



Global Media Journal México  
ISSN: 2007-2031  
Tecnológico de Monterrey

Becerra Villegas, Jesús; Madrid, Mariana Carlos  
Trumplomacy, la relación México - Donald Trump en la era digital: un estado del arte  
Global Media Journal México, vol. 15, núm. 28, 2018, pp. 116-135  
Tecnológico de Monterrey

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68758478008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UDEM  
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso  
abierto

**Trumplomacy, la relación México - Donald Trump en la era  
digital: un estado del arte**  
*Reporte de Investigación*

Mariana Carlos Madrid

Jesús Becerra Villegas

Universidad Autónoma de Zacatecas, México

Autor para correspondencia: Jesús Becerra Villegas, email: [jebevi@gmail.com](mailto:jebevi@gmail.com)

Global Media Journal México 15 (28). Enero – julio 2018. Pp. 116-135.

## **Trumplomacy, la relación México - Donald Trump en la era digital: un estado del arte**

### **Autores:**

Mariana Carlos Madrid

Jesús Becerra Villegas

### **Resumen**

El estudio se inscribe en el análisis de la comunicación política internacional en la era del internet 2.0, y enfatiza en la relación que se establece entre el Presidente Trump y México, a fin de mantener clara la distancia que también se establece entre aquél y diversos sectores de su país e incluso de su base de votantes. La exposición comienza con una presentación de las relaciones entre los Estados Unidos de América con otros países, en especial México, y el giro que dan las formas con la llegada del nuevo Presidente y el uso de la plataforma Twitter. Este medio y sus aplicaciones por parte de distintos jefes de Estado son analizados en la siguiente sección del documento. El apartado sobre diplomacia digital revisa la literatura general que se ha publicado sobre las condiciones en que la incorporación de los recursos horizontales de comunicación han sido usados para complementar las prácticas diplomáticas. Un siguiente grupo de fuentes es analizado en las formas como repercuten en las relaciones internacionales. Finalmente, se aborda el registro de las particularidades del uso que Donald Trump hace de Twitter, especialmente para empujar la agenda en sus relaciones con México, e imponer condiciones de negociación.

### **Palabras clave**

Estado del arte, Diplomacia digital, Donald Trump, México, Twitter

### **Abstract**

The study deals with the analysis of international political communication in the era of Internet 2.0, and emphasizes the relationships established between President Trump and

Mexico, in order to maintain clear the distance also existing with various national sectors and even his base of voters. The exposition begins with the presentation of the relations between the United States of America and other countries, especially Mexico, and the shift of the forms at the arrival of the new President and his use of the Twitter platform. This medium and its applications by different heads of state are analyzed in the following section of the document. Literature on Digital diplomacy is presented regarding the conditions in which the incorporation of horizontal communication resources have been used to complement diplomatic practices. A following group of sources is analyzed in the ways they have an impact on international relations. Finally, the record of the particularities of Donald Trump's use of Twitter is addressed, especially in order to push his agenda in his relations with Mexico, aiming to impose negotiation conditions.

### **Keywords**

State of the art, Digital diplomacy, Donald Trump, Mexico, Twitter

Recibido: 03/04/2018

Aceptado: 08/06/2018

## Introducción

La emergencia de internet 2.0 ha traído consigo una nueva variante de las prácticas de apropiación de sus usuarios, consistente en la posibilidad de que ellos se conviertan en emisores de contenidos, compitiendo y en muchos casos deslegitimando a los medios establecidos. Una de las prácticas relevantes al respecto se da en el espacio de la diplomacia, que en el caso del Presidente de los Estados Unidos de América (POTUS, por sus siglas en inglés), Donald Trump, ha llegado a formas inéditas en tanto no se trata de usos complementarios a los empleados en la diplomacia regular, sino usos sustitutivos. El presente es un estado del arte exhaustivo de las investigaciones y discusiones sobre la diplomacia en la era digital, en particular sobre el uso que ha dado Donald Trump en sus condiciones de candidato presidencial y luego presidente de los Estados Unidos de América, sobre temas de la relación entre ese país y México. Se analizó bibliografía, en su mayoría anglosajona, con temas que engloban uno de los retos que presenta hoy en día la comunicación política: la diplomacia y las relaciones internacionales por medio de las redes sociales y el internet. Al desplazamiento de los canales y prácticas diplomáticas que han regido las formas de relación internacional, el presente análisis lo llama *Trumpplomacy*. Este recuento crítico se encuentra en la base de estudios interesados en evaluar la afectación que dicho desplazamiento ha operado en los muy diversos vínculos entre las dos naciones, hasta ahora socias en muchas áreas de la actividad humana, a partir del inicio de la emisión de mensajes por canales no oficiales y con formas y contenidos inéditos en la relación con los medios establecidos y las tradiciones cultivadas en tiempos de paz. Es cierto que los vínculos entre los dos países históricamente han sido asimétricas.

Estados Unidos con su innegable poder económico y su influencia internacional es un imán para que en la política exterior de México sea la máxima prioridad dada la dependencia industrial, comercial, tecnológica y la “protección” que por años el gobierno mexicano ha estimado recibir del gobierno estadounidense. Además de tratarse de una vinculación asimétrica en lo cuantitativo, también podemos decir que la relación no es recíproca en una dimensión que podríamos denominar *voluntad*. Desde hace más de un siglo, la política exterior estadounidense hacia México ha sido básicamente la de mantener la

seguridad de su espacio natural en sentido material, humano y simbólico, y una línea bien definida en la frontera compartida, así como mantener la estabilidad política en este país para no ver afectados sus intereses.

México y Estados Unidos han vivido regularmente en constantes tensiones; la más reciente se da gracias a la llegada a la presidencia de Donald Trump. Desde su campaña a la presidencia y en los primeros meses de su gestión, Trump ha señalado que su política exterior hacia México giraría en torno a la construcción de un muro fronterizo, la deportación masiva de los inmigrantes indocumentados y la renegociación del Tratado de Libre Comercio, además de temas sobre seguridad en la frontera y control de drogas. En todos ellos, el depositario de las culpas en la narrativa *trumpeana* es este país, al mismo tiempo que el beneficiario del complejo estado de cosas.

El conflicto no proviene sólo de la posición presidencial hacia México en sus diversos componentes, sino de las formas y canales que ha utilizado en la expresión de sus opiniones. Enfrentado también a los *mainstream media* de su país, tras acusarlos de construir *fake news* (noticias falsas y malintencionadas, referidas más adelante) contra él y contra el pueblo estadounidense, mayormente ha empleado los recursos de la red social Twitter, entrevistas o conferencias de prensa, a despecho de los canales diplomáticos usuales. Es éste el punto que establece un caso de estudio para una investigación que comienza con un estado de las discusiones como el que aquí ofrecemos. Los medios de comunicación propios de las relaciones internacionales, que establecen una clara demarcación en las esferas pública y privada o discreta ya no son los primeros en ser usados por el ahora presidente de los Estados Unidos, y con frecuencia son descartados del todo: llamadas telefónicas privadas, cartas entre embajadores y, reuniones entre presidentes están pasando cada vez más a un segundo término en la relación entre los dos países, y en su lugar se posicionan las redes sociales, abiertas al escrutinio y las apropiaciones públicas más diversas.

Con la llegada de internet, la comunicación y la información corren más rápidamente y de manera global. Para los líderes internacionales, las redes sociales comienzan a ser un objetivo importante desde que Barack Obama llegó al poder en el año 2012. El entonces presidente estadounidense y Facebook fueron una plataforma importante para que la comunidad internacional se diera cuenta del impacto que se tiene al usar las redes sociales

como medio de comunicación entre el político y los ciudadanos. Funcionarios públicos y entidades gubernamentales dieron uso formal a los medios digitales. Cada vez eran más los que se unían a estas redes para entablar comunicación, hasta que llegó Donald Trump. Desde que era candidato a la presidencia de Estados Unidos, Trump utilizó la red social Twitter como medio para hacer llegar sus propuestas a los votantes, para lanzar sus promesas de campaña, pero en ello estaban incluidos mensajes amenazantes a diferentes sectores de la población en su país, además de a diferentes actores internacionales, entre ellos a México.

Recientemente, y a partir del boom en el uso de redes sociales por parte de actores políticos importantes, los estudios que analizan la evolución y consecuencia del uso de internet para comunicar más directamente a la sociedad con el gobierno van en aumento, pero no es para nada comparable con la literatura que estudia la evolución de la diplomacia y el impacto que ha tenido la tecnología en la forma de comunicación en las relaciones internacionales.

A continuación, se estructura el estado del arte en cuatro apartados. El primero dedicado al uso de la red social Twitter de los líderes en la sociedad internacional, el segundo a la *diplomacia digital*, un término prácticamente reciente, el tercero a las relaciones internacionales a través de la tecnología y el cuarto a las particularidades de Donald Trump respecto al uso de Twitter como medio de control y negociación.

### **1.- Los actores de la sociedad internacional en Twitter**

Desde finales de los 90, Robert O. Keohane y Joseph S. Nye (1998) plantearon visionariamente la implicación de los asuntos internacionales y el uso de la tecnología por los actores internacionales. Y ciertamente también Manuel Castells (1998) lo dejó debidamente establecido en su obra clásica acerca de la era de la información y la sociedad red. Un factor importante que ha afectado a la diplomacia en esta era moderna es la revolución de la información y tecnologías de la información y comunicación (TIC). Las TIC han modificado la forma en que las personas se comunican e intercambian mensajes que tiene

gran impacto en los escenarios políticos, sociales y económicos en todo el mundo (Faye 2000).

En relación con las redes sociales usadas por los Jefes de Estado o actores importantes en el ámbito internacional no existen muchos estudios. Aun siendo escasos, destaca entre ellos Burson-Marsteller (2017). En su estudio *Twiplomacy* analiza plataformas como Twitter, Facebook, Instagram, Periscope y Snapchat para conocer el uso que le dan los gobiernos activos en ellas y el impacto que tiene en la sociedad y dentro de las mismas redes sociales. Congosto, Fernández y Moro (2011), por su parte, consideran que la plataforma Twitter es una fuente de información que permite dividir a los usuarios, describir cómo los ciudadanos participan en las discusiones políticas y cómo se agrupan por afinidad de ideologías. Para algunos gobernantes, las redes sociales se han convertido en el medio más barato y de mayor alcance, para llegar a los jóvenes que no están acostumbrados a buscar información por los medios tradicionales como lo son la televisión, el periódico o la radio. Este nuevo canal de comunicación está siendo realmente efectivo, tanto que la brecha entre los países activos en internet y los que aún no ven la tecnología como algo importante es cada vez más amplia (Congosto, Fernández y Moro 2011).

Más allá de Facebook o Twitter, que son las plataformas más importantes, líderes mundiales como Mauricio Macri, presidente de Argentina, también se dan de alta en redes como Snapchat, plataforma dirigida a un grupo más joven de la población y que está basada en imágenes, no principalmente en texto como lo es Twitter y así construyen un mensaje más empático hacia los potenciales votantes del futuro.

Por otra parte, las plataformas visuales como son el caso de Snapchat, Periscope o Instagram han tenido desde el año 2015 más interacción de líderes mundiales que ven en estas redes sociales un medio mucho más barato para transmitir conferencias de prensa e incluso comunicarse entre gobernantes. En este tipo de redes donde las imágenes son la base de la comunicación, Instagram es la líder y dentro de ésta, el primer ministro de la India Nerendra Modi es el líder político más seguido con 6.8 millones de usuarios. En segundo lugar, se encuentra el presidente de los Estados Unidos Donald Trump, con 6.3 millones seguidores. Sin embargo, ni juntando los dos anteriores alcanzan al ex presidente de los Estados Unidos Barack Obama quien en febrero de 2017 tenía 13.8 millones de seguidores



en su cuenta de Instagram (Burson-Marsteller 2017). Desde 2012 Burson-Marsteller (2015) colocó al ex presidente Barack Obama como el líder político indiscutible del mundo digital. A partir de que aquél concluyó su administración, el Papa Francisco es el líder que actualmente tiene el mayor número de seguidores en Twitter, con 33.7 millones de seguidores englobados en sus nueve cuentas manejadas en diferentes idiomas. En segundo lugar, el presidente de Estados Unidos Donald Trump quien tiene 30.2 millones de seguidores. En América Latina el presidente de México Enrique Peña Nieto es el Jefe de Estado con más seguidores llegando a los 6.4 millones (Burson-Marsteller 2017).

El canal de redes sociales preferido por los gobiernos y ministros de relaciones exteriores es Twitter. Fundada en 2006 en San Francisco, California, la compañía es la cuarta red social más popular en todo el mundo después de Whatsapp, Facebook e Instagram y últimamente la más utilizada en el medio de la comunicación política (Isaac & Ember, 2016). De acuerdo con Burson-Marsteller (2017), Twitter tenía abiertas 856 cuentas pertenecientes a Jefes de Estado y ministros. Esto supone que el 92% de los Estados miembros de la ONU están dados de alta en dicha plataforma llegando a 356 millones de personas en conjunto. Quince países, principalmente de África, Asia y el Pacífico no tienen presencia en Twitter. Dentro del grupo de los líderes del G-7, solamente la canciller alemana Angela Merkel no tiene una cuenta personal de Twitter; y en América Latina, el único Estado que no está presente en la red social es el de Nicaragua.

## 2. Diplomacia digital

La búsqueda de información que se ha hecho respecto a la diplomacia digital ha mostrado que no hay estudios suficientes en América Latina respecto al tema. Según Bradshaw (2015) la diplomacia digital implica el uso de internet y las plataformas de medios sociales para comunicarse con los ciudadanos, las empresas, y los actores no estatales; promover los valores nacionales y construir apoyo público para los objetivos y estrategias públicas.

En Reino Unido la *Foreign and Commonwealth Office* creó su propio término para la diplomacia digital como la forma en la que se tratan problemas de política exterior usando el internet y las plataformas sociales. Es como la diplomacia convencional, pero por diferente

medio. Por el contrario, la mayoría de los autores, entre ellos Park, Seungjin, & Kyu (2015) coinciden en que las plataformas en internet como las redes sociales se alejan completamente de la diplomacia; son simplemente interacciones entre políticos y los medios que tienen el potencial de influir en el público y los gobiernos, pero sin las convenciones tradicionales diplomáticas. Lewis (2014) define la diplomacia digital como el uso de las herramientas digitales de comunicación, redes sociales, por los diplomáticos para comunicarse con otros y con el público en general. Los gobiernos de Malta y Suiza, a través de la plataforma DiploFoundation, definen la diplomacia digital como los nuevos métodos y modos de comportamiento no diplomático con la ayuda del internet y las TICs (Diplofoundation 2010).

A pesar de ser un término de reciente creación, hay un gran número de definiciones al respecto. Sin embargo, determinados elementos son constantes: las redes sociales se perciben como el principal canal de difusión, la importancia de la transmisión de políticas nacionales de manera directa, la forma de comunicación como coloquial y sencilla y sobre todo la nueva interacción de los actores de gobierno que antes no se tenía con los ciudadanos.

Dentro de la diplomacia digital Olobukola (2017) categoriza diferentes tipos de relaciones con esta nueva forma de comunicación:

- a) Ciudadanos y medios de comunicación
- b) Ciudadanos y gobierno
- c) Gobierno y medios de comunicación
- d) Gobierno y actores no estatales
- e) Gobierno y gobierno (dejando atrás las formas de comunicación diplomática tradicionales)

Ritto (2014) analiza la evolución de la diplomacia digital desde el siglo XIX con el telégrafo, después el teléfono, que ayudó a que la comunicación entre gobiernos fuera más rápida y precisa y después con la aparición en los años 80 del fax. Más tarde, con la aparición del internet Friedman (2005) argumenta que éste ha tenido un papel crucial en la rápida evolución de la diplomacia digital, extendiéndola por todo el mundo. Además, existen estudios como el de Hocking & Melissen (2015) o Casado (2017) que analizan los beneficios, el marco teórico de este nuevo término, y las consecuencias que esta forma de comunicación

puede traer al campo de la comunicación, pero no de las relaciones internacionales. Sin embargo, se puede concluir que hay un gran vacío sobre el tema en Latinoamérica.

### **3.- Relaciones internacionales a través de la tecnología**

Para Crabb (1972), la política exterior consiste en dos elementos: objetivos nacionales que deben lograrse y los medios para alcanzarlos. La interacción entre los objetivos nacionales y los recursos para alcanzarlos son el tema perenne del arte de gobernar. Por lo tanto, uno de los elementos de la política exterior es el medio para lograr los objetivos de un país, y uno de los instrumentos principales de la política exterior es la diplomacia.

Según Camelia Tigau (2009) el desarrollo de la radio y la prensa escrita en el siglo XIX y la televisión en el siglo XX, habrían ayudado a que la política, los manejos políticos a nivel internacional, pudiera llegar al conocimiento de las masas para construir una opinión y comparar cómo vivían en otras partes del mundo con relación a su propia realidad. Las relaciones internacionales enfrentan durante esta época neoliberal nuevos desafíos en la transformación en los paradigmas de comunicación. Las TIC han contribuido a la globalización de la información mediante el suministro de infraestructura para las conexiones trans-mundiales (Kassim 2012). Como ejemplo del cambio en la conducta de las relaciones internacionales podemos mencionar lo sucedido en países como Egipto, Túnez y Yemen, en donde las redes sociales se convirtieron en una plataforma para distribuir información pública sin censura entre los usuarios, ayudando a que se desencadenara la Primavera Árabe. Este nuevo escenario está formado por redes con vinculaciones múltiples, y para entender el rol que cada uno de los actores involucrados tiene en ellas se necesitan métodos teóricos sofisticados como los propios de Teoría de los sistemas complejos, particularmente el análisis de redes sociales y semánticas.

Un reto importante sobre la diplomacia digital son las fake news o noticias falsas definidas como: “historias fabricadas y presentadas sin ningún tipo de credibilidad y con el aparente propósito de desinformar y/o persuadir a través de la desinformación” (Leon & Huss 2017). Las noticias falsas han traído repercusiones a nivel de Estado y en las relaciones internacionales. Como ejemplo podemos mencionar el caso de la elección de Donald Trump

en 2016 donde, según Aaron Blake (2018), las fake news llegaron a los perfiles de aproximadamente 126 millones de personas en Facebook y se localizaron 2752 cuentas dedicadas a la expansión de información falsa que logró influir en la decisión del votante norteamericano. En las relaciones internacionales y su nuevo campo de la diplomacia digital, las *fake news* no han podido ser, aún, combatidas del todo. La Unión Europea se está convirtiendo en la punta de lanza para erradicar este tipo de información que consideran una amenaza latente para la estabilidad de sus Estados, y un método ha sido la creación en el año 2015 del East StratCom Team (Equipo de Estrategia de Comunicación para el Este) a cargo del Servicio Europeo de Acción Exterior. En Alemania, según Deutsche Welle (2017), se creó una “Ley para Mejorar la Aplicación de la Legislación en las Redes Sociales” (Netzwerkdurchsetzungsgesetz, o NetzDG), conocida como *Ley Fake News*; en Francia, según Ayuso (2018) se anunció una ley con el objetivo de controlar y castigar la propagación de noticias falsas de parte de entidades extranjeras durante las elecciones; en otros Estados europeos como Italia, Suecia o Reino Unido, las medidas no han alcanzado a las legislaciones pero si se ha comenzado por educar a sus ciudadanos a cerca de qué son y cómo combatir las *fake news* (Sevilla, 2018).

La globalización ha transformado a la tradicional sociedad internacional del siglo XX. Ahora vivimos en una sociedad postinternacional en la que la política y el poder dependen de actores e instrumentos que hasta hace poco no existían (Ibáñez 2010). El internet con las redes sociales es esta nueva herramienta. Pero la sociedad internacional, cada vez más conectada digitalmente, al aceptar esta nueva forma de comunicación, también acepta los retos que ésta representa. Entre estos desafíos están los llamados *hackers*, los espías que buscan información con fines políticos; los *script kiddies*, que son jóvenes que usan programas de manera irresponsable y al no tener conocimientos informáticos sobre el tema pueden llegar a dañar sistemas y redes, generalmente de instituciones u organismos internacionales, y los *crackers*, cuyo objetivo es atacar sistemas de información de instituciones y organizaciones dentro de un país (Ibáñez 2010).

Para una nación independiente, los sistemas militares, financieros, los puertos marítimos y aéreos, los sistemas de energía y comunicación, entre otros, son puntos rojos en el tema de la seguridad. En esta nueva época postinternacional se deben sumar también los

ciberataques y el ciberterrorismo, que corresponden al nuevo tema en las agendas internacionales: la ciberseguridad (Choucri 2012). La ciberseguridad, según Lennon (2013) del National Institute of Standards and Technology, es la habilidad de proteger o defender el uso del ciberespacio de ciberataques y los actores en la escena internacional están armando ya sus estrategias en ciberseguridad.

Son cada vez más los gobiernos conscientes de que el internet es una herramienta que llegó para quedarse y están creando departamentos especializados que estudian el comportamiento de las redes sociales y como incursionar y tener un mensaje positivo en ellas. El primer Ministerio de Asuntos Exteriores en establecer una unidad dedicada a la diplomacia digital fue el departamento de Estado de Estados Unidos, que creó la Oficina de eDiplomacy en 2002 a partir de los atentados del 11 de septiembre de 2001. La política exterior de Estados Unidos se volvió más proactiva y penetrante como resultado de una constante agenda de diplomacia digital (Hanson 2012).

Reino Unido también tiene una oficina de diplomacia digital dedicada a llegar a más personas, fuera de su país, por medio de las redes sociales. El gobierno francés declaró que su *soft power*<sup>1</sup> dependía de las tecnologías digitales, mientras que los departamentos de relaciones exteriores polaco y japonés emplean una extensa colección de redes sociales. Alemania ha recurrido a las plataformas de las TIC para obtener opiniones y nuevas ideas del público. Por su lado a México, en 2016 la plataforma Digital Diplomacy Live lo ubicó entre los primeros 10 países de un total de 210, en función de su rendimiento de recursos digitales aplicados a la diplomacia.

Desde el inicio del proceso político en Estados Unidos del 2008, la relación entre las redes sociales y los votantes ha sido un tema crucial en los estudios de comunicación política. A partir de un estudio sobre el uso de Twitter por miembros del congreso de los Estados Unidos, Lassen y Brown (2010) reportan que la adopción y uso de Twitter son difíciles de predecir en general, si bien identifican algunos factores de propensión asociados a la pertenencia a un partido minoritario, a presiones de sus líderes de partido, a encontrarse en un rango de edad juvenil o a pertenecer al senado, mientras que la *vulnerabilidad electoral* no resultó ser un predictor de la adopción o uso de Twitter. Hacia 2016 el tema de las redes

---

<sup>1</sup> Capacidad de influir en otros utilizando medios no violentos, como la cultura o políticas públicas (Nye, 2004)

sociales en la política alcanzó su punto más alto en muchos años gracias a las elecciones a la presidencia de Estados Unidos. El entonces candidato, Donald Trump les dio un giro inesperado a las tradicionales campañas políticas, pues su principal medio de comunicación fue su cuenta personal de Twitter (García 2017).

La tendencia actual demuestra que los medios de comunicación tradicionales pierden poder en favor de las redes sociales, que permiten la dispersión de contenido sin censura (Simon 2016). Trump entendió la coyuntura actual y diseñó su estrategia a base de llamar la atención de la opinión pública usando las redes sociales para ello (Henshall 2017). En lugar de comprometerse con los ciudadanos para intercambiar ideas y escuchar sus propuestas, utilizó Twitter para criticar a sus críticos, llevar a cabo batallas personales y llamar la atención de los medios de comunicación (Campos- Domínguez 2017).

Para Schwarzenbach (2015) el mayor cambio que ha traído Twitter a la política exterior ha sido un mayor acceso a la información no filtrada y un compromiso mundial sin importar nacionalidad o ideología política. El creciente número de usuarios de teléfonos celulares (en los países desarrollados) democratiza el intercambio de la información. Como resultado, los ciudadanos y la sociedad civil se están volviendo capaces de responsabilizar a los gobiernos por las políticas hechas y las declaraciones hechas por políticos.

El internet se ha vuelto democratizador, permite que más organismos, actores no estatales, actúen dentro de él, aumentando la capacidad de influir sobre la información que incide en asuntos internacionales (Shriky 2011). Los organismos influyentes persiguen diferentes causas, ya sea para erradicar la pobreza, combatir el cambio climático o algunos antagónicos como Al-Qaeda que exponen su ideología y atraen más personas a su causa. Todo esto concierne al sistema internacional, pues el problema comienza como un tema de ciberseguridad y acaba en determinados países *in situ* (Westcott 2008)

Los actores internacionales han logrado presionar y tener una línea directa y de interacción con gobiernos y organismos internacionales. A partir del surgimiento y uso masivo de las tecnologías de información, las relaciones internacionales se han transformado a diversos tipos de interacción de creciente complejidad que eventualmente desencadenarán en conflictos transnacionales (Aguirre y Morandé 2015).

#### 4 Particularidades de Donald Trump en Twitter

Donald Trump ha sido punta de lanza en el uso de Twitter como medio de comunicación oficial, que dista mucho de ser un medio de comunicación diplomático (Kay 2017). Sus tweets varían en temas y tonalidades. Los temas de relaciones exteriores más controvertidos sobre los que ha tuiteado son: la construcción de un muro en la frontera con México, la prohibición de la entrada a los Estados Unidos, de musulmanes o personas que se consideran asociadas a ellos por meras razones de nacionalidad, el retiro del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica, la amenaza con terminar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte en caso de no conseguir de los otros países signantes ciertas concesiones en su mayoría inaceptables para éstos, la agresión al líder norcoreano Kim Jong-un, así como la imposición de aranceles a países específicos en sectores estratégicos seleccionados. Todos estos son algunos de muchos temas polémicos relacionados con hechos al interior de su país, y ya varios de ellos llevados a efecto, previo manejo en Twitter.

Los tweets de Trump atacan directamente, algunos incitan al odio, otros ofenden al receptor, algunos de los más importantes han sido, por ejemplo, el tweet del 17 de febrero del 2017 donde escribió: “Los medios de NOTICIAS FALSAS (@nytimes, @NBCNews, @ABC, @CBS, @CNN) no son mi enemigo, son el enemigo del pueblo estadounidense” (@realDonaldTrump) refiriéndose a que los medios de comunicación tradicionales inventan información sobre él para desprestigiarlo.

Otro que incluso pudo tener repercusiones globales, fue el del 23 de septiembre de 2017 donde escribió: “Acabo de escuchar al ministro de Exteriores de Corea del Norte en la ONU. Si él repite las ideas del pequeño hombre-cohete, ellos [los norcoreanos] no durarán mucho más” (@realDonaldTrump). Después de este tweet el canciller del país asiático lo tomó como una declaración formal de guerra contra su país.

Según el New York Times, Donald Trump tuitea aproximadamente 6 ó 7 veces por día, más del 30 por ciento de sus seguidores son *bots* (cuentas activas con personajes ficticios que son utilizados para dar resonancia al creador, compartir notas o simplemente retuitear determinados mensajes o hashtags).

Respecto a México, objetivo reiterado del presidente estadounidense, el 27 de agosto de 2017 tuiteo: “Siendo México una de las naciones con mayor crimen del mundo, debemos tener EL MURO. México pagará por él con reembolsos u otros” (@realDonaldTrump). A lo que el gobierno mexicano respondió, a través de un comunicado oficial emitido por la Secretaria de Relaciones Exteriores que no se tratarían temas importantes como ese por medio de las redes sociales. Desde la apertura de su cuenta de Twitter en 2010 Trump ha “twitteado” aproximadamente 100 veces con la palabra “México” incluida, en su mayoría con mensajes en contra del país.

Donald Trump ha roto por completo las expectativas de lo que se esperaría fuera el presidente de una de las naciones más poderosas del mundo. Es el primer POTUS que nunca ha ocupado cargos gubernamentales o militares con anterioridad, el primero en haber conducido un reality show, el que cambió la lealtad hacia un partido político 5 veces, es el presidente con el gabinete contratado más rico en la historia, entre otras particularidades, como las de haber dado de baja en su primer año a muchos de sus colaboradores más cercanos en un ambiente de desconfianza y de impredecibles cambios de parecer y de estados de humor.

El 2 de abril del 2017, Trump declaró para el Financial Times “Sin los tweets, no estaría aquí... Tengo más de 100 millones de seguidores entre Facebook, Twitter [e] Instagram. Más de 100 millones. No tengo que ir a los medios falsos”. Trump exige crédito: como Franklin Roosevelt con la radio y John F Kennedy y Ronald Reagan con la televisión, el presidente se ve a sí mismo como el principal comunicador de las masas (Lennon 2017).

Al cierre de 2017, no se encontraron más estudios relevantes sobre la participación de Trump en Twitter por lo reciente del tema. El presente es un objeto de estudio que actualmente está recibiendo mucha más atención por parte de académicos e investigadores que se enfocan de modo principal en el impacto que esta nueva forma de comunicación política podría tener en los futuros procesos electorales a nivel internacional. Si bien no constituye una fuente para el estudio del estado de la cuestión propiamente dicho, es importante señalar que la recuperación de los tweets de Donald Trump puede hacerse en la base



<http://www.trumptwitterarchive.com>. En ella se incluye, actualizado, todo el material desde la apertura de la cuenta del usuario Donald Trump en 2010.

### **Consideraciones finales**

Las fuentes revisadas han mostrado que el tema de la diplomacia digital es uno de los más importantes hoy en día, pero la mayoría de los autores están focalizados en analizar la manera en que ésta se lleva a cabo, es decir, los medios por los cuales se da esta comunicación, en redes sociales principalmente. Además, resalta la importancia de realizar estudios como el presente en América Latina debido a que la mayoría de las fuentes encontradas y analizadas provienen de autores anglosajones. Si bien es cierto que el avance tecnológico es lento y la brecha digital es amplia en esta región, es igualmente verdad que tarde o temprano los gobiernos van a tener que participar cada vez más y darle mayor importancia a la diplomacia digital. Para lograrlo se necesitan estudios que ayuden a la comprensión de este tema. Un vacío detectado es la falta de análisis de las consecuencias que producidas por este tipo de comunicación entre gobiernos, si bien el asunto corresponde a un estudio diferente, mas complementario al aquí presentado.

## Referencias

- Aguirre, A. y Morandé, J. (2015). *El ciberespacio y las relaciones internacionales en la era digital*. (pre-publicación libro Cátedra Michel Foucault, Escuela Chile - Francia). Chile: Universidad de Chile.
- Ayuso, S. (2018, 4 de abril). Francia acelera el combate de las “fake news” a pesar del frenazo europeo. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/internacional/2018/04/04/actualidad/1522861713\\_181803.html](https://elpais.com/internacional/2018/04/04/actualidad/1522861713_181803.html)
- Barber, L. (2017) Donald Trump: Without Twitter, I would not be here — FT interview, *Financial Times*. Recuperado de <https://www.ft.com/content/943e322a-178a-11e7-9c35-0dd2cb31823a>
- Bjola, C. (2015). *Introduction: Making sense of digital diplomacy, Digital diplomacy: Theory and practice*. New York: Routledge.
- Blake, A (2018). A new study suggests fake news might have won Donald Trump the 2016 election. *The Washington post*. Recuperado de [https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2018/04/03/a-new-study-suggests-fake-news-might-have-won-donald-trump-the-2016-election/?noredirect=on&utm\\_term=.095aa9d84790](https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2018/04/03/a-new-study-suggests-fake-news-might-have-won-donald-trump-the-2016-election/?noredirect=on&utm_term=.095aa9d84790)
- Bradshaw, S. (2015). *Digital diplomacy - #notdiplomacy*. Canadá: Centre of international governance innovation.
- Burson-Marsteller. (2015). *Twiplomacy Study 2017*. United States: Twitplomacy. Recuperado de <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2015/>
- Burson-Marsteller (2017). *Twiplomacy Study 2017*. United States: Twitplomacy. Recuperado de <http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2017/>
- Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política, *El profesional de la información*, v. 26, n. 5. España.
- Casado, A. (2017) Diplomacy 3.0: from digital communication to digital diplomacy. *Análisis*. No. 9. España: Oficina de información Diplomática.
- Castells, M. (1998). *La era de la información: economía, sociedad y cultura: Sociedad Red*. México: Siglo XXI.
- Choucri, N. (2012). *Cyberpolitic in International Relations*. Massachussets: The MIT Press.
- Global Media Journal México 15 (28). Enero – julio 2018. Pp. 116-135.

- Congosto, M. L., Fernández, M. y Moro, E. (2011). Twitter y política: información, opinión y ¿predicción? *Cuadernos de comunicación Evoca. Comunicación política 2.0. No. 4*. Pp. 11-15. Madrid: Evoca comunicación.
- Crabb, C. (1972). *American foreign policy in the nuclear age*. New York: Harper & Row.
- Deutsche Welle (2018). Merkel: “Internet no es un espacio fuera de la ley”, *Deutsche Welle*. Recuperado de <http://www.dw.com/es/merkel-internet-no-es-un-espacio-fuera-de-la-ley/a-42439057>
- Diplofoundation (2010). *What is e-diplomacy anyway?* Blog, Janela user. Recuperado de <https://www.diplomacy.edu/blog/what-e-diplomacy-anyway>
- Faye, M. (2000). Developing national information and communication infrastructure (NICI) policies and plans in Africa, *NICI Workshop*. Nigeria: NICI.
- Friedman, T. (2005). *The world is flat: A brief history of the twenty-first century*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- García, M. (2017). *El uso de las redes sociales en la política: El caso de Donald Trump*, Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Valencia. España: Universidad Politécnica Superior de Gandía.
- Hanson, F. (2012). Baked in and wired: eDiplomacy@State, *Foreign Policy Paper Series, No. 30*. Washington, DC: Brookings Institution.
- Henshall, A. (2017), “How a Silicon Valley campaign strategy won Trump the election” *Business 2 community*. Recuperado de <https://www.business2community.com/government-politics/silicon-valley-campaign-strategy-won-trump-election-01765825>
- Hocking & Melissen (2015). Diplomacy in the digital age, *Clingendael report*. Holanda: Netherlands Institute of International Relations.
- Ibáñez, J. (2010). *Internet, política y poder en la sociedad post internacional*. España: Derecho internacional y relaciones internacionales de Vitoria- Gasteiz.
- Isaac, M. & Ember, S. (2016). For Election day influence, Twitter ruled social media. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2016/11/09/technology/for-election-day-chatter-twitter-ruled-social-media.html>

- Kassim, S. (2012). *Twitter revolution: How the Arab Spring was helped by social media*. United States: MIC.
- Kay, A (2017). *Donald Trump's twitter and his influence on the media: A study of how political social media accounts impact press coverage*. United States: University of Washington.
- Keohane, R. O., & Nye, J. S. (1998). Power and interdependence in the information age, *Foreign Affairs*, pp. 81-94. United States.
- Lassen, D. & Brown A. (2010). Twitter, the electoral connection?, *Social science computer review*. Sage journals. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0894439310382749>
- Lennon (2013) *ITL Releases preliminary cybersecurity framework*, United States: National Institute of Standards and Technology.
- Leon, E. & Huss, D. (2017). Understanding “Fake News”, *Constitutional Rights Foundation*. Civics on Call.
- Lewis, D. (2014). *Digital diplomacy, Gate away house*. India: Indian Council on Global Relations.
- Nye, J. (1990). Soft power. Foreign Policy, *Washington Post*. United States. Recuperado de [http://www.jstor.org/stable/1148580?origin=crossref&seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/1148580?origin=crossref&seq=1#page_scan_tab_contents)
- Olobukola, S. (2017) *Foreign Policy in an era of digital diplomacy*, United Kingdom: Cogen Social Science.
- Park, S., J., Seungjin, R. & Kyu, H. (2015). Examining social media influence: The network of celebrity politics: political implications of celebrity following on Twitter, *The Annals of American Academy of Political and Social Science*, 59.
- Ritto, L. (2014). Diplomacy and its practice vs digital diplomacy, *Diplomat magazine*. Recuperado de <http://www.diplomatmagazine.nl/2014/10/18/diplomacy-practice-vs-digital-diplomacy-2/>
- Sevilla, A. (2018). *Regulación de las noticias falsas (Fake News): Desafíos y avances en la Unión Europea*, Centro de estudios internacionales Gilberto del Bosque, Análisis de Coyuntura, México: Senado de la República.
- Simon, J. (2016). Why journalists should be afraid of Trump's media strategy. *Columbia Journalism Review*. Recuperado de
- Global Media Journal México 15 (28). Enero – julio 2018. Pp. 116-135.

[https://www.cjr.org/first\\_person/why\\_journalists\\_should\\_be\\_afraid\\_of\\_trumps\\_media\\_strategy.php](https://www.cjr.org/first_person/why_journalists_should_be_afraid_of_trumps_media_strategy.php)

- Schwarzenbach, B. (2015). *Twitter and diplomacy: How social media revolutionizes interaction with foreign policy*, School of diplomacy and international relations, United States: Seton Hall University.
- Shriky, C. (2011). Political Power of Social Media-Technology, the Public Sphere and Political Change, *Foreign Affairs*, No. 90, Vol. 28. United States.
- Tigau, C. (2009). *Diplomacia en la era digital. La ayuda alimentaria como maniobra neoliberal*, México: UNAM.
- U.S. Department of State. (2014). *21st century statecraft: The "Internet moment" in foreign policy*. Recuperado de <http://www.state.gov/statecraft/overview/index.htm>
- Westcott, N. (2008). Digital diplomacy: The impact of the internet on international relations, *Research Report*, No. 16. Oxford: Oxford Internet Institute.