

# Revista de Administración Pública

INAP

INSTITUTO NACIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, A.C.

## Acciones comunicativas para enfrentar la pandemia en los municipios del Estado de México<sup>1</sup>

**Lenin Martell Gámez \***

**Iris Monserrat Carrillo Hernández \*\***

**Alejandro Herrera Durán \*\*\***

*Resumen:* El presente trabajo tiene como objetivo evaluar las acciones comunicativas realizadas por los municipios del Estado de México en la primera fase de la pandemia, generada por el virus Covid-19. La investigación se basa en datos proporcionados por los ayuntamientos, los cuales fueron clasificados y analizados mediante cuadros y gráficas de elaboración propia. En específico, se examinan los medios de comunicación (tradicionales y digitales) utilizados por los ayuntamientos para difundir información a los ciudadanos sobre cómo enfrentar la pandemia (cuidados personales; donación de insumos; apoyos económicos; implementación de reglas; etc.). Los resultados obtenidos invitan a la reflexión sobre el papel que juega la Comunicación (institucional y estratégica) en la administración municipal; asimismo, generan nuevas preguntas para continuar con la siguiente fase de investigación cualitativa.

<sup>1</sup> Este artículo conforma el primer esbozo de resultados del trabajo, "Narrativas de los municipios del Estado de México ante el Covid-19: Una aproximación desde la Comunicación", realizado por el cuerpo académico, Narrativas culturales: medios, periodismo y comunicación institucional, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM. El proyecto es realizado en conjunto con el IAPEM.

\* Académico de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México.

\*\* Egresada de la licenciatura en Comunicación, FCPyS de la UAEM.

\*\*\* Estudiante de la licenciatura en Comunicación, FCPyS de la UAEM.

*Palabras Clave:* Covid-19; Comunicación institucional; Estrategias de comunicación; Comunicación pública

### **Communication Actions to Face the Pandemic in the Municipalities of the State of Mexico**

*Abstract:* This paper aims to evaluate the communication actions performed by the State of Mexico municipalities during the first phase of the Covid-19 pandemic. The research is based on data provided by the counties, which were classified and analyzed through tables and graphs. Specifically, we examine both traditional and digital media utilized by the administrations to inform citizens on how to face the pandemic (personal care; donations; economic support; rules implementation; etc.) The results invite reflection upon the Strategic and Institutional Communication role in the municipal management. In addition to this, we formulate new questions to continue the next phase (qualitative research.)

*Key Words:* Covid-19; Institutional Communication; Strategic Communication; Public Communication

*Fecha de recepción del artículo:* 16 abril-2021

*Fecha de aceptación:* 10 mayo 2021

### **Introducción**

El 28 de febrero de 2020, se registró en México el primer caso de Covid-19, enfermedad que se originó en Wuhan, China, en diciembre de 2019 y que, al propagarse, generó una pandemia de alcance global. Un año después, sigue sumando varias afectaciones no sólo en cuestiones de salud, sino también en los planos económico, político y social en la mayor parte de las naciones del orbe. Los países no estaban preparados para afrontar una pandemia que se convertiría en una crisis global, cuyas consecuencias motivó cambios fundamentales en la vida pública y privada de los ciudadanos. Actualmente, se estima que ya son más de 137.8 millones de casos confirmados en el mundo y más de 2.9 millones de muertes causadas por este virus. (OMS, 2021).

Estas cifras han conducido a que los ciudadanos hayan planteado fuertes cuestionamientos a los dirigentes de distintos países por la falta de políticas y estrategias de salud. En algunos casos, como en Estados Unidos, fue uno de los motivos por los cuales Donald Trump perdiera las elecciones a la presidencia, ya que, en esa nación, para octubre 2020, de acuerdo con el periódico *The New York Times*, el número de muertes sumaban casi 300 mil. Esta cifra se generaba en un contexto previo a las elecciones presidenciales, en el que la contienda se convirtió en un referéndum sobre el manejo que Trump le había dado a la pandemia (Koger, 2020).

Por el contrario, en otros países, como Nueva Zelanda, la situación, contribuyó a que su primera ministra, Jacinda Ardern, consiguiera su reelección. Ardern se había encargado de comunicar desde un inicio de manera efectiva su plan contra el coronavirus a la población, lo cual resultó pieza clave para mantener su popularidad como líder nacional (Matthews, 2020); sus estrategias durante la crisis sanitaria se habían basado en la comunicación y la empatía con sus ciudadanos. Nueva Zelanda se pudo posicionar así, como uno de los mejores países en el manejo del control de la pandemia. (Martell, 2020; BBC Mundo, 2020)

Otras instituciones internacionales, como la Organización Mundial de la Salud, han colaborado con los diferentes gobiernos del mundo, para poder conocer más sobre este virus y así continuar desarrollando medidas de protección que permitan prevenir la propagación desmedida del brote. Sin embargo, a pesar de las acciones que se han implementado durante este tiempo, ha habido naciones, como Brasil, Italia, España, Colombia, que han resultado severamente afectadas (BBC, 2021).

México también se encuentra en esta lista; se estima que ha habido más de 211 mil decesos (hasta el 15 de abril de 2021) y más de 2 millones de infectados, números que continúan incrementando diariamente (El Economista, 2021).

En particular, el Estado de México, desde el principio de la pandemia, se ha ubicado como la segunda entidad federativa más afectada, después de ciudad de México, que se estima ha tenido más de 550 mil casos (CONACYT, 2021).

Al igual que en otros países, las consecuencias en los ámbitos privado y público han sido numerosas. Lo anterior ha dado lugar a que diversos organismos académicos, gubernamentales y organizaciones no lucrativas se hayan preocupado por tratar de explicar el fenómeno desde distintas aristas.

El Instituto de Administración Pública del Estado de México (IAPEM), en conjunto con el cuerpo académico de investigadores de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México (Narrativas culturales: medios, periodismo y comunicación institucional), fueron unos de ellos. Ambos se dieron a la tarea de juntar esfuerzos y plantearse cuestionamientos acerca de los efectos del Covid-19 en distintos sectores de la sociedad. Las preguntas eran complicadas y complejas; había que tener una serie de datos específicos a corto plazo para poder responderlas.

El apetito por querer conocer cada una de las inquietudes resultaba imposible de saciar; por lo que decidimos enfocarnos en investigar las acciones comunicativas que los municipios mexiquenses habían puesto en marcha para informar a la población sobre la pandemia: cuáles eran los medios utilizados y las técnicas de comunicación empleadas; quiénes se habían encargado de realizar las comunicaciones y de qué manera; cómo los ciudadanos habían recibido la información y cómo habían internalizado esas acciones.

En un primer momento, el IAPEM se dio a la tarea de recopilar una base de datos de cada uno de los 125 municipios de la entidad. (Incluían nombre de los presidentes municipales; partido político al cual pertenecen; número de habitantes en el municipio; región; presupuesto para el año 2020; las acciones hechas para controlar la pandemia y las plataformas digitales con las que se comunican con la ciudadanía).

Con esta información, el Cuerpo Académico pudo establecer preguntas más específicas, para realizar un primer trabajo exploratorio:

- ¿Qué estrategias utilizaron las alcaldías para informar a la población?

- ¿Cómo y dónde se informó la población de los municipios sobre el COVID-19?
- ¿Qué medio de comunicación le parecía más confiable a la población?
- ¿Cuál fue el uso social de los contenidos de los instrumentos de comunicación institucionales?

Las preguntas apuntaban a conocer dos vertientes: 1) De qué manera se formuló la comunicación por parte de los ayuntamientos, y 2) cómo se informó a la población. Para el primer caso, era necesario saber los canales de información, así como las decisiones y acciones en relación con la pandemia del COVID-19. Para el segundo caso, era importante recuperar narrativas de los ciudadanos sobre la manera en que enfrentaron la crisis.

En este espacio sólo evaluaremos las pautas de comunicación pública llevadas a cabo por los municipios del Estado de México que se manejaron a través de sus plataformas y medios institucionales de comunicación.

### **Ruta metodológica**

Con base en esta información, el siguiente paso tenía como objetivo establecer la metodología y el enfoque por la cual el equipo de investigación realizaría el análisis. El IAPEM recopiló una base de datos que mostraba las distintas acciones que los distintos municipios del Estado de México habían realizado. Los datos eran vastos, pero había que analizarlos. ¿Por dónde empezar? Las motivaciones y preocupaciones de nuestro grupo de investigación se dirigían a preguntarse, cuáles eran las acciones de comunicación que habían optado las alcaldías. Sabíamos por experiencia profesional que los cuadros de comunicación social de los gobiernos locales, estatales e, incluso federales, casi siempre son relegados a un aspecto logístico y operativo, y que, muy pocas veces, realizan tareas estratégicas, sobre todo en tiempo de crisis.

Esta información era relevante en momentos donde se tenía que explicar a la ciudadanía qué era el COVID-19 y el hecho que vivíamos en medio de una pandemia que tendría efectos físicos, políticos, económicos y psicológicos. El análisis de los datos proporcionados por el IAPEM ayudó a establecer los primeros pasos para comprender

las acciones realizadas por los ayuntamientos. Asimismo, permitió conformar un panorama general sobre los canales y estrategias de comunicación en las diferentes regiones del estado durante el primer semestre del 2020.

El primer corte se realizó el día 17 de julio, ya que para el 20 (del mismo mes) la mayoría de los municipios del estado de México habían reabierto parcialmente sus actividades económicas. Había que obtener las primeras evidencias empíricas para poder avanzar hacia un análisis más profundo. Para ello, se realizó el siguiente recorrido metodológico, basado en cinco pasos:

1) Se corroboró la información que se encontraba en la base de datos del IAPEM, ya que ahí se indicaba la población total de cada municipio, los presupuestos con los que contaban, el partido político que los dirigía y algunas de las acciones comunicativas que ya habían estado realizando. Esto era necesario puesto que nos permitiría establecer objetivos sobre qué datos buscar y cuáles resultaban fundamentales para continuar con la línea de investigación, tales como el número de habitantes y los canales de comunicación que maneja cada ayuntamiento.

2) Si bien cada ayuntamiento debería contar con una página web, el incremento del uso de las redes sociales entre la población ha provocado que los municipios se vean forzados a utilizarlas; por lo que se verificó con qué medios y redes digitales contaba cada uno de ellos (Facebook, Twitter e Instagram) y página web.

3) Posteriormente, se analizó desde cuál red compartían mayor cantidad de información, ya que ello permitiría enfocar el análisis a un solo medio y de ese modo conoceríamos los temas que se abordaban en cada municipio y con qué frecuencia. No obstante, es importante destacar que la gran mayoría estaba comprometida a comunicar datos relacionados con el COVID-19, puesto que la población debía continuar siendo informada sobre la enfermedad, su progreso y sobre cómo afectaba su cotidianidad.

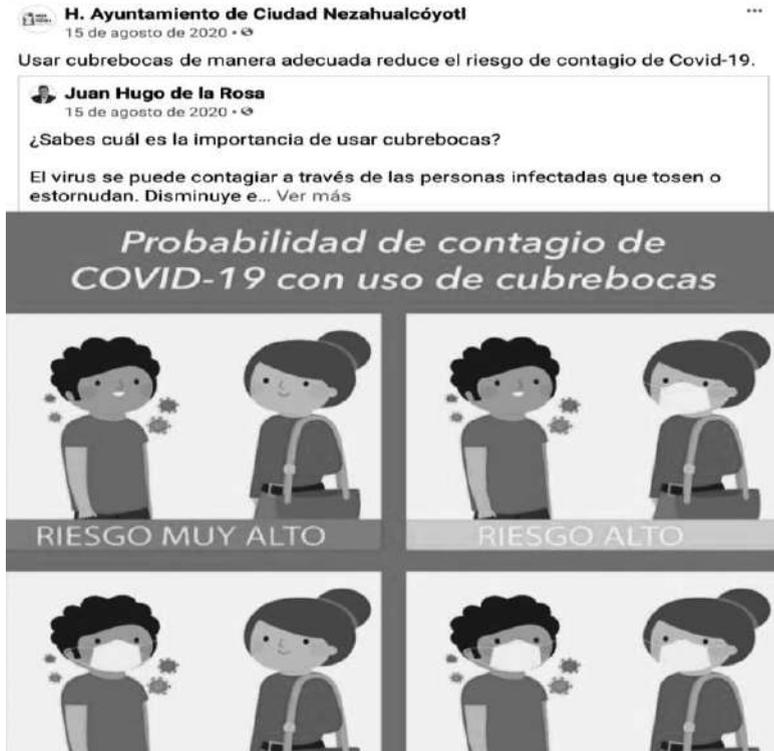
4) El medio seleccionado fue la red social de Facebook. Ahí se revisaron las publicaciones que se realizaban, lo cual nos permitió formular una lista sobre los temas abordados en los diferentes ayuntamientos: educación; salud;

seguridad; higiene; apoyo social; economía; *Fake News*; transporte; cultura; entretenimiento; lenguas originarias; turismo.

El listado de temas surgió a partir de la frecuencia en que se publicaba contenido referente a cada uno de ellos. El contenido variaba con respecto a cada municipio, desde infografías hasta transmisiones en vivo de comunicados emitidos por los ediles.

El ayuntamiento de Nezahualcóyotl, por ejemplo, compartía estadísticas sobre el número de contagios, videos sobre las calles que sanitizaban, recomendaciones sobre medidas preventivas ante el Covid-19, líneas de ayuda para la atención de la salud mental, anuncios de su edil, entre otros temas. (Véase Imagen 1 y 1.1).

## Imagen 1.



## Imagen 1.1



Imágenes: Facebook H. Ayuntamiento de Ciudad Nezahualcóyotl

En ese sentido, también se pudo notar que existían ayuntamientos como Zinacantepec (Véase Imagen 2 y 2.1) que la mayor parte del tiempo no generaban contenidos propios o especiales para sus territorios, sino que sólo *reposteaban* información del Gobierno federal o estatal. Esto podría ser irrelevante; sin embargo, cada municipio cuenta con un territorio y población con características particulares; además de presupuestos asignados para destinarse a la comunicación con sus habitantes.

## Imagen 2 y 2.1



Fotos: Facebook Ayuntamiento Zinacantepec

5) El anterior ejercicio avanzó hacia un siguiente nivel que consistía en la evaluación del desempeño de cada municipio, el cual tomaba en cuenta los temas que abordaban, la cantidad de veces que publicaban y el tipo de contenido que empleaban para transmitir la información.

Dichos parámetros nos ayudarían para entender la efectividad de los canales comunicativos y las posibles estrategias que se deberían poner en marcha para que los mensajes fueran recibidos y comprendidos de manera clara por la población.

## Resultados

A partir del análisis de los datos, se obtuvieron los siguientes primeros hallazgos:

Fue posible detectar que la mayoría de los municipios utilizaban la red social de Facebook, como su principal canal de comunicación. La gente está muy acostumbrada al uso de esta red; tiene mucha credibilidad entre los ciudadanos. Facebook es dinámico y la gente incluso puede realizar preguntas a sus alcaldes. En ese sentido, los presidentes municipales también la usaron para disipar rumores o creencias erróneas acerca de la enfermedad.

Un ejemplo de estas dinámicas fue San Felipe del Progreso, donde el presidente mantiene de manera semanal un diálogo con los ciudadanos y asimismo comparte información de manera constante. (Véase imagen 3)

### Imagen 3.

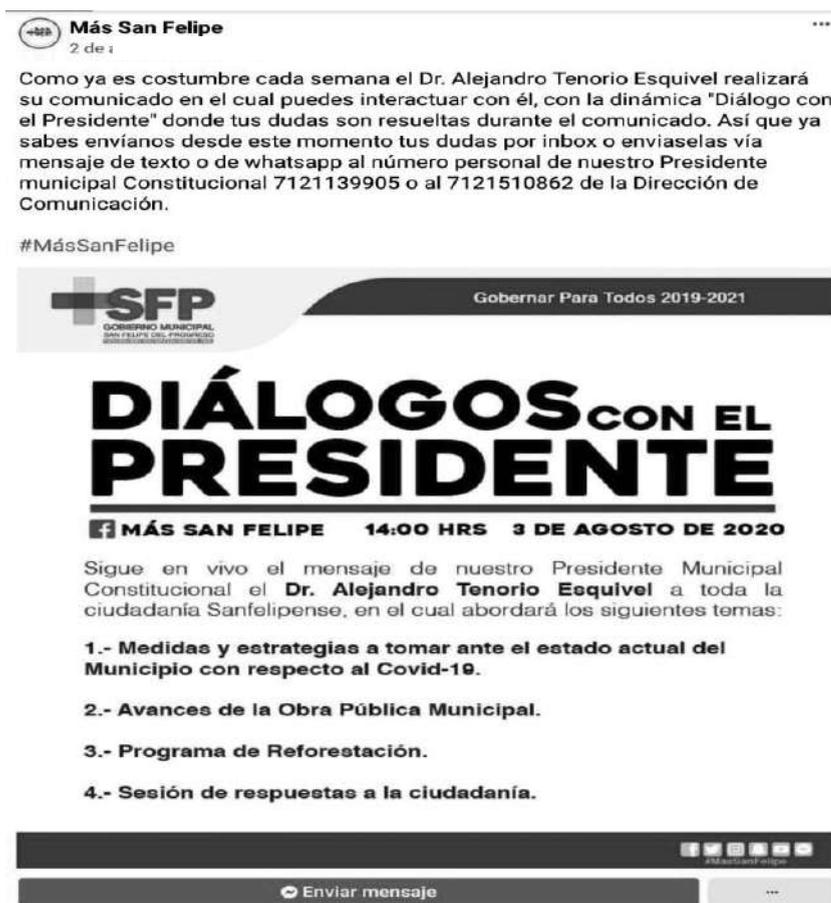


Foto: Facebook Más San Felipe

No obstante, en municipios más urbanos, como Metepec, Twitter fue un medio eficiente de comunicación con los ciudadanos, lo cual se logró a través de una interacción constante en el perfil del ayuntamiento y del de su edil, Gabriela Gamboa Sánchez (Véase imagen 3.1 y 3.2).

## Imagen 3.1 y 3.2

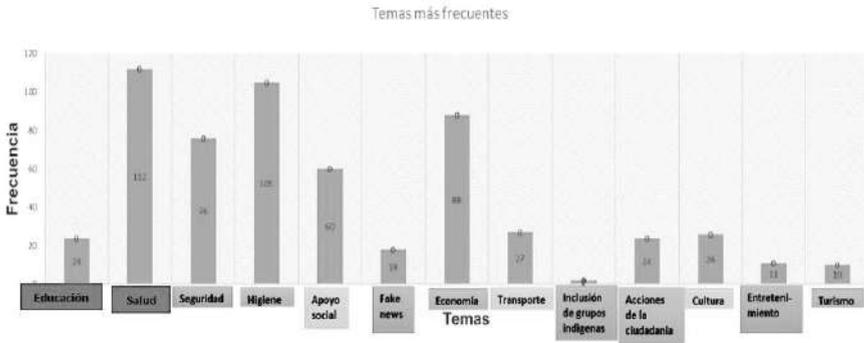


Foto: Twitter @MetepecGobierno Foto: Twitter @GabyGamboa\_S

Es interesante observar que este rasgo no es distinto a los patrones de comunicación por redes sociales en el país, en el que Twitter aparece como una red utilizada para mantener contacto con figuras públicas y es también un medio donde se generan nuevas narrativas, entre ellas las políticas y sociales (Hurtado, 2019).

Sin embargo, la gran mayoría de alcaldes, sobre todo aquellos de municipios más pequeños (Isidro Fabela; Temascalpa; Villa Victoria), consideran que la comunicación cara a cara con el ciudadano resultaba más efectiva, porque le otorgaba mayor certeza y confianza. Lo mismo pasaba con formas tradicionales de comunicación como los perifoneos y pintas en bardas.

Otro punto importante, fueron los temas que, durante la pandemia, ponderaban los municipios a través de las redes sociales, los cuales se reflejan en la siguiente tabla:



Fuente: Elaboración Propia (2020)

En la gráfica es posible observar que los temas como salud e higiene encabezan la frecuencia de contenidos. Esta información se publicaba en las páginas y cuentas oficiales (o del alcalde) de los municipios. Resulta evidente que la mayoría de la información compartida por los ayuntamientos estaba relacionada con medidas de higiene o salud debido a la pandemia.

La economía resultó también un tema importante para los municipios dado el cierre de distintos negocios, muchos de ellos familiares. Uno de los temas que mayor número de publicaciones tiene en las páginas de los ayuntamientos es la forma de reactivación de los sectores comerciales. En particular, se promueven las compras en los negocios locales o consejos para evitar aglomeraciones en los mercados principales de cada municipio y, de esta manera, conservar lo que el gobierno nombró como la “sana distancia”. Asimismo, diversos municipios, como Villa Nicolás Romero, Timilpan o Acambay, han publicado acerca de los apoyos sociales que han brindado a sectores vulnerables con el fin de que puedan sobrellevar la situación de rezago económico, producto de la cuarentena. En el caso de Villa Nicolás Romero, se inició un programa llamado “Juntos por Nicolás Romero” donde a lo largo de la pandemia, se han dado apoyos alimentarios a las personas de sectores más vulnerables.

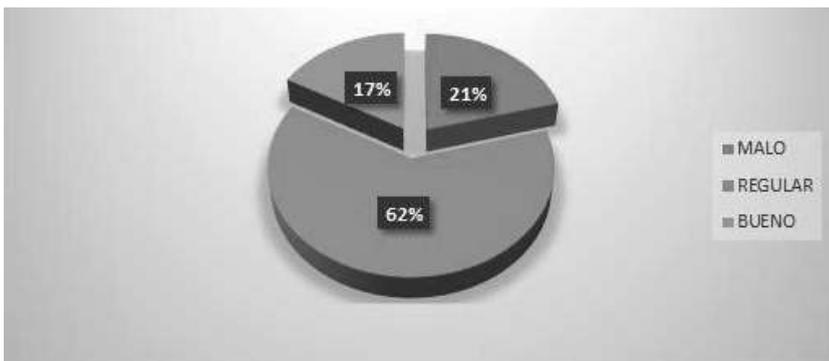
Otros temas de menor importancia para los municipios fueron: turismo, educación, cultura, entretenimiento; incluso se le dedicó un espacio para hablar del papel de las *Fake News*.

En específico, la educación no resultó uno prioritario en la agenda de la mayoría de los municipios, a pesar de no haber una política pública local para llevar clases a los domicilios.

Como se puede mostrar en la tabla anterior, el grupo social indígena fue casi olvidado en municipios como Atlacomulco y San Felipe del Progreso, donde vive una comunidad mazahua muy importante. Las acciones comunicativas fueron dirigidas a la población en general.

En ese orden de ideas, la siguiente gráfica se elaboró con base en el número de temas que cada ayuntamiento abordó (en una escala de cero a diez). Hubo municipios que por distintas razones no brindaron información a través de sus redes sociales y otros que incluyeron una mayor diversidad de temas. Aquellos que comunicaron de 0 a 4 temas, fueron calificados como malos; de 5 a 7, como regulares; y, los pocos que llegaron a informar sobre 8, 9 o 10 temas diversos, fueron calificados como buenos.

### Desempeño de los Municipios



Fuente: Elaboración Propia (2020)

De los 125 municipios que componen el Estado de México, 26 tuvieron un mal desempeño, es decir el 21 por ciento, puesto que, dentro de sus redes sociales, solo comunicaron entre cero y cuatro temas distintos.

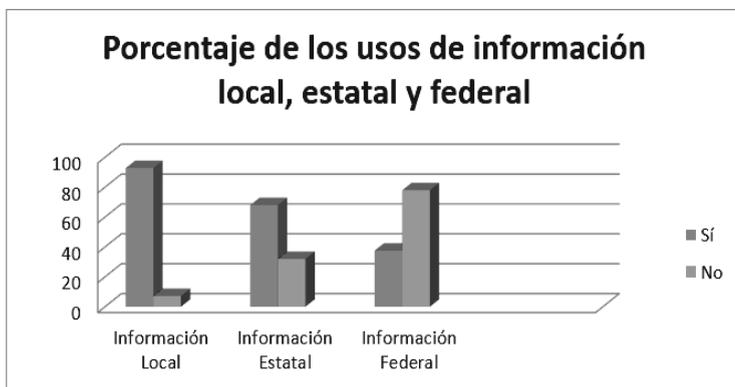
Por otro lado, el 62 por ciento de los municipios llegó a tener un desempeño regular, mientras que los restantes

demonstraron un desarrollo un tanto eficiente; es decir, 20 de los 125 municipios se considera son aquellos que tuvieron una adecuada transmisión de información a través de sus redes sociales, durante los primeros meses de la pandemia. Entre ellos se encontraban, Acambay, al norte del estado; Tejupilco, al sur; San Mateo Atenco, al centro y, Naucalpan, en el valle de México.

Es interesante observar que la región no determina el desempeño de cada ayuntamiento en cuanto a sus estrategias de comunicación. En un primer momento, tampoco evaluamos la calidad de las acciones que se emprendieron.

Del mismo modo, el análisis arrojó que la mayoría de los municipios produjeron información relacionada al Covid-19, la cual compartieron en sus redes sociales o página web; sin embargo, algunos municipios, como Joquicingo y Oztoloapan sólo publicaban la información que el Gobierno estatal producía, mientras la generada por el Gobierno federal era la menos difundida. Aunque habría que realizar una mayor indagación sobre el porqué de este comportamiento de las alcaldías, los resultados indican que los presidentes municipales confiaban más en la información que ellos generaban o de acuerdo con el color de su partido.

	Información local	Información estatal	Información federal
Sí utilizan	116	85	47
No utilizan	9	40	78



Fuente: Elaboración Propia (2020)

A partir de estos datos empíricos, se tomó en cuenta los municipios más afectados hasta ese momento (julio 2020), de acuerdo con el porcentaje total de casos y defunciones del Estado de México. La respuesta a esta inquietud arrojó que el 29.3% del total de los casos de COVID-19 (hasta el 7 de julio de 2020) se concentraba en Ecatepec, Nezahualcóyotl y Toluca; es decir, más de la cuarta parte de los casos.

Estos datos anteriores nos muestran que debíamos tener un acercamiento con los gobiernos municipales, con el fin de conocer su estrategia de comunicación desde la perspectiva de los funcionarios. Fue así como el IAPEM logró establecer contacto con los dirigentes de diversos municipios y, al día de hoy, se continúa trabajando para saber cómo siguen haciendo frente a la pandemia.

## **Conclusiones**

Los resultados arrojados en esta primera etapa nos condujeron a las siguientes conclusiones preliminares: La comunicación no es un aspecto central ni estratégico en los municipios; es una actividad operativa, cuya importancia la mayoría de los alcaldes no alcanzan a comprender.

Particularmente, los municipios no estaban preparados para enfrentar la pandemia; tampoco el estado ni el Gobierno federal. Tanto los gobiernos municipales como el estatal tuvieron que ir ideando acciones diversas, primero con el fin de poder entender la magnitud de la pandemia y luego para ir informando a la población.

Pronto los municipios se dieron cuenta que tenían que poner en marcha acciones comunicativas, sin tomar en consideración que necesitaban articular estrategias de comunicación. Si bien en las redes sociales encontraron su mejor aliado, en específico en el Facebook, al tiempo que los dirigentes se dieron cuenta que había otras formas de comunicación más tradicionales, como el perifoneo, las pintas de bardas y, sobre todo, la comunicación –cara a cara–especialmente, esta última, genera mayor confianza en regiones rurales.

Habría que preguntarse, dentro de los distintos niveles de gobierno, sobre la manera de incluir a la comunicación

social como una entidad estratégica y no sólo operativa; esto incluye realizar protocolos estratégicos de comunicación en crisis. De lograrlo, permitiría a los ayuntamientos la construcción de políticas de comunicación que puedan coadyuvar al desarrollo municipal y comunitario.

La cultura y el entretenimiento también pudieron haber jugado un papel relevante en las alcaldías, sobre todo porque los ciudadanos no podían salir a las calles. La elaboración de políticas culturales y entretenimiento pudieron haber prevenido la violencia doméstica y mejorar la armonía dentro de los hogares.

Salvo excepciones, las comunidades indígenas no son parte esencial de la agenda de los municipios, lo cual llama la atención porque son grupos sociales marginados. Se pudieron haber hecho estrategias específicas de comunicación para que coadyuvaran a entender el fenómeno de la pandemia, y así evitar especulaciones, prejuicios e información incorrecta acerca del virus Covid-19. (Incluso, meses después, una política de información al respecto hubiera motivado a un mayor número de miembros a ser vacunados o a minimizar los impactos de la pandemia en su vida cotidiana).

Habría que realizar un estudio empírico para conocer si hay correlaciones entre los municipios donde hubo un mayor número de contagio y las estrategias de comunicación puestas en marcha.

Finalmente, este primer ejercicio empírico nos conduce a nuevas preguntas: ¿Cómo las municipalidades fueron evolucionando en sus acciones de comunicación? ¿Cuáles son las consistencias e inconsistencias en las narrativas de los funcionarios públicos y las acciones de comunicación realizadas para enfrentar la pandemia? Lo más importante: ¿Cómo los ciudadanos han internalizado la información comunicada por los ayuntamientos?

## Referencias

Asención, R. (16/12/2020). Entrevista con Raúl Asención Pilar, Secretario del Ayuntamiento de Villa Victoria.

Recuperado de:

[https://us02web.zoom.us/rec/share/DiSGfmgj6tzP1KYp-FCNOLHsyjdwT5qZDzPewLtX7S\\_9vJ2XWBIo0\\_BDtOXqg3ufv.X5k9GAt8\\_JLKjZdD3](https://us02web.zoom.us/rec/share/DiSGfmgj6tzP1KYp-FCNOLHsyjdwT5qZDzPewLtX7S_9vJ2XWBIo0_BDtOXqg3ufv.X5k9GAt8_JLKjZdD3) Código de acceso: e&Fx36N%

Caryn, R. (20/10/2020). The Pandemic's Real Toll? 300,000 Deaths. The New York Times Company. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2020/10/20/health/coronavirus-excess-deaths.html>

Hurtado, L.A. (25/02/2020). “¿Cómo se usan las redes sociales?”. En L. Martell (Presidencia). “¿Cómo se usan las redes sociales?”. Conferencia llevada a cabo en Toluca, México.

Instituto de Administración Pública del Estado de México (2020). Análisis de Acciones COVID-19 Municipios Estado de México. Recuperado de:

<http://iapem.edomex.gob.mx/sites/iapem.edomex.gob.mx-/files/files/Acciones%20COVID-19%20MUNICIPIOS%20.pdf>

Dirección General de Epidemiología. (03/2021). Covid-19 México. Lugar de publicación: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Recuperado de:

<https://datos.covid-19.conacyt.mx/>

Galván, G. (31/10/2020). Covid-19, la batalla que Trump no previó y perdió. El Universal. Recuperado de:

<https://www.eluniversal.com.mx/mundo/covid-19-la-batalla-que-trump-no-previo-y-perdio>

Martell, L. (Junio 2020). Comunicación, clave para salir de la crisis sanitaria. Zócalo, 244, pp. 18-20.

Matthews, A. (9/06/2020). 5 cosas que Nueva Zelanda hizo para vencer al coronavirus. Deutsche Welle Español. Recuperado de:

<https://www.dw.com/es/5-cosas-que-nueva-zelanda-hizo-para-vencer-al-coronavirus/a-53741626>

Oliva, B.E. (15/12/2020). Entrevista con Blanca Estela Oliva Canelo, Coordinadora de Protección Civil del municipio de Isidro Fabela. Recuperado de:  
[https://us02web.zoom.us/rec/share/WgGUjkW2QPPpvDpiWZFunGYWrgzM3JLUSKGfEmFnTE\\_gTkbcpiSy08tDq6y3xA.7JZGcixsn-LeUKjW](https://us02web.zoom.us/rec/share/WgGUjkW2QPPpvDpiWZFunGYWrgzM3JLUSKGfEmFnTE_gTkbcpiSy08tDq6y3xA.7JZGcixsn-LeUKjW)

Organización Mundial de la Salud. (2/2021). Brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19). Recuperado de:  
<https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>

Quezada, H., L.A., Espinoza. (28/01/2021). Entrevista con Héctor Quezada Quezada, Presidente municipal de Temascalapa y Luis Antonio Espinoza, Director de Protección civil y bomberos del municipio de Temascalapa. Recuperado de:  
[https://us02web.zoom.us/rec/play/X-4PkQCoiax5KCG7-CO8PH\\_8xTg\\_PIUdpej3STDuku6ejei-1V2B8dJqw2H4KuEEEeK0uFpD\\_MtI9T4.xX2sVto0vBgwGdcV?continueMode=true&\\_x\\_zm\\_rtaid=0XLc31HDQdmclJI-CT3mGw.1618193264724.6ef79b7992320bd7f8ab5acbb288acc1&\\_x\\_zm\\_rhtaid=8](https://us02web.zoom.us/rec/play/X-4PkQCoiax5KCG7-CO8PH_8xTg_PIUdpej3STDuku6ejei-1V2B8dJqw2H4KuEEEeK0uFpD_MtI9T4.xX2sVto0vBgwGdcV?continueMode=true&_x_zm_rtaid=0XLc31HDQdmclJI-CT3mGw.1618193264724.6ef79b7992320bd7f8ab5acbb288acc1&_x_zm_rhtaid=8)

Redacción El Economista. (15/04/2021). Número de casos de Covid-19 en México al 15 de abril de 2021. El Economista. Recuperado de:  
<https://www.eleconomista.com.mx/politica/Numero-bro-de-casos-de-Covid-19-en-Mexico-al-15-de-abril-de-2021-20210415-0106.html>

The Visual and Data Journalism Team. (28/02/2021). Covid map: Coronavirus cases, deaths, vaccinations by country. BBC NEWS. Recuperado de:  
<https://www.bbc.com/news/world-51235105>