

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES



TESIS

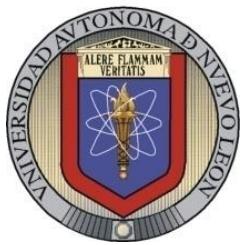
"DIPLOMACIA PÚBLICA Y PROYECCIÓN INTERNACIONAL: ANÁLISIS DE LOS MARCOS DISCURSIVOS EN LA ESTRATEGIA DE ESTADOS UNIDOS A TRAVÉS DE X"

PRESENTA

MIROS HAIME MEDELLÍN RENTERÍA

**PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTORA EN FILOSOFÍA CON ORIENTACIÓN EN
RELACIONES INTERNACIONALES, NEGOCIOS Y DIPLOMACIA**

DICIEMBRE, 2025



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
RELACIONES INTERNACIONALES**



TESIS

"DIPLOMACIA PÚBLICA Y PROYECCIÓN INTERNACIONAL: ANÁLISIS DE LOS MARCOS DISCURSIVOS EN LA ESTRATEGIA DE ESTADOS UNIDOS A TRAVÉS DE X"

QUE PRESENTA

MIROS HAIME MEDELLÍN RENTERÍA

PARA OBTENER EL GRADO DE

DOCTORA EN FILOSOFÍA CON ORIENTACIÓN
EN RELACIONES INTERNACIONALES, NEGOCIOS Y DIPLOMACIA

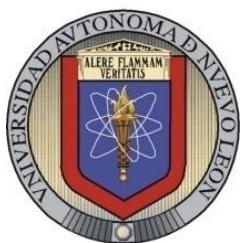
DIRECTOR DE TESIS

Dr. Salvador Gerardo González Cruz

CO DIRECTOR DE TESIS

Dr. Rafael Velázquez Flores

Monterrey, Nuevo León, México a diciembre de 2025



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
RELACIONES INTERNACIONALES



DOCTORADO EN FILOSOFÍA CON ORIENTACIÓN EN RELACIONES
INTERNACIONALES, NEGOCIOS Y DIPLOMACIA

Los integrantes del H. Jurado examinador de la sustentante:

MIROS HAIME MEDELLÍN RENTERÍA

Hacemos constar que hemos revisado y aprobado la tesis titulada:

**“DIPLOMACIA PÚBLICA Y PROYECCIÓN INTERNACIONAL: ANÁLISIS DE LOS MARCOS
DISCURSIVOS EN LA ESTRATEGIA DE ESTADOS UNIDOS A TRAVÉS DE X”**

FIRMAS DEL HONORABLE JURADO

Unidad Mederos, Monterrey, Nuevo León, 2026

Declaración de autenticidad

El presente trabajo está realizado para obtener el grado de Doctora en Filosofía con orientación en Relaciones Internacionales, Negocios y Diplomacia emitido por la Universidad Autónoma de Nueva León y forma parte del proyecto titulado “Diplomacia pública y proyección internacional: análisis de los marcos discursivos en la estrategia de Estados Unidos a través de X”.

Declaro solemnemente en honor a la verdad, que la investigación presentada en este documento es fruto de mi autoría. Es así como no ha sido presentado para ningún grado o calificación previa, ni publicado o escrito por otra persona anteriormente, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento, citándoles debidamente en la bibliografía o referencias de este proyecto.

Miros Haime Medellín Rentería

Dedicatoria

A Miritos

Agradecimientos

Gracias Dios por los dones que me has regalado, guiar mi vida, brindarme salud, disciplina, fuerza y convicción para alcanzar mis sueños, nunca abandonarme y aumentar mi fe en este largo y retador proceso.

Gracias a mi mami y papi, Miroslava y Martín Hugo. Gracias por acompañarme en cada paso que doy desde que aprendí a dar los primeros. Gracias por apoyar cada una de mis decisiones tanto personales como académicas y profesionales. Gracias por confiar en mí y en mi capacidad para lograr mis metas y cumplir mis sueños y recordarme siempre que estoy bendecida por Dios y mis ángeles. Gracias por aceptarme tal y como soy, gracias por aceptar cada faceta de mi vida, por estar en cada caída y confiar en que pase lo que pase me volveré a levantar. Gracias por recibirmee en casa y hacerme sentir la niña que a veces olvido que sigue habitando en mí, por mantener mi cuarto tal y como lo dejé hace tiempo, por mantener mi peluche de bob esponja, por hacer mi comida favorita, todo para volverme a sentir en casa y hacer de ella mi lugar seguro para visitar cada que la vida pesa. Gracias por ser y estar incondicionalmente. Agradezco infinitamente a Dios por tenerlos a mi lado y estar grandemente bendecida con la familia que han formado. Valoro y agradezco cada consejo, palabra y abrazo que tienen para mí ante las dudas y las certezas. De la misma manera, les pido perdón por los sacrificios que hice que los incluía a ustedes, por todo lo que me pude haber perdido por estar trabajando en este proyecto tan grande que al fin termina, por mi ausencia cuando me querían cerca, por las veces que no tenía palabras por estar muy cansada y cerca de renunciar cuando ustedes querían hablar, por generarles tanta incertidumbre sobre mi futuro cuando yo sólo sé que estaré bien si los tengo a los dos. Seguiré avanzando y creciendo. Siempre ascendiendo por y para ustedes, los amo.

Gracias a mis hermanos, Marla Haide y Martín Hugo, por ser mi complemento y confiar en mí. Admiro lo que hacen día a día, agradezco a Dios por tener la suerte de haber crecido

acompañada de ustedes y compartir mi infancia y ser ahora con quienes comparto mis logros. Y aunque son mis hermanos mayores, recuerdo verlos crecer, graduarse e irse de casa, independizarse, casarse, a Marla convertirse en una excelente mamá, te admiro mucho por eso y a Martín, el chef de la casa, terminar la carrera de sus sueños. Admiro mucho tu pasión por la cocina. Supongo que los tres compartimos pasiones y metas distintas pero hay algo dentro de esa gran diferencia que nos hace ser muy parecidos. Soy afortunada de ser su hermana menor. Y gracias a mis nuevos hermanos, mi cuñado Edgardo y mi cuñada Gladys, gracias por echarme porras y confiar en mí.

A mis sobrinas María Eugenia y María Emilia, la luz y el hermoso desorden de la familia. Su alegría y emoción por la vida me hicieron disfrutar la mía en mis momentos más pesados, cansados y dolorosos. Ustedes aún no lo saben pero aún cuando yo no tenía ganas de sonreír, ustedes hacían que lo hiciera, cuando yo no quería hacer nada, ustedes hacían que me moviera, cuando no me quería levantar, ustedes hacían que me levantara, y, cuando me di cuenta de eso, dejé de ponerle seguro a mi puerta antes de dormir para que pudieran entrar en la mañana y despertarme. Gracias por todo eso aunque ustedes aún no dimensionen el gran sostén que representan en mi vida. Espero ser un ejemplo para ustedes y que me superen en todos los aspectos de la vida. En todos mis futuros van a estar.

Gracias a mi welita Viola por sus bendiciones y su confianza de que lograré ser una persona exitosa y que cumpliré mis sueños. Gracias por los mensajes diarios y sus grandes abrazos cuando nos vemos. Agradezco a Dios de poder aún disfrutarla, platicar, hacer videollamadas, mandarle fotos de mis viajes, congresos, logros, etc. y estar siempre al pendiente de mí. A mi welito Toño, a quien tengo en mi mente cada día, quien vela por mí y nunca me ha abandonado, con el que hablo cuando los días y las preocupaciones pesan. Gracias por hacerme sentir su presencia desde el cielo. Nuestros corazones siempre se mantendrán unidos.

Gracias a todos mis tíos y tías, por felicitarme cada que me ven y por creer en mí.

Un especial agradecimiento hasta el cielo a mi tío Chuy, quien siempre creyó y confió en mí, se que siempre estuvo orgulloso de mí, que cada vez que nos veíamos éramos muy felices y los abrazos y besos nunca faltaron. Nunca pensé que no estaría presente en este mi mayor logro, su partida me ha dolido como nunca en la vida pero se que me mandó la fuerza necesaria para seguir con mi vida mientras terminaba mi doctorado, tan así que justo hoy, que me encuentro escribiendo esto, se cumple un año exacto de su ausencia y justo hoy también cierro esta tesis doctoral, con mucho orgullo, lágrimas, alegría y también tristeza pero con la certeza que desde donde quiera que se encuentre, está súper orgulloso de mí. Siempre en mi corazón padrino.

Gracias a Fifo, no se qué haría sin ti. Me has acompañado en cada paso que doy, en cada decisión que tomo, gracias por darme esa confianza en mí misma que a veces siento que me falta. Gracias por hacerme ver lo que valgo, lo que se, lo que puedo hacer, por estar siempre, en todo momento, a cualquier hora y en cualquier lugar. Te admiro demasiado, admiro tu inteligencia, tu manera de ver la vida y tu paciencia hacia mí. Eres como un hermano mayor para mí y al mismo tiempo mi mentor. Te adoro Rodi! Siempre juntos.

Gracias a mi gran amigo Alex, quien ha estado presente desde la licenciatura, me has visto crecer académica, profesional y personalmente y eso ha sido maravilloso. Gracias por siempre estar presente en mi camino, en las buenas y en las malas, en mis logros, en mis enfermedades, en mis días pesados, pero siempre ahí. Gracias por siempre aligerar mi carga. Espero algún día poder regresarte todo lo que has hecho por mí.

Al Dr. Salvador González, mi primer jefe. Con quien compartí logros, cambios, diferencias y sobretodo, evolución. Gracias por estar ahí cada que lo necesitaba, por confiar en mi capacidad y mis habilidades para lograr esto y más. Gracias por ver en mí un futuro brillante, todo se trata del timing. May the force be with you!

A mis queridos amigos Felipe Marañón, Carlos (por todas las pizzas y cuidarme cuando enfermé), Pedro, Sandy, Dinorah y Mely, gracias por las risas, los abrazos, aligerar el proceso, confiar en mí y alentarme y motivarme a seguir adelante y no rendirme.

A mi amiga Paty Sepúlveda, mi twin, mi partner in crime, gracias por los viajes, la confianza, las risas, los bailes, las cantadas, los secretos y los brillitos!! Te garantizo grandeza.

A mi amiga Mar, por tu apoyo incondicional, por darme comidas calientitas cuando no tenía tiempo de hacer nada, por tu presencia y amistad, escucharme y sobretodo valorar la amistad que humilde y sinceramente puedo ofrecer. Se que ves mis pasos, toma tu propio camino pero recuerda siempre que el conocimiento es el que nos distinguirá toda la vida.

Al Dr. Rafael Cruz, por siempre tener el consejo preciso y las palabras exactas. Gracias por transmitirme su tranquilidad y objetividad de las cosas. Por no dejarme caer en la locura en este largo y difícil proceso. Gracias por su paciencia y compartir su conocimiento conmigo. Gracias por ver el talento y el potencial en mí para lograr lo que me proponga.

Al Dr. Rafael Velázquez, por permitirme participar en sus proyectos y confiar en mí y en mi proceso.

Gracias a mi prima Larissa Huitrón por ayudarme cuando lo necesito e impulsarme. Agradezco a Dios por habernos reunido en este momento de la vida. Te admiro demasiado.

A mis compañeros de doctorado, por hacer más amenas las clases, por compartir la incertidumbre, las dudas, los miedos y las tareas en equipo en el comedor. Y a mis queridas Alicia y Kendy por echarme porras y hacerme reír.

Gracias en especial a mi gran compañero Jesús Mario Garza, de quien aprendí la amabilidad, la paciencia, la gentileza, la disposición de ayudar, la serenidad y la dedicación. Fue un honor haber compartido el aula contigo y sobretodo aprender que nunca es tarde para cumplir nuestros sueños.

Y a mí misma por no rendirme porque merezco saber qué sigue después del trabajo duro, por seguir aunque estuviera cansada, triste y muchas veces envuelta en soledad sin decir una sola palabra, por el silencio que me regalé a mí misma en mi propio espacio, entregarme a la nostalgia y apapacharme, por sacar adelante múltiples responsabilidades al mismo tiempo y aún así tener siempre una sonrisa y disposición de dar lo máximo en cualquier situación, por enfrentar las adversidades con la mayor calma posible, por aprender a ser más amable conmigo y confiar más en mí misma. Este logro lo celebra la foránea de 17 años, la licenciada de 21, la maestra de 23 y la doctora de 26. Todo fue necesario, todo me ha dado fortaleza y grandeza.

A todos y cada una de las personas que representaron una faceta distinta de Dios en mi vida, GRACIAS.

Llevo a todos en mí.

No te perturbes; simplifícate a ti mismo...breve es la vida. Conviene aprovechar el presente, usándolo con reflexión y justicia. Si te relajas, sea sobriamente.

-Marco Aurelio

ÍNDICE

CAPÍTULO I. METODOLOGÍA.....	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Antecedentes.....	4
1.3 Declaración del problema de investigación	11
1.4 Justificación de la investigación.....	12
1.5 Preguntas de investigación.....	13
1.6 Objetivos.....	15
1.7 Hipótesis	16
1.8 Marco conceptual	16
1.9 Modelo de investigación	19
1.10 Diseño de la investigación	20
CAPÍTULO II. DIPLOMACIA	25
2.1. Definición de diplomacia	25
2.2. Contexto histórico de la diplomacia	26
2.3 Principales corrientes teóricas y su concepción de la diplomacia	32
2.4 Tipos de diplomacia	35
CAPÍTULO III. DIPLOMACIA PÚBLICA.....	39
3.1. Conceptualización de la diplomacia pública.....	39
3.2. Principales corrientes teóricas vinculadas con la diplomacia pública.....	42
3.3. Estrategias de la diplomacia pública	44
CAPÍTULO IV. DIPLOMACIA PÚBLICA ESTADOUNIDENSE	48
4.1 De la diplomacia tradicional a la diplomacia pública	48
4.2. Contexto histórico de la diplomacia pública de Estados Unidos.....	49
4.3. El papel de las instituciones gubernamentales estadounidenses en las redes sociales	53
CAPÍTULO V. MARCOS DISCURSIVOS: EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	55
5.1. La relación entre la diplomacia pública y la comunicación internacional.....	55
5.2. Tratamiento del mensaje: Teoría del framing	57
5.3. Efecto mediático	63
5.4. Opinión pública internacional	65
5.5. Persuasión y cambio de actitudes	66
CAPÍTULO VI. PRIMER ESTUDIO: COMPROBACIÓN CUANTITATIVA	70
6.1 Introducción.....	70

6.2. Aproximación teórica o pertinencia de las variables	72
6.3 Diseño del estudio (método)	77
6.4. Instrumento cuantitativo.....	79
6.5 Población y objetos de estudio.....	85
6.6 Recolección de datos del instrumento final	86
6.7 Análisis y Resultados.....	87
CAPÍTULO VII. SEGUNDO ESTUDIO: COMPROBACIÓN CUALITATIVA	106
7.1 Introducción.....	106
7.2 Objetivo del estudio	107
7.3. Objetivos particulares del estudio cualitativo	107
7.4. Pregunta de investigación cualitativa.....	108
7.5 Aproximación teórica.....	108
7.6. Método	109
7.7. Participantes	111
7.8. Procedimiento	111
7.9. Diseño del cuestionario	113
7.10. Análisis de resultados	116
7.11. Análisis descriptivo e interpretativo	120
CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES Y DISCUSIONES	132

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 5.1. Orientaciones teóricas del proceso de comunicación.....	56
Tabla 5.2. Ejemplo de un marco discursivo compuesto por las variables.....	60
Tabla 6.1. Validez de las variables de acuerdo con estudios previos.....	72
Tabla 6.2. Operacionalización de las variables	73
Tabla 6.3. Composición del libro de códigos	80
Tabla 6.4. Importancia del <i>post</i>	87
Tabla 6.5. Contenido temático de los <i>posts</i>	89
Tabla 6.6. Definición del problema (tema)	90
Tabla 6.7. Definición del problema (actor)	91
Tabla 6.8. Atribución de las causas (riesgos)	92
Tabla 6.9. Atribución de las causas (beneficios)	92
Tabla 6.10. Evaluación moral (juicio positivo)	93
Tabla 6.11. Evaluación moral (juicio negativo).....	94
Tabla 6.12. Evaluación moral (beneficios).....	94
Tabla 6.13. Evaluación moral (riesgos)	95
Tabla 6.14. Tratamiento (postura).....	96
Tabla 6.15. Tratamiento (remedio)	96
Tabla 6.16. Importancia de la publicación.....	97
Tabla 6.17. Nivel de <i>engagement</i>	98
Tabla 6.18. Factores determinantes del marco discursivo “diplomacia afirmativa y liderazgo global”	99
Tabla 6.19. Factores determinantes del marco discrusivo “empoderamiento educativo y oportunidades”	101
Tabla 6.20. Factores determinantes del marco discursivo “defensa de la verdad y combate a la desinformación”	102
Tabla 6.21. Factores determinantes del marco discursivo “protocolario y conmemorativo”	103
Tabla 6.22. Factores determinantes del marco discursivo “conexión cultural y diplomacia blanda”	104
Tabla 7.1. Validación externa por expertos y expertas en Relaciones Internacionales y Opinión Pública	111
Tabla 7.2. Categorías de análisis del proceso metodológico cualitativo.....	113

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Fases de los métodos mixtos	23
Figura 5.1. Modelo de Activación en Cascada	62
Figura 5.2. Modelo de Probabilidad de Elaboración	69
Figura 6.1. Modelo del proceso metodológico cuantitativo	71
Figura 7.1. Modelo del proceso metodológico cualitativo	110
Figura 7.2. Nube de palabras más frecuentes de expertos en Comunicación Internacional y Opinión Pública	117
Figura 7.3. Nube de palabras más frecuentes de expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia	119

CAPÍTULO I. METODOLOGÍA

1.1 Introducción

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 la Comisión Asesora sobre Diplomacia Pública de Estados Unidos (2008), este país sufre un problema de imagen. Esta Comisión (2008) 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).

El primer capítulo de la presente Tesis Doctoral aborda el tema de la metodología. Se presenta una introducción sobre una declaración real del Departamento de Estado a través de la Comisión Asesora sobre Diplomacia Pública de Estados Unidos que expone que es a través del manejo de la diplomacia pública mediante una estrategia de comunicación que Estados Unidos puede mejorar su imagen a nivel internacional. También se abordó el tema de antecedentes, así como el problema y la justificación del estudio, los objetivos, una hipótesis teórica y el modelo y el diseño de la investigación, todo esto como una introducción del estudio elaborado.

Por su parte, el capítulo II habla de la diplomacia de manera general, su definición, su contexto histórico a través de las diferentes épocas como la Antigüedad, la Edad Media, la Edad Moderna y la Edad Contemporánea. También se plantean las principales corrientes teóricas vinculadas a la concepción de la diplomacia, así como las herramientas tradicionales e instrumentos contemporáneos de la diplomacia. De igual manera, se abordan los diferentes tipos de diplomacia que existen, haciendo énfasis en la diplomacia pública que será el eje rector del presente estudio.

El Capítulo III sirve como guía introductoria para hablar de la diplomacia pública, ofreciendo una visión general para adquirir información nueva explicando su definición, sus diferencias y similitudes con otras formas de diplomacia, su uso como herramienta de política exterior, sus objetivos y alcance, su relación con teorías como la de la interdependencia y la del constructivismo y se hace mención sobre las estrategias utilizadas en la diplomacia pública como el *hard power*, el *soft power*, la diplomacia cultural y el rol de los medios de comunicación digitales, lo cual, esto último sirve como referencia para identificar los elementos que estarán presentes en el análisis de contenido y como fundamento para explicar el uso de esta técnica de investigación.

En el capítulo IV se hace referencia específicamente a la diplomacia pública estadounidense donde se desarrolla su contexto histórico, el papel de las instituciones gubernamentales, la estrategia de comunicación y los medios de comunicación internacionales que sirve para explicar específicamente el uso actual de la plataforma X, de la cuenta oficial de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y de las funciones y responsabilidades del Departamento de Estado. También, se trata el uso de las redes sociales y plataformas digitales que, al mismo tiempo, sirven como fundamento de la metodología cuantitativa.

El capítulo V trata el tema de la teoría del framing y la relación que posee con la diplomacia pública, se aborda sobre el origen de la teoría del framing y su incidencia en los medios de

comunicación y el tratamiento del mensaje, esto con el fin de identificar los diferentes marcos discursivos que se utilizan en los mensajes emitidos por la cuenta de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores de Estados Unidos. También, se aborda el tema del efecto mediático definiendo la opinión pública internacional, su importancia y su rol en el sistema internacional. Asimismo, se define el Modelo de Probabilidad de Elaboración ELM de Petty y Cacioppo (1986) y su relación con la persuasión y la influencia sobre el público a partir de la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos.

Por su parte, en el capítulo VI se redacta la comprobación cuantitativa donde se explica el análisis de contenido que se realizó a los mensajes emitidos en la cuenta oficial de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores durante el periodo de Joe Biden, la pertinencia de las variables, la metodología, el instrumento y la muestra utilizadas, para después mostrar los resultados obtenidos de acuerdo con los estudios descriptivos y de correlación a los que fueron sometidos los datos recolectados en el análisis de contenido con el fin de obtener los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos en su estrategia de diplomacia pública.

En el capítulo VII, se explica de forma general qué es una entrevista en profundidad, su función y pertinencia así como la metodología que se siguió para realizar la misma en la presente investigación, los estímulos que se utilizaron, el instrumento que se elaboró, así como el análisis de los resultados obtenidos al entrevistar a los expertos en Relaciones Internacionales y diplomacia y en opinión pública y comunicación internacional.

Por último, el capítulo VIII abordará las discusiones y conclusiones obtenidas tanto en el análisis de contenido como en las entrevistas en profundidad y se da respuesta a las preguntas generadas así como se declara si se acepta o rechaza la hipótesis manejada por el estudio.

1.2 Antecedentes

En cuanto al análisis de la diplomacia pública, se encuentra un estudio de Entman (2008) en donde proporciona un modelo para explicar la propagación y el dominio de diferentes marcos discursivos de la política exterior de Estados Unidos en sus medios de comunicación; el Modelo de activación de la red en cascada (*The cascading network activation model*). El artículo se centra en cómo teorizar el éxito y el fracaso de los esfuerzos del gobierno de Estados Unidos para promover un *frame* favorable de sus políticas en los medios de comunicación extranjeros. El éxito de estos esfuerzos, denominados "diplomacia pública estadounidense mediatizada", depende de la congruencia política cultural entre Estados Unidos y la nación objetivo, así como sobre la estrategia, el poder y las motivaciones de las élites extranjeras para promover noticias de Estados Unidos en sus propios medios. El modelo de activación de red en cascada rastrea la difusión de *frames* del presidente y la administración a través de las redes de élites fuera de la administración que también sirven como fuentes de medios; a las redes de organizaciones de noticias; a las redes de periodistas; a las redes textuales de palabras clave, temas e imágenes visuales y símbolos conectados y repetidos publicados en los textos de los medios; y finalmente a las redes de asociaciones activadas en la ciudadanía. El modelo incluye cuatro factores que en conjunto explican la difusión del encuadre: Las motivaciones y la congruencia cultural funcionan internamente para "atraer" asociaciones mentales contraenmarcadas (enmarcadas contra la administración) en el pensamiento de élites y ciudadanos individuales. El poder de élite y la estrategia de élite, por otro lado, operan desde el exterior para "impulsar" la consideración dentro de Estados Unidos de los marcos antiadministrativos a través del sistema en cascada. De estos factores, la congruencia cultural es quizás el determinante más importante de quienes ocupan el primer o segundo nivel del sistema en cascada, ya que fijan un desafío en el marco deseado de la cúspide ocupado por el líder del país y sus colaboradores más

cercanos. Cuando extendemos el modelo a la comunicación entre Estados Unidos y el extranjero, la congruencia cultural cobra aún más importancia.

En cuanto a la imagen que proyecta un país ante los ojos del mundo, Florez (2010) analiza la imagen real de Colombia en Alemania, para lo cual, evaluó el éxito de la diplomacia pública de Colombia por medio de encuestas para medir la imagen del país en el exterior. Eligió las percepciones de la gente en Alemania y realizó este estudio de campo en una visita a la embajada de Colombia en Berlín para conocer la opinión real de alemanes que no conocen Colombia, se hicieron encuestas en los tres grupos de los inversionistas potenciales, periodistas y turistas potenciales. Se encuestaron 41 personas, a saber, 13 periodistas, 14 inversionistas potenciales y 14 turistas potenciales. El grupo que más describe su conocimiento sobre el país es el de inversionistas potenciales. Donde se realizaron preguntas como: *¿Qué sabe usted sobre Colombia?, ¿De dónde obtuvo esta información?, ¿Ha tenido contacto con la embajada o consulado de Colombia?, ¿Durante el último gobierno del Presidente Uribe (2006-2010), la imagen que usted tiene sobre Colombia ha cambiado? ¿Qué le llama en especial atención el país? ¿Está interesado en aprender español en Colombia?* Lo que llevó a la conclusión de que las personas que tienen algún tipo de contacto con colombianos o con personas que han conocido Colombia, tienen una percepción más abierta y más positiva que aquellas que no. Además de esto, la voz a voz es una fuente de influencia altamente eficaz ya que demuestra un testimonio real, esto trae mayor credibilidad. La mayoría de las personas encuestadas están abiertas a aprender más sobre Colombia, su cultura y turismo.

Por otro lado, Azpíroz (2011) analizó la influencia de la diplomacia pública estadounidense en la prensa española durante la “guerra contra el terror”. Para este estudio, la autora aplicó, en un primer caso de estudio, la teoría del *framing* como el método más adecuado para observar cómo se

va conformando el mensaje estadounidense de la “guerra contra el terror” de septiembre a noviembre de 2001. Y en el segundo caso de estudio, la autora seleccionó los discursos políticos y mediáticos pronunciados por George Bush que comprenden de enero 2002 a marzo de 2003. Los medios de comunicación elegidos fueron *El País*, *El Mundo* y *ABC* por ser los de mayor circulación durante ese período. Resultando en el primer caso de estudio que, el *frame* de Bush sobre la “guerra contra el terror” permea de modo eficaz en los tres periódicos, que asumen sus interpretaciones básicas en cuanto a definición de situaciones o condiciones problemáticas, identificación de causas, defensa de propuestas o mejoras y transmisión de juicios y valoraciones. En el segundo caso de estudio resultó que el *frame* de Bush respecto a la “guerra contra el terror” y la posible guerra de Irak tiene un impacto desigual en los periódicos españoles: se recoge de modo negativo en *El País* y *El Mundo* y de modo positivo en *ABC*. En los dos casos de estudio, los periódicos van más allá del *frame* de Bush e introducen nuevos temas e interpretaciones.

Por su parte, Méndez-Coto (2015) con la finalidad de conocer la manera en la que se han adaptado las estrategias de diplomacia pública del continente americano, analiza los casos de Brasil, México y Chile. Metodológicamente se buscó la existencia de normativa, planes o lineamientos políticos que de manera explícita instauren la diplomacia pública de cada país. Resultando que, en el caso de Brasil, el gobierno apuesta por el Internet y las redes sociales, espacios que permiten a las personas tener un mayor grado de interacción para generar mayor divulgación, aceptación y transparencia de las acciones que efectúe en su política exterior. En el caso de México, la ejecución de la diplomacia pública como estrategia en sus relaciones internacionales responde a la necesidad, cada vez más evidente, de posicionar al país en el plano internacional. Y por último, Chile sigue explorando la diplomacia pública como herramienta para dialogar con la ciudadanía y mejorar la reputación de Chile en el mundo implementando una nueva estrategia de marca-país en asociación

con la Fundación Imagen Chile, la cual no solamente diseñó la estrategia sino que además realiza estudios y seguimiento sobre la opinión que se tiene en el exterior sobre Chile.

Otro estudio que analiza la estrategia de la diplomacia pública de un país es el de Iacobelli y Camino (2018) donde se examina la cobertura de la prensa chilena dada a Japón antes y después del ataque japonés en Pearl Harbor en 1941, el intercambio de académicos y periodistas, conferencias públicas, visitas oficiales, etc. Se basa en los medios de comunicación tradicionales como las emisiones de radio sobre aspectos históricos y demográficos de Japón así como cuentos japoneses que daban a conocer la cultura japonesa a la población chilena. Asimismo, se exaltaban sus valores a través de la publicación artículos, los intercambios académicos, las visitas de periodistas chilenos a Japón, etc. Entonces, era evidente, que, a partir de estas estrategias de diplomacia pública, el interés del gobierno japonés era influenciar a la opinión pública respecto a su país en Latinoamérica y, especialmente, Chile.

En un estudio más reciente, López-Aranguren (2021), se enfoca en la celebración de los Juegos Olímpicos como estrategia de diplomacia pública de Japón para proyectar su cultura e identidad con el resto del mundo. La hipótesis de esta investigación es confirmar que Japón logra una diplomacia cultural más efectiva porque integra la participación de una gran variedad de actores culturales de toda la sociedad nacional japonesa que contribuyen a fortalecer el mensaje cultural japonés. Esta investigación estudia las conexiones entre la sociedad japonesa, la comunicación internacional y la protección jurídica de la libertad de expresión. Además, el autor compara la evolución de la diplomacia cultural de Japón desde los Juegos Olímpicos de Tokio de 1964 hasta los Juegos Olímpicos de 2021. Asimismo, analiza y cuantifica mediante una metodología cuantitativa, la capacidad de Japón para ejercer su labor como potencia de diplomacia pública en el mundo. Para ello, se recopilan diferentes indicadores de presencia y capacidad comunicativa global de cada

nación, así como la percepción que logran en la audiencia global, con el objetivo de obtener una medida objetiva acerca de su impacto. Dos de estos indicadores son, por un lado, The Soft Power 30 (editado por Portland, Facebook y el USC Center for Public Diplomacy); y el Global Soft Power Index, elaborado por la consultora Brand Finance. The Soft Power 30 actualiza anualmente la posición de cada una de las principales naciones en términos de poder blando con informes detallados sobre esta dimensión. El autor concluye que los Juegos Olímpicos de Tokio 2021 pueden ser una oportunidad para Japón de potenciar su diplomacia pública, como ya lo fueron los de Tokio 1964 que marcaron el nuevo rol de Japón como potencia económica, tecnológica y cultural mundial tras recuperarse de la Segunda Guerra Mundial. De la misma forma, los actuales Juegos Olímpicos de Tokio 2021 podrían convertirse en el equivalente del nuevo rol internacional de Japón, simbolizando asimismo la superación del desastre del Gran Terremoto del Este de Japón. Si Japón consolidase esta tendencia, tendría la oportunidad de simbolizar mediante la diplomacia olímpica la superación de la crisis producida por el desastre del Gran Terremoto del Este de Japón, la adopción de un rol más asertivo a nivel internacional y la consolidación de un mayor dinamismo en una economía japonesa que necesita reinventarse para competir con nuevos competidores asiáticos proyectando su identidad al mundo mediante su diplomacia pública.

Tratándose del efecto que tiene en las personas la manera de comunicar un mensaje a través de los diferentes medios de comunicación, existen diversos estudios (Snyder y Rouse, 1995; Dixon, Hill, Borland y Paxton, 2001; Lapinski y Nwulu, 2008; Morgan, Movius y Cody, 2009) que demuestran el impacto de la persuasión narrativa en los cambios de comportamientos, actitudes y creencias de la población. Estos estudios se basan en la comunicación de temas sobre salud pública con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas con estrategias de comunicación que logran impactar emocionalmente en la audiencia y así inducir de manera incidental cambios en las

actitudes de las personas y facilitar la adquisición de conocimientos y opiniones. Ya que, de acuerdo con Igartua (2011), el ser humano aprende a través de lo que observa y escucha.

En cuanto a las deficiencias en la evidencia encontrada, se puede observar que aún cuando Entman (2008) haya proporcionado un nuevo modelo para teorizar el éxito y el fracaso del gobierno de Estados Unidos para promover un *frame* favorable de sus políticas en los medios de comunicación extranjeros y que con esto parezca un estudio muy completo para conocer el tratamiento de los mensajes y la estrategia de diplomacia pública estadounidense en general, el estudio solamente se centra en los mensajes de las noticias, los periodistas y los textos, temas e imágenes visuales de los medios tradicionales de comunicación.

Aunque la imagen de un Estado sea parte de la diplomacia pública y se proyecte a través de los medios de comunicación y, en este caso, sea el objeto a analizar de Florez (2010), la aportación de este estudio está más orientado a crear una estrategia de política exterior y propuestas como área de oportunidad para maximizar la proyección de Colombia en la arena internacional. El estudio se ve limitado solamente con la aplicación de encuestas y no utiliza otro método que permita profundizar o destacar diferentes variables para analizar la estrategia de diplomacia pública del país.

Si bien el trabajo de Azpíroz (2011) sugiere nuevas vías de evaluación de la diplomacia pública como la teoría del *framing* y ofrece un modelo de análisis, este modelo se aplica para analizar solamente la influencia de la diplomacia pública estadounidense en la prensa española durante los primeros años de la guerra contra el terror. La autora examina cada periódico y los textos (los discursos de Bush y la muestra de los medios) y destaca las referencias que hicieron alusión a la “guerra contra el terror”. Sin embargo, Azpíroz no estudia ni toma en cuenta el tratamiento del mensaje como una estrategia de la diplomacia pública en general de Estados Unidos y se basa solamente en el acontecimiento de la guerra contra el terror y su difusión hacia el público

a través de la prensa. Lo cual, podría sugerir que la autora realmente analizó un encuadre de un encuadre ya construido por un tercero (prensa).

El trabajo de Méndez-Coto (2015), estudia las estrategias de diplomacia pública de Brasil, México y Chile. Sin embargo, es un análisis meramente hermenéutico que no va más allá de conocer lo que hace cada país respecto a lo que establece en sus lineamientos o planes, ignorando el impacto que tiene en el público de cada Nación respectivamente. De hecho, podría llegar a interpretarse como una investigación que demuestra si el país cumple o no con las estrategias de diplomacia pública que plasma en su normatividad, sus lineamientos y sus planes.

La prensa es un elemento significativo de la diplomacia pública, y Iacobelli y Camino (2018) analizan la prensa chilena dada en Japón para conocer la manera en que la estrategia de la diplomacia pública cambió a partir del intercambio cultural a través de novelas, revistas, programas de tv, radio, etc. Es evidente que este estudio también se enfoca en los medios de comunicación. Sin embargo, a pesar de que es un estudio reciente, parte de un evento histórico de hace más de 70 años para poder medir la estrategia de la diplomacia pública de un país y por ende, lo mide a partir de medios de comunicación tradicionales que actualmente no son tan utilizados y que no corresponden a mensajes directamente enviados por el representante de una Nación hacia un público extranjero en específico.

El estudio de López-Aranguren (2021) se enfoca en la diplomacia pública de Japón a través de la proyección de imagen y cultura de un país a partir de los Juegos Olímpicos de 2021, lo cual resulta ser muy interesante analizar la diplomacia pública a través de un evento deportivo y cultural que incluye a la mayoría de los países del mundo. Si bien el estudio busca fortalecer la conexión entre la ciudadanía y los valores olímpicos, reforzar la proyección cultural de Japón y asegurar un

legado a futuras generaciones, este análisis ignora la percepción del público extranjero sobre la proyección de la imagen de Japón y la cobertura mediática del evento.

1.3 Declaración del problema de investigación

Después de una revisión exhaustiva de los estudios expuestos anteriormente, 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 las redes sociales utilizadas 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 & Kohring, 2008).

Entonces, el problema que se plantea a partir de lo anteriormente expuesto es que:

Se desconoce la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos y la percepción de los expertos en Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública acerca de la estrategia.

1.4 Justificación de la investigación

Las razones que motivan la realización de este estudio son, en primer lugar, la contribución académica en la disciplina de las Relaciones Internacionales respecto a la ampliación del campo de estudio de la diplomacia pública a través de las redes sociales. Si bien existen investigaciones sobre esto, pocos trabajos profundizan en el uso de X por parte del Departamento de Estado de Estados Unidos. Asimismo, se innovaría al conjugar diferentes disciplinas como lo es en este caso, las Relaciones Internacionales y la Ciencia de la Comunicación, específicamente con el análisis de marcos discursivos, de la imagen pública de la Nación, la resonancia de los mensajes, narrativas digitales, etc.

En segundo lugar, por el aporte científico que representa este estudio. Ya que éste se basa en un análisis cuantitativo para identificar los marcos discursivos empleados por Estados Unidos en sus mensajes emitidos en X para determinar de qué manera da a conocer sus intereses nacionales, y en un análisis cualitativo para explorar la percepción de los expertos en la materia y con esto tendría el potencial para generar descubrimientos y nuevas ideas sobre la relación entre la diplomacia y las estrategias de comunicación en la era de las redes sociales.

En tercer lugar, por el aporte práctico que esta investigación contribuye porque a partir de esto, se pueden desarrollar estrategias más efectivas de comunicación en las redes sociales para gobiernos y diplomáticos. También permitirá a los profesionales de la diplomacia y comunicadores internacionales a optimizar sus tácticas de *engagement* en plataformas digitales, mejorando la eficacia de la diplomacia pública y fortaleciendo las relaciones internacionales.

Y en cuarto lugar, por la contribución social que representa específicamente a nivel de la opinión pública internacional. Esta investigación tiene el potencial de contribuir a una mayor comprensión pública sobre el papel de las redes sociales en la formación de opiniones y la polarización a nivel internacional y de esta manera, podría promover un entendimiento más

profundo de la diversidad de opiniones en un mundo globalizado, favoreciendo un diálogo más inclusivo y respetuoso entre Naciones.

1.5 Preguntas de investigación

Preguntas cuantitativas:

- ¿Cuál es el tratamiento de la información utilizado en la estrategia de la diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos?
- ¿Cuáles son los elementos que se utilizan para conformar los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos?
- ¿Cuáles son los temas, actores, rol, atribución de responsabilidad, evaluación moral, beneficios o riesgos y postura en los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos?
- ¿Existe una correlación entre los temas planteados y la definición del problema?
- ¿Existe una correlación entre los temas planteados y el nivel de engagement de la publicación con temas presentes dentro de los posts?
- ¿Cuál es la presencia de marcos discursivos en los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos?

Pregunta cualitativa central:

¿Cuál es la percepción de dos grupos expertos, el primero en Comunicación Internacional y Opinión Pública y, el segundo en Relaciones Internacionales y Diplomacia sobre los marcos discursivos identificados a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos?

Preguntas asociadas:

- ¿Cuál es la percepción de los expertos en diplomacia pública, comunicación internacional y opinión pública de los marcos discursivos identificados?
- ¿Cuál es la opinión de los expertos en diplomacia pública, comunicación internacional y opinión pública sobre la alineación entre la intención original de los marcos discursivos y su recepción por parte del público?
- ¿Cómo valoran los expertos en diplomacia pública, comunicación internacional y opinión pública el impacto de estos marcos discursivos en la opinión pública y la imagen internacional de Estados Unidos?
- ¿Cómo comparan los expertos en diplomacia pública, comunicación internacional y opinión pública los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos con los de otros actores internacionales?
- ¿Qué reflexión tienen los expertos en diplomacia pública, comunicación internacional y opinión pública sobre las consideraciones éticas y de responsabilidad en la elección y difusión de marcos discursivos?

1.6 Objetivos

Objetivo general:

Determinar los marcos discursivos de la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en *X* por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos y la percepción de los expertos en Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública sobre estos marcos discursivos.

Objetivos específicos:

- Identificar la presencia de marcos discursivos en los mensajes emitidos en *X* por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.
- Identificar temas, actores, rol, atribuciones de responsabilidad, evaluación moral, beneficios o riesgos y postura para remediar el mensaje en las publicaciones en *X* por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.
- Establecer la correlación entre los temas planteados y la definición del problema dentro de los mensajes emitidos en *X* por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.
- Establecer la correlación entre los temas planteados y el nivel de *engagement* del mensaje emitido en *X* por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.
- Explorar las percepciones y opiniones de los expertos sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes

emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

1.7 Hipótesis

La estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados se centra en la cooperación internacional, intercambios académicos y becas para estudiantes buscando consolidar una imagen positiva ante los ojos del mundo y los expertos tienen opiniones mixtas sobre los marcos discursivos de los mensajes de X de Estados Unidos donde por un lado valoran esta estrategia y por otro, critican la autenticidad y confianza de los mensajes emitidos por Estados Unidos.

1.8 Marco conceptual

En este apartado, se detallarán los conceptos empleados durante la presente investigación con base en los diversos autores relevantes en los temas de diplomacia, diplomacia pública y estrategias de comunicación.

Diplomacia:

Para Leguey-Feilleux (2009), la diplomacia es la idea de comunicarse, interactuar, mantener contacto y negociar con Estados y otros actores internacionales.

En un concepto más amplio, la diplomacia, según Vilariño (2000), es toda aquella actividad de la política exterior ejecutada por órganos representativos; quienes, a través de la negociación, buscan fortalecer la paz y formar una comunidad internacional.

Siguiendo a Pradier-Fodéré (1899) la diplomacia es la administración de los temas internacionales mediante el manejo de las relaciones exteriores y la administración de los intereses nacionales.

Diplomacia pública:

De acuerdo con Allen (2010) la diplomacia pública se refiere a la comunicación que los gobiernos y otros actores diplomáticos hacen al público en general. 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.

Para Cull (2009) la diplomacia pública ha sido designada como una manera de establecer una relación de gobierno-población extranjera para gestionar el entorno internacional a través de la comunicación entre los gobiernos u otros actores diplomáticos con los ciudadanos de otras naciones.

Diplomacia cultural:

Según Barba (2015) la diplomacia cultural es el instrumento que emplean los Estados para la persuasión, atracción y conocimiento de sus valores y principios con el propósito de generar una imagen positiva del país.

Siguiendo a Cull (2007), la diplomacia cultural representa el intento de gestionar el entorno internacional dando a conocer sus recursos y logros culturales en el extranjero y/o facilitando la transmisión cultural en el extranjero.

Hard Power:

En palabras de Nye y Armitage (2007), 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.

Soft Power:

De acuerdo con Nye (2003), 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.

Smart Power:

Es una combinación de los puntos más destacables del *hard power* y el *soft power*. Para la creación del concepto, Joseph Nye (2003) requirió analizar y adoptar diversas políticas las cuales combinaran sutilmente elementos de ambos poderes, para conseguir resultados efectivos y exitosos (Nye, 2007).

Teoría de la Interdependencia:

Para Ayala (2014) la teoría de la interdependencia es un paradigma que interpreta las relaciones internacionales de cada uno de los nuevos actores que hacen por primera vez su aparición en el escenario mundial.

Teoría del Framing:

La teoría del *framing* analiza cómo la forma de los mensajes comunicativos repercute en la percepción y conductas de los individuos y también la forma en que los medios promueven los temas que tratan (Scheufele y Tewksbury, 2007).

Encuadre (marco discursivo):

Según Aruguete (2011) son herramientas que al transmitir información, exponen ciertas particularidades que al ser percibidas por los individuos, terminan transformando la forma de pensar del público sobre el tema en cuestión.

Cascading Network Activation Model:

Con este modelo, Entman (2009) explica hasta qué punto los pensamientos y sentimientos que sustentan un encuadre se extienden desde el emisor original hasta el resto del sistema y quién gana el concurso de encuadres y obtiene la ventaja política.

Teoría de la *Agenda Setting*:

Según Raquel Rodríguez Díaz (2004) la teoría de la *Agenda Setting* se refiere a la influencia que tienen las noticias en la opinión pública y proporciona una visión muy amplia del papel que forman los medios de comunicación en esta misma.

Modelo de Probabilidad de Elaboración:

Este modelo explica que el cambio de actitudes que genera un determinado mensaje en las personas se puede producir a través de dos rutas de procesamiento cognitivo: la ruta central y la ruta periférica (Petty y Cacioppo, 1981).

Departamento de Estado: Es un departamento federal que maneja las relaciones internacionales de Estados Unidos (USA government, 2023).

Marca-País:

Para Martínez (2007), la marca país refleja la identidad de una región y se configura a largo plazo, por lo tanto, ésta requiere de una planificación adecuada para lograr inversiones, presencia cultural y política y fortalecer la competitividad y la productividad.

De acuerdo con Madichie y Yamoah (2006), la marca país se encuentra relacionada con las percepciones con las que cuentan los consumidores respecto con las características de su país de origen, donde la percepción se entiende como la forma en que las personas perciben e interpretan los estímulos.

1.9 Modelo de investigación

Este estudio abordará la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos y la percepción de los expertos en Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública. Se utilizará un **diseño de investigación mixta secuencial explicativa** que implicará recopilar datos cuantitativos primero y luego explicar los resultados cuantitativos con un seguimiento a profundidad de datos cualitativos. En la **primera fase cuantitativa** del estudio, se recopilarán datos

de un análisis de contenido de los mensajes emitidos en *X* por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos para encontrar cómo es esa estrategia, es decir, 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.

La **segunda fase cualitativa**, se llevará a cabo como seguimiento de los resultados cuantitativos para explicarlos con mayor profundidad. La idea que surgirá al explicar los resultados cuantitativos con datos cualitativos será explorar las **percepciones y opiniones** de los expertos en Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en *X* por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

1.10 Diseño de la investigación

Dadas las características de la presente investigación, el diseño metodológico de la misma se enmarca dentro de la modalidad de desarrollo propuesta por Greene, Caracelli y Graham (1989), ya que la fase cuantitativa antecede y orienta directamente la fase cualitativa. En la primera fase, el análisis de contenido de los mensajes emitidos en *X* por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores de Estados Unidos permite identificar los principales marcos discursivos empleados. Posteriormente, dichos hallazgos se convierten en el punto de partida para la construcción de la fase cualitativa, en la cual se exploran, mediante entrevistas con expertos, las percepciones y valoraciones sobre los marcos encontrados. En este sentido, los resultados cuantitativos no constituyen un fin en sí mismos, sino que cumplen una función instrumental para el diseño de la etapa cualitativa.

Sin embargo, la investigación también se apoya en la modalidad de complementariedad, pues el análisis cualitativo no sólo depende de los hallazgos previos, sino que también los amplía y enriquece. Mientras que la dimensión cuantitativa delimita la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos basada en los marcos discursivos dominantes encontrados, la perspectiva cualitativa aporta profundidad interpretativa y contextual, permitiendo comprender las lógicas, significados y posibles efectos que estos marcos discursivos tienen en la práctica diplomática. De esta manera, el estudio articula ambas modalidades: el desarrollo, al estructurar la secuencia metodológica y la complementariedad, al integrar enfoques que juntos ofrecen una comprensión más completa del fenómeno.

En cuanto a la operacionalización de los métodos, la naturaleza de la investigación está orientada a la secuencialidad, debido a que este estudio implica recopilar datos cuantitativos primero y luego explicar los resultados cuantitativos con un seguimiento a profundidad de datos cualitativos. Asimismo, el ángulo prioritario en la presente investigación es el método cuantitativo, ya que el estudio se articula a partir de la identificación de marcos discursivos (que es el núcleo de la pregunta de investigación y el objetivo general); y el método cualitativo se desarrolla después para explorar percepciones de expertos sobre los marcos discursivos identificados en la fase cuantitativa. Es decir, complementa y enriquece, mas no sustituye el eje cuantitativo.

De acuerdo con la intencionalidad de la combinación o la función (Greene, Caracelli y Graham, 1989), el presente estudio se basa en informar porque el método cuantitativo nutre al método cualitativo y en integrar porque la interpretación en conjunto combina los patrones identificados en la fase cuantitativa con las percepciones de los expertos.

Los métodos utilizados en la presente investigación intervienen en la fase de la interpretación, ya que los resultados se integran al determinar los marcos discursivos encontrados

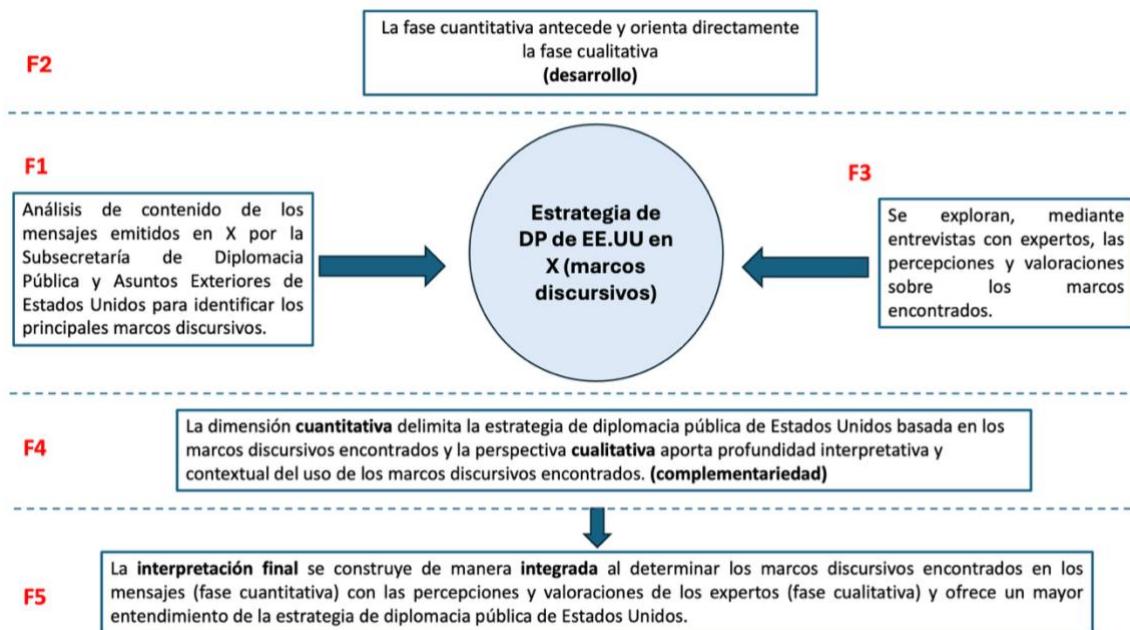
en los mensajes de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores a través de X (fase cuantitativa) con las percepciones y valoraciones de los expertos (fase cualitativa). La interpretación final se construye de manera integrada y ofrece un mayor entendimiento de la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de plataformas como X.

El estudio, al ser metodológicamente mixto, genera dos tipos de datos (bi-dato). Por un lado, se obtienen datos cuantitativos que derivan del análisis de contenido de los mensajes emitidos en la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores de Estados Unidos, los cuales permiten determinar los marcos discursivos utilizados por el gobierno en su estrategia de diplomacia pública. Por otro lado, se recogen datos cualitativos generados a partir entrevistas a profundidad con expertos en Relaciones Internacionales, diplomacia, comunicación internacional y opinión pública que facilitan la exploración de sus percepciones, valoraciones y significados relacionados a los marcos discursivos identificados. Aún cuando los dos tipos de datos se originan de publicaciones de una red social, se analizan a través de diferentes procedimientos y su integración concluye en la fase de la interpretación. Esto con el fin de comprender ampliamente la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de X.

A continuación, en la Figura 1.1 se detallan las cinco fases en las que se desarrolla el presente estudio:

Figura 1.1

Fases de los métodos mixtos



Nota. Elaboración propia.

Como se ha expuesto anteriormente, para la primera parte del estudio, se realizará un análisis de contenido de los mensajes emitidos en X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos. Para la codificación de estos mensajes y la captura de datos, se seguirán los siguientes pasos:

1.- Capacitación de los codificadores. Se les explicará a los participantes (codificadores) el contexto en que se está desarrollando esta investigación y posteriormente se presentará el libro de códigos, el cual se leerá punto por punto para comenzar a codificar de manera grupal.

2.- Prueba piloto. Cada participante codificará mensajes de los canales oficiales de gobierno de Estados Unidos que no forman parte de la muestra del estudio con la intención de que se

familiaricen con el formato y se practique el traslado de los resultados a una hoja de cálculo para evaluar la fiabilidad intercodificador de todas las variables.

3.- Ajustes al libro de códigos. A partir de las dudas y comentarios que puedan surgir durante la capacitación con algunos ítems, se modificará o se explicará nuevamente lo que sea necesario.

4.- Codificación. Los codificadores analizarán todos los ítems de la muestra y los resultados se transcribirán a hojas de cálculo.

Consecuentemente, para la segunda parte del estudio, será pertinente la utilización de un método cualitativo; ya que las respuestas requieren del análisis de la percepción y opinión que tienen los expertos sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos. En este sentido, conviene utilizar la técnica de entrevista en profundidad ya que ésta posibilita que el entrevistador se convierta en un instrumento más de análisis, dado que investiga, detalla y sigue mediante preguntas, cuál es la información más significativa para los intereses del estudio y de esta manera, crea un ambiente donde los participantes pueden expresarse de manera libre (Taylor y Bogdan, 1990). La entrevista en profundidad se fundamenta en la estructura de un guión de entrevista, en el cual se presentan todos los temas que se desean abordar durante la entrevista, con el propósito de controlar los tiempos, distinguir los temas por relevancia y evitar dispersiones por parte del entrevistado (Robles, 2011).

CAPÍTULO II. DIPLOMACIA

2.1. Definición de 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 (1917) 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 (1976), 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 (1974), 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”.

Como se señaló anteriormente, los primeros usos de la diplomacia se enfocaban en gran medida por un proceso: el arte de la negociación y cómo utilizar la negociación de manera efectiva para lograr los objetivos del Estado. Sin embargo, en el siglo XX, quedó claro que no sólo los procesos de negociación, sino también los actores que realizan la negociación (Estados-Nación y sus representantes), eran elementos cruciales del estudio de la diplomacia. De esta manera, Watson

(1991) caracteriza la diplomacia generalmente como el diálogo entre Estados, una definición que encapsula el balance entre actores diplomáticos, Estados y procesos.

Este cambio surge entre las dos guerras mundiales donde la diplomacia se convirtió en un tema de estudio distintivo para los académicos y no fue hasta la Segunda Guerra Mundial que se aceptó la noción de teorizar sobre la diplomacia. Y así, han surgido dos amplios enfoques para teorizar sobre la diplomacia: el primero forma una forma generalmente positivista de colocar la diplomacia en el contexto de las relaciones de seguridad interestatales, y el segundo una visión postpositivista de la diplomacia que abarca una gama más amplia de actores y procesos. El primer enfoque concibió la relación entre la historia y la práctica de la diplomacia de manera muy diferente al segundo (Allen, 2010).

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. La diplomacia constituye una herramienta fundamental en la conducción de las relaciones internacionales contemporáneas. Su comprensión teórica resulta esencial para el análisis de las dinámicas interestatales, así como para el estudio de los nuevos actores y formatos de comunicación internacional. De manera general, la diplomacia puede definirse como el conjunto de prácticas y procedimientos que permiten la representación, negociación y gestión de intereses entre Estados u otros sujetos del derecho internacional, a través de medios pacíficos.

2.2. Contexto histórico de la diplomacia

El estudio de la diplomacia en la Antigüedad permite identificar los orígenes y las primeras formas institucionales de las relaciones interestatales, así como las bases simbólicas, jurídicas y estratégicas que, en distintos contextos civilizatorios, dieron lugar a prácticas diplomáticas reconocibles hoy en día. Aunque la idea moderna de diplomacia como un sistema profesionalizado

de representación permanente no existía en estas sociedades, ya se observaban intercambios entre reinos, ciudades-estado e imperios que incluían negociaciones, alianzas, tratados y formas protocolarias de comunicación.

En ese contexto, “la diplomacia en el sentido de la conducta ordenada de las relaciones entre un grupo de seres humanos y otro grupo ajeno a ellos mismos es mucho más antigua que la historia” (Velázquez, 2018).

Desde una perspectiva cronológica, es posible rastrear estas prácticas en diversas culturas, cada una con sus particularidades históricas, cosmovisiones y mecanismos institucionales. Para presentar la organización comparativa de las principales civilizaciones antiguas y sus formas de diplomacia, conviene señalar lo que Kissinger (1994) en su obra *La Diplomacia* expresa: “nuestra época está insistentemente, algunas veces desesperadamente, en busca de un concepto de orden mundial” (p.2). Esto, aún cuando el autor hace alusión al siglo XX, puede aplicar desde la época de la antigüedad hasta las siguientes y la época actual ya que, los seres humanos a través del tiempo han buscado organizarse social y políticamente en sus asentamientos, delimitar territorio y así mismo, sus relaciones con otros grupos de personas o civilizaciones con el fin de formar un orden.

En la época de la antigüedad, el primer registro de relaciones interestatales es el Tratado de Qadesh que data del año 1269 a.C. Quienes firmaron dicho Tratado fueron el faraón Ramsés II y el rey Hattusili tras la batalla de Qadesh entre egipcios e hititas en 1274 a.C. para dominar el Próximo Oriente ya que ambas naciones eran las potencias del Mediterráneo. Las negociaciones para acordar la paz entre ambos comenzaron dieciséis años después de la guerra y se realizó a través de enviados, los cuales eran mediadores hititas y diplomáticos egipcios, dando como resultado que el control de las costas mediterráneas orientales recaía en Egipto y Hatti acordó nunca intervenir en tal territorio, quedando plasmado en tablillas de arcilla, plata y papiro (National Geographic, 2023).

De este modo, “el tratado promete amistad eterna, paz duradera, integridad territorial, no agresión, extradición y ayuda mutua. Las promesas de este tratado son similares a los ideales de las Naciones Unidas.” (United Nations, s.f.)

Asimismo, en esta época, la actividad diplomática se realizaba a través de la transmisión de mensajes por heraldos, luego, fue trabajo de los oradores de las ciudades-Estado griegas transmitirlos. Después, se crearon instituciones para manejar las relaciones entre las polis, ciudades-Estado, dinastías, federaciones y reyes (Kurizaki, 2011). En la Grecia clásica, el emisario o embajada estaba compuesto por dos o tres personas llamadas emisarios, heraldos y mensajeros. Estos generalmente se seleccionaban entre las personas mayores, con más experiencia, honorables y sabias.

Los emisarios pronunciaban su discurso (en lugar de papel) por turnos ante una asamblea, es decir, un pequeño círculo formado por los representantes del magistrado que ejercían su función. Cada emisario demostraba sus habilidades de negociación y luego se retiraba, a la espera de los resultados de su intervención. El objetivo de la embajada solía formar alianzas con otra ciudad-Estado. (Whilelm, 2016)

Durante la Edad Media, la diplomacia consistía en prácticas esporádicas, influenciadas por estructuras feudales, la Iglesia y la ausencia de embajadas permanentes. Las relaciones entre actores (reinos, principados, órdenes religiosas) se basaban en misiones específicas, alianzas dinásticas y comunicación escrita, con frecuencia mediante cartas de instrucción que definían el margen de acción del emisario (Cunha, Costa y Marinho, 2019). La lengua de comunicación, tanto escrita como hablada, era uno de los elementos clave del proceso diplomático. En esta época, los embajadores se expresaban en lenguas romances siempre que era posible. En ocasiones, sobre todo fuera de la Península Ibérica, el latín era obligatorio. Además, en las misiones diplomáticas, el latín podía facilitar la comunicación y esta era otra razón por la que la participación de los clérigos era

tan importante: además de pertenecer a una “superestructura”, como la Iglesia, también dominaban este idioma (Cunha, Costa y Marinho, 2019). Estos enviados tenían que estar familiarizados con los países que visitaban y se les preparaba sobre la misión con todos los detalles de las metas a alcanzar (Velázquez y De Alba, 2018). Durante el Imperio bizantino, se construyó una red de relaciones interestatales que estaba controlada por el propio Imperio, proceso que giró en torno a la elaboración de tratados (Chrysos, 1989).

Después, en el desarrollo de la institución diplomática tuvo lugar en las ciudades-Estado italianas durante este periodo: la práctica de intercambiar embajadores residentes. Rápidamente, las otras ciudades-Estado italianas también lo pusieron en práctica y el uso de embajadores se expandió a las ciudades-Estado del norte de Italia en la primera mitad del siglo XV y a los reinos de la Europa Occidental (Kurizaki, 2011).

La Edad Moderna representa una evolución importante en la práctica diplomática en comparación con la de la época medieval. El principal cambio en la diplomacia de esta época, consistió en la aparición de los embajadores residentes quienes representaban a su propio país en el extranjero, abriendo camino al sistema diplomático contemporáneo (Quaglioni, 2018) que, de acuerdo con Velázquez y De Alba (2018), para ese momento de la historia, en los Estados europeos ya se disponía de departamentos de relaciones exteriores para administrar el vínculo existente con otros Estados a través del ministro de relaciones extranjeras y la diplomacia se comienza a concebir como permanente e institucionalizada. Fue así como la diplomacia comenzó a verse como un instrumento indispensable para manejar la política exterior y el cargo de los diplomáticos comenzó a profesionalizarse en el ámbito jurídico, retórico y cultural (Sowerby y Hennings, 2017).

Asimismo, surgieron cambios en cuestión de los protocolos ceremoniales al momento de manejar las relaciones internacionales. Estas prácticas modernas comenzaron a tener un rol muy importante en las dinámicas entre potencias, ya que no sólo se trataba de negociaciones y firmas

de tratados, sino que las expresiones de cada uno de los representantes junto con su lenguaje simbólico y performativo reforzaba el equilibrio de poder en Europa (Bély, 2014).

Asimismo, durante la formalización de la diplomacia en la época moderna temprana, se comienzan a incluir nuevos elementos como la concepción de género en la participación diplomática donde se consideraba en ese entonces que las mujeres eran agentes informales altamente eficientes que utilizaban métodos no oficiales para influir en otras cortes o políticos. Esto indica que la evolución de la actividad diplomática en este periodo incluyó cambios sociales y culturales asociados a los roles sociales, el poder, estatus, etc. Sin embargo, siguiendo a Pohlig (2021), la inclusión de las esposas de los embajadores en las ceremonias diplomáticas a partir del siglo XVII también muestra que este rol femenino se formalizó cada vez más. Sobre todo, el proceso de formalización de la diplomacia entre los siglos XVII y XIX utilizó, entre otros argumentos, la distinción entre mujeres y hombres para definir con mayor claridad qué debía considerarse diplomacia oficial.

En suma, la diplomacia en la Edad Moderna representó un proceso decisivo en la configuración de un sistema internacional más organizado con la presencia permanente de embajadores, la formalización de protocolos, la profesionalización de los agentes diplomáticos y la inclusión de nuevas concepciones como el género y los roles sociales dentro de la actividad diplomática que consolidaron el marco de las relaciones internacionales modernas.

Actualmente, en la Edad Contemporánea, la actividad diplomática ha cambiado radicalmente. Si bien, la diplomacia aún conserva lo elemental como los tratados internacionales y las negociaciones entre Naciones, se han incorporado nuevos actores en el sistema internacional que también han efectuado el manejo de las relaciones internacionales a través de diferentes medios. Estos nuevos actores resultan ser las empresas transnacionales, las organizaciones internacionales, las organizaciones no gubernamentales (ONG'S), los medios de comunicación, la opinión pública, entre otros. Este gran cambio se atribuye al aumento de la interdependencia gracias

a la globalización y la evolución rápida y constante de las tecnologías de la información (Naskou-Perraki, 2025).

Una característica esencial de la diplomacia contemporánea es la integración de otros actores al sistema internacional, esto ha promovido el empleo del *soft power* o poder blando como estrategia diplomática para influir en los demás países a través de su cultura, valores, políticas, educación, etc. para fortalecer sus relaciones con otras Naciones proyectando la mejor imagen que puedan ofrecer de sí mismos (Portador García y Solórzano Tello, 2019). Lo que hace que estas nuevas estrategias conformen la diplomacia contemporánea (Majeed, 2024).

En este contexto, los medios de comunicación digitales han tomado un rol imprescindible en la actividad diplomática, ya que redes sociales como X, Facebook, Instagram y TikTok se utilizan como un medio para conectar con la audiencia y proyectar la imagen deseada por la Nación en cuestión (Rachmawati, et. al., 2024). Esta estrategia, es clave en la diplomacia pública, ya que el objetivo de ésta es tener una comunicación directa con un público extranjero. Sin embargo, la rapidez y la facilidad de la comunicación en tiempo real ha fomentado la circulación de las *fake news*, lo cual, afecta la credibilidad de los mensajes de los países (Golovchenko, et.al., 2023).

En resumen, las características principales de la diplomacia de la era contemporánea son la diversidad de los actores que confluyen actualmente en esta actividad y el cambio constante que sufre la misma por la integración de nuevas estrategias como el uso del *soft power* y la digitalización, donde estos aspectos permiten que los Estados se encuentren en interacción directa unos a otros no solamente a través de convenios, tratados o acuerdos, sino también mediante estrategias de comunicación, tecnológicas y culturales.

2.3 Principales corrientes teóricas y su concepción de la diplomacia

El estudio de las Relaciones Internacionales (RR.II) surge a partir de la necesidad de encontrar maneras para evitar un nuevo conflicto como el de la Primera Guerra Mundial y garantizar la seguridad y la paz colectivas. Y ante el entendimiento de este tipo de fenómenos internacionales, la disciplina se concentró en una perspectiva teórica idealista donde lo más importante era diseñar mecanismos para alcanzar la paz a través de la cooperación, las instituciones y las normas internacionales. Es en este contexto cuando la diplomacia aparece como una práctica del Estado para explicar y normar la conducta internacional (Schmidt, 2013).

Sin embargo, el inicio de la Segunda Guerra Mundial causó un cambio radical en cuanto la perspectiva teórica de la realidad internacional ya que se introduce el realismo con acepciones como el poder, el interés y el conflicto como objetos de estudio en la disciplina (Morgenthau, 1978). A partir de entonces, surgieron debates entre las diferentes corrientes teóricas como el realismo, el liberalismo y el constructivismo, cada una con sus propias premisas para darle explicación a los diferentes fenómenos que se originan en el sistema internacional como la guerra, la cooperación, las instituciones y la diplomacia.

Así pues, la diplomacia adquiere mayor relevancia y se considera un eje analítico central dentro del estudio de las relaciones internacionales para la comprensión del papel de los actores, las normas y el orden internacional. Y, partiendo de las características principales de las distintas teorías de las relaciones internacionales y sus premisas básicas, la diplomacia es vista como instrumento de equilibrio de poder según el realismo; un mecanismo de gestión institucional según el liberalismo; y en el caso del constructivismo, es una práctica que crea significados (Berridge, 2015).

Partiendo desde la perspectiva teórica realista y su concepción de la diplomacia, el realismo navega con tres principios: el primero hace referencia a la anarquía del sistema internacional; el

segundo plantea que los actores principales y racionales son los Estados; y el tercero hace alusión al escepticismo de la cooperación (Morgenthau, 1978). Desde esta visión, junto con el principio de la lucha por el poder y el concepto de interés nacional que rigen el realismo, se comenzó a considerar a la diplomacia como una estrategia del estadista para alcanzar sus objetivos salvaguardando los intereses esenciales del Estado. De esta manera, el realismo abarca los patrones de conflicto y cooperación y sostiene que los acuerdos y alianzas obtenidas por la actividad diplomática tienen efectividad parcial en contextos dominados por intereses de poder (Mearsheimer, 1994).

Es así como la diplomacia vista desde el realismo y la percepción de Mearsheimer, se considera un instrumento estratégico para que el Estado maximice su poder bajo una apariencia de diálogo donde se aumente la influencia del Estado a través de alianzas o negociaciones, se debilite al rival y la cooperación diplomática sea temporal por el hecho de desconfiar de las intenciones de las demás partes (Mearsheimer, 2001).

Desde la óptica del neorealismo, de acuerdo con Waltz (1979), los Estados actúan en función a autoprotegerse; y las acciones diplomáticas se relacionan directamente con la estructura del sistema internacional, de esta manera, el autor explica que “la estructura del sistema internacional constricta las opciones de los Estados; bajo anarquía, deben actuar de modos similares para sobrevivir” (Waltz, 1979, p. 93).

En contraste, desde la perspectiva liberalista, la diplomacia es vista como una gestión cooperativa. La práctica diplomática se apoya en instituciones que permiten resolver problemas, obtener ganancias absolutas y diseñar políticas relacionadas con el comercio, la salud pública o el medio ambiente (Keohane y Nye, 2012). El liberalismo destaca la interdependencia en el ámbito económico, social y transnacional y promueve la cooperación entre Estados para atender la Agenda internacional. De este modo, la diplomacia es una herramienta para alcanzar beneficios mutuos,

es más transparente, orientada a construir alianzas, se maneja mediante el diálogo y la negociación, es constructiva y mantiene una comunicación estratégica (Doyle, 1983).

Por su parte, para el constructivismo, la diplomacia es considerada una práctica social. Esta corriente teórica sostiene que “la anarquía es lo que los Estados hacen de ella” (Wendt, 1992), es decir, que el comportamiento de un Estado no está determinado por la presencia de la anarquía, sino que las prácticas de éste (como la diplomacia) son las que componen el significado de la anarquía. Por tanto, la diplomacia, a través de negociaciones, discursos y símbolos, pueden convertir las tensiones entre países en cooperación, compartir expectativas, redefinir identidades y conductas y con esto, configurar el sistema internacional. De esta manera, Wendt (1992) afirma que los Estados son construidos socialmente por la interacción entre los actores, sus comportamientos, la confianza que generan y la normatividad.

Las diferentes perspectivas teóricas de las relaciones internacionales permiten relacionar la concepción que cada una de ellas tiene sobre la diplomacia, donde se observa que en el caso del realismo es considerada un instrumento del Estado para alcanzar el poder y la seguridad ante un sistema internacional anárquico empleando estrategias que no comprometan sus intereses y gestionar el equilibrio de poder (Morgenthau, 1978). Por otro lado, los liberalistas conciben la diplomacia como una herramienta para cooperar, aumentar la interdependencia e institucionalización mediante organizaciones que resuelvan problemas en común entre los Estados y obtengan beneficios mutuos (Keohane y Nye, 2012). Y en el caso del constructivismo, se sostiene que la diplomacia configura el orden internacional a través de la facultad que tiene para crear realidades a partir de las interacciones y negociaciones entre los Estados sobre las identidades y normas compartidas (Wendt, 1992).

2.4 Tipos de diplomacia

Es de vital 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).

La diplomacia, a través del tiempo se ha expandido y diversificado en diferentes tipos como se expresa anteriormente, autores como Berridge (2015) y Melissen (2005) explican que esto ha sido provocado por el acelerado proceso de la globalización, la integración de nuevos actores al sistema internacional y el surgimiento de nuevos espacios. Por ende, la práctica diplomática adquiere un rol específico para cada caso de acuerdo con su objetivo y actores involucrados, rebasando la concepción de la diplomacia tradicional.

Por ejemplo, en el caso de la diplomacia bilateral, se hace referencia a las relaciones y negociaciones entre dos Estados con el fin de establecer un acuerdo. Esta práctica es llevada a cabo a través de misiones permanentes siguiendo las reglas establecidas en la Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas de 1961 (Barston, 2019). Este tipo de diplomacia se distingue por el manejo discreto de temas compartidos, el establecimiento de embajadas y el principio de reciprocidad

(Berridge, 2015). De este modo, “la diplomacia bilateral continúa siendo la piedra angular de las relaciones internacionales, proporcionando los canales esenciales para el diálogo político, económico y consular” (Barston, 2019, p.67).

Por su parte, la diplomacia multilateral se caracteriza por la participación de tres o más Estados que intervienen en el diseño de políticas y normas y en la resolución de conflictos mediante un mecanismo pacífico de diálogo a través de organizaciones internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización Mundial del Comercio (OMC), la Organización Mundial de la Salud (OMS) o la Unión Europea (UE) (Rüland, 2020). La principal característica de este tipo de diplomacia es su naturaleza institucional y la necesidad de atender temas en común como el medio ambiente, la salud y la paz. Por esto, se considera que “la diplomacia multilateral es un proceso normativo y político a través del cual los Estados coordinan políticas en estructuras institucionales permanentes” (Rüland, 2020, p.144).

En el caso de la diplomacia parlamentaria, “los parlamentos han emergido como actores diplomáticos no tradicionales, ejerciendo influencia normativa y simbólica en temas globales” (Stavridis y Jančić, 2016, p.3). Es decir, este tipo de diplomacia se caracteriza por la participación de cuerpos legislativos nacionales en la arena internacional a través de asambleas interparlamentarias, redes legislativas transnacionales y misiones oficiales con la finalidad de promover el intercambio legislativo sobre asuntos internacionales, complementar la diplomacia estatal y reforzar la acción exterior de los Estados mediante el diálogo legislativo. Referentes notables sobre esta práctica son el Parlamento Europeo, la Unión Interparlamentaria y las asambleas parlamentarias regionales (Stavridis y Jančić, 2016).

Ahora bien, la diplomacia local se caracteriza por la presencia de actores subnacionales en la práctica diplomática, tales como municipios, gobiernos locales, regiones, etc. con el fin de alcanzar objetivos relacionados con temas económicos, culturales, sociales o ambientales gestionando entre ellos políticas para hacer frente a tales desafíos globales (Acuto, 2013). Este tipo de diplomacia permite que las ciudades participen en la gobernanza global que contribuye directamente en el sistema internacional, complementando así la acción exterior de los Estados (Tavares, 2016).

Por otro lado, la diplomacia ciudadana se distingue por la intervención de individuos y organizaciones civiles (actores no gubernamentales) que tienen como finalidad promover el diálogo y la cooperación para la resolución pacífica de conflictos y el fomento de la paz generalmente a través de mecanismos no oficiales (Montville, 1990, p.162). Actualmente, este tipo de diplomacia se proyecta en el espacio digital donde estos actores concientizan a la sociedad impulsando campañas informativas, iniciativas y proyectos cooperativos internacionales constituyéndose como un refuerzo de la diplomacia pública y cultural en la promoción de un orden internacional más inclusivo, abierto y participativo (Zaharna, 2010).

La diplomacia cultural, en su caso, “opera como un medio de persuasión simbólica que refuerza la legitimidad internacional del Estado” (Boundt, et al., 2007, p.14). Es así como este tipo de diplomacia se considera una estrategia de soft power o poder blando con el propósito de fortalecer las relaciones internacionales a través de la promoción cultural, los valores, el arte y la educación (Boundt, et. al., 2007) para promover sus elementos nacionales y proyectar una imagen positiva ante los ojos del mundo (Nye, 2004).

Por su parte, la diplomacia pública es la que ha tenido la evolución más relevante de la diplomacia contemporánea, ya que su objetivo se centra en la opinión pública extranjera y su finalidad es influir en percepciones, comportamientos y actitudes para proyectar una imagen

internacional positiva a través de la promoción de sus intereses nacionales, valores y narrativas (Cull, 2008; Melissen, 2005).

Siguiendo a Cull (2008), este tipo de diplomacia está compuesta por cinco dimensiones, las cuales son: la escucha, para conocer las expectativas y percepciones del público extranjero; la abogacía para defender y promover sus políticas; la diplomacia cultural para fomentar el intercambio educativo y artístico; los intercambios internacionales para fortalecer el entendimiento mutuo; y la radiodifusión internacional para dar a conocer información veraz y crear credibilidad.

La diplomacia pública se destaca por su enfoque multidireccional como dinámica para potencializar a través de los medios de comunicación digitales la participación de las audiencias globales (Bjola y Holmes, 2015). De este modo, “la diplomacia pública es el conjunto de esfuerzos comunicativos mediante los cuales los gobiernos buscan entender, informar e influir en públicos extranjeros para apoyar sus objetivos de política exterior” (Cull, 2008, p.31). Así, este tipo de diplomacia se instaura como un nuevo orden de comunicación internacional en una actualidad determinado por la información instantánea y la interdependencia.

CAPÍTULO III. DIPLOMACIA PÚBLICA

3.1. Conceptualización de la 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 obscura 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 (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, Allen (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 (2008), 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, en palabras de Gullion (2010), 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. 208)

Referente a las diferencias que contrastan este tipo de diplomacia con las demás, se destaca que, mientras que la diplomacia cultural se enfoca en los intercambios artísticos y educativos como manera de proyección y la diplomacia ciudadana se concentra en la relación entre la población y organizaciones no gubernamentales; la diplomacia pública, aún y cuando también se encuentra relacionada a las personas y no a un cuerpo diplomático como en el caso tradicional, integra distintas dimensiones como la informativa, la cultural, la educativa y la digital bajo una estrategia de comunicación diseñada por el propio Estado (Gilboa, 2008; Zaharna, 2010). Es decir, lo que la caracteriza principalmente es su base comunicativa, su naturaleza estratégica y su orientación hacia el público extranjero. Sin embargo, existen similitudes entre la diplomacia pública y los otros tipos de diplomacia como el objetivo de promover el entendimiento, la cooperación y la confianza. Aunque, la diplomacia pública ha evolucionado en cuestión de sus objetivos ya que al mismo tiempo se concentra en proyectar una imagen nacional positiva para posicionarse en la esfera de la legitimidad internacional, la creación de vínculos significativos entre actores y consolidarse en el ámbito del capital relacional (Zaharna, 2010).

En este sentido, de acuerdo con Pamment (2013) y Manor (2019), la diplomacia pública concentra un amplio espectro de instrumentos como las campañas de comunicación estratégica, programas de intercambio educativo, proyectos culturales y científicos y la participación digital interactiva que permite vincular sus narrativas con los valores nacionales y universales.

Por todo esto, la diplomacia pública ha sido considerada una herramienta fundamental de la política exterior debido a las diversas estrategias de poder blando que utiliza como el manejo de la información, la promoción de la cultura y la persuasión simbólica. Esto sugiere que la diplomacia pública es también uno de los pilares del *soft power* según Nye (2004) ya que a través de ella, los Estados pueden conseguir sus objetivos gracias a la atracción y no a la coerción o incentivos materiales.

Al mismo tiempo, la diplomacia pública se encuentra directamente relacionada con la comunicación política internacional al traducir los intereses nacionales en mensajes estratégicos y comprensibles para el público extranjero. Además, utiliza una narrativa coherente con sus propias acciones de política exterior para darlas a conocer, construir su propia imagen y aumentar su credibilidad a nivel internacional (Pamment, 2013). En la praxis, los Estados utilizan hoy en día canales oficiales de información a través de las redes sociales para mantener la interdependencia comunicativa y la competencia narrativa (Bjola y Holmes, 2015).

3.2. Principales corrientes teóricas vinculadas con la diplomacia pública

En un mundo globalizado e interconectado, Keohane y Nye (1977) cuestionan los principios de la teoría realista, cuya aplicación es la más dominante de las Relaciones Internacionales. De esta manera, surge la teoría de la interdependencia que dentro de sus principales premisas se encuentra la participación de nuevos actores en el sistema internacional; la ineeficacia del uso de la fuerza militar en la política internacional; y la falta de una jerarquía establecida en los asuntos de política internacional y de la agenda diplomática global (Schiavon, 2021).

La interdependencia en términos generales, según Schiavon (2021) hace referencia a que existe una dependencia mutua entre dos o más elementos o actores internacionales, como los Estados, Organizaciones Internacionales, Organizaciones No Gubernamentales, Empresas Transnacionales, grupos de interés, entre otros (p. 273). En este contexto, al incrementar el número de actores, también incrementa el nivel de incidencia que tienen en la arena internacional y se utilizan diferentes canales que conectan a la sociedad que no sólo se resumen en la relación Estado-Estado, sino que también Estado - componentes del Estado (Schiavon, 2021).

Por esta razón, comienzan a emplearse diferentes estrategias para establecer relaciones con diferentes actores o alcanzar ciertos intereses. Por ejemplo, uno de los nuevos actores con mayor presencia y visibilidad para los individuos son los medios de comunicación, ya que, de acuerdo con Sahagún (2018) los medios de comunicación se han puesto en manos del poder para dirigirse directamente a la opinión pública y a los actores, ya sean nacionales o internacionales, por encima o al margen de la prensa, radio y televisión. Asimismo, existe una relación directa gobierno-población que ayuda a los representantes de Estado a dar a conocer su política exterior, sus decisiones, etc. De esta manera, surge la participación de los individuos en temas internacionales y se manifiesta la opinión pública o la configuración de ideas (Sahagún, 2018).

Asimismo, la teoría del constructivismo adquiere un importante rol en la diplomacia pública, ya que esta perspectiva teórica sostiene que el sistema internacional está determinado por estructuras sociales compuestas por normas, ideas, valores e identidades y no sólo por la anarquía o los intereses materiales (Wendt, 1992). En este sentido, la diplomacia pública está relacionada con el constructivismo debido a que la teoría fundamenta que las relaciones internacionales dependen de los significados que los actores construyen en sus interacciones (Wendt, 1992). Y, atendiendo a tal supuesto, esta práctica diplomática recurre al diálogo y la comunicación para que

los Estados puedan negociar, reproducir o transformar las expectativas que componen el orden internacional (Sending, Pouliot y Neumann, 2015).

Bajo este contexto, la diplomacia pública se considera una práctica comunicativa en la cual los Estados interactúan con el público extranjero para establecer significados construidos, legitimar normas internacionales y proyectar identidades coherentes con sus valores y objetivos (Zaharna, 2010; Bjola y Holmes, 2015).

En contraste con los enfoques del poder, el constructivismo destaca la influencia internacional mediante la comunicación y la socialización normativa para moldear percepciones de las audiencias extranjeras (Risse, 2000). Es así como la diplomacia pública crea un escenario participativo a través de la difusión de mensajes y la promoción de imagen y de esta manera constituye el orden social internacional basado en la coherencia narrativa, la interdependencia comunicativa, el refuerzo de normas existentes, los cambios normativos, el fomento del entendimiento compartido y la redefinición de identidades colectivas (Hayden, 2012).

Finalmente, siguiendo a Wendt (1999) y Risse (2000), el constructivismo como perspectiva teórica resulta pertinente para analizar la manera en que los Estados recurren a estrategias de comunicación para consolidar su posición en el sistema internacional y cómo sus narrativas (discursos) configuran y/o transforman las percepciones a nivel internacional.

3.3. Estrategias de la diplomacia pública

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 (2003), 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; Nye y Armitage, 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 (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 específica 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 electrónica que cumplen con el mismo objetivo, las cuales, de acuerdo con Allen (2010) son: la diplomacia cultural y la marca país; la primera, de acuerdo con 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.

Por su parte, el uso de los medios de comunicación digitales es la estrategia de diplomacia pública más utilizada actualmente, ya que según Allen (2010), la comunicación es inseparable de la representación. La idea de la comunicación como función diplomática central comienza con esta comprensión original de la diplomacia como arte de la negociación, pero reconoce que la diplomacia comprende una gama mucho más amplia de comunicaciones que aquellas que se considerarían estrictamente negociaciones.

El poder de la comunicación, en todas sus formas, como función central de la diplomacia radica en su capacidad no solo para lograr sus objetivos principales (resolver un conflicto, mantener una relación, promover el intercambio social y económico) sino también para modificar los intereses e incluso la identidad de los actores que se comunican entre sí (Allen, 2010).

A medida que las formas y canales de representación diplomática continúan siendo democratizados y popularizados en esta sociedad global, es probable que continúe la necesidad de que los diplomáticos hagan más diplomacia pública. Las nuevas formas de medios, como las redes sociales, están aumentando en importancia a medida que los diplomáticos buscan nuevas formas de enviar y recopilar información a través de la interacción con el público global (Allen, 2010).

Aunado a esto, en 2008, la entonces Subsecretaria Adjunta de Estado de los Estados Unidos para la Diplomacia Pública Colleen Graffy, expresó que el uso de los sitios de redes sociales como Facebook y Twitter se ha convertido en una parte importante de la estrategia de diplomacia pública de los Estados Unidos.

CAPÍTULO IV. DIPLOMACIA PÚBLICA ESTADOUNIDENSE

4.1 De la diplomacia tradicional a la diplomacia pública

La creciente evolución de los medios de información y el avance tecnológico ha provocado que se replanteen las estrategias diplomáticas tradicionales y se emplee una diplomacia abierta que pase de ser una comunicación unidireccional a través de los medios impresos y de radiodifusión, a una comunicación donde el gobierno se une a la conversación utilizando los medios de comunicación digitales. Estos cambios referentes a la comunicación e información cumplen una función imprescindible en las relaciones internacionales con respecto a la generación de la opinión pública como resultado de la interacción Estado-comunidad y de la libre circulación de la información en tiempo real (Terrés, 2022).

Es por esto que la denominada web 2.0 adquiere vital importancia en la vida diaria de las personas sin importar su nacionalidad o ubicación geográfica. De esta manera, en materia de política exterior, la web 2.0 es utilizada por las cancillerías “para incidir en el comportamiento o toma de decisiones de otros gobiernos mediante la movilización de sus ciudadanos o de aquellos grupos cercanos al poder” (Terrés, 2022, p. 99).

Asimismo, Terrés (2022) cita los cambios que las cancillerías toman en cuenta para modernizar la práctica diplomática tradicional y emplear la diplomacia pública 2.0:

- Avances tecnológicos.
- Democratización y cambios políticos y culturales en las sociedades.
- Nuevos actores.
- Globalización y nuevos temas en la agenda.
- Comunicaciones globales: de muchos a muchos.
- Noticias 24/7 en “tiempo real” y al alcance de todos.
- Plenitud de información. (pp. 11-113)

Por otro lado, Rodríguez (2013) sugiere que las nuevas actividades diplomáticas no sólo deben basarse en el uso del internet y el manejo de las redes sociales para difundir mensajes, sino que también es indispensable construir una relación bidireccional, es decir, interactuar con el público y cumplir con la premisa de la diplomacia pública de que todos son emisores y receptores de la información. Sin embargo, se requieren nuevas estrategias que cumplan con las características y el objetivo de las nuevas herramientas digitales de consumo diario.

Aunado a esto, Pamment (2018), señala con precisión que “las prácticas tradicionales conviven y se mezclan con las nuevas; la digitalización no significa una ruptura total con las prácticas antiguas, sino que representa, más bien, una sucesión irregular de eventos de amplio impacto” (p. 57). Por ejemplo, aun cuando la diplomacia tradicional se llevaba a cabo sólo entre Estados y organismos internacionales, actualmente existen otros actores que interactúan con los gobiernos y entre sí influyendo en la creación de la imagen que se desea proyectar de un país y la opinión pública internacional. (Rodríguez, 2015)

Siguiendo a Rodríguez (2013), es esencial hacer mención de que

los objetivos de la diplomacia pública se centran en la influencia sobre los públicos extranjeros mediante estrategias de comunicación, como complemento en general de la política exterior de un país. Por tanto, la clave está en la comunicación ya que está en el centro de las estrategias de diplomacia pública y, en el día de hoy, esa comunicación está íntimamente ligada a los canales digitales, sin olvidar los tradicionales de prensa, radio y televisión. (p. 70)

4.2. Contexto histórico de la diplomacia pública de Estados Unidos

La diplomacia pública se ha configurado como una herramienta fundamental de proyección internacional que ha evolucionado respondiendo a las reconfiguraciones de las relaciones de poder, las dinámicas mediáticas y a las formas de interacción social de las audiencias y, comprender el

desarrollo histórico de la diplomacia pública, es de vital importancia para identificar su función, objetivo y alcance en la estructura de la política exterior 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, 2009). Ejemplo de ello es el uso de la diplomacia cultural que combina estrategias de poder blando, persuasión simbólica y comunicación estratégica para fortalecer la imagen y los intereses de Estados Unidos en el exterior (Cull, 2008; Nye, 2008).

La diplomacia cultural ha sido uno de los componentes más emblemáticos y perdurables de la estrategia de diplomacia pública estadounidense. Desde mediados del siglo XX, programas como *Fulbright* se convirtieron en una herramienta de *soft power* al promover intercambios académicos, becas y movilidad internacional, fomentando así la creación de redes transnacionales de conocimiento y entendimiento mutuo (Bettie, 2015). La lógica detrás de este instrumento no se limita a la difusión de la cultura estadounidense, sino que busca construir capital relacional, generar confianza a largo plazo y consolidar espacios de diálogo intercultural (Snow, 2020; Cull, 2008).

Además de *Fulbright*, los programas de *Educational and Cultural Affairs (ECA)* del Departamento de Estado incluyen becas, visitas de líderes internacionales, programas de intercambio estudiantil y académico y residencias artísticas y científicas. Estas iniciativas responden a la idea de que la credibilidad y la atracción cultural constituyen formas de poder capaces de sostener alianzas y ampliar la influencia sin recurrir a la coerción (Nye, 2004). El énfasis en la educación y la cultura ha permitido a EE. UU. proyectar una narrativa de apertura, innovación y liderazgo intelectual, generando comunidades internacionales con afinidades culturales y políticas.

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, en cuestión del uso de los medios de comunicación como estrategia de la diplomacia pública estadounidense, antes de mediados de la década de 1990, esta estrategia se enfocó hacia el Medio Oriente a través de 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, 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).

Por su parte, la etapa post-Guerra Fría combinó reformas de gestión, nuevos énfasis temáticos (democracia, derechos, desarrollo) y, tras 11-S, un fuerte impulso a la estrategia comunicativa y la coordinación interagencial para enfrentar narrativas extremistas y crisis reputacionales (Zaharna, s. f.; Cull, 2013). De esta manera, cuando surgieron los atentados de Al Qaeda, “demostraron a los EE.UU 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 ha sufrido un replanteamiento organizacional cuando la USIA fue suprimida y sus funciones se integraron al Departamento de Estado y al mismo tiempo se creó la figura del *Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs*. El Departamento de Estado se encarga de publicar información relevante sobre sus propias actividades mediante redes sociales como X, 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).

4.3. El papel de las instituciones gubernamentales estadounidenses en las redes sociales

En el siglo XXI, la diplomacia pública de Estados Unidos ha incorporado de manera estratégica plataformas digitales y redes sociales como parte fundamental de su infraestructura comunicativa internacional. En este proceso, las instituciones gubernamentales (específicamente la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores y el Departamento de Estado) desempeñan un rol imprescindible en el diseño, implementación y difusión de narrativas que buscan influir en percepciones globales, posicionar valores democráticos y proyectar legitimidad internacional (Bjola y Holmes, 2015; Pamment, 2013).

La Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores es la unidad responsable de coordinar todas las actividades de diplomacia pública del gobierno de Estados Unidos. Su creación se formalizó en 1999 tras la integración de la *United States Information Agency (USIA)* al Departamento de Estado, con el objetivo de centralizar la estrategia comunicativa internacional y alinear los esfuerzos de información, diplomacia cultural y relaciones públicas con la política exterior del país (U.S. Department of State, Office of the Historian, s. f.; ACPD, 2023). Entre sus funciones principales se encuentran: definir las estrategias globales de comunicación pública, coordinar las acciones de las embajadas y consulados en materia de información y comunicación digital, supervisar los programas de diplomacia cultural y educativa, incluidos Fulbright y ECA, dirigir esfuerzos de contrarresto de desinformación, narrativas extremistas y campañas de propaganda extranjera e impulsar la innovación digital y la adopción de plataformas tecnológicas en la diplomacia pública.

De este modo, la Subsecretaría actúa como órgano articulador entre la estrategia de política exterior y la proyección comunicativa internacional, lo que implica trabajar de manera coordinada con la Casa Blanca, el Pentágono, la USAID y diversas agencias especializadas (Cull, 2008; ACPD,

2023) y así, las redes sociales se han convertido en plataformas diplomáticas complementarias a los canales tradicionales.

En este contexto, la cuenta oficial en X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores, constituye uno de los principales canales de comunicación directa con audiencias internacionales y se ha convertido en un espacio privilegiado para observar cómo se articulan discursos, narrativas y marcos discursivos que reflejan los intereses estratégicos de la política exterior estadounidense. Si en la Guerra Fría el gobierno estadounidense utilizaba emisoras como *Voice of America* para transmitir mensajes unidireccionales, en la actualidad la Subsecretaría emplea X para establecer un diálogo interactivo, generar retroalimentación y posicionar narrativas en tiempo real (Manor, 2019).

En este marco institucional, la cuenta oficial de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores en X representa un canal privilegiado para el estudio empírico de la estrategia comunicativa digital de Estados Unidos y por su carácter oficial, su frecuencia de publicación y su alcance global la convierten en un corpus particularmente adecuado para el análisis de marcos discursivos, permitiendo identificar patrones temáticos, estrategias retóricas y modos de interacción con públicos extranjeros (Nye, 2008; Bjola y Holmes, 2015; Manor, 2019).

CAPÍTULO V. MARCOS DISCURSIVOS: EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

5.1. La relación entre la diplomacia pública y la 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, 2015).

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, 2013).

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.

Tabla 5.1.

Orientaciones teóricas del proceso de comunicación

Teoría/Modelo	Enfoque	Autor
Teoría del encuadre (<i>framing</i>)	Explica cómo se construyen los encuadres, cómo se manifiestan en los mensajes y de qué manera influyen en el pensamiento de los públicos.	(Entman, 1993)
Teoría de la <i>Agenda Setting</i>	Analiza la cantidad de atención que ha recibido el acontecimiento o sus atributos por parte de los medios y el tiempo de exposición al que se ha visto sometido el individuo.	(McCombs y Shaw, 1972)
Teoría de la <i>Agenda Melding</i>	Proceso que conduce a los individuos a buscar y mezclar las agendas originadas en distintos medios de comunicación	(Shaw y Colistra, 2008)

	adaptándolas a sus preferencias y conocimientos individuales.
Modelo de Probabilidad de Elaboración	Explica los procesos persuasivos (Petty y Cacioppo, 1981) y distingue dos rutas de procesamiento de los mensajes: la ruta central y la ruta periférica.
Paradigma de Lasswell	Explica las fases de la comunicación respondiendo a las preguntas de: ¿Quién? El comunicador ¿Qué? Mensaje ¿Por qué? Canal ¿A quién? Audiencias ¿Con qué? Efectos

Nota. Elaboración propia

En la tabla 5.1 se muestran algunas de las teorías y modelos que dan explicación al proceso de comunicación, al tratamiento de los mensajes y a la percepción del público.

Conviene señalar, que dentro del proceso de comunicación, el Paradigma de Lasswell (1948) es aceptado por los medios de comunicación y aplicado para estudios de opinión pública y para estudios políticos y sociales (López-López, Castro y Oñate, 2020). Lasswell (1948) sostiene que el proceso comunicativo debe cumplir con las siguientes fases o elementos:

1. ¿Quién? El comunicador (análisis de control).
2. ¿Qué? Mensaje (análisis de contenido).
3. ¿Por qué? Canal (análisis de medio).
4. ¿A quién? Audiencias (análisis de audiencias).
5. ¿Con qué...? Efectos (análisis de consecuencias). (p. 23)

5.2. Tratamiento del mensaje: Teoría del framing

Desde la perspectiva de la comunicación, el *framing* analiza cómo la forma de los mensajes comunicativos repercute en la percepción y conductas de los individuos y también la forma en que

los medios promueven los temas que tratan (Scheufele y Tewksbury, 2007). Siguiendo a Entman (1993), encuadrar significa seleccionar algunos aspectos de lo que se percibe de la realidad y hacerlos más destacados en un texto comunicativo, “de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir” (Entman, 1993, p. 52).

En este contexto, es de suma importancia señalar el significado de *frames*. Según Aruguete (2011, p. 70) son herramientas que al transmitir información, exponen ciertas particularidades que al ser percibidas por los individuos, terminan transformando la forma de pensar del público sobre el tema en cuestión. Asimismo, el *frame*, facilita la comprensión de los mensajes que contiene, recordándole al receptor que los aspectos presentados están conectados de alguna manera y que los que se excluyen del encuadre deben ser ignorados (Ardèvol-Abreu, 2015).

En resumen, el *framing* se centra en la medida en que la estructura y conexión de los conceptos presentes en un mensaje influyen en la generación de la opinión pública y por tanto en las actitudes y cambios del individuo (Zhou y Moy, 2007, p.80).

Tomando en cuenta que la diplomacia pública se refiere a las actividades de un gobierno o entidad diplomática que buscan influir en la opinión pública extranjera a través de diversos medios de comunicación, incluidos los canales digitales como X, se considera oportuno analizar la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos empleando la teoría del *framing* de Entman (1993) para identificar los marcos discursivos mediante un análisis de contenido de los mensajes emitidos específicamente por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos a través de X.

El *framing* se centra en cómo los medios de comunicación y los emisores de mensajes estructuran la información para influir en la percepción de los receptores. Según Entman (1993), los

encuadres (*frames*) son seleccionados para destacar ciertos aspectos de un evento o problema mientras minimizan o descartan otros, lo que moldea la interpretación y las actitudes del público hacia ese evento o problema. Entman, además, destaca cuatro funciones principales de los encuadres:

- **Temas** que se están mencionando en el mensaje
- **Actores** que están participando en el mensaje
- **Rol de los actores** en el mensaje
- **Atribución de responsabilidad** de los actores en el mensaje
- **Evaluación moral** (en favor o en contra de la temática del mensaje)
- **Beneficios o riesgos** del tratamiento del tema
- **Postura** para remediarlo

Al tratar estos elementos que componen un encuadre como las variables de este estudio, se permitirá identificar los marcos discursivos predominantes en los mensajes de diplomacia pública estadounidense y entender cómo Estados Unidos estructura y transmite su política exterior mediante esta plataforma a través de un análisis de contenido de los mensajes en X emitidos por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Dicho esto, en el contexto de la diplomacia pública, el *framing* puede ser utilizado para identificar los tipos de marcos discursivos que Estados Unidos utiliza para promover la imagen del país, definir problemas internacionales, sugerir soluciones y principios, etc.

Cabe destacar que el presente estudio está orientado a determinar el tratamiento del mensaje, que si bien el *framing* se utiliza para identificar temas, esta investigación no se reduce sola y exclusivamente en la identificación de los temas, sino que se descifrará de una manera más

profunda el tratamiento de los mensajes emitidos por Estados Unidos y a qué se hace alusión cuando se habla de ellos.

A continuación, se muestra un ejemplo sobre cómo podría construirse un encuadre aplicando las variables anteriormente mencionadas para determinar la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos:

Tabla 5.2.

Ejemplo de un marco discursivo compuesto por las variables

Variable	Descripción
Mensaje	“Nuestro país se compromete a apoyar a las comunidades afectadas por el cambio climático en América Latina a través de proyectos de energía renovable y asistencia técnica”
Temas mencionados	Cambio climático, cooperación internacional, energía renovable.
Actores que participan	Estados Unidos, América Latina, Organizaciones Internacionales.
Rol de los actores en el mensaje	Estados Unidos como proveedor de apoyo y asistencia y América Latina como beneficiaria de la ayuda.
Atribución de responsabilidad	La responsabilidad se atribuye implícitamente al cambio climático global, sobre el cual Estados Unidos propone una acción colaborativa para mitigar los efectos.
Evaluación moral	En favor de la temática: el mensaje promueve una acción positiva y ética, destacando el compromiso de Estados Unidos con la cooperación internacional y el bienestar de las comunidades afectadas por el cambio climático.

Beneficios o riesgos del tratamiento del tema	Beneficios: La colaboración en proyectos de energía renovable contribuye a mitigar el cambio climático y mejora las condiciones de vida en las comunidades afectadas. Riesgos: El tratamiento podría ser percibido como una forma de falta de respeto por la soberanía de los países receptores y podría haber dudas sobre la efectividad de la ayuda proporcionada.
Postura para remediarlo	El mensaje refleja una postura proactiva para remediar el cambio climático en América Latina a través de proyectos concretos de energía renovable y asistencia técnica.

Nota. Elaboración propia

Para fundamentar teóricamente el uso del *framing* en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos, es útil hacer referencia a estudios previos que han utilizado este enfoque en contextos similares. Por ejemplo, Entman (1993) describe cómo los medios de comunicación seleccionan ciertos aspectos de una noticia y los destacan para influir en la percepción pública. Este trabajo proporciona una base sólida para el análisis de los marcos discursivos en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos.

Por otro lado, Severin & Tankard (2013) en su libro sobre *Communication Theories*, los autores exploran cómo las teorías del *framing* pueden aplicarse en la investigación de los medios y la comunicación política. Este estudio es relevante porque aborda cómo los medios en general, y las plataformas como X en particular, pueden enmarcar los mensajes de manera estratégica.

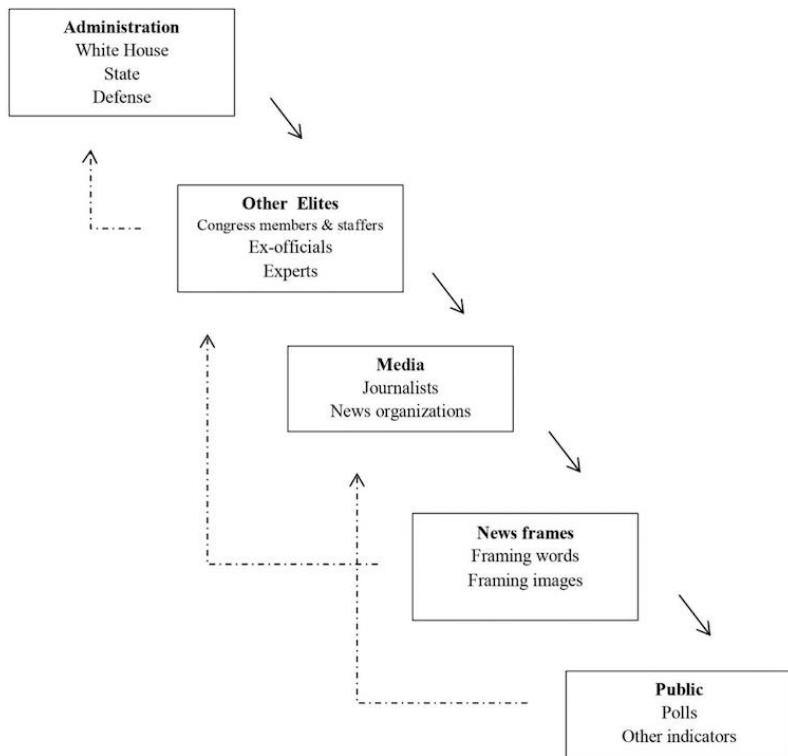
Asimismo, Aday et al. (2012) se centra en cómo los gobiernos utilizan las plataformas de redes sociales para la diplomacia pública, con énfasis en las formas en que las narrativas se construyen en torno a los temas internacionales, utilizando el enfoque del *framing*.

Otro estudio relevante es el de Caliendo (2017) donde examina cómo la diplomacia pública de Estados Unidos ha utilizado las redes sociales y cómo los marcos discursivos se han empleado para presentar la política exterior y las relaciones internacionales de manera que favorezcan la imagen pública de Estados Unidos.

Este enfoque teórico, combinado con el análisis de contenido, proporciona un marco robusto para analizar cómo los mensajes emitidos por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores de Estados Unidos en X contribuyen a la construcción de la narrativa de diplomacia pública de Estados Unidos y pueden moldear la manera en que se interpretan los problemas, las soluciones propuestas y los valores defendidos, lo que, a su vez, impacta la diplomacia pública de Estados Unidos y la opinión pública internacional.

Figura 5.1.

Modelo de Activación en Cascada



Nota. Modelo de Activación en Cascada (Entman, 1993).

En la Figura 5.1 se describe cómo los marcos discursivos (*frames*) se difunden desde las élites políticas hacia el público a través de los medios de comunicación moldeando la percepción y la opinión pública.

5.3. Efecto mediático

El efecto mediático se refiere al impacto de los mensajes transmitidos en los medios de comunicación en cuestión de las percepciones, creencias, comportamientos y actitudes de la audiencia. Así, en el contexto de la comunicación, los efectos varían, dependen del contexto, son acumulativos y dependen de la exposición selectiva y la credibilidad de la fuente (Bryant y Oliver, 2009).

Siguiendo esta idea, los efectos de los medios masivos dependen en gran parte de la frecuencia con la que las diversas audiencias están expuestas a ellos, así como de las necesidades de información y las gratificaciones psicológicas con las que se relaciona el uso de los medios (Liebert y Schwartzberg, 1977, p. 142). Además, según Entman (1989), la influencia de los medios es significativa, pero sólo para dar forma a los problemas que el público considera más importantes (sus agendas).

De acuerdo con Ardèvol-Abreu (2015), “los efectos de agenda vendrían dados por la repetición (en los medios de comunicación) y la accesibilidad (en la psique del receptor)” (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 427). Por tanto, el asunto central de la *Agenda Setting* es la cantidad de atención que ha recibido el acontecimiento o sus atributos por parte de los medios y el tiempo de exposición al que se ha visto sometido el individuo (Ardèvol-Abreu, 2015).

La capacidad de la *Agenda Setting* de los medios de comunicación implica una conexión entre la secuencia temporal de eventos: primero, se produce el reportaje de los medios de comunicación; segundo, las presentaciones influyen en las percepciones de la importancia del problema (Lomax, et al., 1983, p. 17).

Citando a Muñiz, Castillo y Martínez (2021), la Agenda Setting cuenta con tres niveles referentes a la relevancia que toman las agendas, los cuales son:

- **Primer nivel:** Los individuos excluyen de sus conocimientos lo que los medios excluyen de sus contenidos.
- **Segundo nivel:** Según sea la forma en que los medios presentan un tema, cómo lo enfatizan, así la audiencia le atribuirá importancia.
- **Tercer nivel:** Los medios pueden establecer cómo relacionar unos asuntos con otros. (p.234)

Por otro lado, la *Agenda Melding* es considerada una teoría que está relacionada con la *Agenda Setting* pero que va más allá de los atributos que se le asignan a un acontecimiento y la atención que recibe. La *Agenda Melding* explica por qué las personas pueden encontrar unas agendas más relevantes que otras con respecto al grupo del que forman parte. En este contexto, se comparan las agendas personales con una amplia variedad de agendas que van desde los medios de comunicación a otros individuos (Shaw, et. al., 2016).

Con base en la *Agenda Melding*, Paiz (2016, p. 217) sostiene que si bien los medios de comunicación presentan transformaciones significativas, la opinión pública y la comunidad también han cambiado. Las personas participan más y opinan respecto a lo que se les presenta en los medios, sobretodo, cuestionan y no se conforman con la agenda tradicional de un medio, hoy buscan más temas y combinan otros, pero también define su propia agenda. Este proceso se vincula con la Teoría de la Disonancia Social (Shaw, 1962) para tratar de explicar por qué algunas personas pueden adoptar diferentes agendas.

En el contexto de la diplomacia pública, el efecto mediático se vuelve de vital importancia debido a que los discursos diplomáticos a través de canales oficiales de gobierno por plataformas

digitales, buscan persuadir e incidir en la opinión pública internacional, moldear su percepción y recibir la aceptación de la audiencia sobre política exterior (Gilboa, 2008).

5.4. Opinión pública internacional

La opinión pública internacional se define como “el conjunto de valores y legitimidad de las opiniones públicas nacionales hacia las élites políticas internacionales” (Valle de Frutos, 2024). De acuerdo con Eisenstadt y Elman (2020), es el conjunto de percepciones, actitudes y juicios colectivos que un público extranjero mantiene respecto a actores estatales, temas globales y políticas exteriores. La opinión pública internacional se analiza desde la diplomacia pública al destacar la importancia de escuchar e interactuar con el público extranjero y utilizar esa información para incorporarla en el discurso y en la toma de decisiones (Cull, 2019). Ejemplo de ello es a través del uso de las plataformas digitales y las estrategias de diplomacia pública que entrelazan las esferas nacionales con un espacio discursivo global (Eisenstadt y Elman, 2020).

De este modo, la opinión pública internacional adquiere un papel importante debido a que tiene influencia sobre la imagen internacional de los Estados (Holsti, 1996). Así, la diplomacia pública tiene como finalidad incidir en este espacio con estrategias de comunicación y construcción de narrativas para generar credibilidad entre las audiencias extranjeras (Pamment, 2013).

Asimismo, la opinión pública internacional configura una esfera pública interactiva y policéntrica (Risse, 2015). Y, en consecuencia, el estudio de la opinión pública internacional permite comprender la dimensión perceptiva de la diplomacia pública, así como los factores de aceptación o rechazo que enfrentan las políticas exteriores en la arena global. De esta manera, los marcos discursivos operan como herramientas cognitivas que facilitan la aceptación o resistencia frente a los mensajes de un Estado.

En conjunto, este enfoque teórico-metodológico permite vincular la teoría del *framing* con la medición empírica de patrones discursivos, integrando variables como los temas de los mensajes, los actores que participan, su rol, la atribución de responsabilidad que tienen en el mensaje, la evaluación moral, beneficios o riesgos del tema y la postura para remediarlo. Así, la metodología cuantitativa basada en el análisis de contenido de los mensajes emitidos por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores de Estados Unidos, ofrece una vía rigurosa para examinar la estructura estratégica de la diplomacia pública de Estados Unidos, vinculando los procesos comunicativos con sus intenciones persuasivas dentro del sistema internacional.

5.5. Persuasión y cambio de actitudes

El proceso de la persuasión y el cambio de actitudes mantienen un papel imprescindible en la diplomacia pública, ya que “la persuasión es un proceso simbólico en el que los comunicadores intentan convencer a otras personas para que cambien sus actitudes o comportamientos con respecto a un tema mediante la transmisión de un mensaje” (Perloff, 2020). De esta manera, dentro de la estrategia de diplomacia pública de los Estados se tiene que considerar que los mensajes estén estructurados para modelar percepciones, reforzar narrativas y favorecer la aceptación de sus decisiones y su política exterior por parte del público.

De este modo, al tratarse de una estrategia de diplomacia pública, se deben considerar elementos como la credibilidad percibida de quien emite el mensaje, la consistencia en la narrativa y cómo se ajusta a las características del público objetivo. Así, la alineación de estos elementos se encuentran directamente relacionados con la receptividad de la audiencia (McGuire, 1985). Por su parte, el cambio de actitudes ocurre cuando la argumentación sólida se combina con una conexión simbólica y emocional efectiva (Petty, Wegener y Fabrigar, 1997).

Por esto, en el presente estudio, con el propósito de enriquecer los hallazgos cuantitativos obtenidos mediante el análisis de contenido de los mensajes emitidos por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores de Estados Unidos para determinar los marcos discursivos, esta investigación integra una fase cualitativa complementaria basada en entrevistas a profundidad. Estas entrevistas fueron realizadas a expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia, así como en Comunicación Internacional y Opinión Pública, con el objetivo de analizar las estrategias discursivas identificadas en la etapa cuantitativa y valorar su potencial persuasivo dentro de la diplomacia pública estadounidense. Esta aproximación cualitativa permitió contextualizar los marcos encontrados, explorar sus implicaciones cognitivas y simbólicas y contrastar la intencionalidad comunicativa con las interpretaciones expertas sobre su recepción.

Desde un enfoque mixto de complementariedad (Greene, Caracelli y Graham, 1989), la integración de ambas fases permite enriquecer la comprensión del fenómeno persuasivo, vinculando la determinación de los patrones discursivos con la interpretación experta de su eficacia comunicativa. Así, los resultados cualitativos aportan profundidad explicativa al análisis cuantitativo, al esclarecer cómo los marcos discursivos pueden influir en los procesos de percepción, construcción de imagen y aceptación internacional de la política exterior estadounidense.

En resumen, la persuasión y el cambio de actitudes en diplomacia pública operan tanto en el plano discursivo como en el cognitivo, y su estudio desde un diseño mixto secuencial posibilita una comprensión más integral de cómo los mensajes digitales de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores de Estados Unidos se insertan en estrategias destinadas a configurar percepciones globales y fortalecer el poder comunicativo del país.

Dentro del contexto del convencimiento, de la generación de nuevas ideas y para comprender la eficacia persuasiva de los mensajes emitidos por canales oficiales de gobierno, es

esencial señalar el Modelo de Probabilidad de Elaboración también conocido como *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion* propuesto por Petty y Cacioppo (1981). El estudio de la persuasión y el cambio de actitudes, apoyado en este Modelo, contribuye a explicar cómo las audiencias procesan la información según su grado de involucramiento y motivación cognitiva.

Este modelo sostiene que la persuasión puede ocurrir cuando el pensamiento es de alto o bajo esfuerzo, pero los procesos y las consecuencias de la persuasión son diferentes en cada situación (Petty y Cacioppo, 2009, p. 132). En la persuasión, si el proceso cognitivo es de alto esfuerzo después de exponerse a un mensaje, se habla de la ruta central y si el proceso cognitivo es bajo, hace alusión a la ruta periférica (Petty, Wegener y Fabrigar, 1997, p. 616). Es decir, si el mensaje trata sobre un tema relevante para la persona, procesará los argumentos presentados sistemática, intensa y cuidadosamente (vía ruta central). Sin embargo, cuando el mensaje es un tema de poco interés, el individuo no será tan cuidadoso y sistemático en el procesamiento del mensaje (ruta periférica) (Igartua, 2011).

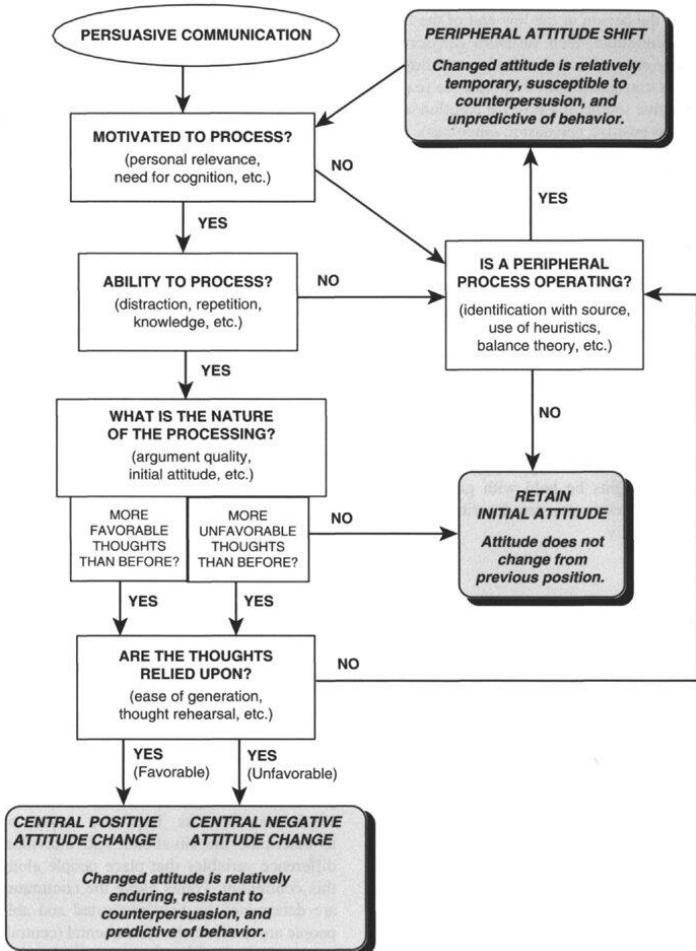
Petty y Cacioppo (2009) explican que la ruta central implica una actividad cognitiva esforzada en la que la persona se basa en la experiencia y el conocimiento previos para examinar cuidadosamente toda la información relevante para determinar los méritos centrales de la posición defendida. En esta ruta, una vez que las personas tienen pensamientos sobre el mensaje, el paso final consiste en integrar los nuevos pensamientos en la estructura cognitiva general. Por otro lado, la ruta periférica supone que el cambio de actitud no siempre requiere una evaluación esforzada de la información presentada por los medios de comunicación u otras fuentes.

Martínez, Monge y Valdunquillo (2012) sostienen que los cambios de actitudes que resultan del procesamiento de un mensaje persuasivo mediante la ruta central, son más duraderos y resistentes a ideas diferentes. En cambio, los cambios de actitudes mediante la ruta periférica,

debido a la falta de motivación del individuo para procesar el mensaje, son menos duraderos y menos resistentes a ideas contrarias.

Figura 5.2.

Modelo de Probabilidad de Elaboración



Nota. Modelo de Probabilidad de Elaboración. (Petty y Cacioppo, 2009).

En la Figura 5.2 se muestra una representación esquemática del Modelo de Probabilidad de Elaboración. La figura muestra los posibles resultados después de la exposición a una comunicación persuasiva para personas que siguen rutas centrales y periféricas para el cambio de actitud y los recuadros indican los roles que las variables pueden desempeñar en el proceso de persuasión (Petty y Cacioppo, 2009).

CAPÍTULO VI. PRIMER ESTUDIO: COMPROBACIÓN CUANTITATIVA

6.1 Introducción

El presente estudio se estructura en dos fases metodológicas: una cuantitativa y una cualitativa. En este capítulo, se describirá la fase cuantitativa, cuyo objetivo es determinar los marcos discursivos de la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

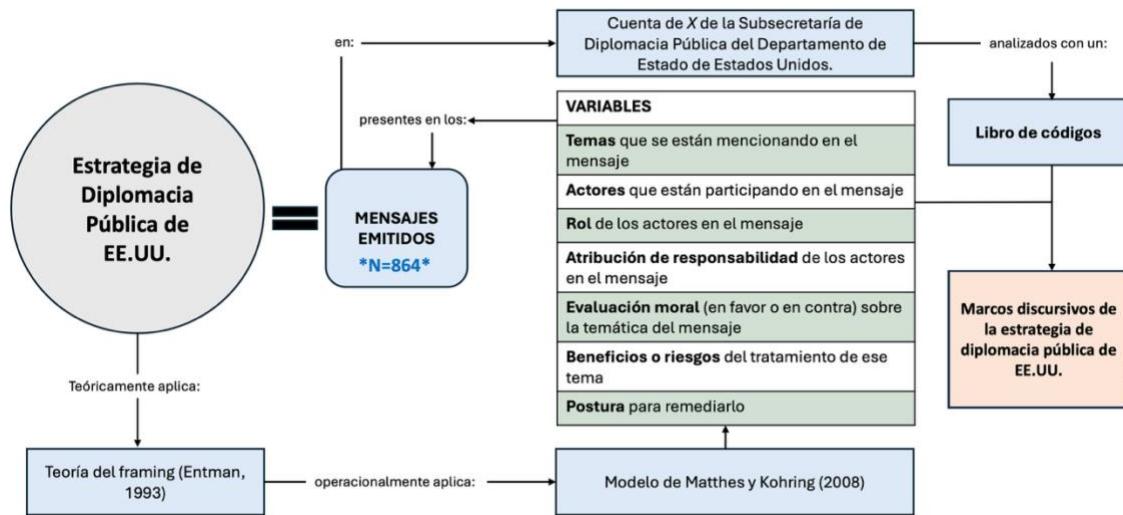
La base epistemológica que sustenta esta fase es el postpositivismo, ya que, de acuerdo con Creswell (2023), los problemas estudiados por los postpositivistas reflejan la necesidad de identificar y evaluar las causas que influyen en los resultados y se determinan los diversos factores que se involucran en el fenómeno de estudio, sean éstos causales, mediadores o moderadores (Field, 2009).

Este estudio se basa metodológicamente en un análisis de contenido, ya que, para identificar los marcos discursivos de manera inductiva, existen cinco formas de esta técnica: el hermenéutico, el lingüístico, el holístico manual, el asistido por computadora y el análisis de conglomerados. En este caso, el último puede ser empleado cuantitativamente para encontrar marcos discursivos que permitan que el estudio pueda ser replicado, ya que evita sesgos personales que pueden surgir con las primeras tres formas que son cualitativas, mientras que el asistido por computadora suele detectar más temas que encuadres (Matthes & Kohring, 2008). Dentro del análisis de conglomerados se determinan 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 & Kohring, 2008).

En este estudio cuantitativo, el análisis se conforma de la siguiente manera:

Figura 6.1.

Modelo del proceso metodológico cuantitativo



Nota. Elaboración propia.

En la figura 6.1 se detalla gráficamente cómo se analizó esta fase cuantitativa. Desde la visión del presente estudio, la diplomacia pública de Estados Unidos se materializa como estrategia a través de los mensajes emitidos en la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos. En estos mensajes se encuentran presentes las variables que son sustentadas teóricamente por la Teoría del *framing* (1993) y operacionalmente por el Modelo de Matthes y Kohring (2008). Según éstas teorías, las variables que se identifican en un mensaje son los temas que se mencionan en el mensaje, los actores que participan en el mensaje, el rol de los actores en el mensaje, la evaluación moral sobre la temática del mensaje, los beneficios o riesgos del tratamiento de ese tema y la postura para remediarlo. Estas variables se analizan con un libro de códigos y se agrupan en éste (Entman, 1993; Matthes y Kohring, 2008). Al mismo tiempo, estas variables en su conjunto conforman los marcos

discursivos de la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos, lo que ayuda a cumplir con el objetivo general de esta investigación.

6.2. Aproximación teórica o pertinencia de las variables

Para la elaboración del instrumento cuantitativo, se consideraron como base estudios previos relacionados con la medición de encuadres (marcos discursivos) mediáticos sobre el tema de la biotecnología mediante el análisis de conglomerados de elementos del encuadre definidos operativamente (Matthes & Kohring, 2008); con la construcción de la agenda internacional y la construcción del encuadre como una actividad estratégica central de los procesos de diplomacia pública (Sheafer & Gabay, 2009); con la aplicación del análisis de contenido para determinar la asociación de los medios patrocinados por el Estado y la creación de agenda con la cobertura de noticias en Taiwán y Singapur (Zhang, Khalitova, Myslik, et. al., 2018); y con el análisis de la influencia en la agenda periodística internacional, los encuadres noticiosos y los comentarios de ciudadanos extranjeros en medios de comunicación. (Yi Xu, 2021).

Tabla 6.1

Validez de las variables de acuerdo con estudios previos

Estudios	Variables						Postura para remediarlo
	Temas	Actores	Rol	Atribución de responsabilidad	Evaluación moral	Beneficios o riesgos	
1. Entman (1991)				★	★		
2. Matthes & Kohring (2002)	★	★			★		
3. Frenslay (2006)					★		
4. Matthes & Kohring (2008)	★	★	★	★	★	★	★
5. Sheafer & Gabay (2009)	★	★	★	★	★	★	★
6. Azpíroz (2013)	★						★
7. Park & Lim (2014)	★						
8. Peris (2018)	★			★	★		
9. Zhang, Khalitova, Myslik, et. al (2018).	★	★	★	★	★	★	★
10. Pérez (2019)				★	★		★
11. Huang & Wang (2019)		★					
12. Collins, Dewitt & Lefebvre (2019)	★	★					
13. Sarvestania, Amelib & Izadia (2019)		★					
14. Xi Yu (2021)	★	★	★	★	★	★	★

Nota. Elaboración propia

En la tabla 6.1 se puntuilan los autores que han utilizado las variables aplicables en la presente investigación. En estos estudios previos se han aplicado análisis de contenido, se han identificado marcos discursivos y se ha medido la diplomacia pública y la influencia de ésta en la audiencia a través de medios de comunicación. Lo que respalda el uso de las variables aplicadas en el presente estudio.

Tabla 6.2

Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<i>Definición del problema</i>	Se identifica lo que se considera un problema y determinar la naturaleza del problema.	-Temas	<ul style="list-style-type: none"> -La importancia de la enseñanza del inglés a jóvenes de otros países. -Apoyo de becas para intercambios académicos y culturales. -Visita de estudiantes extranjeros en las escuelas de E.U.A. -Cursos y talleres de líderes de otros países en E.U.A. -Manejo de la diplomacia deportiva, culinaria y de música como puente de conexión entre E.U.A. y otros países. -Estudiantes -Académicos -Líderes internacionales -Artistas

		-Actores	
Atribución causal	Se identifican las fuerzas causales que contribuyen al problema definido.	<ul style="list-style-type: none"> -Riesgos -Beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> -Choque cultural. -Enriquecimiento cultural. -Proyección de una buena imagen de E.U.A.
Atribución de responsabilidad	Hacia quién va dirigido el riesgo	<ul style="list-style-type: none"> -Atribución de riesgo -Atribución de beneficio -Juicio positivo -Juicio negativo 	<ul style="list-style-type: none"> -Gobiernos -Estados -Empresas -Organizaciones internacionales -Gobiernos -Estados -Empresas -Organizaciones internacionales -El tema es bueno o adecuado -Se está a favor del tema -Se propone apoyar dicho tema -Se exponen razones por el que el tema abordado es malo o defectuoso -Se menciona estar en contra del tema abordado -Se propone rechazar dicho tema.
Tratamiento o remedio sugerido	Se proponen soluciones y se predicen sus efectos positivos o negativos.	-Postura	<ul style="list-style-type: none"> -Se abordan problemas y/o soluciones asociadas al tema. -Se mencionan propuestas acerca del tema.

			<ul style="list-style-type: none"> -Se enfatiza el desacuerdo entre actores acerca del tema. -Se explican las implicaciones o impactos del tema en personas comunes. -Se enfatiza el debate entre actores políticos acerca del tema. <p>-Remedio</p> <ul style="list-style-type: none"> -Establecer programas culturales para proteger y preservar los sitios arqueológicos. -Establecer acuerdos bilaterales para defender el libre periodismo. -Combatir la manipulación de la información. -Llevar a cabo actividades que conecten diferentes culturas.
--	--	--	--

Nota. Elaboración propia.

La tabla 6.2 muestra la operacionalización de las variables considerando el Modelo de Matthes y Kohring (2008).

Conviene resaltar que en este estudio resulta oportuno analizar la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos empleando la teoría del *framing* de Entman (1993) para identificar los marcos discursivos mediante un análisis de contenido de los mensajes emitidos específicamente por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos a través de X, ya que la diplomacia pública se refiere a las actividades de un gobierno o entidad diplomática que buscan influir en la opinión pública extranjera a través de diversos medios de comunicación, incluidos los canales digitales como X.

Cabe recalcar que el *framing* se centra en cómo los medios de comunicación y los emisores de mensajes estructuran la información para influir en la percepción de los receptores. Según Entman (1993), los encuadres (*frames*) son seleccionados para destacar ciertos aspectos de un evento o problema mientras minimizan o descartan otros, lo que moldea la interpretación y las actitudes del público hacia ese evento o problema. Entman, además, destaca cuatro funciones principales de los marcos discursivos (encuadres):

- **Temas** que se están mencionando en el mensaje
- **Actores** que están participando en el mensaje
- **Rol de los actores** en el mensaje
- **Atribución de responsabilidad** de los actores en el mensaje
- **Evaluación moral** (en favor o en contra de la temática del mensaje)
- **Beneficios o riesgos** del tratamiento del tema
- **Postura** para remediarlo

Al tratar estos elementos que componen un encuadre como las variables de este estudio, se permitirá identificar los marcos discursivos predominantes en los mensajes de diplomacia pública estadounidense y entender cómo Estados Unidos estructura y transmite su política exterior mediante esta plataforma a través de un análisis de contenido de los mensajes en X emitidos por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Dicho esto, en el contexto de la diplomacia pública, el *framing* puede ser utilizado para identificar los tipos de marcos discursivos que Estados Unidos utiliza para promover la imagen del país, definir problemas internacionales, sugerir soluciones y principios, etc.

Es preciso mencionar que el presente estudio está orientado a determinar el tratamiento del mensaje, que si bien el *framing* se utiliza para identificar temas, esta investigación no se reduce

sola y exclusivamente en la identificación de los temas, sino que se descifrará de una manera más profunda el tratamiento de los mensajes emitidos por Estados Unidos y a qué se hace alusión cuando se habla de ellos.

6.3 Diseño del estudio (método)

Para este estudio se utilizó un diseño de investigación mixta secuencial explicativa que implicó recopilar datos cuantitativos primero y luego explicar los resultados cuantitativos con un seguimiento a profundidad de datos cualitativos. En la primera fase cuantitativa del estudio, se recopilaron datos de un análisis de contenido de las publicaciones emitidas por la cuenta oficial de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos para encontrar cómo es esa estrategia, es decir, 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 los marcos discursivos en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Para esta primera parte del estudio, se realizó un análisis de contenido de las publicaciones emitidas por la cuenta oficial de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos. Para la codificación de estos mensajes y la captura de datos, se siguieron los siguientes pasos:

1.- Capacitación a los codificadores. Se les explicó a los participantes (codificadores) el contexto en que se está desarrollando esta investigación y posteriormente se presentó el libro de códigos, el cual se leyó punto por punto para comenzar a codificar de manera grupal.

2.- Prueba piloto. Cada participante codificó publicaciones de la cuenta oficial de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos que no forman parte de la muestra del estudio con la intención de que se familiarizaran con el formato y se practicara el traslado de los resultados a una hoja de cálculo para evaluar la fiabilidad intercodificador de todas las variables.

3.- Ajustes al libro de códigos. A partir de las dudas y comentarios que surgieron durante la capacitación con algunos ítems, se modificó y se explicó nuevamente lo necesario.

4.- Codificación. Los codificadores analizaron todos los ítems de la muestra y los resultados se transcribieron a hojas de cálculo.

En este apartado se plantean las preguntas de investigación que guían esta fase cuantitativa. Después de una revisión de estudios previos, no hay investigaciones que documente el tratamiento del mensaje como una estrategia de la diplomacia pública en general de Estados Unidos y estos estudios parten de un acontecimiento histórico y su difusión hacia el público a través de la prensa. Lo cual, podría sugerir que realmente el estudio de la diplomacia pública se ha enfocado más en analizar un encuadre de un encuadre ya construido por un tercero (prensa). Y en cuanto al análisis y medición de la diplomacia pública a través de las redes sociales, no se ha encontrado evidencia que lo analice desde una red social manejada directamente por un Jefe de Estado. Por consiguiente, se consideró apropiado identificar inductivamente los marcos discursivos. De esta manera, siguiendo el objetivo principal del presente capítulo que es determinar los marcos discursivos de la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

PI1. ¿Cómo se define el problema dentro del *corpus* de los mensajes de la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos durante el gobierno de Joe Biden?

PI2. ¿A quién o qué se atribuye la causa del problema dentro del *corpus* de los mensajes de la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos durante el gobierno de Joe Biden?

PI3. ¿Qué juicios morales predominan en el *corpus* de los mensajes de la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos durante el gobierno de Joe Biden?

PI4. ¿Qué remedio o tratamiento para el problema se sugiere en el *corpus* de los mensajes de la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos durante el gobierno de Joe Biden?

y la pregunta de investigación 5 (**PI5**) se refiere a los marcos discursivos conformados por los conglomerados de elementos de encuadres:

PI5. ¿Qué marcos discursivos específicos pueden detectarse inductivamente en el *corpus* de los mensajes de la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos (periodo de enero de 2021 a septiembre de 2024).

6.4. Instrumento cuantitativo

Para la realización de este análisis de contenido, se creó un instrumento denominado libro de códigos que permite analizar las publicaciones emitidas por la cuenta oficial de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos. Este libro de códigos se integró en diferentes apartados agrupando las variables que permiten la identificación de los elementos a analizar dentro de las publicaciones.

Tabla 6.3*Composición del libro de códigos*

Variable	Componentes
1.- Datos de identificación básicos	1.1 Número de folio 1.2 Fecha del post 1.3 Codificador
2.- Importancia del post	2.1.- Acompañamiento de una fotografía. 2.2.- Acompañamiento de un video. 2.3.- Presencia de contenido de webs o noticias incrustado en el post. 2.4.- En el texto se etiqueta a otros contactos o usuarios de la red social. 2.5.- En el texto se utilizan Hashtags. 2.6.- Número de veces que el post ha recibido <i>likes</i> o ha sido marcado como favorito. 2.7.- Número de veces que el post ha sido compartido. 2.8.- Número de veces que el post ha sido comentado. 2.9.- Número total de palabras del post.
3.- Contenido temático de los posts.	3.1.- Relaciones Exteriores 3.2.- Educación 3.3.- Preservación cultural 3.4.- Arte y cultura 3.5.- Promoción Nacional 3.6.- Grupos vulnerables 3.7.- Infancia y juventud 3.8.- Empleo y desempleo 3.9.- Desinformación 3.10.- Salud Pública 3.11.- Género 3.12.- Deportes 3.13.- Otro 3.14.- Tema en específico
4.- Marcos discursivos sobre los posts de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del	4.1 Definición del problema (tema). Se habla en el post sobre... 4.1.1. La importancia de la enseñanza del inglés a jóvenes de otros países.

Departamento de Estado de E.U.A. (Matthes & Kohring, 2008).	<p>4.1.2. Apoyo de becas para intercambios académicos y culturales. 4.1.3. Visita de estudiantes extranjeros en las escuelas de E.U.A. 4.1.4. Cursos y talleres de líderes de otros países en E.U.A. 4.1.5. Manejo de la diplomacia deportiva, culinaria y de música como puente de conexión entre E.U.A. y otros países. 4.1.6. Estrategias de comunicación para erradicar la desinformación y manipulación de la información.</p>
	<p>4.2 Definición del problema (actor). Se menciona en el post a...</p> <p>4.2.1 Gobernantes 4.2.2 Estudiantes 4.2.3 Académicos 4.2.4 Científicos 4.2.5 Organizaciones internacionales 4.2.6 Empresas 4.2.7 Líderes internacionales 4.2.8 Artistas 4.2.9 Políticos 4.2.10 Congreso 4.2.11 Celebridades 4.2.12 Embajador/a 4.2.13 Otro 4.2.14 ¿Quién?</p>
	<p>4.3 Atribución de las causas (riesgos). En el post se atribuye a... algún daño o perjuicio.</p> <p>4.3.1 Gobernantes 4.3.2 Estudiantes 4.3.3 Académicos 4.3.4 Científicos 4.3.5 Organizaciones internacionales 4.3.6 Empresas 4.3.7 Líderes internacionales 4.3.8 Artistas 4.3.9 Políticos 4.3.10 Congreso 4.3.11 Celebridades 4.3.12 Embajador/a 4.3.13 Otro</p>

	<p>4.3.14 ¿Quién?</p> <p>4.4 Atribución de las causas (beneficios). En el post se atribuye a... algún beneficio o ayuda.</p> <p>4.4.1 Gobernantes 4.4.2 Estudiantes 4.4.3 Académicos 4.4.4 Científicos 4.4.5 Organizaciones internacionales 4.4.6 Empresas 4.4.7 Líderes internacionales 4.4.8 Artistas 4.4.9 Políticos 4.4.10 Congreso 4.4.11 Celebridades 4.4.12 Embajador/a 4.4.13 Otro 4.4.14 ¿Quién?</p>
	<p>4.5 Evaluación moral (juicio positivo). En el post...</p> <p>4.5.1 El tema es bueno o adecuado. 4.5.2 Se está a favor del tema. 4.5.3 Se propone apoyar dicho tema.</p>
	<p>4.6 Evaluación moral (juicio negativo). En el post...</p> <p>4.6.1 Se exponen razones por el que el tema abordado es malo o defectuoso. 4.6.2 Se menciona estar en contra del tema abordado. 4.6.3 Se propone rechazar dicho tema.</p>
	<p>4.7 Evaluación moral (beneficios). Se sugiere en el post que el tema abordado o acciones asociadas con éste...</p> <p>4.7.1 Mejorarán las relaciones diplomáticas del país con otros. 4.7.2 Mejorarán las relaciones interpersonales de la ciudadanía con el extranjero. 4.7.3 Mejorará la imagen del país. 4.7.4 Aumentará el nivel de conocimiento de otras culturas.</p>

	<p>4.7.5 Habrá más tolerancia y respeto hacia las diferentes culturas y nacionalidades.</p> <p>4.7.6 Habrá más libertad de expresión y cultural.</p> <p>4.7.7 Otro.</p>
	<p>4.8 Evaluación moral (riesgos). Se sugiere en el post que el tema abordado o acciones asociadas con éste...</p> <p>4.8.1 Empeorarán las relaciones diplomáticas del país con otros.</p> <p>4.8.2 Empeorarán las relaciones interpersonales de la ciudadanía con el extranjero.</p> <p>4.8.3 Empeorará la imagen del país.</p> <p>4.8.4 Disminuirá el nivel de conocimiento de otras culturas.</p> <p>4.8.5 Habrá menos tolerancia y respeto hacia las diferentes culturas y nacionalidades.</p> <p>4.8.6 Habrá menos libertad de expresión y cultural.</p> <p>4.8.7 Otro.</p>
	<p>4.9 Tratamiento (postura). En el post...</p> <p>4.9.1 Se abordan problemas y/o soluciones asociadas al tema.</p> <p>4.9.2 Se mencionan propuestas acerca del tema.</p> <p>4.9.3 Se enfatiza el desacuerdo entre actores acerca del tema.</p> <p>4.9.4 Se explican las implicaciones o impactos del tema en personas comunes.</p> <p>4.9.5 Se enfatiza el debate entre actores políticos acerca del tema.</p>
	<p>4.10 Tratamiento (remedio). En el post se alude a alguno de los siguientes...</p> <p>4.10.11 Establecer programas culturales para proteger y preservar los sitios arqueológicos.</p> <p>4.10.12 Establecer acuerdos bilaterales para defender el libre periodismo.</p> <p>4.10.13 Combatir la manipulación de la información</p> <p>4.10.14 Llevar a cabo actividades que conecten diferentes culturas.</p> <p>4.10.15 Otro.</p>

Nota. Elaboración propia.

En la tabla 6.3 se muestra la composición del libro de códigos conformado por las variables y sus componentes que se identificaron en cada una de las publicaciones que se analizaron de la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Para el diseño de este instrumento de investigación, en primer lugar, se hizo una revisión general de la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos. Después, se recopilaron las publicaciones de acuerdo con el periodo de tiempo estipulado para este estudio en hojas de cálculo de Excel, donde se especificaba el número de *post*, el enlace directo a la publicación, el tema del que hablaba y el actor que aparecía en el mensaje. La base de datos que se creó con la captura de la totalidad de publicaciones en el periodo de tiempo establecido sirvió como guía para la elaboración formal de la prueba piloto.

Para la validación del instrumento, en primera instancia se utilizó la prueba piloto mencionada anteriormente y fue enviada a los codificadores para capturar los elementos del mensaje. Este ejercicio aportó para que se modificara la forma del instrumento, se agregaron actores y temas que no se habían contemplado y se añadieron algunos puntos en el apartado de importancia del *post*.

El instrumento de medición fue elaborado analizando la presencia o ausencia de distintos elementos (variables) basados en el Modelo de Matthes y Kohring (2008) como los temas que se están mencionando, qué actores están participando, qué rol se les 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. Y en el apartado de la importancia del *post* se explica que fue de acuerdo con lo que aportaba la cuenta de la Subsecretaría al momento de capturar esa información al hacer el análisis.

Para llevar a cabo la validación del instrumento, un método adecuado en este caso es el Kappa de Cohen (κ) para medir la fiabilidad entre los codificadores. En el tipo de técnica aplicada para este estudio, una fuente de error de medición es producto de la variabilidad interobservador. Es decir, el sesgo entre codificadores es parte de la fiabilidad y éstos pueden aplicar valores diferentes al otro. En este caso, se tiene que realizar un estudio de concordancia para valorar hasta qué punto dos codificadores coinciden en su medición (Cerda y Villarroel, 2008). En este sentido, la manera concreta de abordar el problema depende de la naturaleza de los datos, en este contexto se trata de datos de tipo categórico, y el estadístico más empleado es el Kappa de Cohen (López de Ullíbarri, 2001).

El Kappa de Cohen varía entre -1 y +1. Un valor próximo a +1 indica un alto nivel de concordancia entre los observadores, mientras que un valor cercano a -1 sugiere un mayor desacuerdo entre ellos. Un valor $\kappa=0$ indica que la concordancia observada se debe únicamente al azar (López de Ullíbarri Galparsoro, 2001).

Para la aplicación del Kappa de Cohen en este estudio, de la cantidad de los *posts* que codificó cada uno de los evaluadores (183), se le asignó a cada uno de ellos el 10% de los *posts* de otro evaluador. Es decir, se recodificaron 18 *posts* por persona para determinar el grado de concordancia en la codificación.

Una vez concluido el trabajo de codificación, se hizo un nuevo análisis con una submuestra de *posts* para realizar un chequeo inter-jueces que arrojó un valor de **K=0.814477273** para el conjunto de las variables, tomando como referencia la prueba Kappa de Cohen.

6.5 Población y objetos de estudio

Se analizó la totalidad de 864 *posts* de la cuenta de *X* de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos del día 28 enero 2021 (correspondiente al inicio del periodo del Presidente Joe Biden) al 26 de septiembre de 2024

(correspondiente al inicio de la capacitación a los codificadores y a la captura de los *posts*). La población (864) y la muestra (864) es la misma porque se analizó sin distinción la totalidad de publicaciones que comprendan las fechas anteriormente mencionadas.

N= 864
n= 864

Las razones por las cuales se analizaron las publicaciones de la cuenta de *X* de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos, radican principalmente en los objetivos y funciones de la misma. Esta Subsecretaría, lidera las iniciativas del Departamento de Estado para ampliar y fortalecer las relaciones entre el pueblo estadounidense y los ciudadanos de otros países y promueve los intereses nacionales buscando conectar, informar y comprender las perspectivas del público extranjero (U.S Department of State, 2025). Actualmente, la Subsecretaría ha estado a cargo de dirigir las actividades de diplomacia pública estadounidense a través de las redes sociales como *X* utilizando marcos narrativos de manera estratégica para promover la política exterior de Estados Unidos y fomentar una imagen positiva del país. De esta manera, las publicaciones de la cuenta de la Subsecretaría pueden reflejar la evolución de la estrategia de diplomacia pública de EE.UU., adaptándose a los cambios en la Agenda internacional y la administración del país y con esto, identificar cómo se alinean los mensajes con eventos globales específicos que pueden ayudar a comprender mejor cómo las instituciones estadounidenses ajustan sus enfoques.

Además, analizar los mensajes a través de la cuenta oficial de la Subsecretaría, resulta conveniente ya que no existe la mediación de los medios tradicionales en esta conversación global, lo que ofrece una vía directa y constante para hacer llegar sus mensajes.

6.6 Recolección de datos del instrumento final

La recolección de datos fue realizada mediante la selección de todas las publicaciones de la cuenta *X* de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de

Estado de Estados Unidos dentro de un periodo de tiempo del día 28 enero 2021 (correspondiente al inicio del periodo del Presidente Joe Biden) al 26 de septiembre de 2024 (correspondiente al inicio de la capacitación a los codificadores y a la captura de los *posts*). Con esta información, se realizó una base de datos para la organización y conteo de los *posts* a analizar. Una vez terminada esa base de datos con la muestra, se elaboró el libro de códigos y otra base de datos con las variables para determinar la ausencia o presencia de ellas en el análisis de las publicaciones; y los tres documentos fueron presentados y explicados a los cinco codificadores. Una vez que se llevó a cabo esta capacitación, se creó un grupo de WhatsApp con los codificadores, se les envío un enlace por cada documento que eran: la lista de los *posts* a analizar (ya con el número de *posts* asignado que cada uno de ellos iba a analizar), el libro de códigos y la base de datos donde se plantean todas las variables, listo para su análisis. Esto con la intención de monitorear el trabajo de los codificadores al mismo tiempo que se llevaba acabo el análisis. La codificación comenzó el 30 de septiembre de 2024 y finalizó el 06 de noviembre de 2024.

6.7 Análisis y Resultados

Análisis de las variables descriptivas relativas a los *posts*

Tabla 6.4

Importancia del post

	F	%
Foto		
Sí	320	35
No	595	65
Video		
Sí	38	4.2
No	877	95.8
Links		
Sí	132	14.4
No	783	85.6
Etiquetas		
Sí	545	59.6

No	370	40.4
Hashtags		
Sí	264	28.9
No	651	71.1

	Mín.	Máx.	<i>M</i>	<i>DE</i>
Likes	0	2100	21.06	80.209
Compartidos	0	264	5.34	11.333
Comentarios	0	332	3.01	13.897
Palabras	0	67	30.32	10.430

En la tabla 6.4 se detalla la importancia del *post* tomando en cuenta el acompañamiento o no de una fotografía en la publicación. Lo que representó de acuerdo con el análisis, que el 35% de la totalidad de los *posts* analizados, que corresponde a 320 unidades seleccionadas, sí estaban acompañadas de una fotografía. Las publicaciones que no contenían fotografías fueron el 65%, es decir 595 de las unidades seleccionadas para el análisis. Lo mismo se empleó para determinar si las publicaciones estaban acompañadas de un video y el 95.8% de ellas no contaban con este tipo de contenido, lo que representa 877 posts. Y 38 publicaciones sí incluían un video en el mensaje, lo correspondiente al 4.2%. En el caso de los links incrustados en la publicación, se encontraron 132 *posts* que sí lo incluyen, que son el 14.4% de la muestra y los que no incluyen links son 783 unidades que son el 85.6%. De acuerdo con la presencia de las etiquetas en el *post* se encontraron 545 unidades que sí lo tenían, que son el 59.6% de las publicaciones. Y en caso contrario, se detectó que el 40.4% de ellas no lo incluyen, es decir, 370 *posts*. Por otro lado, la presencia de los hashtags representan el 28.9%, lo que son 264 *posts*. Y las publicaciones que no lo incluyen son 651, es decir, el 71.1%.

Del mismo modo, referente a los *likes* que recibieron los posts, en la tabla 6.4 se detalla que recibieron en promedio 21.06 *likes* por publicación ($M=21.06$. $DE=80.20$). Acerca de los “compartidos”, cada publicación se comparte 5.34 veces en promedio ($M=5.34$, $DE=11.33$). Respecto a los comentarios recibidos en la publicación, se recibieron 3.01 que representa el 13.89%.

En cuanto a las “palabras” de cada *post*, cada uno de ellos se conforma en promedio de 30.32 palabras ($M=30.32$, $DE=10.43$).

Tabla 6.5

Contenido temático de los posts

Tema	F	%
Relaciones Exteriores	282	30.8
Educación	135	14.8
Preservación cultural	29	3.2
Arte y cultura	64	7.0
Promoción Nacional	58	6.3
Grupos vulnerables	80	8.7
Infancia y juventud	42	4.6
Empleo y desempleo	25	2.7
Desinformación	89	9.7
Salud Pública	29	3.2
Género	38	4.2
Deportes	27	3.0

Referente a los temas abordados en el *post*, la tabla 6.5 muestra que el tema más mencionado es el de Relaciones Exteriores con una representación del 30.8%, equivalente a 282 publicaciones. Después, se encuentra el tema de Educación con la presencia de 135 publicaciones que representan el 14.8% de la muestra. En el caso del tema de Grupos Vulnerables, se encuentran 80 unidades analizadas, que son el 8.7% de los *posts*. Por otra parte, el tema de Desinformación se encontró en 89 publicaciones, lo que representa el 9.7% de los *posts*. El tema de Arte y Cultura se mencionó en 64 ocasiones (7.0%). Otro tema que fue abordado fue el de Promoción Nacional, siendo 58 publicaciones que hablaban sobre esto, es decir, el 6.3%. Del tema de Infancia y Juventud fueron 42 *posts* analizados, que son el 4.6%. El tema de Género apareció 38 veces en el análisis, siendo el 4.2%. Asimismo, el tema de Deportes también se analizó en 27 publicaciones (3.0%). Referente al tema de Salud Pública, fueron el 3.2% de *posts* analizados, es decir una cantidad de 29

publicaciones. Y con menor medida, el tema de Empleo y Desempleo representa el 2.7% de los posts analizados, es decir, solamente aparecieron 25 de ellos.

Tabla 6.6

Definición del problema (tema) Se habla en el post sobre...

Definición del problema (tema)	F	%
Enseñanza del inglés	11	1.2
Becas Intercambios	62	6.8
Visita de estudiantes extranjeros	19	2.1
Cursos en EUA de líderes int	3	.3
Diplomacia deportiva	20	2.2
Diplomacia culinaria	11	1.2
Diplomacia musical	20	2.2
Desinformación	71	7.8

La tabla 6.6 detalla de lo que se habla en el *post*, lo que dio como resultado que en 62 de las unidades seleccionadas para el análisis, es decir, el 6.8%, se habla sobre las Becas para intercambios académicos. Referente a la Desinformación, en los resultados se ha representado con un 7.8% de presencia en el análisis, que son 71 publicaciones. Por otro lado, se encontró que se habla de Diplomacia deportiva en 20 posts (2.2%). En el caso de la Diplomacia musical, se encontraron 20 publicaciones, representando un 2.2% de la muestra. Por otra parte, de De Diplomacia culinaria se detectaron 11 *posts* hablando de ello, es decir, el 1.2%. Del tema de la visita de estudiantes extranjeros se encontraron 19 publicaciones siendo el 2.1%. Referente a la enseñanza del inglés, estuvo presente en un 1.2% del análisis, es decir, en 11 publicaciones. Y, con menor medida, las publicaciones referentes a los cursos impartidos en Estados Unidos a líderes internacionales representan el .3% de la muestra, lo que son solamente 3 *posts*.

Tabla 6.7

Definición del problema (actor) Se menciona en el post a...

Definición del problema (actor)	F	%
Gobernantes	38	4.2
Estudiantes	67	7.5
Académicos	29	3.2
Científicos	0	0
Org. Int	108	11.8
Empresas	20	2.2
Líderes internacionales	46	5.0
Artistas	17	1.9
Políticos	125	13.7
Congreso	6	0.7
Celebridades	11	1.2
Embajador/a	31	3.4

En la tabla 6.7 se explica que en el *post* se menciona a Políticos en 125 publicaciones, lo que representa el 13.7% de la muestra. Después, el otro actor que se menciona con un 11.8%, es decir, en 108 publicaciones es a los Organizaciones Internacionales. En el caso de los Estudiantes, se mencionan en 67 *posts*, representando el 7.5%. Los Líderes internacionales aparecen un 5.0%, es decir, en 46 publicaciones. Los Gobernantes representan un 4.2% respecto a la mención, lo que implica que son actores que aparecieron en 38 mensajes. Por otro lado, se incluyen a Embajadores y Embajadoras en 31 posts (3.4%). El 3.2% es representado por Académicos que fueron mencionados en la publicación, que fueron 29 *posts*. Acerca de los Artistas, se encontró una cantidad de 17 publicaciones (1.9%)y respecto a las Empresas, fueron 20 publicaciones, lo que equivale al 2.2%. El Congreso aparece en 6 publicaciones, que es el 0.7%. La presencia de las Celebridades es el 1.2%, o sea, 11 publicaciones analizadas donde se mencionan. Y los Científicos no fueron mencionados en lo absoluto.

Tabla 6.8

Atribución de las causas (riesgos) En el post se atribuye a... algún daño o perjuicio.

Atribución de las causas (riesgos)	F	%
Gobernantes	4	0.4
Estudiantes	3	0.3
Académicos	0	0
Científicos	0	0
Org. Int	2	0.2
Empresas	1	0.1
Líderes internacionales	6	0.7
Artistas	0	0
Políticos	0	0
Congreso	0	0
Celebridades	0	0
Embajador/a	3	.3

De acuerdo con los resultados que se describen en la Tabla 6.8, a los actores que se les atribuye algún daño o perjuicio es a los Gobernantes en 4 publicaciones, que representa el 0.4%, a los/as Embajadores/ras en 3 posts (.3%), a los Líderes internacionales en 6 publicaciones (0.7%). En el caso de las Organizaciones Internacionales, se les atribuyó el daño en 2 publicaciones (0.2%) y a las Empresas en 1 publicación (0.1%). A los actores que no se les atribuyó ningún daño o perjuicio fue a los Académicos, Científicos, Artistas, Políticos, Congreso y Celebridades representados con 0% de presencia en los posts.

Tabla 6.9

Atribución de las causas (beneficios) En el post se atribuye a... algún beneficio o ayuda.

Atribución de las causas (beneficios)	F	%
Gobernantes	17	1.9
Estudiantes	61	6.7
Académicos	19	2.1

Científicos	0	0
Org. Int	69	7.5
Empresas	12	1.3
Líderes internacionales	31	3.4
Artistas	15	1.6
Políticos	59	6.4
Congreso	2	0.2
Celebridades	8	0.9
Embajador/a	25	2.7

Referente a los actores a los que se les atribuye algún beneficio o ayuda, en la Tabla 6.9 se describe que se encuentran con mayor frecuencia las Organizaciones Internacionales, representando el 7.5% en el análisis, lo que son 69 publicaciones. En el caso de los Estudiantes, se encontraron 61 publicaciones, que representa el 6.7%. A los Políticos, se les ha atribuido algún beneficio o ayuda en 59 *posts*, que son el 6.4%. Acerca de los Líderes internacionales, se les atribuye un 3.4%, es decir, en 31 publicaciones. A los/as Embajadores/ras se les atribuyen beneficios en 25 publicaciones, que es el 2.7%. Los Académicos representan un 2.1%, es decir, en 19 *posts*. A los gobernantes en 17 publicaciones (1.9%), a los Artistas en 15 publicaciones (1.6%). En cuanto al Congreso, se le ha atribuido algún beneficio en 2 publicaciones (0.2%). Por otra parte, a las Celebridades también se les atribuyen ayuda o beneficio con un 0.9%, es decir, en 8 publicaciones. Y los Científicos no tienen ninguna atribución de beneficio o ayuda en los mensajes, es decir, representan el 0%.

Tabla 6.10

Evaluación moral (juicio positivo) En el post...

Evaluación moral (juicio positivo)	<i>F</i>	%
El tema es bueno o adecuado	805	88
Se está a favor del tema	805	88

Se propone apoyar dicho tema	796	87
-------------------------------------	-----	----

En la tabla 6.10 se muestra que en 805 *posts*, que representan el 88% de la muestra, el tema del que se habla en la publicación es bueno o adecuado. En 805 *posts*, se está a favor del tema, que es el 88%. Y en 796 de las unidades seleccionadas para el análisis, se propone apoyar dicho tema, que representa el 87%.

Tabla 6.11

Evaluación moral (juicio negativo) En el post...

Evaluación moral (juicio negativo)	<i>F</i>	%
El tema es malo	63	6.9
En contra del tema	59	6.4
Rechazo del tema	55	6

En la tabla 6.11 se muestra que en 63 *posts*, que representan el 6.9% de la muestra, el tema del que se habla en la publicación es malo. En 59 *posts*, se está en contra del tema, que es el 6.4%. Y en 55 de las unidades seleccionadas para el análisis se rechaza el tema, que representa el 6%.

Tabla 6.12

Evaluación moral (beneficios) Se sugiere en el post que el tema abordado o acciones asociadas con éste...

Evaluación moral (beneficios)	<i>F</i>	%
Mejorarán relaciones diplomáticas	257	28.1
Mejorarán relaciones ciudadanía-extr.	75	8.2
Mejorará la imagen del país	171	18.7
Aumentará conocimiento	185	20.2
Más tolerancia	86	9.4

Más libertad de expresión	121	13.2
----------------------------------	-----	------

En la tabla 6.12 se describe que en 257 publicaciones, que representan el 28.1% de la muestra, el tema o las acciones que se abordaron en el *post* mejorarán las relaciones diplomáticas de Estados Unidos con otros países. En 171 publicaciones (18.7%), se sugiere que se mejorará la imagen de Estados Unidos. En 185 *posts* (20.2%), se indica de acuerdo con el mensaje analizado, que aumentará el nivel del conocimiento de otras culturas. En 121 publicaciones, que son el 13.2%, se encontró que habrá más libertad de expresión y cultural. En 75 mensajes se expresa que mejorarán las relaciones interpersonales de la ciudadanía con el extranjero, lo cual es el 8.2%. Y en 86 posts de la muestra, se indica que habrá más tolerancia y respeto hacia otras culturales y nacionalidades, representado por un 9.4%.

Tabla 6.13

Evaluación moral (riesgos) Se sugiere en el post que el tema abordado o acciones asociadas con éste...

Evaluación moral (riesgos)	<i>F</i>	%
Empeorarán las relaciones diplomáticas	23	2.5
Empeorarán relaciones interpersonales	1	0.1
Empeorará la imagen del país	4	0.4
Disminuirá conocimiento	8	0.9
Menos tolerancia	3	0.3
Menos libertad de expresión	2	0.2

En la tabla 6.13 se describe que en 23 publicaciones, que representan el 2.5% de la muestra, el tema o las acciones que se abordaron en el *post* empeorarán las relaciones diplomáticas de Estados Unidos con otros países. En 4 publicaciones (0.4%), se sugiere que se empeorará la imagen de Estados Unidos. En 8 *posts* (0.9%), se indica de acuerdo con el mensaje analizado, que disminuirá

el nivel del conocimiento de otras culturas. En 2 publicaciones, que son el 0.2%, se encontró que habrá menos libertad de expresión y cultural. En 3 *posts* de la muestra, se indica que habrá más tolerancia y respeto hacia otras culturales y nacionalidades, representado por un 0.3%. Y solo en 1 mensaje se expresa que empeorarán las relaciones interpersonales de la ciudadanía con el extranjero, lo cual es el 0.1%.

Tabla 6.14

Tratamiento (postura) En el post...

Tratamiento (postura)	F	%
Problemas y/o soluciones	193	21.1
Propuestas	76	8.3
Desacuerdo	25	2.7
Implicaciones o impactos	112	12.2
Debate entre actores	119	13

De acuerdo con la Tabla 6.14, en 193 *posts* se abordan problemas y/o soluciones asociadas al tema, representando un 21.1% de la muestra. En 119 publicaciones (13%) se enfatiza el debate entre actores políticos acerca del tema. En 112 de los mensajes analizados (12.2%), se explican las implicaciones o impactos del tema en personas comunes. En 76 publicaciones se mencionan propuestas acerca del tema, que son 8.3%. Y en 25 posts de la muestra (2.7%), se enfatiza el desacuerdo entre los actores involucrados en el tema.

Tabla 6.15

Tratamiento (remedio) En el post se alude a alguno de los siguientes...

Tratamiento (remedio)	F	%
Programas	25	2.7
Acuerdos	25	2.7
Combatir manipulación de info.	70	7.7

Actividades	157	17.2
--------------------	-----	------

En la Tabla 6.15 se muestra que en 157 mensajes analizados que representan el 17.2% de la muestra, se alude a llevar a cabo actividades que conecten diferentes culturas. En 70 publicaciones (7.7%), combatir la manipulación de la información es un remedio referente al tema abordado. En 25 posts (2.7%) se alude a establecer acuerdos bilaterales para defender el libre periodismo. Y en 25 mensajes, establecer programas culturales para proteger y preservar los sitios arqueológicos es uno de los remedios mencionados asociados al tema, lo que representa un 2.7%.

Correlaciones entre las variables de estudio

Tabla 6.16

Importancia de la Publicación con temas presentes dentro del posts

Importancia de la Publicación

Educación	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	0.103** .002 915
Promoción Nacional	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.120** .000 915
Infancia y Juventud	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.089** .007 915

La Tabla 6.16 muestra la correlación que existe entre la importancia del post y el tema, utilizando la prueba r de Pearson. Se encontró que cuando se habla de Educación, se utilizan más fotografías, videos y hashtags ($r=0.103$, $p=.002$). Por otro lado, se encontró una correlación de la importancia del post con el tema de Promoción Nacional ($r=.120$, $p=.000$). Finalmente, se encontró

otra correlación positiva entre la importancia del *post con el tema de Infancia y Juventud* ($r=.089$, $p=.007$).

Tabla 6.17

Nivel de Engagement de la Publicación con temas presentes dentro del posts

Nivel de Engagement de la Publicación		
Relaciones Exteriores	Correlación de Pearson	0.100**
	Sig. (bilateral)	.002
	N	915
Promoción Nacional	Correlación de Pearson	-.108**
	Sig. (bilateral)	.001
	N	915
Infancia y Juventud	Correlación de Pearson	-.078*
	Sig. (bilateral)	.022
	N	864

La Tabla 6.17 muestra la correlación que existe entre el nivel de *engagement* del *post* con el tema abordado en el mensaje, utilizando la prueba r de Pearson. Se encontró que cuando se habla de Relaciones Exteriores, existe un mayor nivel de *engagement* con la publicación, es decir, contiene más comentarios, *likes* y compartidos ($r=0.100$, $p=.002$). Por otro lado, se encontró una correlación negativa del nivel de *engagement* del *post* con el tema de Promoción Nacional ($r=-.108$, $p=.001$). Finalmente, se encontró otra correlación negativa entre el nivel de *engagement* del *post* con el tema de Infancia y Juventud ($r=-.078$, $p=.022$).

Interpretación de los marcos discursivos derivados del análisis de conglomerados

A partir del análisis de conglomerados jerárquicos utilizando el método de Ward y tomando como base las variables de encuadre propuestas por Matthes & Kohring (2008), fue posible identificar cinco tipos principales de marcos discursivos empleados en los mensajes publicados por la Subsecretaría de Diplomacia Pública de Estados Unidos durante el gobierno de Joe Biden en la red social *X* (anteriormente *Twitter*). Estos marcos discursivos representan estrategias narrativas

diferenciadas, las cuales orientan la interpretación de los contenidos temáticos, los actores involucrados, la atribución de responsabilidades, las valoraciones morales y las propuestas de solución implícitas o explícitas en los mensajes.

A continuación, se describen los **cinco marcos discursivos identificados**:

1. Marco discursivo de diplomacia afirmativa y liderazgo global

Este marco discursivo agrupa mensajes que se centran en reforzar la imagen de Estados Unidos como actor benevolente, cooperativo y con liderazgo multilateral. Se caracterizan por una presencia destacada de actores como organizaciones internacionales, gobernantes y líderes internacionales, así como una carga valorativa fuertemente positiva respecto a los temas abordados. Se promueven beneficios como la mejora de las relaciones diplomáticas, el fortalecimiento de la imagen del país y el fomento del entendimiento intercultural.

El énfasis está en la proyección institucional y la construcción de legitimidad a través de alianzas y cooperación. Es el encuadre que más claramente encarna los principios del *soft power* propuestos por Nye (2004), posicionando a Estados Unidos como un referente ético y político en la arena internacional.

Tabla 6.18

Factores determinantes del marco discursivo “Diplomacia afirmativa y liderazgo global”

FACTOR	MEDIA
Organizaciones internacionales	0.44
Políticos	0.25
Tema bueno	0.96
A favor del tema	1.00
Apoyo al tema	0.96
Mejora relaciones diplomáticas	0.59

Aumento de conocimiento	0.86
Más tolerancia	0.51
Actividades culturales	0.80

La tabla 6.18 muestra los factores determinantes del marco discursivo “diplomacia afirmativa y liderazgo global” donde la mención de **organizaciones internacionales** destacó con una media de 0.44 y **políticos** con un 0.25. Además, se encontró que existe una **valoración positiva de los temas abordados**, ya que con una media de 0.96, los temas de las *posts* son considerados **buenos o adecuados** y la totalidad de las publicaciones (1.00) se enuncian **a favor** y el 96% proponen su **apoyo**.

Al hablar de los beneficios abordados en los mensajes, principalmente se enfocan en el **aumento del conocimiento intercultural** con un 0.86, luego en la **mejora de las relaciones diplomáticas** (0.59), seguido de la **tolerancia** con 0.51 y con un índice menor, la **imagen del país** con 0.35. Al mismo tiempo, se muestra que las **actividades culturales** aparecieron como una **herramienta diplomática** con una media de 0.80.

2. Marco discursivo de empoderamiento educativo y oportunidades

Este marco discursivo destaca la promoción de programas educativos, becas, intercambios académicos y formación de jóvenes líderes y se centra en la educación internacional como instrumento de influencia blanda. Aparecen recurrentemente actores como estudiantes, académicos y embajadores y se valora positivamente el papel de Estados Unidos como facilitador del desarrollo personal e institucional a través del conocimiento.

La narrativa se centra en la educación como herramienta de diplomacia pública al presentar al país como espacio de oportunidades, movilidad social y excelencia académica. Este encuadre traduce la diplomacia pública en términos de capital humano y proyección de valores democráticos

a través de la educación internacional, reforzando el componente normativo de la estrategia comunicativa.

Tabla 6.19

Factores determinantes del marco discursivo “empoderamiento educativo y oportunidades”

FACTOR	MEDIA
Becas	0.09
Estudiantes	0.08
Líderes internacionales	0.06
Tema bueno	1.00
A favor del tema	1.00
Apoyo al tema	1.00
Actividades culturales	0.11
Mejora relaciones diplomáticas	0.30

En la tabla 6.19 se detallan los factores determinantes del marco discursivo “empoderamiento educativo y oportunidades”, en la cual se muestra con mayor frecuencia la mención de **becas e intercambios** con una media de 0.09. También resalta la presencia de **estudiantes** con 0.08 y en menor medida la de **líderes internacionales** como principales actores. Sobre la **valoración** de los mensajes emitidos, se encontró que todos son positivos y cuentan con el 100% de apoyo y de **favorabilidad** con una media de 1.00. Además, se encontraron menciones importantes como la de **mejora de relaciones diplomáticas** (0.30) y la **realización de actividades de conexión cultural** (0.11).

3. Marco discursivo de defensa de la verdad y combate a la desinformación

Los mensajes en este marco discursivo abordan de forma explícita el problema de la desinformación y la manipulación informativa, tanto en términos de riesgos como de soluciones. Se

identifica un fuerte uso de propuestas discursivas orientadas a combatir la desinformación, así como referencias a la colaboración con actores internacionales para salvaguardar la libertad de expresión y el periodismo libre.

Este marco discursivo responde a una narrativa estratégica en la que Estados Unidos se posiciona como garante de la verdad y los valores democráticos, en un contexto internacional caracterizado por tensiones informativas y conflictos geopolíticos. Se articula aquí una defensa activa del orden liberal internacional, con énfasis en la comunicación como terreno de disputa ideológica.

Tabla 6.20

Factores determinantes del marco discursivo “defensa de la verdad y combate a la desinformación”

FACTOR	MEDIA
Desinformación	0.70
Tema bueno	0.94
A favor del tema	0.97
Apoyo al tema	0.97
Más libertad de expresión	0.68
Más tolerancia	0.38
Combatir desinformación	0.73

La Tabla 6.20 muestra los factores determinantes del marco discursivo “defensa de la verdad y combate a la desinformación” donde destaca la mención frecuente sobre estrategias para **combatir la manipulación informativa** (0.73) y seguido de este, el tema de la **desinformación** (0.70). Asimismo, en la tabla se representa una valoración positiva del tema con 0.94, apoyo (0.97) y expresión de favorabilidad (0.97). Además, se hace importante mención acerca de incrementar la **libertad de expresión** (0.68) y **la tolerancia** (0.38) como beneficios esperados.

4. Marco discursivo protocolario y conmemorativo

Este marco discursivo agrupa publicaciones de baja densidad discursiva, predominantemente formales y ceremoniales. Se trata de mensajes relacionados con días conmemorativos, saludos protocolares o eventos simbólicos, donde no se desarrollan narrativas complejas ni se abordan problemas o soluciones específicas.

Aunque puede considerarse un marco discursivo de bajo contenido estratégico, su función es relevante dentro de la diplomacia pública, ya que reproduce las prácticas de cortesía institucional, refuerza vínculos simbólicos y permite una presencia constante del actor estatal en el espacio digital.

Tabla 6.21

Factores determinantes del marco discursivo “protocolario y conmemorativo”

FACTOR	MEDIA
Diplomacia musical	0.05
Tema bueno	0.18
A favor del tema	0.09

En la tabla 6.21 se observa que este encuadre es el que contiene menor **carga temática y valorativa**. Las medias son bajas en casi todas las variables, sin embargo existe una mínima presencia de **diplomacia musical** (0.05) y **valoración positiva** (0.18) del tema. En la presente tabla se detalla también que no hay énfasis en problemas, actores, causas o soluciones y solamente destaca un 0.09 de **favorabilidad de los temas**.

5. Marco discursivo de conexión cultural y diplomacia blanda

Finalmente, este marco discursivo incluye publicaciones centradas en actividades culturales, artísticas, deportivas y de entretenimiento como mecanismos de acercamiento con

audiencias extranjeras. La diplomacia musical, culinaria y deportiva aparecen como elementos clave, junto con actores como artistas, celebridades y estudiantes.

Estos mensajes están cargados de valoraciones positivas y proyectan beneficios como el incremento de la tolerancia, el respeto intercultural y la libertad de expresión. En este sentido, se trata de un marco discursivo claramente alineado con las estrategias de *public diplomacy 2.0*, donde la comunicación no gubernamental y cultural ocupa un lugar central en la generación de simpatía hacia el país emisor (Seib, 2010; Zaharna, 2009).

Tabla 6.22

Factores determinantes del marco discursivo “conexión cultural y diplomacia blanda”

FACTOR	MEDIA
Desinformación	0.20
Líderes internacionales	0.15
Tema bueno	0.02
Aumento de conocimiento	0.26
Más tolerancia	0.19
Más libertad de expresión	0.20
Actividades culturales	0.20

En la tabla 6.22 se agrupan los factores determinantes del marco discursivo “conexión cultural y diplomacia blanda” donde se observa que está más enfocado en la diplomacia cultural, ya que las menciones hacen referencia a **actividades culturales** (0.20), **conocimiento cultural** (0.26) y **tolerancia a otras culturas** (0.19) como puente de conexión entre países. La **valoración** de los mensajes considerándolos como “**tema bueno**”, es representativamente baja con 0.02 pero los **beneficios** vinculados con la **libertad de expresión** son más altos con 0.20. Además, se hace mención sobre el **liderazgo internacional** (0.15) aunado al contenido artístico y cultural de los mensajes para

convertirlo en una herramienta para construir afinidad y simpatía hacia EE.UU. sin un contenido político directo.

CAPÍTULO VII. SEGUNDO ESTUDIO: COMPROBACIÓN CUALITATIVA

7.1 Introducción

En este capítulo se detalla la fase cualitativa, cuyo objetivo es explorar, describir e interpretar la percepción y opinión de los expertos en Comunicación Internacional y Opinión Pública y, el segundo en Relaciones Internacionales y Diplomacia, sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos expresada a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

La postura epistemológica del estudio se construye desde la visión constructivista, ya que, de acuerdo con Creswell (2023), esta visión propone que los individuos construyen la realidad y los significados con base en la interacción y sus experiencias con el mundo y otras personas. Los significados dados son entonces variados, los que conducen a la complejidad de los puntos de vista, contrario a limitar los significados a unas pocas categorías o ideas. Es decir, esta aproximación filosófica sostiene que el conocimiento está en la mente de los individuos y que no se tiene otra alternativa más que construir sobre la base de su experiencia. De esta manera, pretende lograr aprendizajes sobre actividades y opiniones que no se pueden observar directamente, sino es a partir del intercambio de información (Piza Burgos., Amaiquema Márquez, y Beltrán Baquerizo, 2019).

La óptica desde donde se construye la información cualitativa es desde la perspectiva descriptiva e interpretativa, misma que permitió comprender, evaluar e interpretar todas las narraciones expresadas por los participantes entrevistados. Dicha observación construye conocimiento valioso para el logro del objetivo del presente estudio, porque implica adentrarse a situaciones y experiencias de forma particular y profunda entre los entrevistados, además de mantener un papel dinámico y reflexivo de manera permanente como entrevistadora (Hernández et.al., 2019).

Se detallan los resultados obtenidos del análisis sobre las percepciones y opiniones que expresan los dos grupos de expertos sobre los marcos discursivos de la estrategia diplomática por parte de Estados Unidos. Dichos datos fueron analizados en el software Nvivo 12, primero, analizados desde una técnica de selección de palabras frecuentes y con intencionalidad de ubicar el contexto donde se emplea y, en un segundo momento se clasifica la información desde la óptica interpretativa sobre las esferas generales de interés, bajo una revisión sistemática de las respuestas de la entrevista. Con esto último, alcanzando a describir e interpretar las opiniones y percepciones sobre la estrategia en Diplomacia Pública de actores centrales y expertos en el campo de estudio.

7.2 Objetivo del estudio

Explorar, describir e interpretar la percepción y opinión de dos grupos de expertos, el primero en Comunicación Internacional y Opinión Pública y, el segundo en Relaciones Internacionales y Diplomacia, sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos.

7.3. Objetivos particulares del estudio cualitativo

- Identificar la percepción de la legitimidad y credibilidad de la diplomacia pública de EE.UU a partir de las opiniones estructuradas de dos grupos de expertos, el primero en Comunicación Internacional y Opinión Pública y, el segundo en Relaciones Internacionales y Diplomacia.
- Conocer la opinión que tienen los dos grupos de expertos sobre la alineación entre la intención original de los marcos discursivos y su recepción por parte del público.
- Establecer la valoración que los dos grupos de expertos le dan al impacto de los marcos discursivos en la opinión pública y la imagen internacional de Estados Unidos.

- Explicar la comparación que hacen los dos grupos de expertos sobre los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos con los de otros actores internacionales.
- Explorar la reflexión que realizan los dos grupos de expertos sobre las consideraciones éticas y de responsabilidad en la elección y difusión de marcos discursivos en la diplomacia pública de Estados Unidos.

7.4. Pregunta de investigación cualitativa

¿Cuál es la percepción de dos grupos expertos, el primero en Comunicación Internacional y Opinión Pública y, el segundo en Relaciones Internacionales y Diplomacia sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos?

7.5 Aproximación teórica

Respecto a la metodología cualitativa utilizada en este estudio, se optó por la entrevista a profundidad para explorar las percepciones y opiniones de los expertos sobre la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes de la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública del Departamento de Estado de Estados Unidos, identificando su percepción sobre la efectividad y relevancia de los marcos discursivos identificados, su opinión sobre la alineación entre la intención original de los marcos discursivos y su recepción por parte del público, su valoración del impacto de estos marcos discursivos en la opinión pública y la imagen internacional de Estados Unidos, la comparación de los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos con los de otros actores internacionales y su reflexión acerca de las consideraciones éticas y de responsabilidad en la elección y difusión de marcos discursivos.

Estas categorías fueron elegidas de acuerdo con diversos estudios relacionados con la manera en que se manejan los marcos discursivos diplomáticos en el contexto internacional (Seib, 2013); con la examinación de cómo los mensajes diplomáticos de Estados Unidos son percibidos por diferentes audiencias extranjeras y cómo estas percepciones pueden diferir de la intención original

(Teets, 2014); con la evaluación de cómo los esfuerzos diplomáticos de Estados Unidos influyen en la percepción global de la imagen de Estados Unidos (Hansen, 2010); con la comparación de las estrategias de diplomacia pública de Estados Unidos, Reino Unido y otros actores internacionales (Melissen, 2011); con el análisis de las cuestiones éticas y los dilemas que enfrentan los diplomáticos al elegir y difundir encuadres en la diplomacia pública (Berridge, 2015) y en un estudio (Reese, 2001) que aborda cómo se producen y consumen los marcos discursivos en los medios y su impacto en la opinión pública.

7.6. Método

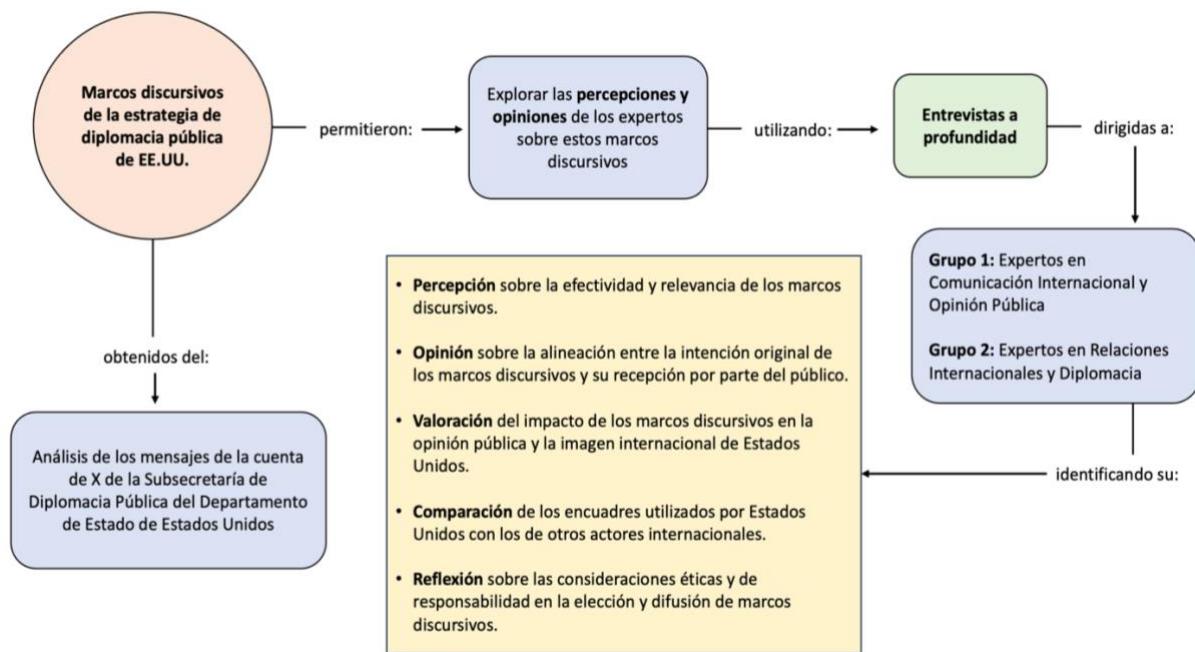
El estudio de la investigación cualitativa se desarrolló con un carácter exploratorio y desde la teoría fundamentada (Denzin y Lincoln, 2005) y constructivista (Creswell, 2023), a través de un instrumento de acopio de información (guión de entrevista) con preguntas en profundidad semiestructuradas a dos grupos de expertos: 1. Grupo de expertos en Comunicación Internacional y Opinión Pública y 2. Grupo de expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia. El análisis se estableció desde la óptica descriptiva e interpretativa mediante el análisis de contenido y datos textuales.

Se optó por la entrevista a profundidad para explorar las percepciones y opiniones de los expertos sobre la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos mediante la clasificación de marcos discursivos identificados en la cuenta de X de la Subsecretaría de Diplomacia Pública del Departamento de Estado de Estados Unidos, ya que ésta posibilita que el entrevistador se convierta en un instrumento más de análisis, dado que investiga, detalla y sigue mediante preguntas cuál es la información más significativa para los intereses del estudio y de esta manera, crea un ambiente donde los participantes pueden expresarse de manera libre (Taylor y Bogdan, 1990). La entrevista en profundidad se fundamenta en la estructura de un guión de entrevista, en el cual se presentan todos los temas que se desean abordar durante la entrevista, con el propósito de controlar los tiempos, distinguir los temas por relevancia y evitar dispersiones por parte del entrevistado (Robles,

2011). Con lo que se logra el objetivo trazado para este apartado cualitativo, además de explorar su opinión sobre la alineación entre la intención original de los marcos discursivos y su recepción por parte del público, su valoración del impacto de estos marcos discursivos en la opinión pública y la imagen internacional de Estados Unidos, la comparación de los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos con los de otros actores internacionales y su reflexión acerca de las consideraciones éticas y de responsabilidad en la elección y difusión de marcos discursivos.

Figura 7.1

Modelo del proceso metodológico cualitativo



Nota. Elaboración propia.

En la Figura 7.1 se muestra cómo se desarrolló la fase cualitativa que partió de los resultados cuantitativos. Detallando que, desde la obtención de los encuadres específicos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos en la fase cuantitativa, se comenzó con la exploración de las percepciones

y opiniones de los expertos sobre estos marcos discursivos a través de entrevistas en profundidad, alcanzando identificar los objetivos particulares del estudio cualitativo.

7.7. Participantes

Se configuraron en total 8 entrevistas, 4 participantes por cada uno de los 2 grupos de participantes, como lo muestra el siguiente apartado:

Grupo 1: Grupo de expertos en Comunicación Internacional y Opinión Pública.

Grupo 2: Grupo de expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia.

7.8. Procedimiento

Para la validación externa del instrumento, se realizó partir de la revisión con especialistas en el área de investigación de las Relaciones Internacionales y la Opinión Pública reconocidos dentro del Sistema Nacional de Investigadores, para confirmar la correcta construcción de la pertinencia temática, sintaxis y congruencia metodológica para cada una de las categorías planteadas. Mediante cuatro criterios: midió la Suficiencia, Claridad, Coherencia y Relevancia.

Tabla 7.1

Validación externa por expertos y expertas en Relaciones Internacionales y opinión pública.

Especialista	Área de especialización
Dra. Sandy Elizabeth Martínez Lara	Relaciones Internacionales
Dra. Patricia Rebeca Sepúlveda Chapa	Relaciones Internacionales
Dra. Sylvia Mabel Cárdenas Morales	Relaciones Internacionales
Dra. Gabriela Aracely Mata Sánchez	Relaciones Internacionales
Dr. Felipe de Jesús Marañón Lazcano	Opinión Pública
Dra. Alma Rosa Saldierna Salas	Opinión Pública

Esto permitió estructurar un guión de entrevista con los elementos claves para continuar con el proceso de recolección de información y así, agendar las fechas para llevar a cabo las

entrevistas semiestructuradas y explorar las percepciones y opiniones de expertos en marcos discursivos. Las entrevistas se realizaron durante las fechas del 9 de julio al 29 de agosto del 2025. La contactación fue a partir de cartas invitación y posteriormente se realizaron vía Teams y de manera presencial para dos expertos que fue posible por la cercanía de la ciudad, las entrevistas tuvieron una duración promedio de 45 minutos cada una.

Para el buen término del objetivo planteado para este apartado, se llevó a cabo una metodología cualitativa con la técnica de entrevistas semiestructuradas como herramientas de recolección de información narrativa.

Las categorías identificadas para el análisis de la información:

1. **Percepción** de legitimidad y credibilidad de la diplomacia pública en Estados Unidos
2. **Opinión** sobre la alineación entre la intención original de los marcos discursivos y su recepción por parte del público.
3. **Valoración** del impacto de estos marcos discursivos en la opinión pública y la imagen internacional de Estados Unidos.
4. **Comparación** de los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos con los de otros actores internacionales.
5. **Reflexión** sobre las consideraciones éticas y de responsabilidad en la elección y difusión de marcos discursivos.

Para cada una de las categorías analíticas se asigna una dimensión, y así conjuntar información relevante a cada una, además de que a cada dimensión se le señala con una valoración descriptiva para lograr agrupar campos narrativos, esto da paso al análisis del discurso y finalmente proponer una comprensión de la realidad analizada.

Dichos campos narrativos se constituyen con las categorías conceptuales, construidas a partir de los marcos discursivos identificados en la plataforma X. Aunque también, durante el

análisis de datos textuales derivados de las respuestas de las entrevistas, podemos reagrupar hallazgos centrales que suman a la construcción de un marco conceptual más amplio y alcanzar un resultado integral, que alcanza el objetivo planteado para este apartado.

Los resultados son entonces, constructos de la realidad objetiva que se compone de las experiencias y conocimientos adquiridos de expertos, por lo tanto, se explican por medio de la construcción de significados.

7.9. Diseño del cuestionario

La fase cualitativa, se llevó a cabo como seguimiento de los resultados cuantitativos para explicarlos con mayor profundidad a partir de teoría fundamentada (Denzin y Lincoln, 2005). La idea que surgió al explicar los resultados cuantitativos con datos cualitativos fue explorar las percepciones y opiniones de los expertos sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

Tabla 7.2

Categorías de análisis del proceso metodológico cualitativo

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR
<i>Percepción de la legitimidad y credibilidad de la diplomacia pública de EE.UU.</i>	Esta categoría se enfocaría en cómo los participantes perciben la autenticidad, legitimidad y credibilidad de los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos en su estrategia de diplomacia pública.	<ul style="list-style-type: none"> • Desconfianza hacia las motivaciones estadounidenses • Evaluación de la transparencia 	<p>1.- ¿Cuál es su percepción general sobre los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos en sus mensajes de X?</p> <p>2.- ¿Cómo evalúa la forma en que los mensajes son estructurados para influir en la opinión pública internacional?</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Alineación con valores democráticos • Estrategias de persuasión y su efectividad 	<p>3.- ¿Cómo percibe la congruencia entre los marcos discursivos promovidos por Estados Unidos en su diplomacia pública y los valores democráticos, los principios de libertad, derechos humanos y justicia que la Nación afirma representar?</p> <p>4.- ¿Cómo es, desde su perspectiva, la efectividad de los marcos discursivos empleados por Estados Unidos en su diplomacia pública para generar un cambio de actitud o fomentar una percepción positiva de la Nación?</p>
<p>Opinión sobre la alineación entre la intención original de los marcos discursivos y su recepción por parte del público.</p>	<p>Esta categoría se enfocaría en cómo los participantes perciben si los mensajes y marcos discursivos de la diplomacia pública de Estados Unidos corresponden con las intenciones originales de quienes los diseñaron y cómo esos marcos discursivos son interpretados o recibidos por el público objetivo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de distorsión mediática • Diferencias entre la intención y la interpretación 	<p>5.- ¿Cómo percibe la relación entre los marcos discursivos utilizados en los mensajes de X de Estados Unidos y la intención original del gobierno al comunicar esos mensajes?</p> <p>6.- ¿Cuál es su percepción acerca de la relación entre la intención de los mensajes de diplomacia pública de Estados Unidos y la forma en que estos son recibidos por el público, tanto dentro del país como internacionalmente?</p> <p>7.- ¿Qué tipo de interpretaciones suelen</p>

		<ul style="list-style-type: none"> Percepción de la manipulación o sinceridad 	surgir en torno a estos mensajes, y cómo cree que se relacionan con los contextos culturales o políticos de quienes los reciben?
<i>Valoración del impacto de estos marcos discursivos en la opinión pública y la imagen internacional de Estados Unidos.</i>	Esta categoría se enfocaría en cómo los participantes valoran la influencia de los marcos discursivos empleados por la diplomacia pública de Estados Unidos en la opinión pública internacional y en la construcción o deterioro de la imagen global del país.	<ul style="list-style-type: none"> Efectos a largo plazo vs. corto plazo Percepción de la diplomacia pública como herramienta de poder blando Percepción de la relación entre marcos discursivos y política exterior 	<p>8.- ¿Cómo valora el impacto de estos marcos discursivos en la opinión pública internacional?</p> <p>9.- ¿De qué manera cree usted que los mensajes de X han contribuido a moldear la percepción internacional sobre Estados Unidos?</p> <p>10.- ¿Cómo cree usted que las relaciones diplomáticas influyen en la manera en que Estados Unidos construye los marcos discursivos en sus mensajes sobre X?</p>
<i>Comparación de los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos con los de otros actores internacionales.</i>	Esta categoría se enfocaría en cómo se comparan los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos con los de otros actores internacionales (como gobiernos, organizaciones multilaterales, actores no estatales, etc.) en cuanto a temáticas, estrategias de comunicación, y impacto percibido	<ul style="list-style-type: none"> Comparación de objetivos y mensajes clave Estilos y enfoques de comunicación 	<p>11.- En su opinión, ¿cómo se comparan los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos en X con los de otros actores internacionales, como la Unión Europea, China o Rusia?</p> <p>12.- ¿Cómo considera que se perciben los marcos discursivos de la diplomacia pública de Estados Unidos frente a los de otros países o actores que también utilizan estrategias de</p>

	en la opinión pública global	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de poder blando 	poder blando (como la cultura, los valores democráticos, la cooperación internacional)?
Reflexión sobre las consideraciones éticas y de responsabilidad en la elección y difusión de marcos discursivos.	Esta categoría se enfocaría en explorar las cuestiones éticas y los principios de responsabilidad que guían la selección y presentación de los marcos discursivos en la diplomacia pública de Estados Unidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Ética de la intervención y la "ayuda" internacional • Consideraciones éticas en el uso de las redes sociales • Uso de emociones y persuasión ética 	<p>13.- ¿Cómo cree que deben equilibrarse los intereses diplomáticos de Estados Unidos con el respeto a la diversidad cultural, la veracidad y la ética en la comunicación?</p> <p>14.- ¿Qué recomendaciones tendría para mejorar la efectividad de los marcos discursivos en la diplomacia pública digital de Estados Unidos, particularmente en plataformas como X?</p> <p>15.- ¿Hasta qué punto los marcos discursivos apelan a la empatía, la solidaridad y los valores universales sin recurrir a la manipulación emocional o a la explotación de crisis internacionales?</p>

Nota. Elaboración propia

En la tabla 7.2 se muestran los factores de estudio junto con su definición e indicador que fueron seleccionados para esta investigación.

7.10. Análisis de resultados

En este apartado se presentan los resultados analizados desde la técnica descriptiva e interpretativa, para así alcanzar el objetivo de explorar las percepciones y opiniones de los Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública sobre los

marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los encuadres encontrados en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

El análisis incluye dos grupos de expertos: 1. Comunicación Internacional y Opinión Pública y el grupo 2. Relaciones Internacionales y Diplomacia, los cuales respondieron a cada categoría y dimensión establecida para el estudio. Iniciamos la descripción de resultados con el primer grupo de expertos a partir de una descripción de las palabras más significativas en su discurso y su interpretación analítica, para posteriormente realizar un análisis descriptivo de cada una de las categorías planteadas, así como de las que se encontraron como hallazgos significativos para cada grupo.

Figura 7.2.

Nube de palabras más frecuentes de expertos en Comunicación Internacional y Opinión Pública.



Nota. Elaboración propia. A partir del software Nvivo 12

La selección de palabras clave se realizó seleccionando las 15 palabras más frecuentes con una longitud de 7 letras. La relación de las palabras construye marcos conceptuales que constituyen una relación discursiva interpretativa, que, para el caso del grupo de expertos en Comunicación

Internacional y Opinión Pública, centran al estado como eje articulador de discursos, mensajes y valores, es decir, configuran la narrativa, enuncian su poder y legitimidad a través de este y de la personificación del gobierno.

Además, los expertos hacen referencia a que los mensajes son emitidos desde la administración del poder, desde donde identifican que existe una comunicación estructurada y cohesionada con los valores ideológicos establecidos por Estados Unidos, donde el lenguaje constituye un mecanismo de poder simbólico y que busca influir y controlar en el orden internacional.

Las palabras asociadas a los valores sociales se relacionan con el poder de persuasión, que mediante recursos retóricos y mecanismo de comunicación como series, películas y construcciones narrativas generan una identificación cultural, aunque no total ni a nivel internacional. Los valores que interpretan los entrevistados son democráticos, la libertad y los derechos humanos, y son usados con frecuencia para persuadir la diplomacia pública que pretende emitir Estados Unidos mediante sus marcos discursivos.

En conjunto, la nube muestra un discurso institucionalizado, centrado en el Estado como actor y legitimador, que proyecta valores universales que desde su edificación centran su intención en la manipulación simbólica. Los expertos perciben que la diplomacia pública estadounidense en X opera más como ejercicio performativo de poder de incidencia y persuasión que como diálogo real, manteniendo la retórica de los valores democráticos como instrumento narrativo de influencia social y geopolítica en un mundo que se presenta de forma multipolar.

Figura 7.3.

Nube de palabras más frecuentes de expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia.



Nota. Elaboración propia. A partir del software Nvivo 12.

Las palabras más frecuentes, reflejadas en negritas y en tamaño más grande respecto a las demás, en el grupo de expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia revelan la concepción de la diplomacia pública como una función central del Estado. En esta lectura, los expertos conciben al Estado como actor soberano de la comunicación internacional, encargado de producir sentido político en el sistema global, donde el liderazgo, los actores y los mensajes constituyen la estructura del estado.

La palabra “diplomacia” conforma la intencionalidad diplomática del estado, mismos que señalan son mensajes estratégicos para articular y proyectar una alineación de valores liberales como la democracia, la libertad y la legitimidad. Constituyen así, una herramienta que dota de legitimidad y proyección de imagen y persuade a las audiencias y a los actores internacionales mediante los “mensajes” intencionados para abanderar una “percepción” internacional de “liderazgo”.

Aunque, las palabras complementarias como “presidente” y “liderazgo” sitúan la diplomacia en la era de la personalización política, donde la figura presidencial condiciona la coherencia del

mensaje estatal. Esto coincide con la percepción de que la comunicación internacional estadounidense oscila entre institucionalidad diplomática y performance política, siempre enmarcado.

7.11. Análisis descriptivo e interpretativo

A continuación, presenta el análisis descriptivo interpretativo de los datos textuales para cada una de las categorías planteadas, así como de los hallazgos que se encontraron como significativos para cada grupo mediante la cita de cada elemento relevante en el discurso de las personas expertas que fueron entrevistadas.

Categoría: Percepción de la legitimidad y credibilidad de la diplomacia pública de EE. UU.

7.11.1 Grupo de expertos en Comunicación Internacional y Opinión Pública

Los expertos reconocen “coherencia” retórica en los mensajes, siempre entre marcos de combate a la desinformación y valores liberales, esa coherencia, sin embargo, se percibe estratégica: sirve para pulir imagen y posicionar a EE. UU. como “salvador democrático”.

“mínimo se observa que desde esta oficina gubernamental dedicada a la diplomacia pública pues está cumpliendo su función de tratar de tener una buena imagen hacia el exterior por parte del país de Estados Unidos” (Entrevistado 1).

En varias opiniones aparece la idea de universalización de valores como la libertad, derechos y verdad, expuestos desde y para la superioridad moral; “Sí reconozco desde hace un tiempo el tema de la diplomacia como dices la diplomacia afirmativa y liderazgo global, el buen policía o ciudadano que es Estados Unidos, ciudadano del mundo, digamos. Y que está por la...por la democracia, por la justicia, por la cooperación, por una serie de valores que le dan superioridad moral” (Entrevistado 2).

7.11.2. Grupo de expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia

Señalan una tensión estructural entre la diplomacia pública planteada a “largo plazo”, aunque coherente, burocrática y la comunicación política “inmediata” y “personalista” introduce contradicciones y descoordinación (Entrevistado 1).

“...en estrategias de diplomacia pública en Estados Unidos o en otros lados hay una, hay un cierto objetivo y hay mensajes secundarios. Entonces, hay mayor articulación de un mensaje, más de largo plazo. Entonces, en este sentido, creo que la articulación del mensaje nuevamente, como todas las áreas de diplomacia pública, hay algo más consistente” (Entrevistado 1).

La narrativa emitida ha generado una contradicción y descoordinación que deja de ser consistente en la ejecución del mensaje, como lo menciona el Entrevistado 1: “hay muchas contradicciones entre lo que es lo inmediato, más quizás más pronunciado, esto en la Administración de Donald Trump porque reacciona de manera inmediata a eventos que incluso el secretario de Estado o el secretario de Defensa a veces no están informados”.

Es importante señalar, que algunos expertos coinciden en que está presente una “pérdida de influencia” relativa en un ambiente geopolítico cambiante, que se define por la generación de nuevos polos de influencia global, como China, lo cual divide la opinión pública global sobre la credibilidad y legitimidad de la diplomacia pública de Estados Unidos. Al respecto el Entrevistado 2, expresa que en cuanto al poder de marcos discursivos; “ha disminuido el poder de influencia de Estados Unidos a nivel internacional en este contexto”.

Categoría: Opinión sobre la alineación entre la intención original de los marcos discursivos y su recepción por parte del público.

7.11.3 Grupo de expertos en Comunicación Internacional y Opinión Pública

Las opiniones de este grupo de expertos coinciden en que hay una intención clara de incidencia en los mensajes, buscan consenso y simpatía mediante hacer coincidir la identidad estadounidense con los marcos discursivos, aunque reconocen que hay variación en su aceptación, además que este escepticismo es resultado de las inconsistencias entre la narrativa y la acción, al respecto señalan:

“no siempre es real lo que se dice con lo que se hace o no siempre hay congruencia, pero te digo, 100% pragmático, pues es lo normal y lo esperado de cualquier gobierno, no solamente de Estados Unidos ¿no? Tratar de decir voy a hacer esto, estoy haciendo esto, promuevo esto y en la realidad no hacerlo o ser todo lo contrario” (Entrevistado 1).

Con respecto a que las audiencias comparan lo que se dice y lo que ven, el Entrevistado 3, señala: “no sé si que sea importante estos valores, ni siquiera están dentro del propio país. O sea, si uno piensa en el valor de igualdad y uno mira a las comunidades negras o latinas, bueno, ahí no hay igualdad, o sea. Pero bueno, sé que tienen que exportar estas ideas”.

7.11.4 Grupo de expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia

El presente grupo de expertos señalan que la recepción de los mensajes mantiene inconsistencias y carece de disonancia, también coinciden en que la percepción negativa se sostiene desde recortes a recursos destinados a servicios, y de la inconsistencia de la figura presidencial, es entonces donde la recepción se degrada. Aunque también, se distinguen distintos tipos de audiencia, lo que genera una distinta recepción del mensaje. Al respecto las personas expertas de este grupo indican:

“...habrá muchos que, si uno ve el récord de las armas o el caso de que la ayuda al desarrollo no es suficiente, pues habrá una percepción negativa, incluso de la diplomacia pública, no porque dicen, bueno, me están diciendo que hay una diplomacia de liderazgo global, pero no se hace lo suficiente, entonces aquí yo creo que varía mucho del receptor” (Entrevistado 1).

Señalan la importancia de las audiencias para que los enfoques narrativos puedan tener una incidencia positiva o negativa, “el objetivo de Estados Unidos busca cumplir con lo planteado en su narración, en su narrativa. Pero el efecto solamente se puede ver dependiendo a qué sector va dirigido” (Entrevistado 2).

Es importante señalar la comparación respecto al ex presidente Biden, a partir de estas diferencias pueden hacer una comparación del impacto a nivel internacional, donde se toma en cuenta las acciones emprendidas con relación a los marcos discursivos, como lo menciona el Entrevistado 3: “vamos a hablar por ejemplo de Obama, ahí había una congruencia, aunque también tenía que hacer acciones porque pues tampoco va a dejar que entre todo el mundo a su país, también había deportaciones y todo eso la congruencia entre como él actuaba y los que manejaban en redes era más pareja a diferencia de ahorita”.

Categoría: Valoración del impacto de estos marcos discursivos en la opinión pública y la imagen internacional de Estados Unidos.

De las opiniones emitidas por las personas expertas que fueron entrevistadas, se puede indicar que el impacto de los marcos normativos tiene un efecto a corto plazo y otro a largo plazo, los primeros están sujetos a coyunturas y en segmentos cercanos a la figura presidencial, mientras que los marcos discursivos de largo plazo se sostienen del poder blando, donde se amortiguan controversias y evita un impacto del todo negativo a partir de agencias de noticias y el “modelo

cultural” construido por las empresas de entretenimiento. También, señalan que hay pocos o desconocen estudios de audiencias como para hacer un comentario sustentado en hechos.

Aunque se puede encontrar en su narrativa que hay un impacto del orden geopolítico actual y los medios de comunicación y redes de información que, al tratar los encuadres impactan en la opinión pública. A continuación, se profundiza el análisis.

7.11.5 Grupo de expertos en Comunicación Internacional y Opinión Pública

El primer grupo de personas expertas hace una valoración a partir de los marcos discursivos y lo que perciben los actores externos, sobre todo aquellos que tienen cercanía ideológica, como señala el Entrevistado 1:

“es menor, pero sigue siendo muy efectivo sobre todo en la parte occidente que tendría que ver con todo el continente americano y casi todo el continente europeo donde Estados Unidos es en buena medida todavía, un ejemplo de un país bien organizado y democrático a lo que nos presenta”.

Pero siempre ubicando que la percepción es limitada; “Conocer hasta qué punto esta estrategia ha influido en el público a nivel internacional, es complicado saber” (Entrevistado 2).

Es relevante señalar que a largo plazo, no se ha mantenido un impacto de la imagen internacional de Estados Unidos, todo esto a pesar de los aparatos noticiosos y empresas del entretenimiento, como lo indica el Entrevistado 3: “Yo creo que muy poco... a través de las empresas de entretenimiento que están ahí como Hollywood, a través de su aparato noticioso en las agencias de noticias, *Associated Press*, la industria musical, la industria de conciertos, el *merchandising*, en fin, o sea, exportar el modelo cultural norteamericano es un océano”.

Incluso, realizan un efecto comparativo entre los marcos discursivos del ex presidente Joe Biden: “o sea, a nivel de opinión pública y lo que las personas alcanzaban a identificar, quizá sí fue efectivo. Sin embargo, sí tuvo un buen impacto porque eran pocas las voces de periodistas que yo

recuerdo que señalaban los aspectos negativos del Gobierno de Joe Biden... Entonces trata de crear a lo mejor un poco de cercanía con la audiencia, hablar sobre los sobre las expresiones culturales de otras de otros países, etcétera. Pero siento yo que en ese aspecto le falta un poco de sensibilidad cultural. Pero siento yo que en ese aspecto le falta un poco de sensibilidad cultural." (Entrevistado 4). La visión de la imagen de Estados Unidos en un escenario internacional conduce al centralismo de los valores impuestos en la modernidad, donde Estados Unidos unifica y enfatiza a los demás países occidentales los valores a seguir, autonombrándose como rector de la democracia con la ayuda de mecanismos informativos, noticiosos que influyen hacia dentro, aunque al exterior reduzca su impacto.

7.11.6 Grupo de expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia

Mientras que el presente grupo de expertos señalan las inconsistencias que impactan en la valoración e impacto de la imagen internacional de Estados Unidos, derivado del hacer y el decir, como el Entrevistado 1 indica: "habrá muchos que si uno ve el récord de las armas o el caso de que la ayuda al desarrollo no es suficiente, pues habrá una percepción negativa, incluso de la diplomacia pública, no porque dicen, bueno, me están diciendo que hay una diplomacia de liderazgo global, pero no se hace lo suficiente, entonces aquí yo creo que varía mucho del receptor".

Las distintas manifestaciones de información han generado una división en la opinión, al respecto el Entrevistado 2 comparte: "Ha disminuido el poder de influencia de Estados Unidos a nivel internacional en este contexto... yo creo que la opinión pública internacional está dividida ya en 50 y 50. Unos creen y otros ya no le creen tanto".

Mientras que también surge en el análisis la personalización de la imagen de estados Unidos a cargo del presidente Trump, que genera una "desintermediación" de los actores institucionales, impactando en la imagen internacional, como lo indica el Entrevistado 4: "Hoy las fotografías, las visitas, los encuentros con los líderes del Golfo y algunos otros, genera cierta discrepancia o

disonancia como poco entre lo que se hace y lo que se dice, yo creo que ese sería el el gran problema de la diplomacia pública actual... El modelo de liderazgo de Donald Trump personaliza cualquier tipo de decisión en su persona, esto genera una desintermediación del Ministerio, de la Secretaría de Estado, que queda en segundo lugar". Se puede adjudicar esta percepción a la constante mediatización de la personificación del poder estadounidense, aunque también a mayor variedad de medios de comunicación y digitales que acompañan a otros polos de influencia, en un mundo geopolítico que camina hacia un reacomodo de los ejes del poder.

Categoría: Comparación de los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos con los de otros actores internacionales.

7.11.7 Grupo de expertos en Comunicación Internacional y Opinión Pública

El presente grupo de expertos identifican que el estilo de los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos tiene un estilo institucional, con estrategias centralizadas en el liderazgo histórico, aunque con la existencia de otras competencias globales, sin embargo, lo utilizan para presentarse como competidor en la situación geopolítica actual.

Incluso haciendo uso de una posición amenazante y poderosa como lo señala el Entrevistado 1: "me presento como tal, como el salvador, súper democrático y eso me da un capital para poder negociar con los demás países e incluso puedo apoyarme de esos logros de mi diplomacia pública de que me ven como bien los habitantes del otro país por si su gobierno me falla o no me quiere negociar algo que yo sí quiero, pues lo puedo exhibir, oigan su gobierno su presidente o presidenta no quiere hacer esto, cuidado. Y pues eso puede generar inestabilidad política en ese país... Digamos que Estados Unidos siempre ha sido el líder en estas cuestiones hasta hace algunos años con el boom asiático sobretodo coreano en cuestiones culturales con su música, con su comida, con sus caricaturas, con sus series de drama, entonces ahí podríamos decir que ya

no es el único con esta gran estrategia multifactorial, multimodal a nivel internacional, sino que también ya tiene otros competidores que buscan lo mismo". Es entonces que la diplomacia estadounidense no solo comunica con estilo institucional, sino que produce realidad política a partir de conducirse una narrativa mediática y autonombrarse como salvador y defensor de la modernidad.

Se puede encontrar que hay diferenciación de los marcos discursivos a partir de identificar el de otros países, por ejemplo, el Entrevistado 2, indica que: "depende de no solamente de la imagen que lo transmite al mundo, sino de cómo quiere posicionarse en el mundo y en las relaciones con el resto de los países entonces pues bueno los veo diferentes en algunos casos y muy similares en otros.

Por otro lado, el impacto que tienen estos marcos construidos desde la superioridad ha tenido consecuencia con el surgimiento de otros actores, como lo señala el Entrevistado 3: "cuestionamiento respecto a que algunas de las acciones que hace tienen repercusiones en realidad perniciosas o el cuestionamiento de que si realmente deberían ser los grandes líderes que decidan en nombre de la Hemisférica occidental y de la civilización occidental, cosas importantes cuando en realidad no deberían ser como la policía del mundo".

En este sentido competidor, el Entrevistado 4 comparte que: "comparándolo por ejemplo con la Unión Europea, pues sí sería mucha diferencia en el sentido de que Estados Unidos se presenta como un único competidor y en la Unión Europea, se presentan como un grupo. Y eso da también la idea más de comunidad y menos de una persona, un personaje al que hay que amar u odiar".

7.11.8 Grupo de expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia

El presente grupo de expertos identifica que los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos se hacen efectivos a partir del decir y el hacer, como lo expresa el Entrevistado 1: "los

grandes problemas de la diplomacia pública, no sólo de Estados Unidos en general, es que a veces no hay una cierta conexión entre lo que se hace y se dice. Y en algunos casos hay más credibilidad".

Incluso, se reafirma con la opinión el Entrevistado 3, que: "En la Unión Europea en donde a pesar de que apoyan muchas acciones Estados Unidos hay una coherencia entre sus acciones y lo que ellos están poniendo entonces creo que tiene mejor impacto entre los otros sectores que lo que le está manejando a Estados Unidos".

Hay una discrepancia interesante a la hora de comparar marcos discursivos para el Entrevistado 4, quien diferencia a Estados Unidos de Rusia, quien mantiene a su parecer, una comunicación disciplinada y enmarcados en la grandeza nacional: "para mí quién mejor maneja X es Rusia. La Federación Rusa tiene siempre mucho cuidado en sus mensajes, en cómo transmite la posición del Gobierno de Putin. Pero también siguiendo tu propia clasificación, está muy pendiente de los marcos protocolarios y conmemorativos, utiliza muy bien acontecimientos históricos para hablar de esta nostalgia. Si lo puedes llamar así y recuperar la grandeza de Rusia basada en el pasado, esto suena un poco raro pero bueno, pero es lo que pienso... En el caso de China y sigo con interés no solo al Gobierno, sino a sus portavoces más a los individuos, ha habido una evolución en la última época, tuvimos una temporada hacia 2019-2022, donde se dio este fenómeno de los World Warriors que, seguro que conoces, diplomáticos muy agresivos que defendían las posiciones del país en X. Esa estrategia se desvaneció para dar paso a otra hora más profesional, más semejante a un portavoz o a un director de comunicación que aunque a un activista". De forma continua, describen una posición debilitada de los marcos discursivos estadounidenses, relacionada con el hacer diplomático y público, que deja entre ver las distintas formas en las que comunican otros polos de poder, que al ser nuevas posiciones en el tablero geopolítico, gozan de menor desgaste mediático.

Categoría: Reflexión sobre las consideraciones éticas y de responsabilidad en la elección y difusión de marcos discursivos.

7.11.9 Grupo de expertos en Comunicación Internacional y Opinión Pública

En la generación de marcos discursivos y con relación a las consideraciones éticas y de responsabilidad se puede encontrar que, mediante la universalización de los valores, se generan narrativas y prácticas de manipulación sobre actores que desde el poder mediático y la desinformación se consideren amenazas, como lo señala el Entrevistado 1: “forma en que utilizan la diversidad cultural, la forma en la que presentan o representan ciertos países, ciertas razas y qué tanto influyen en estas situaciones, dependiendo quiénes son los malos... si son los rusos, si son los afganos, si son los coreanos del norte donde abusan de la verdad o abusan de cuestiones éticas de que incluso caen en la desinformación”.

Mientras que este mismo experto, hace referencia que para contrarrestar el efecto de los marcos discursivos actuales, propone realizar cuestiones culturales o “mainstream”: “Yo me centraría un poquito a lo mejor en cuestiones profesionales de los deportes o las ligas deportivas que tienen allá profesionales que tienen personajes que se conocen internacionalmente, lo mismo en cuestiones artísticas con los artistas, con estas grandes industrias del entretenimiento que existen ahí pues también aprovecharía esas figuras para promover lo que Estados Unidos quiere promover”

Respecto a la estrategia de Estados Unidos en la conformación de sus marcos discursivos, el Entrevistado 3, menciona que el “frame” puede ser falsos porque se utilizan para engañar y hace alusión a que es lo que ha hecho Estados Unidos: “Cuando tú desarrollas una estrategia de comunicación puedes decir la verdad, puedes engañar también es que se presta a las dos cosas yo no creo que sea la diplomacia es o blanda o es dura no la diplomacia es diplomacia, la diplomacia pública puede ser utilizada para bien y para mal cuando utilizas los medios de comunicación para

transmitir información puedes transmitir información real o puede ser transmitir información falsa es que se pueden utilizar para las dos cosas”.

Mientras que para mayor efectividad para implementar cuestiones éticas, el Entrevistado 4. advierte que es relevante poner límite a los agentes económicos que manejan y encuadran narrativas en Estados Unidos como Elon Musk y Zuckerberg, señalando que: “estas corporaciones, por ejemplo, están bastante enredadas con los políticos y están sus intereses, están muy intrincados económicamente con la clase política pues sería muy difícil ponerles un dique a sus patrocinadores entonces esto o sea, la coherencia entre la acción y el mensaje también sería importante”.

Un elemento relevante en cuanto a la manipulación emocional que pueden estar presentes en los marcos discursivos, el Entrevistado 3 señala: “te quieran vender mira cómo ayudamos a los pobres, sí, pero por cada peso que tú gastas en alimento para los pobres gastan cinco en armas nucleares, o sea, qué quieras en realidad, o sea beneficiar o perjudicar, o... en fin, entonces yo no estaría de acuerdo en que hay un intento de manipulación, son estos, digamos, son relaciones públicas, es este *soft power* diplomacia y estas cosas...lo que se ve es lo que hay”.

7.11.10 Grupo de expertos en Relaciones Internacionales y Diplomacia

Existe una coherencia discursiva desde la práctica, donde se ve un desfase entre discurso y la práctica. El mensaje “centralizado” por el estado y personalizado en el presidente está propenso a visibilizar contradicciones. Como lo menciona el Entrevistado 1: “Y probablemente uno de los problemas de tener un aparato burocrático grande como el de Estados Unidos es que se encuentran muchas contradicciones en los términos del mensaje”. Incluso como se puede manipular el mensaje a partir de intenciones narrativas, como lo señala el entrevistado “se me ocurre regresar a la a la invasión de Irak y decir que hay una que ese es el liderazgo global, ¿no?...Entonces ahí hay una parte que sí, la diplomacia pública trata de justificar una acción que no fue legal, que todos los problemas que sabemos de la invasión de Irak ¿no? Entonces hay una línea tenue”.

Equilibrar los intereses internos en Estados Unidos es un reto que puede a su vez, impactar en la responsabilidad ética, al respecto el Entrevistado 4 menciona: "que prácticamente Estados Unidos ya es un país multicultural pero mientras tenga gobernantes que no acepten esa multiculturalidad pues no va a haber un equilibrio ni en los discursos ni en las acciones". Incluso advierte que "va a ser muy difícil que ellos (Estados Unidos) traten de influenciar en algo si no hay una manipulación".

CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES Y DISCUSIONES

El presente estudio analizó la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en *X* de la cuenta oficial de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos aplicando el análisis de contenido para determinar los marcos discursivos empleados en los *posts* que dan forma a dicha estrategia. Asimismo, se exploraron las percepciones de expertos en Comunicación Internacional, Opinión pública, Relaciones Internacionales y Diplomacia. Esto fue posible gracias a que la presente investigación se caracteriza por ser de diseño mixto secuencial explicativo, lo cual implica integrar la técnica de investigación cuantitativa (análisis de contenido) con la técnica de investigación cualitativa (entrevistas en profundidad), que, además de permitir determinar patrones discursivos, también se identificaron las interpretaciones sobre su efectividad, ética y coherencia comunicativa.

En la fase cuantitativa, se analizaron un total de 864 publicaciones, categorizadas teóricamente de acuerdo con los elementos del *framing* propuestos por Entman (1993) y operacionalizados por Matthes y Kohring (2008), que son: los **temas** que se están mencionando en el mensaje, los **actores** que están participando en el mensaje, el **rol de los actores** en el mensaje, la **atribución de responsabilidad** de los actores en el mensaje, la **evaluación moral** (en favor o en contra de la temática del mensaje), los **beneficios o riesgos** del tratamiento del tema y la **postura** para remediarlo.

De esta manera, el objetivo general de esta fase fue identificar los marcos discursivos predominantes que reflejan la orientación comunicativa empleada por el gobierno de Estados Unidos en el ámbito digital, cuyos resultados muestran una estrategia comunicativa altamente estructurada y coherente, que sitúa en primer lugar los valores positivos y la visibilidad global. Sin embargo, los resultados también muestran que los patrones de interacción y la capacidad de

influencia residen más en la repetición constante del mensaje que en el proceso racional de la audiencia. Estos hallazgos sirvieron como base para la discusión cualitativa posterior, donde más adelante se examinan las percepciones de los expertos y se contrasta la eficacia del discurso con las estrategias y teorías expuestas en el marco teórico que compone esta investigación.

En el caso de la fase cualitativa, se encontró que la estrategia de diplomacia pública estadounidense está constituida en la coherencia autopercibida de ser el salvador de los valores democráticos modernos, acompañado de una superioridad respecto a los demás países, lo que usa incluso como aspecto legitimador del poder. Dicha práctica le sirve para constituir el poder en sus narrativas, en la influencia comunicativa y para contrarrestar los errores en sus inconsistencias e incoherencias prácticas. También abraza las acciones del poder y la fuerza, sobre todo en el escenario internacional multipolar que se está constituyendo hoy en día. También, los marcos discursivos que actualmente considera legítimos y prácticos los instituye desde la personificación del poder central, que desorienta y pone endeble la confianza de los receptores locales y de los actores internacionales.

Los mensajes en X reflejan una lógica reactiva, para posicionar la agenda mediática y sostener su influencia, más que una estrategia institucional de largo plazo, es decir, se trabaja desde la inmediatez y el corto plazo, exacerbando su poder mediante acciones amenazantes y de liderazgo impositivo. Las recomendaciones que realizan los expertos al respecto de la elección y difusión de marcos discursivos y de su efectividad, depende de reconciliar la distancia entre discurso y acción, recuperar la coherencia ética y adaptarse sin transgredir a la visión de una geopolítica multipolar, que invita a que la construcción de la credibilidad sea a partir de hechos, consistencia discursiva y con un canal de retroalimentación entre actores. En suma, la diplomacia pública estadounidense se legitima y constituye por su capacidad de información y estructura narrativa institucional y

permanente, pero se deslegitima y debilita respecto al mundo multipolar, por su insuficiente coherencia narrativa respecto a la práctica.

A continuación, se presentan en conjunto los resultados del estudio cuantitativo y del estudio cualitativo que respaldan el pleno cumplimiento del objetivo general de la presente investigación: De acuerdo con los marcos discursivos encontrados, se determinaron cinco marcos predominantes en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos, los cuales son: **1.** el marco discursivo de diplomacia afirmativa y liderazgo global; **2.** de empoderamiento educativo y oportunidades; **3.** de defensa de la verdad y combate de la desinformación; **4.** el protocolario y conmemorativo y **5.** El de conexión cultural y diplomacia blanda.

Asimismo, los resultados obtenidos a través del análisis de contenido muestran que los mensajes emitidos por la Subsecretaría demuestran una tendencia a atribuir la responsabilidad a actores externos y a presentar a Estados Unidos como parte de la solución a los problemas, lo que confirma el supuesto de Entman (1993) sobre el *framing* que sostiene que la construcción de sentido sirve para legitimar acciones. Además, se muestra que los mensajes de Estados Unidos están orientados a enfatizar los valores universales, sin embargo, los expertos cuestionan la coherencia ética de la estrategia de diplomacia pública estadounidense al identificar una discrepancia entre el discurso moral y la práctica internacional. De igual forma, los *posts* que trataban de temas como relaciones exteriores, cooperación y derechos humanos, adquirieron mayor pertinencia internacional, mientras que los *posts* sobre temas nacionales o institucionales obtuvieron menor alcance.

Por otro lado, con base en la percepción de los expertos, los resultados obtenidos muestran que la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos está más orientada a la autopromoción a través del control de su imagen que a la estructura del diálogo. De acuerdo con los expertos, es importante fortalecer la coherencia entre la narrativa y la interacción con la audiencia, conforme

con el Modelo de Probabilidad de Elaboración (ELM) que sostiene que la persuasión efectiva y duradera depende de un procesamiento cognitivo central y reflexivo más que periférico.

De este modo, es imprescindible contrastar los resultados de la investigación con los supuestos teóricos revisados en el marco teórico que conforma la presente investigación permitiendo concebir a la diplomacia pública estadounidense como una forma de acción internacional que articula las relaciones entre los actores del sistema internacional, la comunicación estratégica y el poder simbólico.

En primer lugar, sobre los diferentes tipos de capacidades para influir o persuadir a otros actores que propone Nye (2004) como el *hard power*, el *soft power* y el *smart power*, los resultados de este estudio sugieren que la diplomacia pública de Estados Unidos se sustenta en el *soft power* ya que se apoya en la atracción cultural, los valores democráticos y la narrativa de liderazgo moral que funcionan como ejes para demostrar liderazgo global. Esto se refleja y se fundamenta con los marcos discursivos identificados y al mismo tiempo confirman una proyección hegemónica al utilizar los medios de comunicación digitales para mantener el orden liberal. Sin embargo, los resultados también demuestran que ese discurso conlleva al debilitamiento de la credibilidad internacional que se acentúa por la participación de nuevos actores.

La perspectiva teórica que plantea la aparición de nuevos actores en el sistema internacional, es la teoría de la interdependencia (Kehone y Nye, 1977), la cual, se expone en este estudio como parte fundamental para comprender la relación que existe entre esta teoría y la diplomacia pública, explicando que ésta última se ejecuta dentro de un sistema global de interdependencias complejas, en el que los intercambios simbólicos como la información, los valores y las percepciones se configuran mutuamente.

De esta manera, los hallazgos revelan que, aunque la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores de Estados Unidos pretende alcanzar una buena imagen en la arena internacional y redifinir la reputación del país, en realidad participa en una red de intercambio de mensajes donde los emisores que participan en el contexto digital pueden ser desde organizaciones internacionales hasta actores no estatales e incluso el público mismo que de alguna manera u otra inciden en la configuración de la agenda y en la interpretación de los mensajes. Así, esto sugiere que el Estado no es el único actor con el poder para influir e incidir en la audiencia a través de la emisión de los mensajes, y por ello, debe adoptar estrategias comunicativas para interactuar, dialogar y adaptarse dentro de las redes de información. Por esto, la interdependencia condiciona la estrategia de diplomacia pública porque limita el control discursivo para obtener legitimidad narrativa, reconocimiento y prestigio internacional que se construye a partir de la validación de otros actores que surgen de las percepciones y no solamente de las capacidades internas del Estado.

Por su parte, desde la perspectiva teórica del constructivismo (Wendt, 1992), los resultados obtenidos muestran que la diplomacia pública es, por su naturaleza, un instrumento que construye símbolos y significados que moldean la percepción internacional y por ende la estructura de la realidad misma. Con base en esto, la diplomacia pública se concibe también como un canal de información que produce identidades, comunica políticas, normas y valores que construye una narrativa sobre Estados Unidos como un líder global, benevolente y racional y al mismo tiempo le adjudica una identidad a los demás actores que participan en el sistema internacional para generar cierta resonancia interpretativa en el público extranjero. En este sentido, las entrevistas realizadas a los expertos en la materia, corroboraron que los marcos discursivos identificados en el estudio funcionan como mecanismos que simbolizan la identidad nacional, la autoimagen de la Nación y la búsqueda por la legitimación. Sin embargo, la efectividad de esta estrategia depende de la receptividad de la audiencia, ya que cuando los receptores del mensaje no comparten la narrativa

expuesta ni la internalizan al no generar afinidad con los valores que se comunican por parte del Estado, el resultado es un distanciamiento, desconfianza y escepticismo frente a la acción exterior estadounidense.

En términos de la teoría del *framing* (Entman, 1993; 2008), los resultados cuantitativos muestran cómo la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores con el fin de moldear la realidad, selecciona estratégicamente aspectos de la realidad para estructurar el mensaje mediante narrativas morales que proyectan a Estados Unidos como un líder global democrático. Este proceso de encuadre permite por un lado, simplificar la interpretación de los acontecimientos internacionales y, por otro, mantener la coherencia narrativa que define al Estado frente al público extranjero. No obstante, los resultados cualitativos revelan que la existencia de coherencia discursiva por parte del país, no garantiza una coherencia ética, ya que el público receptor percibe las incongruencias y/o contradicciones entre los valores enunciados y las acciones exteriores de Estados Unidos, lo que genera una brecha entre comunicación y credibilidad.

En lo referente a la *Agenda Setting* (McCombs y Shaw, 1972), la presente investigación confirma de manera parcial que la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos introduce determinados temas en la conversación digital y orienta la atención de la audiencia pero al momento de definir y configurar la relevancia global, la saturación mediática y la competencia discursiva de otros actores internacionales la condiciona. De dicha manera, este patrón se ajusta al Modelo de Activación en Cascada (Entman, 2008), ya que el autor sostiene que Modelo explica la eficacia comunicativa depende de la congruencia cultural y del alineamiento cognitivo entre emisor, élites mediáticas y audiencias globales.

En relación con el Modelo de Probabilidad de Elaboración (ELM) (Petty y Cacioppo, 1986) que ayuda a interpretar los patrones de interacción encontrados, los hallazgos de este estudio

indican que la mayoría de los mensajes analizados responden a reacciones superficiales *como likes o reposts*, que, siguiendo este Modelo, esa respuesta o comportamiento por parte de la audiencia se encuentra más relacionado a una vía periférica de persuasión que a un procesamiento cognitivo central. Es decir, que no implica una reflexión crítica ni modificación de actitudes. De ahí que el *engagement* digital no necesariamente refleja influencia política o transformación actitudinal, sino más bien un consumo informativo inmediato.

De acuerdo con la hipótesis planteada en el Capítulo I “La estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados se centra en la cooperación internacional, intercambios académicos y becas para estudiantes buscando consolidar una imagen positiva ante los ojos del mundo y los expertos en diplomacia pública tienen opiniones mixtas sobre los marcos discursivos de los mensajes de X de Estados Unidos donde por un lado valoran esta estrategia y por otro, critican la autenticidad y confianza de los mensajes emitidos por Estados Unidos.”, el análisis realizado permite concluir que ésta hipótesis se confirma de manera parcial. Por un lado, los mensajes analizados en la plataforma X presentan una estructura sólida y demuestran respaldo institucional. Además, pudieron ser categorizados en 4 marcos discursivos que abordan las temáticas que fueron planteadas. Sin embargo, de acuerdo con los resultados encontrados en las entrevistas con expertas y expertos, se encontró que no se reconoce una coherencia entre esos discursos y temáticas con las prácticas geopolíticas del país en cuestión. Se mencionó que esta situación afecta la eficacia de las intensiones de persuasión y aumento de la legitimidad que se tienen por parte de EEUU, ya que esto se logra de manera integral en la que se generen significados y relaciones de confianza a través de mensajes y acciones, y no solamente con una estrategia de mensajes en el entorno digital. Finalmente, se concluye que a pesar de que la estrategia de diplomacia pública de EEUU se adecua a los canales de comunicación digitales, la desconexión con

sus acciones sigue siendo una brecha que impide mejorar su imagen ante ciertos grupos poblacionales.

Referencias

- Acuto, M. (2013). City diplomacy: Towards more strategic networking? *Global Networks*, 13(4). Pp. 485–505. <https://doi.org/10.1111/glob.12038>
- ACPD (U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy). (2023). Annual Report 2023. U.S. Department of State. <https://www.state.gov>
- Allen, G. (2010). *Contemporary diplomacy*. Polity Press.
- Aday, S., Farrell, H., Lynch, M., Sides, J., & Zuckerman, E. (2012). *The role of social media in the Arab Spring*. Washington Quarterly 35(2). Pp. 29-45. <https://doi.org/10.1080/0163660X.2012.667201>
- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*. 70. pp. 423-450. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>
- Armitage, R. and Nye, J. (2007). CSIS Commission on Smart Power. A Smarter, More Secure America. Center for Strategic & International Studies. <https://carnegieendowment.org/files/csissmartpowerreport.pdf>
- Aruguete, N. (2011). Framing. La perspectiva de las noticias. *La trama de la Comunicación*. 15. pp. 67-80. <https://www.redalyc.org/pdf/3239/323927065004.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_MLAzpiroz.pdf
- Barston, R. P. (2019). Modern Diplomacy (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351186862>

Bély, L. (2014). *Diplomacy in Early Modern Europe*. In M. Frigo (Ed.), *Politics and Diplomacy in Early Modern Europe*. pp. 1–25. Cambridge University Press.

<https://books.google.com/books?id=aoMiBQAAQBAJ>

Berridge, G. R. (2015). *Diplomacy: Theory and Practice* (5th ed.). Palgrave Macmillan.

Berridge, G. R. (2015). *Ethics in public diplomacy*. Oxford University Press.

Bettie, M. (2015). The Fulbright Program and American public diplomacy: Then, now and next. *Global Affairs*, 1(3). Pp. 275–284. <https://doi.org/10.1080/14794012.2015.1088326>

Bound, K., Briggs, R., Holden, J., & Jones, S. (2007). Cultural Diplomacy. Demos.

<https://www.demos.co.uk/files/Cultural%20diplomacy%20-%20web.pdf>

Bryant, J., & Oliver, M. B. (Eds.). (2009). *Media Effects: Advances in Theory and Research* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203877112>

Bjola, C., & Holmes, M. (Eds.). (2015). *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315764276>

Creswell, J. (2023). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sixth Edition. California. SAGE Publications.

Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1). Pp. 31–54. <https://doi.org/10.1177/0002716207311952>

Cull, N.J. (2019). *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age*. Editorial Polity.

Delgado, L. (2014). La diplomacia pública de Estados Unidos. Una perspectiva histórica. *Revista Complutense de Historia de América*. 40. pp. 277-301. https://doi.org/10.5209/rev_RCHA.2014.v40.46352

Dixon, H. G.; Hill, D. J.; Borland, R. and Paxton, S. J. (2001). Public reaction to the portrayal of the tobacco industry in the film 'The Insider'. *Tobacco Control*. 10 (3). Pp. 285-291.

- Eisenstadt, S. N., & Elman, C. (2020). *Public Opinion and the International System*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429309633>
- Entman, R. (1989). How the Media Affect What People Think: An information Processing Approach. *The Journal of Politics*. 51 (2). Pp. 347-370. <https://doi.org/10.2307/2131346>
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*. 43(4), pp. 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. (2008). Theorizing Mediated Public Diplomacy: The U.S. Case. *The International Journal of Press/Politics* 13(2). Pp. 87-102. [10.1177/1940161208314657](https://doi.org/10.1177/1940161208314657)
- Festinger, L. (1962). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics using SPSS*. Los Angeles: SAGE.
- 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). Pp. 263-293.
- Gilboa, E. (2000). Mass communication and diplomacy: A theoretical framework. *Communication Theory*. 10(3), pp. 275–309.
- Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55–77. <https://doi.org/10.1177/0002716207312142>
- Goldsmit, B., and Horiuchi, Y. (2009). Spinning the Globe? U.S. Public Diplomacy and Foreign Public Opinion. *The Journal of Politics*. 71(3) pp. 863–875.
<http://www.jstor.org/stable/10.1017/s0022381609090768>
- Golovchenko, Y., Stańczak, K., Adler-Nissen, R., Wangen, P., & Augenstein, I. (2023). Invisible Women in Digital Diplomacy: A Multidimensional Framework for Online Gender Bias Against Women Ambassadors Worldwide. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2311.17627>

- Graffy, C. (2008). 'A tweet in Foggy Bottom'. Washington Post. P. A11.
- <https://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/12/23/AR2008122301999.html?referrer=emailarticle>
- Greene, J. C., Caracelli, V. J., & Graham, W. F. (1989). Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11(3), 255–274.
- <https://doi.org/10.3102/01623737011003255>
- Grunig, J. E. (1993). Public relations and international affairs: Effects, ethics and responsibility. *Journal of International Affairs*, 47(1). Pp. 137–162.
- Hansen, W. L. (2010). America's public diplomacy: A critical review. *International Journal of Communication*, 4, 1–16. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/729>
- Hayden, C. (2012). *The Rhetoric of Soft Power: Public Diplomacy in Global Contexts*. Lexington Books.
- Holsti, O. R. (1996). *Public Opinion and American Foreign Policy*. University of Michigan Press.
- Iacobelli, P. y Camino, N., (2018). Diplomacia pública japonesa en la prensa chilena durante la Segunda Guerra Mundial. *Cuadernos de Historia*. 49. <http://dx.doi.org/10.4067/S0719-12432018000200073>
- Igartua, J. J. (2011). Mejor convencer entreteniendo: comunicación para la salud y persuasión narrativa. *Revista de Comunicación y Salud*. 1(1). Pp. 69-83.
- Keohane, R. O., & Nye, J. S. (2012). *Power and Interdependence* (4.^a ed.). Longman.
- Khatib, L., Dutton, W. and Thelwall, M. (2012). Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team. *Middle East Journal*. 66 (3). Pp. 453-472. <https://doi.org/10.3751/66.3.14>
- Kissinger, H. (1994). *La diplomacia*, trad. de Mónica Utrilla, 2 a ed. en español, México, Fondo de Cultura Económica.

- Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2005). Public relations, not propaganda, for U.S. public diplomacy in a post-9/11 world: Challenges and opportunities. *Journal of Communication Management*, 9(4). Pp. 296–304.
- Kunczik, M. (1997). Images of nations and international public relations. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Kurizaki, S. (2011). When diplomacy works. <http://www.f.waseda.jp/kurizaki/book.html>
- La Porte, T. (2007). La diplomacia pública americana: lecciones para una comunicación internacional. *Comunicación y Sociedad*. 20(2). pp. 23-59.
[hWps://doi.org/10.15581/003.20.36294](https://doi.org/10.15581/003.20.36294)
- Lapinski, M. K. y Nwulu, P. (2008). Can a short film impact hiv-related risk and stigma perceptions? Results from an experiment in Abuja, Nigeria. *Health Communication*. 23. Pp. 403-412.
[10.1080/10410230802342093](https://doi.org/10.1080/10410230802342093)
- Lasswell, H. (1948). The clarifier of public discussion. *Quarterly Journal of Speech*. 34(4). Pp. 451-454. [10.1080/00335634809381431](https://doi.org/10.1080/00335634809381431)
- López de Ullibarri Galparsoro, I. y Pita Fernández, S. (2001). Medidas de concordancia: el índice de Kappa. *Cad Aten Primaria*. Pp. 169-177. https://www.myclinic.es/wp-content/uploads/L%C3%B3pez-de-Ullibarri-Medidas-de-concordancia_-el-%C3%ADndice-Kappa.pdf
- Lomax, F., Tyler, T. Goetz, M., et al. (1983). Media and Agenda Setting: Effects on the Public, Interest Group Leaders, Policy Makers, and Policy. *The Public Opinion Quarterly*. 47 (1). pp. 16-35.
<https://www.jstor.org/stable/2748703>
- López-Aranguren, J. (2021). La diplomacia olímpica de Japón: De Tokio 1964 a Tokio 2021. *Mirai. Estudios Japoneses*. 5. Pp. 67-76. <https://dx.doi.org/10.5209/mira.74697>

López-López, P., Castro, P. y Oñate, P. (2020). Agenda melding y teorías de la comunicación: la construcción de la imagen de los actores políticos en las redes sociales. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos.* (112). pp. 23-39.

<https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi112.4089>

Majeed, M. A. H. (2024). Soft Power Diplomacy. *Hammurabi Journal for Studies*, 13(52), 209-232.

<https://doi.org/10.61884/hjs.v13i52.549>

Manfredi, J.L. (2011). Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia pública. *Comunicación y Sociedad*. 14 (2). pp. 199-225. <https://hdl.handle.net/10171/27282>

Manheim, J. B. (1994). *Strategic public diplomacy and American foreign policy: The evolution of influence*. Oxford University Press.

Manor, I. (2019). *The Digitalization of Public Diplomacy*. Palgrave Macmillan.

<https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3>

Martínez, J.L., Monge, S. y Valdunquillo, M. (2012). Medición de las respuestas psicofisiológicas grupales para apoyar el análisis de discursos políticos. *Trípodos*. (29). pp. 53-72.

http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanqueria/article/view/76/374

Matthes, J., and Kohring, M. (2008). The content analysis of mediaframes: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*. 58(2). Pp. 258-279.

<http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x>

McCombs, M. y Shaw, D. (1972). The Agenda Setting Function of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly*. 36. Pp. 176-187. <http://dx.doi.org/10.1086/267990>

Mearsheimer, J. J. (1994). The false promise of international institutions. *International Security*, 19(3), pp. 5–49. <https://doi.org/10.2307/2539078>

Mearsheimer, J. J. (2001). *The Tragedy of Great Power Politics*. W. W. Norton.

Méndez Coto, M., (2015). Diplomacia pública y marca-país en las Américas: Un acercamiento a las experiencias de Brasil, Chile, México y Perú. *Temas de nuestra América*. 59(32). Pp. 81-98.

<http://dx.doi.org/10.15359/tdna.32-59.6>

Melissen, J. (Ed.). (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan.

Melissen, J. (Ed.). (2011). *Public diplomacy in the 21st century: A comparative perspective*. Palgrave Macmillan.

Morgan, S. E., Movius, L., and Cody, M. J. (2009). The Power of Narratives: The Effect of Entertainment Television Organ Donation Storylines on the Attitudes, Knowledge, and Behaviors of Donors and Nondonors. *Journal of Communication*. 59(1). Pp. 135–151.

<doi:10.1111/j.1460-2466.2008.01408.x>

Montville, J. V. (1990). Track Two Diplomacy: The Work of Healing History. *The Whitehead Journal of Diplomacy and International Relations*, 1(1). Pp. 162–175.

Morgenthau, H. J. (1978). *Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace* (5th ed.). Knopf.

Muñiz, V., Castillo, Y. y Martínez, A. (2021). La teoría de la Agenda Setting. Crítica epistemológica y profundización cualitativa. A partir de un estudio antropológico. *Perspectivas de la comunicación*. 14 (1). Pp. 231-272.

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48672021000100231

Naskou-Perraki, P. (Ed.). (2025). *Contemporary Diplomatic and Consular Relations: Selected Aspects*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-99243-8>

National Geographic. (2023). Ramsés II y el rey hitita Hattusili firman el primer tratado de paz de la historia. Historia National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/ramses-ii-y-el-rey-hitita-hattusili-firman-el-primer-tratado-de-paz-de-la-historia_19165

Nieto, A. y Peña, M. (2008). La diplomacia pública: los medios informativos como instrumento de política exterior. *Estudios Políticos*. 9 pp. 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. *Huarte de San Juan. Geografía e Historia*. 15. Pp. 113-119.

<https://hdl.handle.net/2454/9120>

Paiz, G. (2016). Tejiendo el consenso desde la combinación de las agendas: la Agenda Melding. *Ciencia e Interculturalidad*. 19 (2). Pp. 104-121. <https://doi.org/10.5377/rcl.v19i2.3122>

Pamment, J. (2013). *New Public Diplomacy in the 21st Century: A Comparative Study of Policy and Practice*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203083926>

Pamment, J. (2018). La diplomacia y la digitalización: un oficio en adaptación a las nuevas redes de poder. *Revista Mexicana de Política Exterior*. (13). Pp. 53-71.

<https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/234>.

Perloff, R. M. (2020). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century* (7th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429299187>

Petty, R., Cacioppo, J. and Cialdini, R. (1981). Attitude and attitude change. *Annual Reviews Inc*. 32. Pp. 357-404. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.32.020181.002041>

Petty, R. E., Wegener, D. T., & Fabrigar, L. R. (1997). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*. 48 (1). Pp. 609–647. [10.1146/annurev.psych.48.1.609](https://doi.org/10.1146/annurev.psych.48.1.609)

Petty, R., Briñol, P., and Priester, J.R. (2009). Mass media attitude change: Implications of the Elaboration Likelihood Model of persuasion. In Bryant, J. and Oliver, M.B. (Eds.). *Media Effects*:

Advances in Theory and Research (3rd ed.). pp. 125-164. Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9780203877111>

Pohlig, M. (2021). Gender and the formalisation of diplomacy in early modern Europe. *The International History Review*, 44(5), 1062–1076.

<https://doi.org/10.1080/07075332.2021.1924830>

Portador García, T. de J., y Solórzano Tello, O. A. (2019). Soft Power and New Chinese Diplomacy in the 21st Century with Countries of the Global South: The Latin American Case. *Mundo Asia Pacífico*. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/map/article/view/5828>

Plaisance, P. L. (2005). The propaganda war on terrorism: An analysis of the United States' "Shared Values" public-diplomacy campaign after September 11, 2001. *Journal of Mass Media Ethics*, 20(4). Pp. 250–268.

Quaglioni, D. (2018). Renaissance diplomacy. In G. Martel (Ed.), *The Encyclopedia of Diplomacy*. Wiley Online Library.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118885154.dipl0233>

Quezada, R. (2020). La diplomacia pública estadounidense en educación hacia indígenas mexicanos: actores políticos y construcciones sociales dobles. *Norteamérica*. (1). pp. 35-54.

<http://dx.doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2021.1.466>

Rachmawati, I., Kuncoro, H. R., Sari, D. L., & Tahalea, S. P. (2024). Digital Diplomacy in the 21st Century: The Transformative Role of Social Media Platforms in Public Engagement. *Proceedings of the 2nd International Conference on Advance Research in Social and Economic Science (ICARSE 2023)*. Pp. 567-576. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-247-7_57

Reese, S. D. (Ed.). (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence Erlbaum Associates.

- Risse, T. (2000). "Let's argue!": Communicative action in world politics. *International Organization*, 54(1). Pp. 1–39. <https://doi.org/10.1162/002081800551109>
- Risse, T. (2015). A Community of Europeans? Transnational Identities and Public Spheres. Cornell University Press. <https://doi.org/10.7591/9781501701844>
- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. Cuicuilco. 18 (52). Pp. 39-49. <https://www.scielo.org.mx/pdf/cuicui/v18n52/v18n52a4.pdf>
- Rodríguez, A. (2013). La comunicación como instrumento de la diplomacia pública. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 19. Pp. 953-961. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42179
- Rodríguez, A. (2013). Estrategias de comunicación y nueva diplomacia pública. *Compé, Revista Científica de Comunicación, Protocolo y Eventos*. 1. pp. 61-76. <https://n9.cl/d4c1y>
- Rodríguez, A. (2015). Diplomacia digital, ¿adaptación al mundo digital o nuevo modelo de diplomacia? *Opción*. 31 (2). Pp. 915-937. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31045568050.pdf>
- Rüland, J. (2020). The Rise of Multilateral Diplomacy: The Asian Development Bank and the Politics of International Cooperation. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429326964>
- Ross, C. (2002). Public diplomacy comes of age. *The Washington Quarterly*, 25(2). Pp. 75–83.
- Seib, P. (2013). *The globalization of public diplomacy: An international perspective*. Palgrave Macmillan.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2013). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (7th ed.). Pearson.
- Sending, O. J., Pouliot, V., & Neumann, I. B. (2015). *Diplomacy and the Making of World Politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316162903>
- Scheufele, D. A. y Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda-setting and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*. 57. pp. 9-20. [10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x)

- Schmidt, B. C. (2013). *International Relations and the First Great Debate*. Routledge.
- <https://doi.org/10.4324/9780203079561>
- Shaw, D. McCombs, M., Weaver, D. et. al. (2006). Individuals, groups, and Agenda Melding: a Theory of Social Dissonance. *International Journal of Public Opinion Research*. 11 (1). Pp. 2-24.
- <https://doi.org/10.1093/ijpor/11.1.2>
- Sheafer, T. & Gabay, I. (2009). Mediated Public Diplomacy: A strategic Contest over International Agenda Building and Frame Building. *Political Communication*. 26. Pp. 447-467. [DOI: 10.1080/10584600903297240](https://doi.org/10.1080/10584600903297240)
- Signitzer, B. H., & Coombs, T. (1992). Public relations and public diplomacy: Conceptual convergence. *Public Relations Review*, 18(2), 137–147.
- Snow, N. (2003). *Information war: American propaganda, free speech and opinion control since 9/11*. Seven Stories Press.
- Snyder, L. B., & Rouse, R. A. (1995). The Media Can Have More Than an Impersonal Impact: The Case of AIDS Risk Perceptions and Behavior. *Health Communication*. 7(2). Pp. 125–145. [10.1207/s15327027hc0702_3](https://doi.org/10.1207/s15327027hc0702_3)
- Sowerby, T. A., & Hennings, J. (Eds.). (2017). Practices of diplomacy in the early modern world c. 1410–1800. Routledge. https://brill.com/view/journals/dipl/1/2/article-p323_323.xml
- Stavridis, S., & Jančić, D. (Eds.). (2016). Parliamentary Diplomacy in European and Global Governance. Brill Nijhoff. <https://doi.org/10.1163/9789004325501>
- Taylor, SJ y R. Bogdan. (1990). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona, Paidós.
- Tavares, R. (2016). *Paradiplomacy. Cities and States as global players*. Nueva York: Oxford University Press.

- Teets, J. C. (2014). The role of public diplomacy in foreign policy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 9(3), 327–345. <https://doi.org/10.1163/1871191X-12341269>
- Terrés, G. (2022). Diplomacia pública 2.0: una propuesta virtual para un mundo real. *Revista Mexicana de Política Exterior*. (92). Pp. 97-126. <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/581>.
- Tuch, H. N. (1990). *Communicating with the world: U.S. public diplomacy overseas*. St. Martin's Press.
- United Nations, (s.f.). Replica of Peace Treaty between Hattusilis and Ramses II. United Nations Gifts. <https://www.un.org/ungifts/replica-peace-treaty-between-hattusilis-and-ramses-ii>
- 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. <http://www.state.gov/documents/organization/106297.pdf>.
- U.S. Department of State, Office of the Historian. (s. f.). Under Secretaries for Public Diplomacy and Public Affairs. <https://history.state.gov/departmenthistory>
- Van Ham, P. (2003). War, Lies, and Videotape: Public Diplomacy and the USA's War on Terrorism. *Security Dialogue*, 34(4). pp. 427–444. <http://www.jstor.org/stable/26298270>
- Valle de Frutos, S. (2024). La opinión pública internacional en el contexto de la geopolítica de la globalización desinformativa. Análisis desde la teoría de la complejidad y de la baja racionalidad. *Relaciones Internacionales*, 56. Pp. 75-93 <https://doi.org/10.15366/relacionesinternacionales2024.56.004>
- Waltz, K. N. (1979). *Theory of International Politics*. Addison-Wesley.
- Wang, J. (2006). *Localizing public diplomacy: The role of sub-national actors in nation branding*. Place Branding, 2(1), pp. 32–42.

Wang, J. (2007). Telling the American story to the world: The purpose of U.S. public diplomacy in historical perspective. *Public Relations Review.* 33(1). Pp. 21-30. [doi:10.1016/j.pubrev.2006.11.005](https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2006.11.005)

Watson, A. (1991). *Diplomacy: The Dialogue Between States*. London and New York: Routledge.

Wendt, A. (1992). Anarchy is what states make of it: The social construction of power politics. *International Organization*, 46(2), 391–425.

Wendt, A. (1999). Social Theory of International Politics. Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511612183>

Whilelm, D. (2016). Religion, the Sacred and Hospitality. *Series IVA, Central and Eastern European Philosophical Studies.* (56). The Council for Research in Values and Philosophy.
<https://crvp.org/publications/Series-IVA/IVA-56.pdf#page=53>

Xu, Y. (2021). Framing advocacy event: Comparing news coverage and Facebook comments of the Belt and Road Forum in Pakistan and the USA. *Journal of Contemporary Eastern Asia.* 20 (1). Pp. 1-23. [DOI: 10.17477/jcea.2021.20.1.001](https://doi.org/10.17477/jcea.2021.20.1.001)

Zaharna, R. S. (2004). *From propaganda to public diplomacy in the information age*. In Y. R. Kamalipour & N. Snow (Eds.), War, media, and propaganda: A global perspective (pp. 219–226). Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

Zaharna, R. S. (2010). Battles to Bridges: U.S. Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230112087>

Zhang, T., Khalitova, L., Myslik, B., et. al. (2018). *Comparing Chinese state-sponsored media's agenda-building influence on Taiwan and Singapore media during the 2014 Hong Kong Protest*. *Chinese Journal of Communication.* 11 (1). Pp. 66-87.
<https://doi.org/10.1080/17544750.2017.1386694>

Zhou, Y. y Moy, P. (2007). Parsing framing processes: the interplay between online public opinion and media coverage. *Journal of Communication.* 57. Pp. 79-98. [10.1111/j.0021-9916.2007.00330.x](https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00330.x)

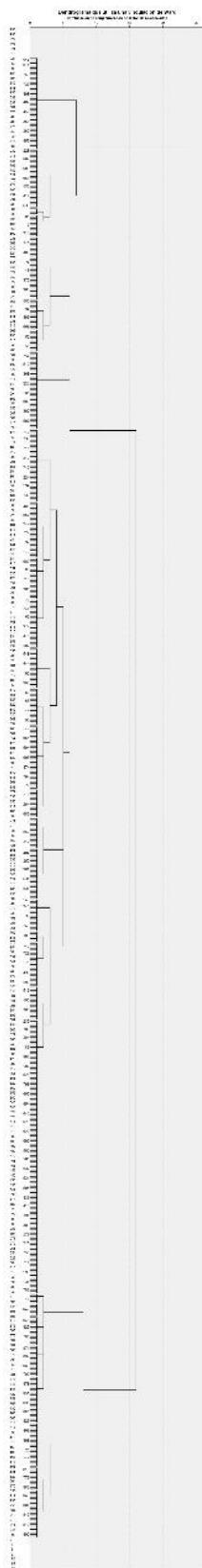
ANEXO A. LIBRO DE CÓDIGOS

Variable	Componentes
1.- Datos de identificación básicos	1.1 Número de folio 1.2 Fecha del post 1.3 Codificador
2.- Importancia del post	2.1.- Acompañamiento de una fotografía. 2.2.- Acompañamiento de un video. 2.3.- Presencia de contenido de <i>webs</i> o noticias incrustado en el post. 2.4.- En el texto se etiqueta a otros contactos o usuarios de la red social. 2.5.- En el texto se utilizan Hashtags. 2.6.- Número de veces que el post ha recibido <i>likes</i> o ha sido marcado como favorito. 2.7.- Número de veces que el post ha sido compartido. 2.8.- Número de veces que el post ha sido comentado. 2.9.- Número total de palabras del post.
3.- Contenido temático de los posts.	3.1.- Relaciones Exteriores 3.2.- Educación 3.3.- Preservación cultural 3.4.- Arte y cultura 3.5.- Promoción Nacional 3.6.- Grupos vulnerables 3.7.- Infancia y juventud 3.8.- Empleo y desempleo 3.9.- Desinformación 3.10.- Salud Pública 3.11.- Género 3.12.- Deportes 3.13.- Otro 3.14.- Tema en específico
4.- Marcos discursivos sobre los posts de la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de	4.1 Definición del problema (tema). Se habla en el post sobre... 4.1.1. La importancia de la enseñanza del inglés a jóvenes de otros países. 4.1.2. Apoyo de becas para intercambios académicos y culturales. 4.1.3. Visita de estudiantes extranjeros en las escuelas de E.U.A.

E.U.A. (Matthes & Kohring, 2008).	<p>4.1.4. Cursos y talleres de líderes de otros países en E.U.A. 4.1.5. Manejo de la diplomacia deportiva, culinaria y de música como puente de conexión entre E.U.A. y otros países. 4.1.6. Estrategias de comunicación para erradicar la desinformación y manipulación de la información.</p>
	<p>4.2 Definición del problema (actor). Se menciona en el post a...</p> <p>4.2.1 Gobernantes 4.2.2 Estudiantes 4.2.3 Académicos 4.2.4 Científicos 4.2.5 Organizaciones internacionales 4.2.6 Empresas 4.2.7 Líderes internacionales 4.2.8 Artistas 4.2.9 Políticos 4.2.10 Congreso 4.2.11 Celebridades 4.2.12 Embajador/a 4.2.13 Otro 4.2.14 ¿Quién?</p>
	<p>4.3 Atribución de las causas (riesgos). En el post se atribuye a... algún daño o perjuicio.</p> <p>4.3.1 Gobernantes 4.3.2 Estudiantes 4.3.3 Académicos 4.3.4 Científicos 4.3.5 Organizaciones internacionales 4.3.6 Empresas 4.3.7 Líderes internacionales 4.3.8 Artistas 4.3.9 Políticos 4.3.10 Congreso 4.3.11 Celebridades 4.3.12 Embajador/a 4.3.13 Otro 4.3.14 ¿Quién?</p>

	<p>4.4 Atribución de las causas (beneficios). En el post se atribuye a... algún beneficio o ayuda.</p> <p>4.4.1 Gobernantes 4.4.2 Estudiantes 4.4.3 Académicos 4.4.4 Científicos 4.4.5 Organizaciones internacionales 4.4.6 Empresas 4.4.7 Líderes internacionales 4.4.8 Artistas 4.4.9 Políticos 4.4.10 Congreso 4.4.11 Celebridades 4.4.12 Embajador/a 4.4.13 Otro 4.4.14 ¿Quién?</p>
	<p>4.5 Evaluación moral (juicio positivo). En el post...</p> <p>4.5.1 El tema es bueno o adecuado. 4.5.2 Se está a favor del tema. 4.5.3 Se propone apoyar dicho tema.</p>
	<p>4.6 Evaluación moral (juicio negativo). En el post...</p> <p>4.6.1 Se exponen razones por el que el tema abordado es malo o defectuoso. 4.6.2 Se menciona estar en contra del tema abordado. 4.6.3 Se propone rechazar dicho tema.</p>
	<p>4.7 Evaluación moral (beneficios). Se sugiere en el post que el tema abordado o acciones asociadas con éste...</p> <p>4.7.1 Mejorarán las relaciones diplomáticas del país con otros. 4.7.2 Mejorarán las relaciones interpersonales de la ciudadanía con el extranjero. 4.7.3 Mejorará la imagen del país. 4.7.4 Aumentará el nivel de conocimiento de otras culturas. 4.7.5 Habrá más tolerancia y respeto hacia las diferentes culturas y nacionalidades.</p>

	<p>4.7.6 Habrá más libertad de expresión y cultural.</p> <p>4.7.7 Otro.</p>
	<p>4.8 Evaluación moral (riesgos). Se sugiere en el post que el tema abordado o acciones asociadas con éste...</p> <p>4.8.1 Empeorarán las relaciones diplomáticas del país con otros.</p> <p>4.8.2 Empeorarán las relaciones interpersonales de la ciudadanía con el extranjero.</p> <p>4.8.3 Empeorará la imagen del país.</p> <p>4.8.4 Disminuirá el nivel de conocimiento de otras culturas.</p> <p>4.8.5 Habrá menos tolerancia y respeto hacia las diferentes culturas y nacionalidades.</p> <p>4.8.6 Habrá menos libertad de expresión y cultural.</p> <p>4.8.7 Otro.</p>
	<p>4.9 Tratamiento (postura). En el post...</p> <p>4.9.1 Se abordan problemas y/o soluciones asociadas al tema.</p> <p>4.9.2 Se mencionan propuestas acerca del tema.</p> <p>4.9.3 Se enfatiza el desacuerdo entre actores acerca del tema.</p> <p>4.9.4 Se explican las implicaciones o impactos del tema en personas comunes.</p> <p>4.9.5 Se enfatiza el debate entre actores políticos acerca del tema.</p>
	<p>4.10 Tratamiento (remedio). En el post se alude a alguno de los siguientes...</p> <p>4.10.11 Establecer programas culturales para proteger y preservar los sitios arqueológicos.</p> <p>4.10.12 Establecer acuerdos bilaterales para defender el libre periodismo.</p> <p>4.10.13 Combatir la manipulación de la información</p> <p>4.10.14 Llevar a cabo actividades que conecten diferentes culturas.</p> <p>4.10.15 Otro.</p>

ANEXO B. DENDROGRAMA

ANEXO C. FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO CUALITATIVO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

FORMATO DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE ACOPIO DE INFORMACIÓN

Autor: Miros Haime Medellín Rentería

Título del Instrumento: Análisis de la percepción y opinión que tienen los expertos sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos.

Población objeto de estudio: Expertos en Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública.

Agradecemos de antemano su participación en la evaluación del contenido del instrumento de acopio de información, la evaluación tiene como fin determinar el grado en que se miden las **5** categorías de análisis incluidas en el cuestionario.

INSTRUCCIONES:

Para la evaluación del instrumento, debe colocar en los casilleros de cada uno de los siguientes cuatro criterios: **Suficiencia, Claridad, Coherencia y Relevancia**, el número que según su experiencia corresponda y de acuerdo con la siguiente Rúbrica. Posteriormente, realizar las observaciones y/o recomendaciones que estime pertinentes en cada uno de los ítems.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se debe incrementar con algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Análisis de la percepción y opinión que tienen los expertos sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos.

TABLA 1

Categoría de análisis 1:	<i>Percepción de la legitimidad y credibilidad de la diplomacia pública de EE.UU.</i>				
Población:	Expertos en Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública.				
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Desconfianza hacia las motivaciones estadounidenses	¿Cuál es su percepción general sobre los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos en sus mensajes de X?				
Evaluación de la transparencia	¿Cómo evalúa la forma en que los mensajes son estructurados para influir en la opinión pública internacional?				
Alineación con valores democráticos	¿Cómo percibe la congruencia entre los marcos discursivos promovidos por Estados Unidos en su diplomacia pública y los valores democráticos, los principios de libertad, derechos humanos y justicia que la Nación afirma representar?				

Estrategias de persuasión y su efectividad	¿Cómo es, desde su perspectiva, la efectividad de los marcos discursivos empleados por Estados Unidos en su diplomacia pública para generar un cambio de actitud o fomentar una percepción positiva de la Nación?					
---	---	--	--	--	--	--

Fuente: Hansen, W. L. (2010). America's public diplomacy: A critical review. *International Journal of Communication*, 4, 1–16. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/729>; Seib, P. (2013). *The globalization of public diplomacy: An international perspective*. Palgrave Macmillan.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Análisis de la percepción y opinión que tienen los expertos sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos.

TABLA 2

Categoría de análisis 2:	<i>Opinión sobre la alineación entre la intención original de los marcos discursivos y su recepción por parte del público.</i>					
Población:	Expertos en Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Percepción de distorsión mediática	¿En qué medida cree que los marcos discursivos utilizados en los mensajes de X de Estados Unidos logran alinearse con la intención original que buscaba transmitir el gobierno estadounidense?					
Diferencias entre la intención y la interpretación	¿Cuál es su percepción acerca de la relación entre la intención de los mensajes de diplomacia pública de Estados Unidos y la forma en que estos son recibidos por el público, tanto dentro del país como internacionalmente?					

Percepción de la manipulación o sinceridad	¿Cómo interpreta la falta de alineación entre la intención y la recepción de los marcos discursivos de diplomacia pública de Estados Unidos? ¿Se percibe como un intento de manipulación o como un malentendido relacionado con diferencias culturales y contextuales?					
---	--	--	--	--	--	--

Fuente: Teets, J. C. (2014). The role of public diplomacy in foreign policy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 9(3), 327–345. <https://doi.org/10.1163/1871191X-12341269>

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Análisis de la percepción y opinión que tienen los expertos sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos.

TABLA 3

Categoría de análisis 3:	<i>Valoración del impacto de estos marcos discursivos en la opinión pública y la imagen internacional de Estados Unidos.</i>					
Población:	Expertos en Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Efectos a largo plazo vs. corto plazo	¿Cómo valora el impacto de estos marcos discursivos en la opinión pública internacional?					
Percepción de la diplomacia pública como herramienta de poder blando	¿Cree que estos mensajes influyen de manera significativa en la imagen de Estados Unidos a nivel global?					
Percepción de la relación entre marcos discursivos y política exterior	¿En qué medida afectan las relaciones diplomáticas la utilización de los marcos discursivos en los mensajes emitidos por Estados Unidos en X?					

Fuente: Reese, S. D. (Ed.). (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence Erlbaum Associates.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Análisis de la percepción y opinión que tienen los expertos sobre los marcos discursivos específicos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos.

TABLA 4

Categoría de análisis 4:	<i>Comparación de los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos con los de otros actores internacionales.</i>				
Población:	Expertos en Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública.				
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Comparación de objetivos y mensajes clave	En su opinión, ¿cómo se comparan los marcos discursivos utilizados por Estados Unidos en X con los de otros actores internacionales, como la Unión Europea, China o Rusia?				
Estilos y enfoques de comunicación	¿Cómo percibe las diferencias en los enfoques de comunicación y en el uso de marcos discursivos en X por parte de Estados Unidos en comparación con otros actores internacionales?				
Estrategias de poder blando	¿Cómo considera que se perciben los marcos discursivos de la diplomacia pública de Estados Unidos frente a los de otros países o actores que también utilizan estrategias de poder blando (como la cultura, los valores democráticos, la cooperación internacional)?				

Fuente: Melissen, J. (Ed.). (2011). *Public diplomacy in the 21st century: A comparative perspective.*

Palgrave Macmillan.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Análisis de la percepción y opinión que tienen los expertos sobre los marcos discursivos específicos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos.

TABLA 5

Categoría de análisis 5:	<i>Reflexión sobre las consideraciones éticas y de responsabilidad en la elección y difusión de marcos discursivos.</i>				
Población:	Expertos en Relaciones Internacionales, Diplomacia, Comunicación Internacional y Opinión Pública.				
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Ética de la intervención y la "ayuda" internacional	¿Cómo cree que deben equilibrarse los intereses diplomáticos de Estados Unidos con el respeto a la diversidad cultural, la veracidad y la ética en la comunicación?				
Consideraciones éticas en el uso de las redes sociales	¿Qué recomendaciones tendría para mejorar la efectividad de los marcos discursivos en la diplomacia pública digital de Estados Unidos, particularmente en plataformas como X?				
Uso de emociones y persuasión ética	¿Hasta qué punto los marcos discursivos apelan a la empatía, la solidaridad y los valores universales sin recurrir a la manipulación emocional o a la explotación de crisis internacionales?				

Fuente: Berridge, G. R. (2015). *Ethics in public diplomacy*. Oxford University Press.

ANEXO D. GUIÓN DE ENTREVISTA

Buen día Dr./Dra. gracias por haberse reunido conmigo en esta entrevista vía Zoom. Mi nombre es Miroslav Haime y soy estudiante del Doctorado en Relaciones Internacionales en la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la UANL. Le agradezco su tiempo y cooperación en esta dinámica cuyos resultados formarán parte de un estudio para mi tesis doctoral sobre la percepción y opinión de expertos en diplomacia pública, comunicación internacional y opinión pública sobre los marcos discursivos identificados en la estrategia de diplomacia pública de Estados Unidos a través de los mensajes emitidos en X por la Subsecretaría de Diplomacia Pública y Asuntos Exteriores del Departamento de Estado de Estados Unidos.

La información que proporcionen será confidencial y sólo se utilizará para fines académicos. Por motivos de la investigación, comenzaré a grabar la presente sesión si usted está de acuerdo.

Es importante recalcar que cualquier comentario e idea que externen debe ser expresada con total libertad y sinceridad. No existen respuestas acertadas o erróneas, todas las opiniones son valiosas para el estudio.

En esta entrevista, abordaremos varias preguntas clave sobre la efectividad de estos marcos discursivos y se explorará el impacto de los mensajes de X de Estados Unidos desde el punto de vista de la diplomacia pública, la comunicación internacional y la opinión pública. Como saben, el uso de marcos discursivos en la información puede influir considerablemente en la percepción que los diferentes públicos tienen sobre los mensajes y, por ende, sobre la imagen de Estados Unidos en el contexto global. Dicho esto, comenzaré con las preguntas.

Para empezar, me permito preguntarle:

1.- ¿Cuál es su percepción general sobre los **marcos discursivos** utilizados por Estados Unidos en sus mensajes de X?

2.- ¿Cómo evalúa la forma en que los mensajes son estructurados para influir en la opinión pública internacional?

3.- ¿Cómo percibe la congruencia entre los **marcos discursivos** promovidos por Estados Unidos en su diplomacia pública y los valores democráticos, los principios de libertad, derechos humanos y justicia que la Nación afirma representar?

4.- ¿Cómo es, desde su perspectiva, la efectividad de los **marcos discursivos** empleados por Estados Unidos en su diplomacia pública para generar un cambio de actitud o fomentar una percepción positiva de la Nación?

5.- ¿Cómo percibe la relación entre los **marcos discursivos** utilizados en los mensajes de X de Estados Unidos y la intención original del gobierno al comunicar esos mensajes?

6.- ¿Cuál es su percepción acerca de la relación entre la intención de los mensajes de diplomacia pública de Estados Unidos y la forma en que estos son recibidos por el público, tanto dentro del país como internacionalmente?

7.- ¿Cómo percibe la relación entre la intención con la que se construyen los marcos discursivos de diplomacia pública de Estados Unidos y la manera en que éstos son recibidos?

8.- ¿Qué tipo de interpretaciones suelen surgir en torno a estos mensajes, y cómo cree que se relacionan con los contextos culturales o políticos de quienes los reciben?

9.- ¿Cómo valora el impacto de estos **marcos discursivos** en la opinión pública internacional?

10.- ¿De qué manera cree usted que los mensajes de X han contribuido a moldear la percepción internacional sobre Estados Unidos?

11.- ¿Cómo cree usted que las relaciones diplomáticas influyen en la manera en que Estados Unidos construye los marcos discursivos en sus mensajes sobre X?

12.- En su opinión, ¿cómo se comparan los **marcos discursivos** utilizados por Estados Unidos en X con los de otros actores internacionales, como la Unión Europea, China o Rusia?

13.- ¿Cómo percibe las diferencias en los enfoques de comunicación y en el uso de **marcos discursivos** en X por parte de Estados Unidos en comparación con otros actores internacionales?

14.- ¿Cómo considera que se perciben los **marcos discursivos** de la diplomacia pública de Estados Unidos frente a los de otros países o actores que también utilizan estrategias de poder blando (como la cultura, los valores democráticos, la cooperación internacional)?

15.- ¿Cómo cree que deben equilibrarse los intereses diplomáticos de Estados Unidos con el respeto a la diversidad cultural, la veracidad y la ética en la comunicación?

16.- ¿Qué recomendaciones tendría para mejorar la efectividad de los **marcos discursivos** en la diplomacia pública digital de Estados Unidos, particularmente en plataformas como X?

17.- ¿Hasta qué punto los **marcos discursivos** apelan a la empatía, la solidaridad y los valores universales sin recurrir a la manipulación emocional o a la explotación de crisis internacionales?