictator's Dilemma in Crisis Situations? En T. Coombs y S. J. Holladay (eds.), *The Handbook of Crisis Communication* (pp. 205-227). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781119678953.ch15>
- Batard, R., Rizza, C., Montarnal, A. y Benaben, F. (2018). *Ethical, Legal and Social Considerations Surrounding the Use of Facebook Groups during Hurricane Irma in Cuba* [Conferencia]. 15th International conference on Information Systems for Crisis Response and Management, Estados Unidos. <https://bit.ly/3Va82qZ>
- Benoit, W.L. (2004). Image Restoration Discourse and Crisis Communication. En D. P. Millar y R. L. Heath (eds.), *Responding to Crisis: A Rhetorical Approach to Crisis Communication* (pp. 271-288). Lawrence Erlbaum. <https://doi.org/10.4324/9781410609496-24>
- Claeys, A.-S., & Cauberghe, V. (2014). What Makes Crisis Response Strategies Work? The Impact of Crisis Involvement and Message Framing. *Journal of Business Research*, 67(2), 182-189. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.10.005>
- Coombs, W. T. (1995). Choosing The Right Words: The Development of Guidelines for the Selection of the "Appropriate" Crisis-Response Strategies. *Management Communication Quarterly*, 8(4), 447-476. <https://doi.org/10.1177/0893318995008004003>
- Coombs, W. T. (2007). The prospective power of crisis response strategies: Managing reputational assets during a crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(3-4), 241-260. [https://doi.org/10.1300/J057v12n03\\_13](https://doi.org/10.1300/J057v12n03_13)
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (28 de enero de 2019). *Estamos recorriendo lugares afectados por fenómeno atmosférico de gran intensidad en Regla. Los daños son severos, hasta el momento lamentamos...* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/41AQYwA>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (2 de febrero de 2019). «Ayudar al que lo necesita no sólo es parte del deber, sino de la felicidad» dijo Martí. Pobres los que... [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/3mJZKcY>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (2 de febrero de 2019). *Falsas noticias, mentiras y más mentiras, soberbia e impotencia de unos. Mientras #FuerzaCuba sigue recuperando daños, unidos todos, en fin, el pueblo...* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/3UJsoaF>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (6 de julio de 2021). *Grupos de trabajo con varios miembros del Secretariado y viceprimeros ministros están desplegados en las provincias más complicadas para apoyar...* [Tweet]. Twitter. <http://bit.ly/3UTZfLn>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (9 de julio de 2021). *Hoy amanecemos nuevamente con altísimas cifras de nuevos casos y fallecidos por la #COVID19, a las que no estamos acostumbrados...* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/43Fkzqt>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (12 de julio de 2021). *La contrarrevolución sueña con una guerra entre cubanos. No vamos a darles el gusto. De ésta saldremos con #Unidad, disciplina y trabajo.* [Tweet]. Twitter. <http://bit.ly/3YNTVdn>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (12 de julio de 2021). *Nuestra acción en las calles es contra los que promueven desórdenes con una agenda intervencionista, manipulando los sentimientos del pueblo...* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/4fks1wJ>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (15 de julio de 2021). *Hago un llamado a la solidaridad y a no dejar que el odio se apropie del alma cubana, que es...* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/40lLnJo>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (6 de agosto de 2022). *Será muy larga y angustiada esta madrugada, como lo fue la noche. No existen antecedentes de incendio de tal magnitud...* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/417Gxnt>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (7 de agosto de 2022). *Bienvenidos hermanos mexicanos. Contamos con su experticia y su solidaridad para seguir enfrentando el incendio en la Base de Supertanqueros...* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/3LbZKMm>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (11 de agosto de 2022). *#Fidel: Nuestro pueblo será capaz de vencer cualquier obstáculo, cualquier dificultad; nuestro pueblo será capaz de marchar adelante incontenible, será...* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/4fz2Re4>

- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (29 de septiembre de 2022). *Gracias hermano Presidente Arce. Su solidaridad nos refuerza en energías. Venceremos* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/4fMnseh>.
- Díaz-Canel Bermúdez, M. [@DiazCanelB]. (3 de octubre de 2022). *En Pinar del Río se ve el trabajo en todos los lugares y la gente ha ido saliendo del golpe...* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/41oRwWH>.
- DW (17 de mayo de 2019). Accidente aéreo en Cuba en 2018 fue a causa de “errores” de la tripulación. <https://bit.ly/3GVpKsF>.
- Elizalde, R. M. (20 de febrero de 2015). Díaz-Canel: existe la voluntad de poner la informatización y la Internet al servicio de todos (+ Video). *Cubadebate*. <https://bit.ly/3Z7hg81>.
- Europa Press Internacional*. (19 de diciembre de 2018). Díaz-Canel abre la presidencia de Cuba a Internet y las redes sociales. Autor. <https://bit.ly/2A8tfd3>.
- Hernández, R. (1998). ¿Hacia una nueva sociedad socialista? Cambios, crisis y configuraciones sociales en Cuba. *Nueva Sociedad*, 157, 137-153. <https://bit.ly/41HprcW>.
- Houston, J. B., Hawthorne, J., Perreault, M. F., Park, E. H., Goldstein Hode, M., Halliwell, M. R. y Griffith, S. A. (2014). Social Media and Disasters: A Functional Framework for Social Media Use in Disaster Planning, Response, and Research. *Disasters*, 39(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/disa.12092>
- Huang, Y., Lin, Y. y Su, S. (2005). Crisis Communicative Strategies in Taiwan: Category, Continuum, and Cultural Implication. *Public Relations Review*, 31, 229-238. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2005.02.016>
- Martínez, J. H. (2021). La Revolución cubana, la crisis y la rearticulación del consenso. *Archipiélago. Revista Cultural de Nuestra América*, 29(113), 24-26. <https://bit.ly/3UVZYuk>
- Martínez, R. (19 de mayo de 2022). *Resistencia creativa. ¡ahora!* <https://bit.ly/42FSb70>
- Rodríguez, Y. (10 de octubre de 2018). Presidente de Cuba abre cuenta oficial en Twitter. *Granma*. <https://bit.ly/42zcenK>
- Probox (2021, Agosto 30). Cubanos organizados a través de redes sociales contaron su realidad al mundo entero. *Probox*. <https://bitly.ws/WFAS>
- Repnikova, M. (2017). Information Management during Crisis Events: A Case Study of Beijing Floods of 2012. *Journal of Contemporary China*, 26(107), 711-725. <https://doi.org/10.1080/10670564.2017.1305503>
- Rodríguez Parrilla, B. [@BrunoRguezP]. (9 de julio de 2021). *Mientras pueblo y gobierno enfrentan la #COVID19 y destinan todos los recursos a luchar por la salud, quienes bloquean a...* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/3U1cqbs>.
- Russell, J. (2005). The Asian SARS Crisis: Countering Rumor as Well as ‘Reality’. En C. Galloway y K. Kwansha-Aidoo (eds.), *Public relations issues and crisis communication* (pp. 85-96). Thomson Social Science Press.
- Samoilenko, S. (2016). Crisis Management and Communication Research in Russia. En A. Schwarz, M. W. Seeger y C. Auer (eds.), *The Handbook of International Crisis Communication Research* (pp. 397-410). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781118516812.ch36>
- Seeger, M. W., Sellnow, T. L. y Ulmer, R. R. (2003). *Communication and Organizational Crisis*. Greenwood Publishing Group.
- Tolmach, A. D. y Gavrilov, K. A. (2012). Socialnye media kak istochnik informatsii ob otvetstvennosti i vinovnosti: postanovka issledovatel'skoi zadachi [Social Media as a Source of Information about Responsibility and Guilt: Setting Research Objectives]. *Proceedings of the IV Russian National Sociological Congress*. The Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences. <https://bit.ly/3KUoWW7>
- Triana, H. B. (2021). Estándares internacionales y derecho de protesta: una apuesta irreconciliable al amparo de un peculiar “Estado socialista de derecho”. *Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política*, 12(2), 12-36. <https://bit.ly/3AgUj8v>
- Twiplomacy (2022). *Top 50 Power Ranking*. <https://bit.ly/40zHt0v>
- Weber, R.P. (1985). *Basic content analysis*. Sage Publications.
- White, C. (2009). Examining a Crisis Communication Void: The Role of Context to Mitigate Issues. *Journal of Communication Management*, 13(2), 176-190. <https://doi.org/10.1108/13632540910951777>

## Notas

### Origen de este artículo

Este artículo deriva del análisis realizado en el marco de la tesis doctoral del autor sobre “Comunicación de crisis y autoritarismo en el contexto cubano”, enfocado en las estrategias digitales del presidente Miguel Díaz-Canel durante crisis significativas.

\* Artículo de investigación

- 1 A partir de 2023, Twitter pasó a llamarse X, aunque su funcionalidad y relevancia en la comunicación digital permanecen prácticamente sin cambios. A pesar de la nueva nomenclatura, en la presente investigación seguiremos nombrándola como Twitter.
- 2 La ficha de análisis incluyó los siguientes campos: evento, fecha del tuit, enlace directo y acontecimiento principal mencionado en el mensaje. Además, se evaluaron indicadores relacionados con las estrategias de respuesta verbal antes mencionadas.

Licencia Creative Commons CC BY 4.0

*Cómo citar:* Martínez Acebal, L. Y. (2025). Redes sociales y comunicación de crisis en el autoritarismo cubano: un análisis de contenido a los tuits del presidente cubano. *Signo y Pensamiento*, 44. <https://doi.org//10.11144/Javeriana.syp44.rsc>