

LA DIPLOMACIA PÚBLICA DE DONALD TRUMP EN X: UN ANÁLISIS DE ENCUADRES Y NARRATIVAS EN REDES SOCIALES

DONALD TRUMP'S PUBLIC DIPLOMACY IN X: A FRAMING AND NARRATIVES ANALYSIS ON SOCIAL MEDIA

Miros Haime MEDELLÍN-RENTERÍA ¹

Rodolfo BARRIENTOS ²

Oswaldo LEYVA CORDERO ³

Recibido	: 26/06/2025
Aprobado	: 21/06/2025
Publicado	: 25/12/2025

RESUMEN: Este artículo analiza el discurso digital del presidente Donald Trump como instrumento de diplomacia pública y proyección de poder simbólico, a través del estudio de los encuadres (*framing*) en 73 publicaciones en X emitidas entre enero y abril de 2025. El estudio combina análisis de contenido cuantitativo con técnicas estadísticas como análisis de conglomerados, Chi-cuadrado y correlaciones, una aproximación poco utilizada en el campo de la diplomacia pública digital. Los resultados identifican tres perfiles discursivos predominantes: **(1) legitimidad presidencial, (2) amenaza externa y defensa soberana, y (3) crisis estructural y refundación nacional**, cada uno asociado a temas y actores diferenciados. Este enfoque permite mostrar cómo el *framing* actúa como tecnología simbólica de poder capaz de influir simultáneamente en la percepción nacional e internacional, aportando evidencia empírica sobre el papel del discurso presidencial en redes sociales como forma contemporánea de diplomacia pública con rasgos populistas.

Palabras clave: Diplomacia pública, Donald Trump, encuadres, narrativas, redes sociales.

ABSTRACT:

This article examines the digital discourse of President Donald Trump as a tool of public diplomacy and a projection of symbolic power, through a framing analysis of 73 posts published on X between January and April 2025. The study combines quantitative content analysis with statistical techniques such as cluster analysis, Chi-square tests, and correlation analysis—an approach rarely applied in the field of digital public diplomacy. The results identify three predominant discursive profiles: **(1) presidential legitimacy, (2) external threat and sovereign defense, and (3) structural crisis and national refoundation**, each associated with distinct themes and actors. This approach demonstrates how framing operates as a symbolic technology of power capable of simultaneously influencing national and international perceptions, providing empirical evidence of the role of presidential discourse on social media as a contemporary form of public diplomacy with populist traits.

¹ Doctoranda en Relaciones Internacionales, Negocios y Diplomacia. Universidad Autónoma de Nuevo León, mirosmedellin.re@uanl.edu.mx ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1077-8647>

² Doctor en Ciencias Políticas. Universidad Autónoma de Coahuila, rodolfo.barrientos@uadec.edu.mx ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0460-5974>

³ Doctor Ciencias Políticas. Universidad Autónoma de Nuevo León, oswaldo.leyvacr@uanl.edu.mx ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9837-020X>

Keywords: Public diplomacy, Donald Trump, frames, narratives, social media.

INTRODUCCIÓN

La diplomacia pública es el conjunto de estrategias y acciones llevadas a cabo por un Estado para influir en la opinión pública extranjera, con el objetivo de mejorar su imagen, promover sus valores, intereses y políticas, además de fortalecer su poder e influencia internacional. Este tipo de diplomacia, implica el uso de herramientas como los medios digitales, redes sociales, intercambios culturales, programas educativos, eventos internacionales y otras formas de comunicación para moldear percepciones externas sobre un país.

De esta manera, es importante estudiar las formas en cómo el presidente de Estados Unidos utiliza una red sociodigital como *X* para comunicarse no sólo con estadounidenses, sino también con el público extranjero e identificar cómo a través del lenguaje con la construcción estratégica de marcos discursivos proyecta la imagen de su país en cuestión de poder e influencia global.

El nivel de repercusión de Estados Unidos en el mundo se basa en la manera en que difunde la información con la finalidad de proyectar una imagen positiva hacia el público extranjero. Ya que, de acuerdo con el Departamento de Estado a través de The United States Advisory Commission on Public Diplomacy (2008), este país sufre un problema de imagen. Esta Comisión plantea que es a través de la diplomacia pública que el país norteamericano puede redefinir su reputación empleando estrategias de comunicación para influir en los públicos extranjeros y cambiar la percepción acerca del país. Esta declaración provocó que el manejo de la diplomacia estadounidense se adaptara a las herramientas de comunicación actuales como las redes sociales, de manera que el gobierno maneja la información que el público extranjero consume a través de sus canales oficiales (p. 12). En ese sentido, este tipo de diplomacia requiere una estrategia de comunicación coherente con la acción exterior de modo que la audiencia conozca los objetivos y la promoción de políticas de Estados Unidos generando la imagen que le interesa proyectar y al mismo tiempo influir en las decisiones y opiniones del público, lo cual es la clave de la diplomacia pública (Nieto y Peña, 2008).

Después de una revisión exhaustiva de las investigaciones relacionadas con el estudio de la diplomacia pública (Entman, 2008; Florez, 2010; Azpíroz, 2011; Méndez-Coto, 2016; Iacobelli y Camino, 2018; López-Aranguren, 2021) conviene señalar que, si bien los investigadores se concentraron en conocer la estrategia de la diplomacia pública de un país, en primer lugar, no todos lo analizaron desde los medios de comunicación y esto no permite que se comprenda la naturaleza de los mensajes e ideas de los Estados interesados en incidir en el público extranjero objetivo. Además, los estudios que están relacionados con los medios de comunicación, sólo lo analizan desde los medios tradicionales y no desde los medios digitales utilizados directamente del representante de una Nación, entonces, esos análisis están basados en mensajes que tuvieron un segundo proceso de encuadre por una tercera parte (prensa). En segundo lugar, los investigadores parten desde un acontecimiento en particular para identificar la diplomacia pública y además no identifican cuáles son los temas que se están mencionando, qué actores están participando, qué rol se le asignan a esos actores, qué evaluación moral se tiene sobre el tema (en favor o en contra), qué beneficios o riesgos tiene el tratamiento de ese tema y cuál es la postura para remediarlo (Entman, 1993; Matthes y Kohring, 2008).

Dicho lo anterior, este estudio busca analizar los mensajes de Donald Trump en la plataforma *X* para determinar la presencia de marcos discursivos de diplomacia pública que refuercen el poder y la influencia global de Estados Unidos. Por ello, se plantea la pregunta de ¿en qué medida los mensajes de Donald Trump en la red sociodigital *X* manifiestan marcos discursivos de diplomacia pública que refuerzan el poder y la influencia global de Estados Unidos.

DESARROLLO

Diplomacia

En términos generales de diplomacia, la mayoría de las acepciones suelen relacionarse con una serie de conceptos como la negociación, la solución de conflictos, los intereses y la relación entre Estados. Lo cual, para efectos teóricos, remarcar esta vinculación de elementos

es esencial para afirmar que la diplomacia es imprescindible en las relaciones humanas; tanto a nivel individual como global. Para apoyar lo que se ha expuesto anteriormente referente a la unificación de conceptos para designar una precisa definición de diplomacia, conviene señalar que, para Satow (2011) la “Diplomacia es la conducción de los negocios entre Estados por medios pacíficos. Es, asimismo, la aplicación de la inteligencia y el tacto en la conducción de relaciones oficiales entre gobiernos de Estados independientes.” Siguiendo a Valdés y Loaeza (1993), la diplomacia es el “método para establecer, mantener y estrechar las relaciones entre los Estados, mediante negociaciones efectuadas por jefes de Estado, de Gobierno, Ministros de Relaciones Exteriores y Agentes Diplomáticos”. Del mismo modo, para Lachs (1962), es “la habilidad para lograr acuerdos en cuestiones de toda categoría, mediante el reconocimiento de intereses recíprocos”. Asimismo, una de las definiciones mayormente empleadas de diplomacia es la expuesta en el Diccionario de Oxford al sostener que la “Diplomacia es el manejo de las relaciones internacionales mediante la negociación; el método merced al cual se ajustan y manejan esas relaciones por medio de embajadores y enviados; el oficio o arte del diplomático”.

A grandes rasgos, la diplomacia busca establecer y mantener relaciones con otro actor internacional para alcanzar sus intereses en donde el principal objetivo de tal interacción sea lograr acuerdos a través de acciones pacíficas. No obstante, es de suma importancia recalcar que la diplomacia se emplea de distintas maneras con relación al carácter del beneficio que se busca alcanzar. Ejemplo de estos tipos de diplomacia, es la diplomacia bilateral y multilateral, donde la primera se lleva a cabo entre dos actores con intereses en común y la segunda entre tres o más actores; la diplomacia directa, es decir, la que se emplea entre jefes de Estado; y la diplomacia indirecta, cuando se lleva a cabo entre embajadores, cónsules, diplomáticos, etc.; la diplomacia tradicional, que hace referencia a la vinculación entre los representantes de los gobiernos; la diplomacia parlamentaria, llevada a cabo por los legisladores; la paradiplomacia, que se emplea cuando un gobierno local crea vínculos con actores de carácter internacional; la diplomacia ciudadana, que emana de la sociedad civil y vela por temas de interés comunitario generando alianzas con el gobierno federal, organizaciones internacionales o empresas; y la diplomacia pública, en la que un gobierno está directamente relacionado con el público extranjero (Velázquez y Laguna, 2018).

Diplomacia pública

Este tipo de diplomacia cuenta con particularidades exactas que le permiten tener un impacto en su principal objetivo, la sociedad civil. La diplomacia pública claramente comparte elementos con la diplomacia tradicional y sus tipos, sin embargo, la diferencia radica en el público al que va dirigido y la manera en que ejecuta sus estrategias para generar el efecto que al interesado le convenga. Es decir, la serie de conceptos que construyen la definición de diplomacia y que emplea como su curso de acción, (negociación, solución de conflictos, intereses y la relación entre Estados) también se vinculan al término de diplomacia pública; no obstante, éstos surgen después de aplicar las herramientas de la diplomacia pública como la persuasión, la manipulación, la influencia, la información, la opinión pública, el intercambio cultural, la proyección de una imagen positiva, etc. De este modo, estas estrategias en primer lugar dan a conocer lo que un actor desea que conozcan de él y, por consiguiente, se relaciona, negocia, soluciona y cumple con sus intereses según sea el caso. Asimismo, Cull (2009) sostiene que los componentes de la diplomacia pública son: a) escuchar; lo cual es una acción imprescindible para que el actor pueda aproximarse a las necesidades y solicitudes del público obteniendo la información necesaria para conseguir el poder de manipulación en el entorno internacional diseñando nuevas políticas que le beneficien y que, evidentemente, serán aceptadas por la sociedad. b) defensoría; la cual, hace referencia a la manera en que el actor promueve las políticas públicas cultivándolas en la mente del público extranjero a través de la comunicación internacional. c) diplomacia cultural; asociada con el intercambio de elementos (históricos, científicos, culturales, etc.) que identifican al interesado para con el actor que le convenga. d) intercambio; vinculado con la estancia de estudiantes en el extranjero con el fin de implantar una imagen positiva del país receptor. e) radiodifusión internacional; que es la praxis de la diplomacia pública y es cuando se busca gestionar el entorno internacional a través de las tecnologías de la información por medio de las noticias, el uso de las redes sociales, etc. y f) la guerra psicológica; que puede plantearse como la parte oscura a la que puede llegar la diplomacia pública, ya que su uso es principalmente desinformar al público en tiempo de guerra para la rendición del enemigo.

Siguiendo a Manfredi-Sánchez (2011), “la diplomacia pública tiene como objetivo el ejercicio de la influencia por parte de una entidad sobre un público extranjero mediante el desarrollo de estrategias de comunicación que incluyen los programas educativos, informativos y entretenimiento” (p. 211). Asimismo, Pigman (2010) sostiene que la diplomacia pública se refiere a la comunicación que los gobiernos y otros actores diplomáticos hacen al público en general (p. 121). Además, el autor afirma que la diplomacia pública ha sido empleada para apoyar la política exterior de los gobiernos, los objetivos y la operación de las organizaciones multilaterales y las políticas a nivel global. Por otro lado, para Otero (2008), “la diplomacia pública tiene algo de propaganda, que es propia de los tiempos de guerra, y también tiene algo de marketing o de relaciones públicas pues pretende vender la imagen de un país, caer bien en otros países para conseguir determinados objetivos” (p. 114).

Según García (2009), la diplomacia pública “se refiere a las labores que realizan los gobiernos para generar información destinada a explicar sus políticas a ciudadanos de otras naciones” (p. 222). Asimismo, Cull (2009) desde una perspectiva histórica, sostiene que la diplomacia pública ha sido designada como una manera de establecer una relación de gobierno-población extranjera para gestionar el entorno internacional (p. 57). Como complemento a esta idea, se encuentra la opinión de Snow y Taylor (2009) de que la diplomacia pública “es ejercida entre todos los actores de la acción exterior por profesionales no vinculados en exclusiva a la actividad pública”. Es decir, que la audiencia cumple con un rol activo al intercambiar ideas con los demás, consiguiendo de esta manera un cambio en la actitud del público.

Por otra parte, según Gullion (como se citó en Cull, 2008), la diplomacia pública:

Trata de influir en las actitudes del público en la formación y en la ejecución de la política exterior. Incluye dimensiones de las relaciones internacionales más allá de la diplomacia tradicional tales como el cuidado de la opinión pública foránea, la interacción con grupos e intereses privados en un tercer país, la presentación de informes sobre los asuntos exteriores y su impacto en la política, la comunicación

entre diplomáticos y corresponsales y el desarrollo de los procesos de comunicación intercultural (p.1).

Diplomacia pública estadounidense

Estados Unidos ha empleado diferentes estrategias de diplomacia pública a través del tiempo y cada vez ha hecho más esfuerzos para comunicarse directamente con audiencias extranjeras a través de discursos y apariciones públicas, así como a través de programas informativos y de intercambio ciudadano (Goldsmith y Horiuchi, 2009). De hecho, este país ha divulgado una imagen positiva desde el combate ideológico entre fascismo y democracia liberal donde Estados Unidos marcó su presencia promoviendo una campaña informativa internacional sobre su posición ante la Segunda Guerra Mundial. Además, comenzó a solidarizar con los países latinoamericanos cooperando de manera cultural, económica y científica con la finalidad de que éstos se unieran a él para apartarlos de Alemania, Italia y Japón (las naciones del Eje) (Delgado, 2014).

Asimismo, antes de mediados de la década de 1990, la diplomacia pública estadounidense hacia el Medio Oriente se centró en la Agencia de Información de los Estados Unidos (USIA). La USIA transmitía una estación de radio en idioma árabe denominada “Voice of America”, seguido del Radio hurriya durante la Guerra del Golfo de 1991 y la producción y distribución de una revista árabe de al-Majal. De esta manera, la dependencia de los medios de comunicación continuó hasta fines de la década de 1990, cuando la USIA comenzó a formar parte del Departamento de Estado. Sin embargo, la credibilidad de Estados Unidos por parte de los usuarios estuvo en juego e incluso la percepción de los árabes sobre los norteamericanos empeoró (Khatib et al., 2012).

Fue entonces cuando la diplomacia pública estadounidense comenzó a debilitarse y que el país se concentraba menos en actividades de esta índole, debido a que la comunicación se deterioró y no pudo seguir con los objetivos de la antigua USIA, ya que los diplomáticos tradicionales no contaban con la experiencia necesaria para manejar los medios de comunicación (La Porte, 2007). No obstante, cuando surgieron los atentados de Al Qaeda, “demostraron a los EEUU que estaban ante un conflicto de naturaleza diferente a la del

enfrentamiento ideológico de la Guerra Fría: no eran valores políticos los que se contraponían, sino valores culturales” (La Porte, 2007, p. 40).

Por consiguiente, Estados Unidos comenzó a preocuparse por “ganar corazones y mentes” y se comprometió a ganarse la confianza y el apoyo moral y político de los musulmanes ante sus decisiones después del atentado de septiembre de 2001. Por lo que la administración de Bush luego de este suceso, puso en marcha una serie de iniciativas destinadas a limpiar el nombre de Estados Unidos para ser visto como una hegemonía compasiva en lugar de un asesino global (Van Ham, 2003).

Las imágenes y mensajes que comenzaron a transmitir como estrategia para ablandar a la población musulmana, consiguieron un efecto de emulación e hicieron más cercana a la sociedad norteamericana. Esta estrategia tuvo más repercusión social de la que obtenían los canales oficiales de comunicación (Delgado, 2014).

Cabe mencionar que no sólo la población musulmana ha sido objeto de Estados Unidos para emplear esta estrategia de diplomacia pública, sino que, de acuerdo con Quezada (2021), Estados Unidos se encuentra activamente promoviendo su imagen en México con una estrategia de diplomacia pública, con la que ha logrado que se genere la percepción de que tanto la sociedad como la cultura estadounidense es de beneficio para la sociedad mexicana.

Actualmente, la diplomacia pública estadounidense se lleva a cabo a través del Departamento de Estado de Estados Unidos. Este se encarga de publicar información relevante sobre las actividades del Departamento mediante redes sociales como Twitter, Facebook y Youtube que al mismo tiempo le permiten a los ciudadanos tener interacción directa con el gobierno y viceversa. Esto es un ejemplo de la importancia que cobran los medios de comunicación digitales hoy en día como herramienta de la diplomacia para promover la información oficial y configurar la opinión pública (Rodríguez, 2013).

Estrategias de la diplomacia pública

5.1 Soft Power, Hard Power y Smart Power

A partir del término de diplomacia pública, se pueden destacar dos conceptos clave; los cuales son influencia y comunicación. En primer lugar, se explicará el trasfondo de la

relación entre la influencia y la diplomacia pública desde el término de “*soft power*” o “poder blando”.

El cual, según Nye (2004), consiste en la capacidad de influir en los demás a través de la persuasión configurando sus preferencias y decisiones para obtener lo que se desea. Entonces, considerando la definición y las características que componen al *soft power*, se podría asegurar que la diplomacia pública también lo constituye, debido a que ésta es un instrumento clave para la manipulación del pensamiento del individuo y por ende de su comportamiento y de la opinión pública logrando incidir en las decisiones que se toman en el plano internacional.

Cabe mencionar que la diplomacia pública, para algunos autores (Cull, 2009; Armitage y Nye, 2007), no es por completo una práctica de poder blando, ya que afirman que ésta emplea algunas tácticas relacionadas con el “*hard power*” o “poder duro”; el cual se refiere al poder de coerción, es decir, que el actor incide y condiciona el comportamiento del individuo con el fin de impedir que éste realice una acción que no le convenga o bien, que haga lo que le beneficie. En resumen, la diferencia entre el *soft power* y el *hard power* reside en que en la aplicación del primero, se obtiene lo que se desea a través de la persuasión, influencia, atracción o intercambio de elementos propios del interesado; y en el caso del segundo, se impone, se incide y se ejerce presión a la otra parte.

Sin embargo, Armitage y Nye (2007) plantean que existe otro tipo de poder en el ámbito diplomático que es denominado “poder inteligente”, el cual se puede definir como la capacidad de un actor, entidad o nación para combinar de manera efectiva los elementos del poder duro y blando de manera que se refuercen o complementen mutuamente para lograr el objetivo deseado efectivamente.

En segundo lugar, en cuanto a la relación entre la comunicación y la diplomacia pública, Gilboa (2001) lo define de tres maneras:

La diplomacia pública, en la que los actores internacionales emplean los medios de comunicación y otros canales para influir en la opinión pública; la diplomacia mediática, en la que los funcionarios usan los medios para el impulso de los propios

intereses; y la diplomacia intermediada por los medios, que concede protagonismo a los periodistas que asumen funciones de diplomáticos y negociadores (p. 209).

En ese sentido, la manera en que se maneja la comunicación en el desarrollo de la diplomacia pública es de vital importancia para lograr los objetivos de los actores. De acuerdo con la estrategia de comunicación según Manfredi- Sánchez (2011), se puntualizarán dos elementos clave a considerar en este proceso, los cuales son, en primer lugar, el posicionamiento del país, es decir, cómo se busca ser percibido por los demás; y en segundo lugar, la consistencia de las decisiones, esto es, ser pertinentes con lo que se expresa y con lo que se ejecuta, ya que, como sostiene Cull (2009), una excelente diplomacia pública no es sinónimo de una buena política exterior. Una vez explicado, conviene señalar que la diplomacia pública se ha estado manejando a través de los medios de comunicación. Éstos son considerados una de las herramientas más efectivas de la diplomacia pública para incidir en el pensamiento de la sociedad, ya que, se encargan de transmitir una imagen en específico de la nación con sus elementos, principios, tradiciones, etc. Al mismo tiempo, son los responsables de cubrir todo lo que acontece en el escenario internacional y, a partir de ello, del efecto que tiene dicha cobertura en la toma de decisiones por parte de los gobiernos.

Sin embargo, existen otras estrategias además de la información impresa, audiovisual y digital que cumplen con el mismo objetivo, las cuales, de acuerdo con Pigman (2010) son: la diplomacia cultural y la marca país; la primera, de acuerdo con Rodríguez Barba (2015), tiene como objetivo lograr una imagen de prestigio ante los ojos del mundo y conseguir influencia mediante la persuasión, ésta es empleada por los Estados para alcanzar sus intereses a través del soft power, lo que incluye la promoción cultural y cooperación internacional.

Las actividades que forman parte de la diplomacia cultural son los intercambios académicos y científicos, la enseñanza de diferentes idiomas, la creación de institutos, la promoción del arte nacional, el compartimiento de costumbres, etc. y la segunda, se refiere al conjunto de elementos que definen a un Estado que en combinación con estrategias de diseño, colores, formas, entre otras; quedan en la mente de las personas y le permiten asociar al país con la marca. El objetivo de la marca país es mejorar la imagen y el posicionamiento del Estado en

el Sistema Internacional generando confianza y difundiendo todos sus atributos para obtener el interés de otros Estados.

Poder e influencia global

En el contexto contemporáneo, el poder ya no se ejerce únicamente mediante la fuerza o la coerción militar, sino a través de la capacidad de influir en la percepción de otros actores mediante narrativas, valores y marcos interpretativos. Este tipo de poder, conocido como poder blando (*soft power*), se refiere a la habilidad de moldear las preferencias de otros mediante la atracción simbólica, cultural o ideológica (Nye, 2004). En el caso de las potencias globales, la disputa por la hegemonía no solo se libra en los terrenos económicos y diplomáticos, sino también en el campo comunicacional, donde el lenguaje cumple funciones clave de legitimación, persuasión y confrontación simbólica (Van Dijk, 1997).

El discurso político digital de líderes como el expresidente Donald Trump se inscribe en esta lógica de competencia global, en la que el uso estratégico del *framing* contribuye a posicionar a Estados Unidos como víctima, líder o restaurador del orden mundial, según convenga al objetivo narrativo. Así, el análisis de los encuadres discursivos permite identificar no solo los temas dominantes, sino también los mecanismos de construcción de poder e influencia en el plano internacional, desde una perspectiva discursiva (Entman, 2008; Fairclough, 2003).

En este contexto, resulta clave el concepto de *framing* o encuadre, entendido como el proceso mediante el cual los comunicadores seleccionan ciertos aspectos de la realidad y los hacen más salientes en un mensaje, con el fin de promover una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento (Entman, 1993). En un sentido complementario, Matthes y Kohring (2008) lo describen como la estructura latente de significado que organiza el discurso, compuesta por elementos interrelacionados —definición del problema, causas, evaluación moral y tratamiento—, y que permite a los receptores interpretar los acontecimientos de una forma específica. A través del *framing*, los líderes políticos no solo establecen de qué se habla, sino también cómo debe interpretarse, orientando así la percepción pública y las posibles respuestas frente a un hecho o situación.

Desde una aproximación crítica, el poder discursivo se manifiesta en la selección de temas, actores y estrategias retóricas que refuerzan determinadas visiones del orden global y del lugar que ocupa el país en ese entramado. La reiteración de narrativas sobre decadencia, amenaza externa o restauración nacional responde a la necesidad de mantener influencia sobre la opinión pública, tanto interna como externa, y de reforzar una identidad nacional cohesionada frente al “otro” (Chouliaraki y Fairclough, 1999).

En suma, el discurso presidencial en los servicios digitales en donde se generan redes sociales, puede entenderse como un instrumento de proyección geopolítica, donde el *framing* actúa como tecnología simbólica de poder, capaz de organizar la percepción ciudadana sobre el papel de Estados Unidos en el mundo.

De acuerdo con Van Dijk (1997, 2003), el discurso político no puede entenderse únicamente por su contenido explícito, sino por la manera en que estructura significados, reproduce ideologías y construye relaciones de poder. En su enfoque de Análisis Crítico del Discurso (ACD), Van Dijk sostiene que el lenguaje es una forma de acción social y que los discursos contribuyen activamente a la construcción del "nosotros" y del "ellos", funcionando como mecanismos de legitimación y dominación.

En este sentido, el discurso digital de Donald Trump puede analizarse como un espacio de reproducción ideológica en el que se posicionan actores, se jerarquizan amenazas y se construye una identidad nacional excluyente. Al construir a Estados Unidos como víctima del orden global, y a enemigos externos —como China, los migrantes o los organismos internacionales— como amenazas, se refuerzan estructuras simbólicas que polarizan y simplifican la complejidad de la política internacional (Van Dijk, 1997).

Además, Van Dijk (2003) advierte que las ideologías se manifiestan discursivamente a través de estrategias como la enfatización de lo positivo del grupo propio y la enfatización de lo negativo del otro, prácticas frecuentes en el estilo comunicativo de Trump. A través de *X*, estas estrategias se intensifican mediante recursos retóricos como la hipérbole, la repetición, los ataques personalizados y la deslegitimación de opositores o instituciones.

En consecuencia, analizar el *framing* de los mensajes de Trump desde esta perspectiva permite no sólo identificar temas o responsables, sino también comprender cómo se configura una visión ideológica del mundo, legitimada y difundida a través de plataformas digitales.

Comunicación internacional

La comunicación internacional como campo de estudio se centra en analizar las interacciones entre Estados, empresas, instituciones y personas en un entorno globalizado e integrado, donde los medios de comunicación, especialmente el Internet, desempeñan un papel significativo (Caffarel y Rubira, 2017).

Para Calduch (1991), la comunicación internacional va más allá de ser únicamente un medio para transmitir información entre grupos sociales a través de las fronteras. Asimismo, es esencial mencionar que también representa una auténtica relación social. En tal proceso, las sociedades interactúan y se influyen mutuamente, afectando tanto sus comportamientos como sus estructuras. De este modo, la relación entre la diplomacia pública y la comunicación es indiscutible, ya que este tipo de diplomacia aprovecha el auge de los medios digitales donde se genera la opinión pública y se encuentran los diferentes públicos objetivo.

Así que, la conexión entre los medios y la estabilidad de las relaciones internacionales involucra una diversidad de factores, que van desde intereses económicos hasta políticos. En las últimas décadas, con el rápido avance de las tecnologías de la información, los medios han asumido un papel cada vez más importante en la sociedad ejerciendo influencia no sólo sobre los receptores de las noticias, sino también sobre aquellos que son actores principales en los eventos. Hoy en día, los medios ya no se limitan a actuar como intermediarios entre la realidad y los espectadores, sino que desempeñan un papel fundamental en la influencia y la magnitud de los acontecimientos a nivel global (Valero, 2015).

Por consiguiente, la comunicación internacional ha adquirido un rol estratégico crucial tanto para Estados como para organizaciones internacionales gubernamentales, por lo tanto, es indispensable reconocer que el proceso comunicativo se ha convertido en una herramienta fundamental en el ámbito de las relaciones internacionales (Rodríguez y Poveda, 2017).

La presencia efectiva en el escenario internacional se vuelve impracticable sin una comunicación adecuada, ya que esta facilita la transmisión de mensajes a diversos públicos objetivos más allá de las fronteras estatales. La diplomacia, la promoción de los intereses nacionales, la gestión de la imagen y la facilitación de la cooperación internacional son áreas donde la comunicación internacional despliega su importancia (Rodríguez y Poveda, 2017).

De acuerdo con Noya (2007), los mensajes emitidos por los medios de comunicación son una gestión de imágenes que los países utilizan para proyectar una imagen frente a un público extranjero que les ayude a alcanzar sus intereses en materia de política exterior. Por consiguiente, es de vital importancia analizar cómo los mensajes comunicativos repercuten en la percepción y conductas de los receptores y también la forma en que los medios promueven los temas que tratan.

METODOLOGÍA

Para la realización del análisis de contenido, se creó un instrumento denominado libro de códigos que permite analizar las publicaciones emitidas en la cuenta oficial de X de Donald Trump durante los primeros 100 días de gobierno. Este libro de códigos se integró en diferentes apartados agrupando las variables que permiten la identificación de los elementos a analizar dentro de los mensajes:

Tabla 1

Categorías principales del libro de códigos

Bloque de codificación	Principales categorías	Ejemplos o criterios de inclusión
Selección temática (ST)	Liderazgo global, Relaciones bilaterales, Seguridad nacional, Economía global, Soberanía y autonomía, Imagen de EE. UU., Diplomacia digital directa, Conflictos internacionales, Política migratoria, Crisis interna	Mención explícita a la primacía de EE. UU., acuerdos bilaterales, defensa militar, comercio internacional, prestigio nacional, etc.

Dimensiones del <i>framing</i> (DF)	Definición del problema, Amenaza global, culpa a Atribución de responsabilidad, adversarios extranjeros, juicio Evaluación moral, Tratamiento positivo/negativo, propuesta de del problema ruptura con orden global, etc.
Actores mencionados (AM)	Administración Trump, Ciudadanos estadounidenses, Identificación de actores en el Gobiernos extranjeros, mensaje, ya sea de forma directa Oposición política, Organismos o indirecta. internacionales, Migrantes EE. UU. como líder global,
Construcción de la identidad y del otro (CD)	potencia moral o víctima; Representación positiva del Enemigo externo, Organismo propio grupo y negativa del internacional deslegitimado, adversario. Crítica a élites internas
Estrategias discursivas (ED)	Metáforas bélicas, Lenguaje emocional extremo, Hipérboles, Recursos retóricos para enfatizar, Apodos, Desinformación, polarizar o movilizar Autopresentación como salvador emocionalmente.

Nota. Elaboración propia con base en Entman (1993), Matthes y Kohring (2008), Cull (2009) y Van Dijk (1997, 2003).

Se recopilaron datos de un análisis de contenido de las publicaciones emitidas por la cuenta oficial de X de Donald Trump en sus primeros 100 días como presidente de Estados Unidos para encontrar cuáles son los temas que se están mencionando, qué actores están participando, qué rol se le asignan a esos actores, qué evaluación moral se tiene sobre el tema (en favor o en contra), qué beneficios o riesgos tiene el tratamiento de ese tema y cuál es la postura para remediarlo. Esto con el fin de determinar la presencia de marcos discursivos de diplomacia pública que refuercen el poder y la influencia global de Estados Unidos.

Se analizó la totalidad de 73 *posts* de la cuenta de X del presidente de Estados Unidos dentro del periodo del día 20 de enero de 2025 (correspondiente al inicio del periodo de Donald Trump) al 29 de abril de 2025 (correspondiente a 100 días contados de su periodo presidencial). La población (73) y la muestra (73) es la misma debido a que se analizó sin distinción la totalidad de publicaciones que comprendan las fechas anteriormente mencionadas.

En cuanto al tratamiento estadístico, el análisis de conglomerados se empleó para identificar perfiles narrativos a partir de coocurrencias entre variables, técnica poco utilizada en el

estudio de la diplomacia pública digital pero especialmente adecuada para detectar patrones discursivos recurrentes. La prueba de Chi-cuadrado permitió evaluar la asociación estadísticamente significativa entre variables categóricas como temas, actores y valoraciones. Finalmente, el análisis de correlaciones se aplicó para identificar relaciones lineales entre variables de escala, aportando una visión complementaria sobre la estructura del discurso.

RESULTADOS

El análisis de marcos discursivos (*framing*), en el contexto de la diplomacia pública, permite identificar no sólo los temas y actores que un líder político posiciona, sino también las lógicas narrativas con las que proyecta poder, gestiona la identidad nacional y construye adversarios estratégicos (Entman, 2008; Nye, 2004).

Con el objetivo de caracterizar el uso estratégico del *framing* por parte de Donald Trump en sus publicaciones en la red social X, se realizó un análisis de contenido cuantitativo sobre un *corpus* compuesto por 73 mensajes emitidos entre enero y abril de 2025. Cada *post* fue codificado conforme a un libro de códigos previamente diseñado, considerando dimensiones clave del *framing*: la definición del problema, la atribución de responsabilidad, la evaluación moral y el tratamiento propuesto (Entman, 1993), así como la identificación de temas, actores y estrategias discursivas.

El presente apartado expone los principales hallazgos obtenidos mediante técnicas de estadística descriptiva y bivariada. En un primer momento, se analizan las frecuencias absolutas de aparición de cada categoría, con el fin de identificar los elementos más recurrentes en el discurso digital de Trump. Posteriormente, se exploran asociaciones entre variables temáticas y marcos interpretativos mediante un análisis de conglomerado jerárquico con el Método de Ward, con el propósito de evidenciar patrones narrativos relevantes. Este enfoque permite no sólo cuantificar la presencia de ciertos encuadres, sino también comprender las lógicas de articulación ideológica que estructuran el mensaje presidencial en plataformas digitales.

A continuación, se presentan los resultados del análisis descriptivo, el cual permitió observar la distribución general de los temas abordados y los actores invocados en los mensajes. Esta primera aproximación estadística brinda un panorama inicial sobre los elementos más frecuentes en la comunicación digital de Trump durante el periodo analizado.

En la Tabla 2 se observa que la categoría más frecuente en los mensajes analizados fue Imagen de Estados Unidos (46.6%), seguida por Crisis Interna (31.5%), lo que sugiere una alta presencia de mensajes que representan al país como escenario central del discurso. También destacan Relaciones Bilaterales y Economía Global (ambas con 19.2%), así como Liderazgo Global (17.8%) y Conflictos Internacionales (16.4%), lo que indica un interés relevante por asuntos de política exterior.

Temas como Política migratoria y frontera sur (16.4%) y Seguridad Nacional (13.7%) también registran una participación considerable, mientras que categorías como Soberanía y Autonomía (9.6%), Diplomacia Digital Directa y Temas Personales (ambas con 8.2%) tienen una presencia menor. Por otro lado, Derechos Humanos y Valores Universales no se presentó en ninguno de los mensajes del *corpus*.

Tabla 2

Distribución temática de los posts analizados

Tema	N	Porcentaje
Liderazgo Global	13	17.8
Relaciones Bilaterales	14	19.2
Seguridad Nacional	10	13.7
Economía Global	14	19.2
Soberanía y Autonomía	7	9.6
Imagen de EE.UU.	34	46.6
Diplomacia Digital Directa	6	8.2
Conflictos Internacionales	12	16.4
Crítica al Multilateralismo	5	6.8
Derechos Humanos y Valores Universales	0	0
Política migratoria y frontera sur	12	16.4
Crisis Interna	23	31.5
Temas Personales	6	8.2

Nota. N= El análisis incluye 73 publicaciones del presidente Donald Trump en la red social X. Cada mensaje pudo ser codificado en más de una categoría temática. Los porcentajes indican la proporción de posts en los que aparece cada tema, respecto al total del corpus.

Por otro lado, la Administración Trump fue el actor más mencionado en los *posts* analizados, con una presencia del 79.5%, lo que indica un fuerte énfasis en la autopromoción o centralidad del propio liderazgo. Le siguen los Ciudadanos estadounidenses (35.6%) y la Oposición política (31.5%), lo que sugiere un discurso centrado tanto en la construcción de aliados internos como en la identificación de adversarios.

Los Gobiernos extranjeros aparecen en el 26% de los casos, mientras que los Organismos Internacionales y las Elites transnacionales se mencionan en menor medida (12.3% cada uno). Otros actores con presencia baja pero significativa incluyen a los Medios de comunicación tradicionales y los Migrantes o grupos extranjeros específicos (ambos con 8.2%).

La mención de plataformas sociodigitales, familiares/amigos y fuerzas armadas fue marginal, con porcentajes inferiores al 6%, lo cual refleja un enfoque más centrado en la política institucional y nacional que en lo personal o mediático.

Tabla 3

Frecuencia de actores mencionados en los posts de Donald Trump

Actores	N	Porcentaje
Gobiernos extranjeros	19	26
Organismos internacionales	9	12.3
Administración Trump	58	79.5
Oposición política estadounidense	23	31.5
Ciudadanos estadounidenses	26	35.6
Líderes internacionales	5	6.8
Elites transnacionales	9	12.3
Ejército o fuerzas armadas de EE.UU.	4	5.5
Migrantes o grupos extranjeros específicos	6	8.2
Medios de Comunicación Tradicionales	6	8.2
Plataformas Sociodigitales	1	1.4
Amigos-Familia	2	2.7

Nota. N= Los datos corresponden a la frecuencia con que se menciona o alude a cada actor en los 73 mensajes analizados. La codificación permitió la identificación múltiple por publicación. Los porcentajes representan la proporción de menciones respecto al total de mensajes del corpus.

ANÁLISIS DE CONGLOMERADOS

Tras examinar la distribución general de los temas y actores presentes en los mensajes analizados, se procedió a realizar un análisis de conglomerados con el propósito de identificar posibles patrones discursivos recurrentes. Esta técnica permite agrupar las publicaciones según la similitud en su estructura de codificación, revelando combinaciones frecuentes de Definiciones del Problema, Causalidad o Responsabilidad, Evaluación Moral, Tratamiento del Problema, Construcción de la identidad propia y de adversarios y las estrategias discursivas. Para ello, se aplicó un análisis de conglomerados jerárquico mediante el método de Ward y una medida de distancia euclídea, sobre las variables dicotómicas del corpus. Esta aproximación permite explorar configuraciones retóricas que podrían dar cuenta de diferentes perfiles de enunciación dentro del discurso digital de Donald Trump.

Con base en el dendrograma generado mediante el método de Ward, se identificaron tres conglomerados principales que agrupan los *posts* de acuerdo con patrones compartidos en su codificación sobre los elementos que conforman un encuadre (Entman, 1993), la construcción de la identidad y las estrategias discursivas utilizadas. Esta solución fue elegida por su coherencia interpretativa y por el punto de corte óptimo en la distancia reescalada, que permite observar divisiones sustantivas entre los mensajes. A continuación, se describen las principales características de cada Marco Discursivo:

1. Legitimidad presidencial: Este grupo se caracteriza por un uso predominante de juicios positivos, la atribución de responsabilidad a la administración Trump y la defensa del *Status quo*. Aparecen con frecuencia apelaciones al pueblo como héroe y el uso de hechos y lenguaje enfático como estrategias discursivas. El tono general es de celebración, legitimación del liderazgo y orgullo nacional. No se detectan amenazas externas ni críticas intensas. Representa una narrativa institucional o propagandística.

2. Amenaza externa y defensa nacional: Este grupo presenta altos valores en la mención de amenaza global y desafíos estratégicos, así como una fuerte atribución de responsabilidad a adversarios y organismos internacionales. Se destaca el uso de juicios negativos, un alto énfasis en el nacionalismo, el uso de metáforas, apodos y desinformación como recursos retóricos, y una fuerte presencia del encuadre de Trump como salvador. Es el perfil más agresivo y polarizante, con fuerte carga emocional y orientado a la denuncia del orden internacional o de enemigos difusos.

3. Crisis interna y refundación: Este grupo se distingue por altos puntajes en la codificación de declinación del poder, problemas internos y atribución de responsabilidad a gobiernos anteriores, élites globalistas y organismos internacionales. Predomina una visión de Estados Unidos como víctima, con uso elevado de hipérboles, emociones extremas y marcos de ruptura y exigencia a terceros. Este perfil construye un marco de emergencia nacional, en el que se justifica la necesidad de un cambio radical y de restauración institucional.

Tabla 4

Marcos discursivos predominantes por conglomerado y sus elementos característicos

Marco Discursivo	Elementos (M)
Legitimidad presidencial	Juicio positivo (0.52), Administración Trump (0.26), Status quo (0.26), Pueblo héroe (0.37), Uso de hechos (0.41), Enfático (0.04)
Amenaza externa y defensa nacional	Juicio negativo (0.48), Nacionalismo (0.64), Adversarios (0.48), Salvador (1.00), Emoción extrema (0.72), Apodos (1.00), Enemigo externo (0.76)
Crisis interna y refundación	Declinación del poder (0.71), Problema interno (1.00), Gobiernos anteriores (0.62), Hipérbole (0.86), USA como víctima (0.81), Emoción extrema (0.81)

Nota. La tabla 4 presenta los principales elementos retóricos y de encuadre identificados en cada conglomerado, con base en los valores promedio más altos de presencia relativa por grupo. Solo se muestran las variables con mayor peso distintivo dentro de cada perfil discursivo.

Para comprobar si los tres conglomerados identificados presentan diferencias significativas en los marcos interpretativos utilizados, se realizaron pruebas de Chi-cuadrado sobre ocho variables clave del *framing*. Los resultados, presentados en la Tabla 5, muestran diferencias estadísticamente significativas ($p < .01$ en todos los casos) en variables como juicio negativo, nacionalismo, atribución a adversarios y gobiernos anteriores, así como en marcos de ruptura y victimización nacional.

Estas diferencias respaldan empíricamente la validez de los perfiles discursivos propuestos. En particular, el conglomerado 3 se distingue por una mayor presencia del juicio negativo, la denuncia del declive institucional y la representación de Estados Unidos como víctima, mientras que el conglomerado 1 tiende a enunciar marcos positivos y autoafirmativos. El conglomerado 2 se ubica en una posición intermedia, con una narrativa confrontativa centrada en amenazas externas y exigencias a terceros actores.

Tabla 5

Pruebas de Chi-cuadrado para contrastar diferencias entre marcos discursivos identificados

Variables	χ^2	Grados de Libertad	Nivel de Significancia
Juicio Negativo	23.83	2	.000
Juicio Positivo	17.14	2	.000
Ruptura Global	10.25	2	.006
Nacionalismo	23.12	2	.000
Exigencia a Terceros	19.01	2	.000
Adversarios	21.06	2	.000
Gobiernos Anteriores	23.59	2	.000
EEUU como víctima	36.86	2	.000

Nota. Todas las pruebas muestran diferencias estadísticamente significativas entre los tres conglomerados.

Si bien las variables utilizadas para la prueba de Chi-cuadrado también formaron parte del proceso de codificación que dio lugar al análisis de conglomerados, su uso en esta etapa tiene como propósito describir y sustentar empíricamente las diferencias observadas entre los perfiles discursivos, más que validar un modelo predictivo o supervisado. Para futuras investigaciones, se sugiere incorporar variables adicionales o externas al proceso de agrupamiento para fortalecer la validación inferencial.

Temas y actores asociados a los encuadres discursivos

Con el objetivo de profundizar en la caracterización de los perfiles narrativos identificados, se analizó la asociación entre los tres encuadres discursivos y las temáticas y actores predominantes en los mensajes. El análisis de correlaciones de Pearson reveló patrones diferenciados que refuerzan la coherencia interna de cada conglomerado y su orientación ideológica.

En cuanto a los temas, el encuadre de *Legitimidad presidencial* mostró una ausencia sistemática de referencias a problemáticas estructurales. Específicamente, se observaron correlaciones negativas y significativas con las menciones a seguridad nacional ($r = -.305$, $p < .01$), conflictos internacionales ($r = -.340$, $p < .01$), política migratoria ($r = -.340$, $p < .01$) y crisis interna ($r = -.459$, $p < .01$). Esto sugiere un marco discursivo centrado en la estabilidad, el liderazgo y el prestigio de la figura presidencial, evitando referencias a amenazas o decadencia.

En contraste, el encuadre de *Amenaza externa y defensa nacional* se asoció de forma significativa con temas vinculados al orden internacional y la defensa nacional. Se observaron correlaciones positivas con relaciones bilaterales ($r = .308$, $p < .01$), seguridad nacional ($r = .300$, $p < .01$), soberanía ($r = .353$, $p < .01$), conflictos internacionales ($r = .615$, $p < .01$) y política migratoria ($r = .303$, $p < .01$). Este perfil construye una narrativa de amenaza exógena, en la que la figura presidencial asume un rol de protección frente a actores externos.

Por su parte, el encuadre *Crisis interna y refundación* presentó una fuerte correlación con la mención de crisis interna ($r = .807$, $p < .01$), así como con la crítica al multilateralismo ($r = .307$, $p < .01$), lo que confirma una orientación discursiva enfocada en el deterioro del orden institucional y la necesidad de ruptura con estructuras internacionales.

Respecto a los actores, el encuadre *Legitimidad presidencial* evitó señalar culpables específicos y presentó correlaciones negativas con la oposición política interna ($r = -.520$, $p < .01$), gobiernos extranjeros ($r = -.260$, $p < .05$) y la propia administración Trump ($r = -.313$, $p < .01$), reflejando un tono institucional, celebratorio o de continuidad. En cambio, el

Amenaza externa y defensa nacional se asoció con actores internacionales y grupos percibidos como amenaza, destacando la mención de gobiernos extranjeros ($r = .493$, $p < .01$), organismos internacionales ($r = -.271$, $p < .05$) y migrantes ($r = .415$, $p < .01$).

El encuadre de *Crisis interna y refundación*, en línea con su orientación crítica, presentó una correlación muy significativa con la oposición estadounidense ($r = .807$, $p < .01$), y vínculos moderados con medios de comunicación tradicionales ($r = .251$, $p < .05$), reflejando una estrategia de confrontación endógena y deslegitimación del sistema político y mediático.

En conjunto, los resultados muestran que los encuadres no solo se diferencian por los marcos temáticos empleados, sino también por los actores a los que asignan responsabilidad, construyendo así formas narrativas diferenciadas de representación del poder, el conflicto y la Nación.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Este artículo tuvo como objetivo caracterizar el uso estratégico del *framing* en la comunicación digital del presidente Donald Trump como instrumento de proyección de poder y diplomacia pública. A partir del análisis de 73 *posts* publicados entre enero y abril de 2025, se identificaron tres encuadres dominantes: uno centrado en la legitimidad presidencial, otro en la amenaza externa y defensa soberana, y un tercero en la crisis estructural y refundación nacional. Estos perfiles discursivos no solo respondieron a temas y actores diferenciados, sino que también exhibieron lógicas narrativas y emocionales contrastantes, lo que refuerza la hipótesis de que el discurso presidencial opera como una forma compleja de intervención simbólica en la esfera pública global.

Los hallazgos muestran que el encuadre de legitimidad presidencial evitó referencias a la crisis, la confrontación o la asignación de culpa, y en su lugar construyó una narrativa de estabilidad institucional, continuidad de liderazgo y logros económicos. El encuadre de amenaza externa, por su parte, se articuló en torno a la representación de actores extranjeros —gobiernos, organismos multilaterales, migrantes— como fuentes de riesgo, reforzando un discurso de cierre, soberanía y protección nacional. Finalmente, el encuadre de crisis

estructural reflejó una visión crítica del sistema político y mediático, con una narrativa de deterioro, traición y necesidad de refundación, alineada con estrategias retóricas populistas.

Estas configuraciones discursivas pueden entenderse como formas simbólicas de producción y ejercicio del poder en contextos donde el conflicto político ya no se libra únicamente en espacios institucionales, sino en la disputa por el sentido (Fairclough, 2003; Van Dijk, 1997). En este marco, el framing actúa como una tecnología discursiva que organiza la percepción de la realidad social y política, no solo definiendo "qué pensar", sino también "cómo pensar sobre ello" (Entman, 1993).

Desde la perspectiva de la diplomacia pública, estos encuadres funcionan como mecanismos de proyección de identidad nacional, creación de legitimidad y construcción de adversarios. Tal como han señalado Cull (2009) y La-Porte (2007), la diplomacia pública contemporánea no se limita a informar, sino que busca influir, movilizar y disputar el relato global sobre el lugar que una Nación ocupa en el mundo. En este sentido, los *posts* de Trump no deben analizarse únicamente como manifestaciones espontáneas o populistas, sino como estrategias discursivas que reconfiguran la percepción de Estados Unidos como víctima, potencia amenazada o líder moral, según convenga al momento narrativo.

El discurso digital se convierte así en una extensión del *soft power* (Nye, 2004), al transmitir marcos simbólicos que apelan a emociones, valores y pertenencias ideológicas. En lugar de actuar mediante la coacción o el intercambio, el poder se ejerce mediante la construcción de una narrativa convincente que define a los "otros", refuerza una identidad común y legítima en ciertas formas de acción política (Chouliaraki y Fairclough, 1999).

Los resultados empíricos refuerzan esta lectura. Las pruebas de Chi-cuadrado mostraron diferencias significativas entre los conglomerados en dimensiones clave del framing — evaluación moral, tratamiento del problema, actores responsables—, mientras que las correlaciones temáticas y actorales revelaron que cada encuadre opera como una estructura narrativa relativamente coherente, con selecciones consistentes de temas y asignaciones de responsabilidad. Estas diferencias no solo indican una lógica comunicativa diferenciada, sino también una forma deliberada de organizar el conflicto político y construir legitimidad desde el discurso.

Además, los encuadres estudiados activan distintos registros emocionales y morales, lo cual es especialmente relevante si se considera que los afectos —como la indignación, el orgullo o el miedo— juegan un rol central en la persuasión política en entornos digitales (Waisbord, 2018). En este contexto, la reiteración de ciertos marcos no solo posiciona temas o actores, sino que construye atmósferas ideológicas que naturalizan determinadas posiciones políticas y deslegitiman otras.

En conjunto, los resultados muestran que el discurso digital de Donald Trump constituye una forma contemporánea de diplomacia pública con marcados rasgos populistas, en la que el *framing* opera como un instrumento central de influencia simbólica. A través de narrativas repetitivas, cargadas de emotividad y estructuradas en torno a identidades colectivas, amenazas y reivindicaciones, busca disputar simultáneamente el control del relato nacional y la imagen internacional de Estados Unidos. Esta estrategia parece orientarse tanto a consolidar su base electoral interna como a influir en audiencias internacionales afines a posturas nacionalistas o críticas al multilateralismo, combinando proyección externa y cohesión política interna en un mismo esfuerzo comunicativo.

Como línea futura de investigación, se propone ampliar el análisis a otros líderes con estrategias discursivas similares, incorporar el estudio de la recepción por parte de audiencias nacionales e internacionales y examinar cómo estos encuadres se modifican en contextos de crisis real, elecciones o conflicto geopolítico. También sería valioso explorar la convergencia entre *framing* presidencial y cobertura mediática, para entender cómo se codifica, amplifica o resiste esta forma de poder narrativo en la esfera pública global. No obstante, este estudio presenta limitaciones derivadas del carácter acotado del *corpus* (73 publicaciones en 100 días) y la restricción en la generalización de los hallazgos a otros contextos o actores políticos. Estas consideraciones no invalidan los resultados, pero invitan a interpretarlos con cautela y a profundizar en investigaciones posteriores.

REFERENCIAS

- Armitage, R. y Nye, J. (2007). *CSIS Commission on Smart Power. A Smarter, More Secure America*. Center for Strategic & International Studies. <https://carnegieendowment.org/files/csissmartpowerreport.pdf>
- Azpíroz, M. L. (2011). *La diplomacia pública estadounidense de la “guerra contra el terror”: Análisis y evaluación de su influencia en la prensa española* [Tesis doctoral, Universidad de Navarra]. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/37305/1/Tesis_MLAzpíroz.pdf
- Caffarel, C. y Rubira, R. (2017). Comunicación internacional, igualdad y desarrollo: un homenaje imprescindible. *index.comunicación*, 7(3), 13–19. <https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/343>
- Calduch, R. (1991). *Relaciones internacionales*. Ediciones de las Ciencias Sociales.
- Chouliarakis, L. y Fairclough, N. (1999). *Discourse in late modernity: Rethinking critical discourse analysis*. Edinburgh University Press.
- Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of a Phrase. En *Routledge handbook of public diplomacy* (pp. 39-43). Routledge.
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Figueroa Press.
- Delgado, L. (2014). La diplomacia pública de Estados Unidos. Una perspectiva histórica. *Revista Complutense de Historia de América*, 40, 277-301. https://doi.org/10.5209/rev_RCHA.2014.v40.46352
- Entman, R. (2008). Theorizing Mediated Public Diplomacy: The U.S. Case. *The International Journal of Press/Politics*, 13(2), 87-102. <https://doi.org/10.1177/1940161208314657>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
- Florez, J. (2010). La Diplomacia Pública en una perspectiva comparada: una estrategia de la política exterior y su implementación en la política colombiana. *Pensamiento jurídico*, (30), 263-293. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/peju/article/view/36719/38673>

- García, C. (2009). Diplomacia pública, propaganda y poder blando. *Revista Mexicana de Política Exterior*, (85), 221-228. <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/716>
- Gilboa, E. (2001). Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects. *Diplomacy & Statecraft*, 12(2), 1–28. <https://doi.org/10.1080/09592290108406201>
- Goldsmith, B. y Horiuchi, Y. (2009). Spinning the Globe? U.S. Public Diplomacy and Foreign Public Opinion. *The Journal of Politics*, 71(3), 863–875. <https://doi.org/10.1017/s0022381609090768>
<https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n104/barba.pdf>
- Iacobelli, P. y Camino, N. (2018). Diplomacia pública japonesa en la prensa chilena durante la Segunda Guerra Mundial. *Cuadernos de Historia*, (49), 73-97. <http://dx.doi.org/10.4067/S0719-12432018000200073>
- Khatib, L., Dutton, W. y Thelwall, M. (2012). Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team. *The Middle East Journal*, 66(3), 453-472. <https://doi.org/10.3751/66.3.14>
- La-Porte, M. T. (2007). La diplomacia pública americana: lecciones para una comunicación internacional. *Communication & Society*, 20(2), 23-59. <https://doi.org/10.15581/003.20.36294>
- Lachs, M. (1962). La mecánica de la diplomacia moderna. *Foro Internacional*, 2(4), 592–612. <https://forointernacional.colmex.mx/index.php/fi/article/view/118>
- López-Aranguren, J. (2021). La diplomacia olímpica de Japón: De Tokio 1964 a Tokio 2021. *Mirai. Estudios Japoneses*, 5, 67-76. <https://dx.doi.org/10.5209/mira.74697>
- Manfredi-Sánchez, J. L. (2011). Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia pública. *Comunicación y Sociedad*, XXIV(2), 199-225. <https://hdl.handle.net/10171/27282>
- Matthes, J. y 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>
- Méndez-Coto, M. (2016). Diplomacia pública y marca-país en las Américas. Un acercamiento a las experiencias de Brasil, Chile, México y Perú. *Temas de nuestra América*, 32(59), 81-98. <http://dx.doi.org/10.15359/tdna.32-59.6>

- Nieto, A. y Peña, M. (2008). La diplomacia pública: los medios informativos como instrumento de política exterior. *Estudios Políticos*, 9(13-14-15), 149-163. <https://www.redalyc.org/pdf/4264/426439539004.pdf>
- Noya, J. (2007). *Diplomacia pública para el siglo XXI: la gestión de la imagen exterior y la opinión pública internacional*. Ariel.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Otero, J., 2008. La imagen de España y lo español hoy en China: una aproximación a la diplomacia pública. *Revista Huarte de San Juan. Geografía e Historia*, (5), 113-119. <https://hdl.handle.net/2454/9120>
- Pigman, G. A. (2010). *Contemporary diplomacy*. Polity Press.
- Quezada, R. (2021). La diplomacia pública estadounidense en educación hacia indígenas mexicanos: actores políticos y construcciones sociales dobles. *Norteamérica*, 16(1), 35-54. <http://dx.doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2021.1.466>
- Rodríguez Barba, F. (2015). Diplomacia cultural ¿Qué es y qué no es? *Espacios Públicos*, 18(43), 33-49. <https://www.redalyc.org/pdf/676/67642415002.pdf>
- Rodríguez, A. (2013). La comunicación como instrumento de la diplomacia pública. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 953-961. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42179
- Rodríguez, A., y Poveda, M. Á. (2017). La comunicación y los nuevos actores en las relaciones internacionales. En D. Caldevilla Domínguez (Coord.), *Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad de Hoy. Contenidos, investigación, innovación y docencia* (pp. 1115). Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas (Fórum XXI).
- Satow, E. (2011). *A Guide to Diplomatic Practice*. Cambridge University Press. (Trabajo original publicado en 1917).
- Snow, N. y Taylor, P. M. (Eds.). (2009). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. Routledge.
- The United States Advisory Commission on Public Diplomacy. (2008). *Getting the People Part Right: A Report on the Human Resources Dimension of U.S. Public Diplomacy*. <https://2009-2017.state.gov/documents/organization/106297.pdf>

- Valdés, R. y Loaeza, E. (1993). *Terminología usual en las relaciones internacionales: Derecho diplomático y Tratados*. 3. Secretaría de Relaciones Exteriores. <https://portales.sre.gob.mx/acervo/images/libros/Terminologia/termiusual3.pdf>
- Valero, J. M. (2015). Tendencias de la innovación mediática en Estados Unidos. *Miguel Hernández Communication Journal*, (6), 161-193. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5281775>
- Van Dijk, T. A. (1997). *Discourse as structure and process*. SAGE Publications.
- Van Dijk, T. A. (2003). *Ideology and discourse: A multidisciplinary introduction*. Pompeu Fabra University.
- Van Ham, P. (2003). War, Lies, and Videotape: Public Diplomacy and the USA's War on Terrorism. *Security Dialogue*, 34(4), 427–444. <https://doi.org/10.1177/0967010603344004>
- Velázquez, R. y Laguna, T. (2018). Diplomacia pública. En R. Velázquez Flores, S. González Cruz y D. García Waldman (Coord.), *Teoría y práctica de la diplomacia en México: Aspectos básicos* (pp. 145-165). Ediciones DeLaurel.
- Waisbord, S. (2018). The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, 4(1), 17–34. <https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1428928>