



Universidad de San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Maestría en Economía y Política Internacional

Tesis de Maestría

***EEUU y Corea del Norte:
Twitter, Poder y Diplomacia***

Autor: Franco Ricchetti

Tutora: Eugenia Mitchelstein

20 de febrero de 2021



Universidad de
San Andrés

EEUU y Corea del Norte:

Twitter, Poder y Diplomacia

Autor: Franco Ricchetti

Institución: Universidad de San Andrés

Tesis de Maestría

Tutora: Eugenia Mitchelstein

Maestría en Economía y Política Internacional

20 de febrero de 2021



Universidad de
San Andrés

EEUU y Corea del Norte:

Twitter, Poder y Diplomacia

Un análisis sobre la twiplomacia de Donald Trump y el poder durante la crisis diplomática con Corea del Norte

Cómo Donald Trump utilizó su cuenta en la red social de microblogging, Twitter, en las relaciones bilaterales de EEUU con Corea del Norte y cómo podemos analizarlo a partir de las teorías de las relaciones internacionales.

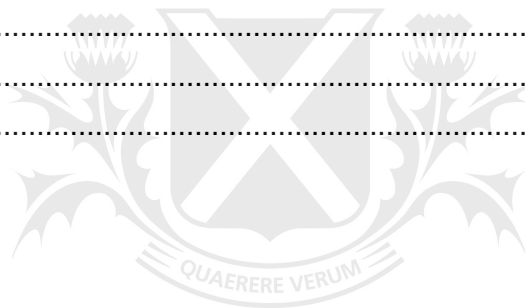
Por Franco Ricchetti



Índice

| | |
|---|----|
| I. Introducción | 6 |
| 1.1 Abstract..... | 6 |
| 1.2. Problema..... | 7 |
| II Revisión de la Literatura | 14 |
| 2. El poder en la Twiplomacia | 14 |
| 2.1. Hard Power | 15 |
| 2.2. Soft Power..... | 17 |
| 3. Twitter y su rol en la diplomacia..... | 20 |
| 3.1. Diplomacia y redes..... | 22 |
| 3.2. Diplomacia mediática (DM)..... | 25 |
| 3.3. Diplomacia Pública (DP)..... | 28 |
| 3.4. Diplomacia Digital (DD) | 30 |
| 3.5. La llegada de la Twiplomacia | 32 |
| 4. ¿Cómo obtiene este poder?..... | 36 |
| 4.1. El poder del medio | 36 |
| 4.2. La psicología y la comunicación | 38 |
| 4.3. La individualización de la Twiplomacia | 40 |
| 5. Definir una estrategia de Twiplomacia | 41 |
| 6. El Camino de la diplomacia mediática en EEUU | 44 |
| 6.1. La Era Pre-Trump..... | 44 |
| 6.2. TT: Trump y Twitter | 45 |
| 7. La raíz del conflicto: Corea del Norte y su programa nuclear | 49 |
| 7.1. El período Trump..... | 54 |
| 7.2. Internet en Corea del Norte | 58 |
| III. Marco Teórico..... | 62 |
| 8.1 Mensaje..... | 63 |
| 8.2. Tono..... | 64 |
| 8.3. Estrategias | 65 |
| 8.4. Credibilidad | 68 |
| 8.5. Poder | 69 |
| IV. Diseño de la investigación | 71 |
| 9. Preguntas de investigación: | 71 |
| 10. Método de investigación | 74 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 10.2. Libro de código:..... | 80 |
| V. Conclusiones y resultados..... | 91 |
| 11. Hallazgos..... | 91 |
| 11.1. Resultados: | 91 |
| 11.1.1. Pregunta A | 91 |
| 11.1.2. Pregunta B | 99 |
| 11.1.3. Pregunta C | 108 |
| 11.1.4. Pregunta D | 117 |
| 11.1.5. Pregunta E | 124 |
| 11.1.6. Pregunta F..... | 130 |
| 11.2. Pregunta 1..... | 141 |
| 11.3 Análisis de resultados..... | 160 |
| 12. Conclusión | 166 |
| 12.1. Limitaciones: | 175 |
| 13. Bibliografía..... | 179 |



Universidad de
SanAndrés

I. Introducción

1.1 Abstract

La tesis se propone hacer un estudio de análisis de contenido mixto, en el contexto de las relaciones internacionales sobre la estrategia diplomática implementada en Twitter por la cuenta oficial del presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, durante el conflicto diplomático con Corea del Norte por la tenencia de armas nucleares. Por el mismo camino y aplicando las teorías de las relaciones internacionales, este estudio intenta definir el balance de poder proyectado, Hard Power y Soft Power, la estrategia de política exterior, el tipo de diplomacia y las temáticas abordadas por la cuenta. Para delimitar la investigación, se eligió el periodo específico entre principio de 2017 y final de 2019. El estudio reveló que cuando aumentan las amenazas por parte de Corea del Norte a EEUU, hay una mayor proyección de Hard Power en los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump. Se concluyó que, durante los años de estudio, en la estrategia diplomática de Donald Trump en Twitter hubo una mayor proyección de Soft Power, se utilizó mayormente diplomacia pública, se implementó un estilo de Comunicación Personalizada y la temática preponderante fueron los temas diplomáticos. En cuanto a los encuentros ocurridos entre los jefes de Estado, Kim Jong-un y Donald Trump, la evidencia demuestra que existió una mayor proyección de Soft Power y utilización de la diplomacia mediática.

Tema: Diplomacia Mediática, Diplomacia Pública, Twiplomacia y Hard y Soft Power.

1.2. Problema

En abril de 2017, Trump declaró en una entrevista con el diario Financial Times: “Sin los tuits, 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”¹ (Sevastopulo, 2017)

En 2017, se registraron 856 cuentas en Twitter de Jefes de Estado y Gobierno de 178 países, alcanzando una audiencia total de 356 millones de personas (Twiplomacy, 2017). Más de 4.100 embajadas y 1.100 embajadores están activos en Twitter. Las redes sociales ya no son una novedad. Hace años que el mundo les otorgó un espacio imprescindible en la vida de las personas y sus usos son extremadamente amplios. El impacto real de las redes sociales en las relaciones internacionales y el valor de las mismas, como herramientas de comunicación para impulsar las estrategias de los cuerpos diplomáticos, ya no está en discusión.

La diplomacia mediática (DM) es uno de los varios caminos implementados en las relaciones internacionales por los líderes mundiales para acercarse y comunicarse con sus contrapartes. El abandono de la línea tradicional de la diplomacia, donde los temas se tratan puertas adentro, permitió también el surgimiento de la diplomacia pública (DP). De esta forma, los gobiernos influyen y concientizan sobre la política exterior de un determinado país impulsando su agenda no solo dentro de su territorio objetivo, sino también en el mundo. Una diplomacia visible apuntada al público.

Durante 2017 sucedió algo que rompió con la habitual etiqueta en el uso de los medios para hacer diplomacia. La cuenta de Twitter @realDonaldTrump, del flamante presidente estadounidense Donald J. Trump, comenzó a twittear de forma directa sobre su posición

¹ Todas las traducciones son hechas por el autor

frente a Corea del Norte utilizando un estilo difícil de catalogar dentro de los usuales protocolos diplomáticos en el ámbito de las relaciones internacionales. Más aún, Trump utilizó el medio para dirigirse directamente al líder norcoreano, Kim Jong-un. El cambio no quedaba solo en el modo, sino que también Trump no estaba utilizando la cuenta oficial del presidente norteamericano (@POTUS, siglas en inglés de presidente de los Estados Unidos) para hacer sus posteos. En su lugar, prefería la utilización de su cuenta personal. La misma que usaba antes de ser presidente y le permitió sus primeras interacciones a través de Twitter.

El mundo digital y la globalización condicionan la autonomía de los Estados, invitando a cada vez más actores a las negociaciones. La lógica de los medios digitales se diferencia de las de otros medios, ya que las mismas crean ecosistemas cerrados en los que conviven varios medios, pero gobernados por los dueños de las plataformas. En cierta manera, los Estados permiten ceder soberanía sobre sus propios mensajes. Si bien medios masivos de comunicación, como la CNN y Al Jazeera, frecuentemente son utilizados por las naciones para fijar su agenda y para definir la imagen que se percibirá de determinados países o acontecimientos, el poder de influencia de estos medios es limitado y el mensaje es controlado definitivamente por un tercero. Las redes sociales han permitido presentar posturas frente a otros mandatarios sobre temas de interés y permiten formular nuevas estrategias diplomáticas más instantáneas, directas y, en algunos casos, menos costosas. Cada posteo genera la sensación de que el mandatario está detrás del teclado, además de permitirle apoyar una idea sin necesariamente decirla, mediante el retuiteo (Duncombe, 2019). Twitter abrió una nueva arena de negociación de la política internacional con reglas propias no siempre transferibles a otras redes sociales.

Se eligió analizar Twitter por sobre otras redes sociales, debido a la preferencia que tiene Donald Trump con este medio, el cual utilizó personalmente durante su campaña y

presidencia de Estados Unidos. Twitter es el lugar donde el mandatario logra su mayor expresividad, autenticidad y credibilidad, debido a que la naturaleza de la plataforma y su estilo comunicacional son similares. El medio permite crear mensajes breves, sin necesidad de formalidades, facilitando la flexibilidad, la interactividad y la velocidad en la comunicación (Honeycutt & Herring, 2009). Trump, por su parte, tiene un estilo de comunicación simple y directo que evita formulaciones complejas y emplea un vocabulario reducido (Savoy, 2018; Ott, 2017). Es esta velocidad de actualización la que hace que obtenga una mayor credibilidad en sus tuits (Westerman, Spence & Van Der Heide, 2014). Más aun, Trump validó e implementó esta red para efectuar ordenes presidenciales; como fue el despido del Secretario de Estado, Rex Tillerson, la prohibición de las personas transgénero del ejército y su retirada de la declaración conjunta del G7 en Quebec (McGranahan, 2019).

Otro hito que dejó en evidencia la importancia política de Twitter, ocurrió cuando Trump reconoció públicamente su importancia en el discurso que dio frente a las tropas en la base aérea Osan de Corea del Sur. En este explicó cómo, a través de Twitter, se contactó con Jong-Un para realizar su tercer encuentro en la Zona Desmilitarizada de Corea. “Redes sociales. Una cosa bastante poderosa, son las redes sociales”, expresó Donald (Remarks by President Trump, 2020).

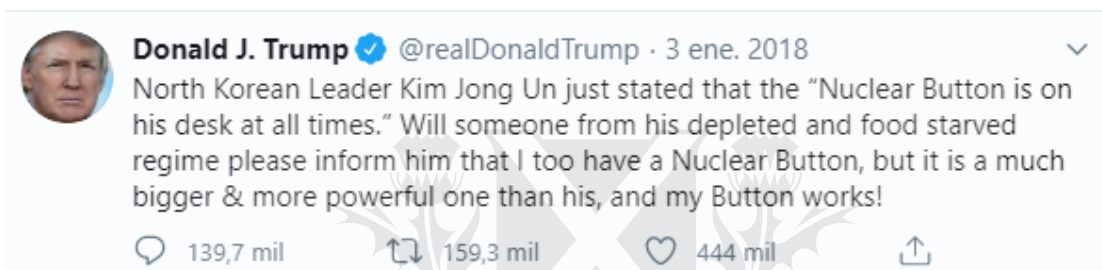
Asimismo, la plataforma de micro-blogging se ponderó por encima de otras redes sociales como Instagram y Facebook por su lógica colaborativa de entorno abierto, que permite la evolución del discurso y el diálogo continuo (Enl & Skogerbø, 2013). Twitter, en particular, puede fomentar un debate público más diverso que otros tipos de redes sociales (Smith, 2010). La plataforma es un foro dinámico que admite que los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump lleguen también a sus no seguidores, debido a que la exposición del contenido no está restringida por default como en otros medios (Nguyen, 2011; Kim, 2011).

Sobre su carácter como medio de noticias, Gasser y Gerlach (2012) notaron que los tuits y re-tuits son rasgos distintivos del discurso político y son seguidos intensamente por lobistas, políticos y periodistas para obtener la información más actualizada, lo que amplía el alcance de la red.

Al ser una herramienta comunicacional interactiva e informativa, esta red social fue generalmente utilizada para atraer e influenciar a las naciones a través del Soft Power (Auer, 2011; Dodd & Collins, 2017; Gilboa, 2018; Entman, 2008; Strauß, et al., 2015). Esta condición fue atractiva para la gestión de Barack Obama, quien decidió crear la primera cuenta oficial presidencial (@POTUS) donde impulsó tanto políticas nacionales como internacionales (Rampton, 2015). Del otro lado del Soft Power se encuentra el Hard Power, que basa su influencia en amenazas y coerción. El balance de los dos poderes frente a otros países se conoce como "*Smart Power*" (Nye, 2009) y puede ser utilizado en el análisis de una estrategia diplomática.

El uso de Twitter, por parte de Trump en las relaciones bilaterales con Corea del Norte es curioso ya que Twitter nunca estuvo permitido en dicho país. Por un tiempo la plataforma fue accesible para élites y extranjeros mediante el uso de una red privada virtual (conocida como VPN, por sus siglas en inglés) que salteaba la censura, pero en abril del 2016 el Ministerio de Correos y Telecomunicaciones norcoreano emitió un comunicado donde expresaba específicamente que el acceso a Twitter (y otras redes sociales) se encontraba prohibido y que los infractores deberían responder ante la ley de la República Popular Democrática de Corea (Williams, 2017). Esto hace reconsiderar el rol de esta plataforma y teorizar sobre nuevas estrategias de diplomacia cuando el uso de un medio, habitualmente interactivo, no es accesible al público del país objetivo y se hace unidireccional y de un político al otro.

A pesar de la ausencia del líder norcoreano en la plataforma, el intercambio entre las partes no se detuvo. Uno de los ejemplos más llamativos ocurrió cuando Kim Jong Un afirmó en su discurso, y a través de la agencia oficial de noticias de Corea del Norte (KCNA, por sus siglas en inglés), que Estados Unidos se encontraba al alcance de sus misiles-termo nucleares y que tenía el “Botón Nuclear en su escritorio en todo momento” (Rudiger, 2018). Hecho que detonó la contundente respuesta de Trump a sus amenazas en un tuit. Aunque Kim Jong-un no posee cuenta en la red, el mensaje llegó, a él y a todo el mundo.



El líder norcoreano Kim Jong-un acaba de declarar que el "Botón Nuclear está en su escritorio en todo momento". ¿Alguien de su régimen agotado y hambriento de comida puede informarle que yo también tengo un Botón Nuclear, pero es mucho más grande y poderoso que el suyo, y mi Botón funciona?

Hoy en día, las redes sociales permiten a los académicos estudiar el contenido en detalle gracias a la información generada de fácil y rápido acceso. El análisis de datos permite encontrar tendencias y correlaciones a escalas muy superiores a las tradicionales, además de ser fieles a la muestra y útiles para desarrollar clasificaciones más representativas y no sesgadas. Este estudio se sumergirá en una de las especializaciones de la Diplomacia Digital (DD), conocida como Twiplomacia por ocurrir específicamente en la plataforma de microblogging, Twitter (Su & Xu, 2015). La rapidez de las mismas y el impacto creciente tanto en la política doméstica como en la internacional, generan dudas sobre su correcto uso y el control de los Estados en su estrategia. La alta exposición que se encuentra en las redes sociales puede ser un arma de doble filo, por lo que se cree que cualquier

profundización en el tema puede ser beneficiosa para la academia en el desarrollo de su uso.

La bibliografía no parece tener una postura unívoca sobre la influencia de las redes sociales en la diplomacia. Esta tesis tratará contestar en primer lugar cómo Donald J. Trump implementó esta herramienta y cómo podemos explicar su uso a partir de su estrategia, estilo, temática y la proyección de poder. Como caso de estudio, se seleccionó el conflicto diplomático entre Corea del Norte y EEUU por la presencia de armas nucleares en la península durante el 2017 y 2019. El universo de análisis corresponderá a todos los tuits de la cuenta @realDonaldTrump durante esos años, segregando los que hagan referencia al tema mencionado.

Dado que el objetivo de estudio es analizar como Donald Trump utilizó su cuenta de Twitter como herramienta diplomática en las negociaciones con Corea del Norte, se comenzó el estudio en 2017 ya que fue su primer año de gobierno. Si bien el análisis mira al conjunto de los años 2017, 2018 y 2019, también se hace hincapié en cada año en particular y a su contexto específico. Se considera que el conflicto no ha terminado durante el periodo de estudio, debido a que los objetivos formales de las partes aún no se han cumplido y continúan los rebotes de amenaza nuclear en la región (evidenciable en 2019). Corea del Norte no se deshizo de su armamento nuclear y el conflicto sigue abierto posteriormente a esta tesis. No se incluyó el año 2020 por falta de datos relevantes, dado que el eje de dicho año fue la pandemia por COVID-19 y las elecciones estadounidenses.

Por otra parte, se intentará sentar bases sólidas a fin de que los próximos investigadores sigan construyendo conocimiento para identificar métodos y desarrollen estrategias diplomáticas que se ajusten a las realidades de cada país y contexto. Lo que hace a este estudio singular es su aporte en el análisis de un caso en el que la sociedad civil de la nación objetivo no es alcanzada por los mensajes del líder norteamericano.

Finalmente debemos aclarar que, dada a la profundidad del tema, este estudio no evaluará si las consecuencias de esta estrategia han generado resultados positivos o negativos para las partes y se reservará este tema para futuros estudios.



Universidad de
San Andrés

II Revisión de la Literatura

2. El poder en la Twiplomacia

¿Cómo podemos explicar la razón del uso de Twitter desde la perspectiva de las relaciones internacionales? ¿De dónde obtiene cada tuit su poder? Los posteos en sí no dejan de habitar el mundo digital, sin embargo, el tuit representa algo más allá de la publicación en sí. Joseph Nye definió al poder como "la habilidad de influir en el comportamiento de los demás para obtener los resultados que uno desea". Para conseguirlo existen dos caminos: mediante la utilización de amenazas y / o imposiciones, conocido como "Hard Power"²; o a partir de la atracción (valores, cultura y políticas) que genera un país, lo que se entiende como "Soft Power"³ (Nye, 2004, pp. 33, 34).

Twitter es una herramienta que, al igual que otros medios, se utiliza para canalizar mensajes que proyectan poder. Desde esta perspectiva, es un canal y no la fuente de poder en sí. Les permite a los representantes de un país expresarlo y apuntarlo en dirección de la nación de interés para lograr influenciar su comportamiento. La proyección de fuerza militar racional del Hard Power puede ser útil, pero eso no quita importancia al poder de atracción liberalista del Soft Power (Nye, 2008, p.107). Encontrar el equilibrio para cada situación es parte de la estrategia diplomática definida en pos de lograr los objetivos políticos internacionales. La capacidad de utilizar de manera balanceada el Soft y Hard Power, es lo que Nossel (2004) y Nye (2004) definieron como "Smart Power".

Las tecnologías e instituciones de comunicación, como Twitter, cumplen un rol fundamental en la política y la economía mundial. En las últimas décadas han alterado la naturaleza y las fuentes de poder, tanto a nivel nacional como internacional (Mowlana, 1993). La

² Poder Duro. Se utilizará el nombre en inglés

³ Poder Blando. Se utilizará el nombre en inglés.

comunicación y la persuasión se han convertido en técnicas protagonistas en las relaciones exteriores apoyándose tanto en la fuerza militar como la cultural. Actualmente, es difícil pensar en una estrategia de política exterior sin la integración y aplicación de tres componentes fundamentales: fuerza, diplomacia y comunicación: Soft y Hard Power (Gilboa, 2008).

Existen diferentes niveles en la diplomacia que se están volviendo cada vez más centrales para gestionar las dinámicas de poder, como son las imágenes lingüísticas y simbólicas que ciertos actores proyectan como parte de su gestión de imagen (Duncombe, 2017, p. 37).

En la nueva era digital los Estados no solo basan su dominio en su palpable fuerza y riqueza, sino también en su capacidad, usando plataformas como Twitter, para comunicar de manera más efectiva las demandas de lealtad y unidad (Warren, 2014).

2.1. Hard Power

La búsqueda de poder planteada por el realismo, presenta un mundo anárquico donde la búsqueda de este es fundamental para la supervivencia (Gilpin 1981, p. 13). Hans Morgenthau (1954) enfatiza que, en la política internacional, las fuerzas armadas presentadas como una amenaza o en su potencialidad son un factor fundamental para el poder político de una nación. Carr (1964) estaba de acuerdo con Morgenthau y afirmó que la política, en su esencia, es política de poder (p. 102). Para todos los realistas, los cálculos sobre el poder se encuentran en el centro de cómo los Estados perciben el mundo que los rodea (Mearsheimer, 2001, p. 12). En esta línea, los realistas clásicos plantean que la lucha permanente por el poder se deriva del impulso natural de los humano a acumular más poder (Morgenthau, 1954). En contraste, para los estructurales o neorrealistas, es la arquitectura

del sistema internacional lo que obliga a los Estados a buscar dominar y maximizar su posición de supremacía militar y económica (Mearsheimer, 2001; Dunne, Kurki y Smith, 2013). Además, esta búsqueda se justifica en que las naciones nunca pueden estar seguras de las intenciones de otros Estados y consideran a estos actores racionales que actuaran como tales (Mearsheimer, 2001, p. 30-31). Sin embargo, para Nye (1990) la importancia del poder que se desprende de los recursos tangibles debería radicar en la capacidad de convertir este poder potencial, medido por los recursos, en poder realizado, medido por el cambio de comportamiento de los demás. No es la mera posesión de recursos de poder lo que importa, sino la capacidad de convertirlos en influencia real. Es la implementación del poder de coerción y la manifestación del poder implícito lo que respalda la proyección de Hard Power para condicionar el comportamiento del Estado o público objetivo (Lee, 2018).

Una amenaza es solo una amenaza cuando la persona expuesta a ella sabe o cree en esta. Esto hace que la fuente de potestad del Hard Power se apoye casi plenamente en elementos tangibles y definibles para lograr que las otras naciones objetivo hagan lo que el Estado emisor desee (Nye, 2008). Básicamente, el Hard Power es expresado en Twitter a través de persuasiones y amenazas fundamentadas y creíbles, que se amparan en el dominio del militarismo, sanciones económicas y/o diplomacia coercitiva (Wilson, 2008, p.114). Este tipo de poder evoca una reacción sobre un evento objetivo de forma obligada y en el corto plazo; además de tener un alto coste que puede incitar una escalada en el conflicto (Gallarotti, 2011, p. 30).

Sin embargo, aunque una estrategia totalmente basada en Hard Power puede resultar tentadora para una potencia unipolar, la arrogancia y el exceso en la utilización de este poder generaría resentimiento y erosionar su influencia por atracción (Keohane & Nye, 1998). Al igual que con el Soft Power, Twitter puede ser utilizado para proyectar estas amenazas e influir en el accionar de otros Estados, siempre y cuando el emisor tenga los

recursos para respaldar sus argumentos o presente un caso creíble (Wilson, 2008). De esta forma, el acatamiento o condicionamiento se da de forma imperativa, sin necesidad de que la otra parte este, conforme con los términos impuestos (Nye, 2008).

Un ejemplo de Hard Power expresado en la cuenta @realDonaldTrump, queda reflejado cuando el mandatario expresa el poderío material de su nación y las consecuencias tangibles que Corea del Norte podría sufrir si no se doblega ante sus demandas. Así, Donald Trump intentan mostrar su posición más agresiva en una estrategia basada en amenazas respaldadas por recursos militares o económicos.

2.2. Soft Power

Al finalizar la Guerra Fría, Joseph Nye notó la rápida evolución e impacto de los medios de comunicación en la política mundial. Esta impresión lo llevó a desarrollar su teoría liberalista y neoliberalista basada en las relaciones asimétricas y complejas de los actores internacionales: La teoría del Soft Power (Roselle, Miskimmon & O'Loughlin, 2014). Se pueden rastrear los orígenes de este tipo de poder en los escritos de Carr (1946), cuando lo dividió en tres categorías: poder militar, poder económico y poder sobre la opinión (p. 108). Este último, presenta grandes similitudes con la teoría de Nye (Raimzhanova, 2015).

La concepción de Nye del Soft Power fue diseñada para compensar el enfoque corto de la influencia del poder realista, la capacidad de cambiar lo que hacen los demás, presentando el poder de la atracción, la capacidad de moldear lo que otros desean (Bilgin & Eliş, 2008; Nye, 1990). La forma realista pierde importancia frente a su incompatibilidad con un mundo pacífico (Schmidt, 2007, p. 62). En este sentido, la lucha por el poder tiene un nuevo significado: usar el Soft Power para atraer más aliados puede ser más útil y así asegurar la supervivencia de un Estado, que usar el Hard Power para aniquilar enemigos (Lee, 2018).

El concepto de Soft Power se acerca a la tradición liberal, incluso si no hay contradicción entre el realismo y el Soft Power (Nye, 2011, p. 82). Al oponerse al Hard Power, el Soft enfatiza la posibilidad de que no exista una guerra eterna, y abre un lugar para la cooperación. El Soft Power no tiene por qué ser un juego de suma cero en el que la ganancia de un país es necesariamente la pérdida de otro (Nye, 2011, p. 90). Por lo tanto, este poder puede beneficiar a ambos bandos y contradice la suposición realista de que los Estados solo buscan seguridad. Para Nye y otros pensadores liberales, los Estados a veces buscan la prosperidad (Lee, 2018).

Nye (2005) afirma que las instituciones pueden mejorar el Soft Power de un país, promoviendo los valores, las ideas y las políticas de una nación, tanto con otros miembros como con países fuera de estas (p. 10). Por lo tanto, si un Estado puede dar forma a reglas internacionales que sean consistentes con sus intereses y valores, sus acciones parecerán más legítimas a los ojos de los demás. Por ejemplo, Estados Unidos utiliza instituciones como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización Mundial del Comercio (OMC) para promover sus valores de liberalismo y democracia. Por lo tanto, el Soft Power, como lo presenta Joseph Nye, surge de la teoría liberal y, en particular, del institucionalismo neoliberal (Gomicho, 2013).

Cabe aclarar que los recursos económicos también consiguen producir tanto Soft Power como Hard. Pueden usarse tanto para atraer como para coaccionar (Nye, 2011, p. 85). De esta manera, una economía de libre comercio producirá Soft Power que atraerá otros a su modelo. Una economía liberal exitosa puede crear un deseo en otros países de adoptar este sistema.

La teoría del Soft Power contempla la forma en que los Estados se involucran e influyen el comportamiento de otros de una manera no coercitiva, moldeando sus preferencias a partir del empleo de elementos intangibles que se presentan de forma legítima, como pueden ser;

la cultura, reconocimientos, instituciones e ideologías (Cooper, 2004, p. 173; Nye, 2014). Las estrategias diplomáticas basadas en este poder son a largo plazo, tienen menor costo y operan con mayor amplitud de foco (Gallarotti, 2011, p.30).

De esta forma, el Soft Power está instituido en el poder de contar una “historia” que logre persuasión, cooperación y captación para intentar que las otras naciones objetivo hagan lo que el Estado emisor desee (Wilson, 2008, p. 114). La llegada de las redes sociales permitió al público visibilizar y compartir estas “historias” a lo largo de la red mundial. Como expresó Joseph Nye (2004): “La política en la era de la información es, en última instancia, quién posee la historia ganadora”. De esta forma, la narrativa estratégica es uno de los máximos exponentes de Soft Power del siglo XXI. En teoría, los extranjeros pueden ser persuadidos para actuar favorablemente hacia un país determinado, si ese país es lo suficientemente atractivo (Nye, 2004, p.4). Este atractivo puede basarse en componentes racionales y afectivos de la cultura, valores y/o políticas que tenga el país (Nye, 2009). Las decisiones políticas en muchos gobiernos están estrechamente relacionadas con las percepciones, la comprensión y la presión que ejerce el público sobre los poderes políticos. Twitter, canalizando tuits que apelen al Soft Power, permite crear conciencia e identidad, iniciar movimientos y movilizar voluntades (Mavrodieva, Rachman, Harahap & Shaw, 2019). Además, estos mensajes establecen un marco interpretativo para que tanto ciudadanos como líderes creen una imagen personal del emisor a partir de los valores e ideologías presentados (Uysal, et al., 2012).

La conceptualización del Soft Power reconoce la importancia de la credibilidad en las ideas y la cultura en las relaciones internacionales para crear consenso en torno a los significados compartidos (Nye, 2014). La proyección de Soft Power, a través de Twitter, puede preparar el escenario para entendimientos compartidos mejorando el alcance de políticas internacionales y la coordinación de objetivos comunes (Nye, 2008).

Twitter es un sitio de microblogging creado en 2006 que permite a los twittereros (usuarios de la red) compartir, a través de tuits (nombre del posteo), actualizaciones, noticias e información con personas en su red y más allá de la misma (Humphreys, 2013). Se caracteriza por sus mensajes de texto cortos, entrega instantánea de mensajes y la interacción con otros usuarios de la plataforma libre por default (Jansen et al. 2009, p. 3861).

Además de imágenes y videos, esta red social permite a los usuarios publicar mensajes en tiempo real con un máximo de hasta 280 caracteres de longitud (extensión que fue ampliada de 140 caracteres en 2017). Debido a su naturaleza informal los usuarios implementan siglas, cometen errores ortográficos, usan emoticones y otros caracteres que expresan especiales significados (Agarwal, Xie, Vovsha, Rambow, & Passonneau, 2011). Los emoticones son expresiones representadas pictóricamente usando puntuación y letras que son interpretadas por los sistemas y reemplazadas por bitmaps (i.e. 🤔👉); expresan el estado de ánimo o una idea. Los usuarios de Twitter usan el símbolo arroba (@) para notificar y mencionar a otros usuarios activos en el microblog, para hacerlos parte de su posteo. Otra característica de la red es que los usuarios suelen usar hashtags (#) para agrupar una discusión o destacar temas. Más aun, estos son utilizados como guía por la plataforma para medir los temas más relevantes del día (Bruns & Burgess, 2012, p. 801). Es importante aclarar que los tuits no tienen ninguna restricción en la forma y el contenido publicado, lo que permite a los twittereros postear casi cualquier cosa.

Twitter creció desde 533,000 usuarios activos mensuales en 2007 a 330 millones en 2019 (Fernandez, 2020). Según el estudio de Twiplomacy (2018) todos los gobiernos del G20 tienen presencia oficial en Twitter y seis de los líderes del G7 tienen una cuenta personal en la red social. A su vez, el 97% de los Estados miembros de las Naciones Unidas tienen una presencia oficial en el medio. De estas se identificaron que 372 son cuentas personales y 579 son cuentas institucionales. Solo seis países -Laos, Mauritania, Nicaragua, Corea del

Norte, Suazilandia y Turkmenistán- no tienen presencia oficial en la red. En consecuencia, Twitter es la plataforma más popular para la diplomacia, seguida de Facebook e Instagram. Entre todos los líderes mundiales, la cuenta de Donald Trump (@realDonaldTrump) es la que más seguidores posee con alrededor de 80,1 millones⁴. Además, es una de las cuentas más seguidas por otros jefes de Estado. Tras ganar la presidencia de Estados Unidos, superó en seguidores a la cuenta del Papa Francisco, la cual era la más seguida hasta el momento. Sin embargo, su estilo descontracturado suele no generar muchas interacciones directas con otros líderes, quienes encuentran muy difícil lidiar en ese nivel con el presidente de la Nación más poderosa del mundo. Trump genera 264 millones de interacciones por año y mantiene un promedio de 20 mil retuits por tuit emitido. Como dato anecdótico, la cuenta tiene el tuit más retuiteado de la historia hasta el momento. Es uno de los pocos líderes mundiales que utiliza su cuenta personal, no gubernamental, para la gestión estatal (Šimunjak & Caliandro, 2019).

Evidentemente Twitter es una herramienta de comunicación de alcance mundial y de gran relevancia para la diplomacia. Una arena donde las grandes potencias del mundo y los pequeños países pueden participar sin intermediarios.

3.1. Diplomacia y redes

Luego de la paz de Westfalia, los primeros nombramientos a embajadores permanentes en Italia empezaron a dar forma al prototipo de Estado moderno que otorgaba un rol fundamental en la gestión a la diplomacia (Mattingly, 1937). Esta permite articular las relaciones internacionales y coordinar los esfuerzos para influir en las decisiones y el comportamiento de gobiernos y pueblos extranjeros a través del diálogo y la negociación,

⁴Cifra actualizada al 21/5/2020

evitando la guerra (Cohen, 1998, p.1). Es el instrumento primario a partir del cual se implementan los objetivos, estrategias y tácticas nacionales de política exterior (Adesina, 2017, p. 3). Crabb (1972) agrega que estos objetivos interactúan con los recursos disponibles en el Estado, para poder ser alcanzados (p.1).

Previo a la llegada de los medios masivos de comunicación, la diplomacia era una actividad que se realizaba puertas adentro reservada exclusivamente para las elites. No obstante, con la llegada del telégrafo, los diplomáticos descubren que no es necesario el encuentro físico para lograr resultados, reduciendo el personalismo. Tanto fue el impacto que, en 1860, cuando el Embajador Británico, Lord Palmerston, vio por primera vez un telegrama exclamó: "Santo cielo, este es el fin de la diplomacia" (Dizard, 2001, p.5). El tiempo demostraría que éste no sería el fin, sino el comienzo de la apertura diplomática y el abrazo de la misma a la tecnología.

Además, este cambio permitió la transferencia veloz de información que podía llegar a ocupar las primeras planas de los diarios al otro lado de la frontera. A finales del siglo XIX, con la invención del teléfono y el trazado de las líneas trasatlánticas, se profundizaron las comunicaciones entre países y diplomáticos logrando una mayor fidelidad en el mensaje, un incremento de la velocidad, y la posibilidad de establecer un contacto emocional más allá de la distancia (Ritto, 2014). Este aspecto se catapultó con la llegada de la radio y desde entonces, no hizo más que crecer en este sentido, dando origen a diversos tipos de diplomacia.

En la década de 1980, el surgimiento del fax abriría la posibilidad de enviar copias de documentos a cualquier parte del mundo donde se halle un receptor, facilitando el acceso de imágenes y texto a través de la distancia. Los diplomáticos podrían hacerse con copias de los tratados, revisarlos y firmarlos en pocos minutos (Ritto, 2014). Además, las mejoras en la comunicación interna permitieron a los responsables políticos ganar tiempo de manera

efectiva haciendo que el procesamiento y transmisión de información sea más eficiente. Un hecho que se transformaba en una ventaja para los diplomáticos que podían obtener respuestas con anterioridad para presionar a su contraparte o para ganar más tiempo en la elaboración de una respuesta adecuada.

Con la digitalización los límites se expandieron aún más. Internet ha afectado el funcionamiento del campo de la comunicación masiva, por lo que naturalmente impactó las relaciones internacionales en todos sus niveles. La digitalización demostró ser una herramienta valiosa para comunicarse con agentes internacionales y con los públicos de todo el mundo (Hocking & Melissen, 2015). Esta representa el fin de la dependencia de terceros, por parte de los funcionarios, para difundir o recolectar información en el extranjero y origina nuevas ramificaciones en la diplomacia con varios matices, como lo es la Twiplomacia.

La incorporación de los medios en sus distintas formas también es una finalidad para cualquier institución diplomática, dado que potencian la comunicación, la negociación y la representación en un nivel superior (Malasenkova & Lavrov, 2019). El significado de la diplomacia sigue basándose en la práctica diplomática y no cambia en el mundo moderno, pero las redes sociales se convirtieron en una nueva herramienta al servicio de funciones específicas. Hasta el día de hoy, el concepto de diplomacia evolucionó conjuntamente a los medios de comunicación, incorporando nuevas técnicas y potenciando su efecto. Estos últimos son un recurso fundamental en la diplomacia contemporánea, funcionando como canales y fuentes de información. Sin embargo, a pesar de esto, las relaciones personales siguieron ocupando una parte fundamental en la diplomacia (Duncombe, 2017). Como explica Headly Bull (1997), las relaciones entre Estados son llevadas a cabo por representantes oficiales a través de medios pacíficos. Lo que cambió a través del tiempo fue la forma.

Según el especialista en comunicación internacional, Eytan Gilboa (2001), a partir de los “usos y efectos” se pueden distinguir tres modelos de diplomacia que implementan los medios de comunicación como herramientas de política exterior y negociación internacional (p.4). La primera se conoce como DP, en la cual los actores estatales y no estatales utilizan los medios de comunicación para influir en la opinión pública extranjera. La segunda es la DM, donde los funcionarios usan los medios para dirigirse a los actores internacionales y para establecer un canal de comunicación con objeto de tratar los conflictos. La última es la Diplomacia del Broker Mediático⁵, donde los periodistas actúan como mediadores en las negociaciones internacionales por un tiempo determinado, reproduciendo el mensaje o la estrategia propuesta por el Estado al cual responden.

Nuestro caso de estudio se focalizará en el modelo de DM y DP a través de Twitter, conocida como Twiplomacia. El hecho de que Corea del Norte sea una nación cerrada a los mensajes externos hace difícil pensar en la posibilidad de una DP para los norcoreanos. Sin embargo, la cuenta @realDonaldTrump es seguida por varios actores internacionales que pueden ejercer presión, y es escuchada por Kim Jong-un y las élites de la nación, que son las que definirán las políticas del país.

3.2. Diplomacia mediática (DM)

Los medios y la diplomacia son dos canales diferentes de comunicación que se ejecutan de forma individual, pero se cruzan en muchas instancias (Cohen, 2012, p.6). Por iniciativa propia o por pedido del gobierno al cual responden, los medios se involucran con un evento o problema para ayudar a las naciones a alcanzar sus objetivos diplomáticos (Ramaprasad, 1983, pp. 73-75). Cuando los funcionarios utilizan los medios como vía de comunicación

⁵ En inglés: media-broker diplomacy

para promover la resolución de conflictos o establecer contacto con actores internacionales, ocurre la DM. En otras palabras, los políticos utilizan los medios para articular y promover su política exterior con un receptor definido (Ebo, 1997). En algunos casos, frente a la ausencia de canales directos de comunicación o cuando hay gran incertidumbre sobre cómo la otra parte puede reaccionar a determinadas propuestas y condiciones de una negociación, los medios pueden ser utilizados por agentes diplomáticos para enviar señales y mensajes a su contraparte extranjera (Gilboa, 2001, pp.1-11).

Una estrategia concreta de DM se inicia definiendo el tipo de política exterior a adoptar y la forma de distribución de la información e ideas en las regiones donde está el interés político. Otra instancia es salir a recolectar e interpretar información sobre asuntos internacionales, en el cual los medios de comunicación ocupan un rol importante de consulta. Los medios, por pedido o no de funcionarios, establecen la agenda sobre los temas de debate y actúan como foros de discusión. De esta forma, la DM reemplazó el modo de exposición nula y a puertas adentro que tenía la vieja diplomacia (Cohen, 2012, pp. 6-8).

Un aspecto fundamental para este estudio es la diferencia que existe entre la DM y la DP. Debemos saber que, si bien están relacionadas, no son lo mismo. El profesor Yohel Cohen, de la The Moskowitz School of Communication, lo explica de la siguiente forma:

La diplomacia mediática incluye todos aquellos aspectos de la diplomacia pública en los que los medios están involucrados, pero también otros no asociados con esta diplomacia, como el envío de señales por parte de los gobiernos a través de los medios y el uso de los medios como fuente de información. (2012, p.7)

En principio, la diferencia fundamental radica en que la DP está dirigida a los públicos ciudadanos extranjeros, mientras que la DM está apuntada a funcionarios oficiales del

gobierno (Rawnsley, 1995). La DM intenta establecer un canal para la resolución de conflictos, establecer negociaciones o acuerdos con objetivos a corto plazo. A diferencia de la DP que implementa propaganda y está orientada al largo plazo (Gilboa, 2001, pp.10,22). La próxima sección tratará la DP en mayor profundidad.

El surgimiento de una sociedad global germinó gracias a la globalización y a las nuevas tecnologías de comunicación que permitieron la rápida difusión de información (Castells, 2013). Previa a la llegada de internet, la DM tenía lugar en los medios tradicionales como los periódicos, radios y, especialmente en la segunda mitad del siglo XX, la televisión. En un principio, la prensa y la fotografía estaban dirigidas a un público cada vez más alfabetizado; pero con la llegada de la radio y la TV se sortearon las restricciones sociales y de fronteras (Berridge, 2015).

A través de la historia, se destacan algunos casos de DM donde el acercamiento para la resolución de conflicto se dio de forma unidireccional a través de los medios. El primero que se destaca tuvo lugar durante la primera fase de la crisis de rehenes de Irán en 1979. En la misma, Estados Unidos se comunicó exclusivamente a través de la prensa con terroristas que habían tomado rehenes (Larson,1988). Un acto que los norteamericanos repitieron luego en 1985 durante el secuestro del avión Jetliner de la Aerolínea TWA en Beirut (Gilboa,1990). Otro caso similar ocurrió durante la Guerra del Golfo, cuando el ultimátum a Saddam Hussein fue dado por el Secretario de Estado de EEUU, James Baker, en televisión mediante la cadena de noticias CNN (Neuman,1995).

Con la transformación digital, aparecieron nuevos canales que permitieron tener mayor control sobre el mensaje y prescindir de los medios tradicionales (Riley, 2014, p. 235). Twitter es un vehículo legítimo de comunicación política para funcionarios electos, que los medios toman para generar contenido ampliando su alcance (Shapiro & Hemphill, 2017). La implementación de este medio informal en una estrategia diplomática permite establecer

una postura gubernamental e influir en la agenda política de los líderes sin necesidad de comprometerse con la editorial de los canales clásicos (Ott, 2017). Durante la campaña electoral y en su gobierno, Donald Trump utilizó esta red social para hacer llegar su mensaje al público y a sus oponentes, capitalizando el alcance de la plataforma y su rebote en los medios tradicionales (Enli, 2017; Stolee & Caton, 2018). Por lo tanto, los anuncios y declaraciones de dicho presidente, realizados en Twitter, se han convertido en un complemento válido en las estrategias diplomáticas. Tanto Twitter como otras redes sociales, pueden ser utilizadas como canales de comunicación para que los mensajes emitidos por el presidente lleguen a otros líderes (Justel Vázquez et al., 2018; Gilboa, 2001). Observando el conflicto bilateral entre Corea del Norte y EEUU, la cuenta @realDonaldTrump parecería funcionar como un medio de contacto para presentar la postura del presidente estadounidense a su contraparte norcoreano. A partir de esta, se podría establecer un canal informal de comunicación y construir (o destruir) posiciones en las negociaciones diplomáticas (Gilboa, 2001, p.1,11). Uno de los puntos que esta tesis intentará descubrir es si Donald Trump implementó una estrategia de DM en Twitter, para establecer un canal de comunicación directo con Kim Jong-un y funcionarios norcoreanos.

3.3. Diplomacia Pública (DP)

La DP no es un fenómeno novedoso. Woodrow Wilson ya hablaba, en el primero de sus catorce puntos, sobre la importancia de establecer acuerdos de paz abiertos. Pero con ello no se refería a que la diplomacia a puertas cerradas debía desaparecer. Lo que el presidente Wilson buscaba era transparentar las negociaciones entre las naciones para aumentar el control y la responsabilidad (Snell, 1954).

La revolución de la comunicación incrementó la importancia de la opinión pública en la realización de política exterior, dando origen a la DP. Esta es una estrategia de relaciones

internacionales dirigida por un gobierno a públicos extranjeros, para traer entendimiento a sus ideas nacionales, instituciones, cultura, objetivos y políticas. La misma tiene como objetivo influenciar el pensamiento y movilizar acciones para avanzar en sus valores e intereses (Tuch, 1990, pp. 3,4; Melissen, 2013, p. 436). Podemos comprender que la DP está dividida en tres partes: gobiernos, medios y opinión pública (Soroka, 2003, p. 27). Las definiciones de esta varían, pero muchas concuerdan que incluye un énfasis en el mayor intercambio, diálogo y mutualidad en las acciones diplomáticas (Melissen, 2006).

La comunicación en la DP se convierte en un tipo de red que opera tanto en el uno-a-uno como de muchos-a-muchos, pero sin un destinatario en particular (Zaharna, 2010). La confianza interpersonal y la credibilidad son factores claves en este intercambio. Meyrowitz (1985) explica que los diferentes medios les permiten a los presidentes generar distintas imágenes de ellos. Para Keohane y Nye (1998) la credibilidad es un recurso crucial y la credibilidad asimétrica es una fuente crucial de poder.

En este ámbito, las redes sociales permiten un movimiento de abajo hacia arriba, en el que la sociedad civil condiciona la agenda diplomática gracias al impacto y alcance del medio, lo que permite generar cambios sociales y políticos (Aruguete, 2017; Wallsten, 2007). La DP abre el juego y aumenta el número de participantes no estatales y estatales, que pueden influenciar el resultado final de las negociaciones (Sotiriu, 2015, p.36). Es por esto que, en la era digital, la DP entiende que para lograr sus cometidos debe reorientar la labor diplomática al trabajo en red y al desarrollo de relaciones con el público (Huang & Wang, 2019, p. 2986).

La DP a través de Twitter encuentra limitaciones en el caso estudiado dado que la sociedad civil de Corea del Norte no puede recibir los mensajes directamente y, quizá, influenciar la decisión de su gobierno. Sin embargo, la estrategia política puede estar diseñada para influir en la opinión de las élites en otras naciones con el propósito de manipular la política

exterior de la nación objetivo, ya que las opiniones de las élites son más importantes cuando se trata de dar forma a la política gubernamental y en la toma de decisión (Deutsch, 1970). En esta tesis intentaremos comprobar si la cuenta @RealDonaldTrump utilizó una estrategia de DP en las relaciones bilaterales con Corea del Norte durante el periodo analizado.

3.4. Diplomacia Digital (DD)

Holmes (2015, p. 15) define a la DD como una "estrategia para gestionar el cambio a través de herramientas digitales y colaboraciones virtuales". La llegada de la digitalización no generó cambios fundamentales en la diplomacia, pero sí en su textura. Esta le brindó a la diplomacia tradicional una nueva vía para ayudarla a avanzar en sus objetivos políticos externos ampliando su alcance e influencia a individuos de cualquier parte del mundo (Cave, 2015). Esta irrupción digital estuvo acompañada por cambios elementales en el ámbito de la negociación internacional, construcción del conocimiento, manejo de agendas y procedimientos tradicionales (Hocking & Melissen, 2015, p. 35,43). Permitió a los diplomáticos, a través de medios online, perseguir un enfoque de gestión proactiva y/o estratégica para la resolución de conflictos debido a la recepción y difusión instantánea de información (Porter, 2001, p. 174; Lewis, 2014).

La nueva realidad ofreció grandes oportunidades, así como dificultades para diplomáticos y políticos que estaban acostumbrados a mantener cierto control sobre sus historias, convirtiendo a internet en una parte inseparable del proceso de cambio político global (Riley, 2014, p. 235). Un cambio que abarca lo que hacen los Estados, cómo lo hacen, cómo se relacionan entre sí y los actores involucrados en esa relación. Como explican Manor y Segev (2015), las naciones operan en dos niveles, desde el Ministerio de Relaciones Exteriores y desde las embajadas. Estas últimas cuentan con la ventaja de la cercanía, que les permite desarrollar mensajes diseñados para la población exterior en la cual están

insertadas; facilitando la aceptación de los mensajes por conocer su cultura, valores, historia y tradiciones

Con el fin de comprender mejor la DD, podemos utilizar el abordaje del Dr. Nicolas Westcott (2008), quien explica que el impacto de la internet en diplomacia;

1. Multiplica e incrementa el número de participantes e intereses involucrados en la creación de políticas internacionales, lo que hace más compleja la toma de decisión y reduce el control exclusivo de los Estados en el proceso. En este sentido, la discusión política en el mundo de las relaciones internacionales y la diplomacia de los medios se han convertido en un concurso de credibilidad competitiva.
2. Acelera y libera la difusión de información sobre cualquier conflicto o evento que pueda tener consecuencias o impacto.
3. Hace más eficientes los servicios diplomáticos para agentes gubernamentales y no gubernamentales.

La DD ocurre principalmente a través de tecnologías digitales y en red. Incluye la world wide web, los dispositivos móviles y, en la última década, las plataformas sociales (Potter, 2002). La popularidad de las redes sociales en los cuerpos diplomáticos se justifica en que permitieron ser un canal ágil para alcanzar sus metas en el exterior y proyectar su imagen y reputación. Estas diseminan información a un público masivo e interactúan de forma interpersonal con ellos (Kaplan & Haenlein, 2010). Twitter es un gran ejemplo de redes sociales. En 2006 la plataforma de microblogging nació como una idea que fusionó los blogs, los SMS y el trabajo en red. Y al igual que con otros medios, la diplomacia encontró un uso para esta (Miller, 2008, p. 396).

3.5. La llegada de la Twiplomacia

Unos 328 millones de usuarios usan Twitter activamente de forma mensual y se publican alrededor de 500 millones de tuits por día. 951 funcionarios de 187 Estados poseen cuentas oficiales en Twitter, interconectando varios rincones del mundo. De la implementación de esta red por diplomáticos, para llevar a cabo las estrategias de política exterior, surge la Twiplomacia (Lüfkens, 2018; Dinata, 2014).

El máximo de 280 caracteres, que permite la red social de microblogging, parece estar en la otra vereda de la larga tradición de discursos políticos extensos. La diplomacia tradicional esta generalmente asociada al decoro y la formalidad, la Twiplomacia no. La plataforma abre un ámbito para el debate internacional donde miembros de gobierno pueden expresar su opinión sobre problemas y logros, sin la necesidad de la etiqueta y el protocolo habitual. Y no solo permite este tipo de comunicación entre Estados, sino que también la legitima. Por otra parte, tiene el potencial de socavar el valor de los canales formales de comunicación debido a la velocidad en que los diplomáticos pueden elaborar y ajustar la información dispensada (Chhabra, 2020, p. 3).

El estilo preponderante de Twitter parece ser el más idóneo para Donald Trump. En principio, lo alejan del control de los medios tradicionales, al cual él se refiere como “fake news”⁶, y le permite establecer contacto directo y pronunciarse de forma corta y concreta con la audiencia (Lorenzo & Manfredi, 2019). En otras palabras, Twitter le permite saltarse el protocolo y ser descontracturado. Una forma con la cual Trump parece sentirse más cómodo para expresarse (Agarwal et al., 2011; Ott, 2017).

Gracias a su instantaneidad, alcance e interconectividad, Twitter se convirtió en la red social preferida por los diplomáticos, contando con la presencia del 97% de los países de las

⁶ Noticias falsas

Naciones Unidas en la red. Su comunicación en tiempo-real es una herramienta que permite a los funcionarios presentar una mayor transparencia en su actividad al compartir lo que sucede en el momento que sucede (Zhong & Lu, 2013, p. 547). Twitter concede un acercamiento interactivo, instantáneo y autónomo entre funcionarios (Vergeer & Hermans, 2013). Sin embargo, debemos entender que las mismas cualidades que convierten a Twitter en una herramienta tan útil, la vuelven en consecuencia más proclive a ser menos precisa (Adesina, 2017).

Una ventaja fundamental de este medio interconectado, a diferencia de los tradicionales medios masivos, es su comunicación directa con la audiencia sin necesidad de las instituciones mediáticas o de intermediarios, lo cual promueve una participación, en principio, igualitaria y sin moderación (Graham et al., 2013). No solo eso, también permite segmentar públicos y crear mensajes específicos para determinadas audiencias (Hocking & Melissen, 2015, p. 32). Desde el punto de vista de la DP, Twitter promueve la interacción entre gobiernos y tuiteros formando la imagen nacional y difundiendo valores hacia el exterior para buscar la aceptación de sus políticas. A su vez, los internautas de todo el mundo, mediante su opinión, tienen influencia en las decisiones diplomáticas de los gobiernos (Su & Xu, 2015). Además, las respuestas veloces y directas, pueden evitar la escalada de historias falsas de forma breve. Un ejemplo de esto se puede observar cuando se especuló que el presidente derrocado de Madagascar había buscado refugio dentro de la Embajada de los Estados Unidos en Antananarivo y su falsedad se contrastó rápidamente a través de Twitter, evitando conflictos políticos mayores (Lee, 2016). Si bien el número de seguidores e interacciones afectarán posteriormente la difusión que hará el algoritmo, en principio todos los usuarios comienzan con las mismas posibilidades. Es entendible que también la fama "offline" de los funcionarios, potencien la velocidad en que

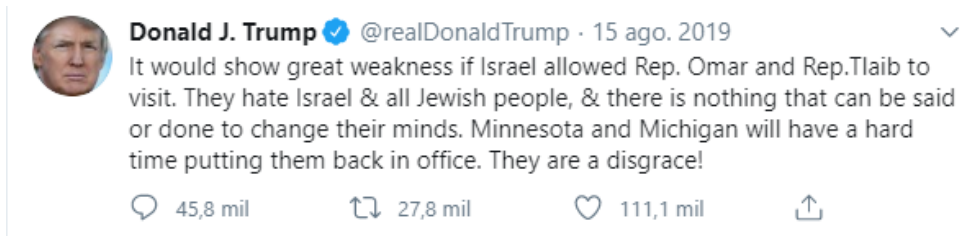
estos crecen en las redes y en términos de influencia (Dinata, 2014; Fitton, Gruen & Poston, 2010).

El uso diplomático a través de Twitter se puede dividir en tres: el primer caso sucede cuando es utilizado por el órgano diplomático del Estado; el segundo cuando es utilizado por organizaciones gubernamentales internacionales, como la ONU; y el tercero, el más importante para nuestro estudio, cuando es utilizado de forma individual por parte de representantes del gobierno, como es el caso de la cuenta @realDonaldTrump (Su & Xu, 2015).

De esta forma, Twitter se está volviendo cada vez más central en la política mundial. Los Estados emplean y compiten en la plataforma tratando de mejorar o exacerbar deliberadamente las crisis políticas internacionales desde su visión (Duncombe, 2017). El acercamiento que sucede en el mundo “online”, también puede tener efectos en las relaciones “offline” de los líderes, culminando en colaboraciones, acuerdos o, en caso contrario, en escaladas diplomáticas (Su & Xu 2015). Ciolek (2010, p. 2) argumenta que las plataformas de redes sociales, como Twitter, no han cambiado fundamentalmente los objetivos de la diplomacia. Son solo herramientas para facilitar el intercambio de información y asistir al Estado en la proyección de una política exterior (Adesina, 2017). Hilary Clinton, ex Secretaria de Estado de Barack Obama y ex candidata presidencial de los Estados Unidos, explicaba en una entrevista con The Economist: “Bromeo con mi buen amigo, Henry Kissinger, ¿Te imaginas, en un mundo de Twitter, poder escaparse de Pakistán y volar a China para tener negociaciones secretas?” (Lexington, 2012). En otras palabras, el viejo secretismo de la diplomacia cerrada cuenta con el riesgo de quedar expuesta gracias a la velocidad con la que puede viajar la información.

Según la estrategia que los mandatarios empleen en la red social para difundir información, puede conseguir (o no) que el objetivo llegue a manifestarse en el mundo de la diplomacia tradicional (Himmelboim, 2014).

El 15 de agosto de 2019, Donald Trump tuiteo lo siguiente:



Mostraría una gran debilidad si Israel permite la visita del representante Omar y el representante Tlaib. Odian a Israel y a todo el pueblo judío, y no hay nada que pueda decirse o hacerse para cambiar su opinión. Minnesota y Michigan tendrán dificultades para volver a ponerlos en el cargo. ¡Son una desgracia!

Al cabo de unas horas, @IsraeliPM, la cuenta oficial del Primer Ministro de Israel Benjamín Netanyahu, contestó en un hilo que la entrada a los dos representantes quedaba prohibida (Chhabra, 2020).



Primer Ministro Benjamin Netanyahu: Ningun país en el mundo respeta a América y al Congreso Americano, más que el Estado de Israel. Como libre y con su vibrante democracia, Israel está abierto a críticas y criticismo.

con una excepción: la ley israelí prohíbe la entrada a Israel de quienes piden y trabajan para imponer boicots a Israel, al igual que otras democracias que prohíben la entrada de personas que buscan dañar el país.

El posteo fue recibido y desató la acción política en el otro lado del mundo. El intercambio entre mandatarios mostró un claro ejemplo de la Twiplomacia en acción y cómo el poder se manifiesta a través de un tuit.

4. ¿Cómo obtiene este poder?

Para tener un mejor entendimiento sobre la materia en estudio, es importante entender cómo es la transferencia de poder desde el presidente Trump a su cuenta de Twitter, y cómo la red social lo presenta para ser aceptado por Corea del Norte como un medio confiable que refleja la posición del mandatario.

4.1. El poder del medio

La Twiplomacia no solo expande las oportunidades para diplomáticos, sino que crea un nuevo entorno para la DM y DP, implementando redes sociales en la fijación de agendas alternativas e independientes (Roberts, Wanta & Dzwonk, 2002). A través del posicionamiento en medios, como ocurre en Twitter, se puede dar preferencia o visibilidad a temas de discusión por sobre otros. Asimismo, permite valorizar la dimensión sustantiva (ideología, posición, cualificación y experiencia) y a la dimensión afectiva (opinión positiva, negativa o neutra) sobre temas (McCombs, 2005). Esto se logra mediante tres elementos, *agenda setting*, *framing* y *priming* (Gilboa, 2008, p. 64).

El primer elemento, la agenda setting, explica que los problemas que reciben la mayor atención en los medios serán percibidos por el público como los más importantes (Scheufele, 1999). Por lo tanto, los temas que trate Donald Trump en Twitter tendrán mayor visibilidad ya que provienen de la fuente principal y, como se pudo evidenciar en el estudio de Pérez-Curiel y Limón-Naharro (2019), los medios replican el estilo del mandatario reproduciendo su mensaje.

En segundo lugar, el framing es la selección de medios, la exclusión y el énfasis en ciertas cuestiones y enfoques para promover una definición particular, interpretación, evaluación moral o solución (Scheufele, 1999). Dado que Trump es el propietario de la cuenta de Twitter, puede presentar su propia visión en la plataforma. A pesar de que los usuarios pueden agregar comentarios, el tuit del mandatario tiene un mayor grado de visibilidad por sobre encima de los primeros. Hace que el recorte de una realidad percibida sea presentado a su audiencia con el objetivo de promover una definición de un problema particular, interpretación causal y/o evaluación moral (Entman, 1993, p. 52). De esta forma, le facilita presentar una visión para favorecer sus objetivos políticos.

El tercer elemento, el priming, se refiere a que los conceptos emitidos en el medio estimulan el pensamiento de la audiencia para generar una aceptación de la información (Gilboa, 2008, p. 64). Es decir, Trump puede presentar una idea que es aceptada como verdad por la audiencia dado que les habla directamente sin intermediarios.

La Twiplomacia se genera en dos planos: de representantes políticos a ciudadanos – plano vertical- y de responsable político nacional a responsable político exterior- plano horizontal. Twitter tiene la capacidad de enmarcar representaciones de identidad estatal que son parte integral en la lucha por el reconocimiento, con fácil acceso y de rápida difusión a las contrapartes diplomáticas. Las redes sociales presentan una idea de los patrones de representación que se fusionan para reflejar una forma de identidad estatal que es central para el reconocimiento nacional (Duncombe, 2017, p. 553). Twitter le otorga a Donald Trump control total sobre el mensaje que recibirá Kim Jong-un y las élites norcoreanas, además del público mundial.

4.2. La psicología y la comunicación

Los líderes y funcionarios son más propensos a tomar decisiones diplomáticas basándose en información fresca que los afecte personal y emocionalmente, más allá de la confianza en los cálculos estratégicos de inteligencia proporcionados por los cuerpos del Estado (Yarhi-Milo, 2013). Estos pueden utilizar Twitter para representar emociones que consigan jugar un rol fundamental al momento de escalar o minimizar un conflicto (Duncombe, 2017, p. 8). El peso de las impresiones personales, basadas en sentimientos, define la credibilidad que tienen los líderes de las naciones sobre sus aliados y enemigos (Hall & Yarhi-Milo, 2012).

Como herramienta de la DD, Twitter ofrece a los políticos una oportunidad para expresarse sin obstáculos ni mediación. Es decir, no necesitan convocar una conferencia de prensa o crear conversaciones con periodistas para que los otros agentes internacionales oigan el mensaje directamente desde la fuente (Waisbord & Amado, 2017). Las relaciones internacionales son una forma de comunicación, en el cual el lenguaje es el medio dominante para las estrategias diplomáticas, donde las palabras son habitualmente vistas como acciones (Pascual, 2001; Rana, 2001). Por consiguiente, en la Twiplomacia el objetivo de los líderes es formar sus imágenes, brindando información, articulando opiniones y emociones para sostener y desarrollar relaciones multilaterales y asuntos exteriores (Su & Xu, 2015).

El concepto de plasticidad cerebral nos permite entender que el comportamiento influye en la estructura del cerebro y viceversa, particularmente, cuando se consideran los efectos intersubjetivos de los mecanismos sociales y biológicos sobre las emociones y las disposiciones emocionales (McDermott, 2014). Las estructuras cerebrales afectan el comportamiento social y el comportamiento social afecta la estructura cerebral: los dos representan una relación constitutiva y dinámica (Holmes, 2014). Como explica Duncombe

(2017), la práctica de la diplomacia de uno a uno revela el impacto de la plasticidad cerebral en las relaciones internacionales.

Si la diplomacia se construye social y políticamente a partir del lenguaje, entonces es posible percibir como una realidad particular es presentada con características sociales por parte del Estado, gracias a las conexiones ontológicas entrelazadas entre política e identidad (Solomon, 2014). Las redes sociales, como Twitter, están implicadas en este proceso ya que los representantes del Estado expresan la posición del mismo, a través del medio, en la forma que desean que esta sea captada. A su vez, el comportamiento en el manejo de redes puede revelar indicadores de posibilidad de cambio político en las negociaciones de alto nivel; además de legitimar nuevas posturas (Duncombe, 2017, pp. 554, 562).

Las características de Twitter permiten transmitir registros emocionales a través de la representación y la provocación que dan forma al discurso político de una manera tal que Facebook, Instagram y otras plataformas no pueden hacerlo, utilizando no más de 280 caracteres. Esta red social es un poderoso medio que nubla el límite de lo formal e informal. Las emociones expresadas en los tuits están implicadas en cómo los cambios en la temporalidad y funcionalidad de la comunicación han moldeado el discurso político de manera significativa (Duncombe, 2019, p. 417).

En su campaña presidencial, Trump pudo cultivar una imagen de sí mismo como un "outsider" no comprometido con el statu quo institucional o político a través de su estilo de "tuiteos instintivos", lo que incrementó su credibilidad emocional (Enli, 2017, p. 55). La cuenta @realDonaldTrump transmite emoción y, a su vez, generan un impacto emocional en sus receptores. Twitter es utilizado como un medio para proyectar su imagen y deseos. La personalización y el dinamismo, es lo que hace que se establezca un enlace directo

entre la cuenta y el mandatario, llevando a que las palabras tengan el peso de acciones y condicionen en el comportamiento de sus receptores.

4.3. La individualización de la Twiplomacia

En los países democráticos, la capacidad de que el presidente genere “costos de audiencia”, aumenta la credibilidad y efectividad para validar su posición en una negociación presentada públicamente (Fearon, 1994). Esto se debe a la exposición y el riesgo que carga un líder al poner el honor de su país y el suyo en disputa. El no respetar su palabra no solo puede culminar en un daño político personal, sino que también arriesga a que sus constituyentes no lo voten en las próximas elecciones (Guisinger & Smith, 2002). Así, un fallo en la política exterior puede vulnerabilizar a los líderes democráticos en la política interna del país, socavando sus fundamentos. Por ejemplo, si el líder retrocede en la posición tomada, podría quedar señalado como incompetente y responsable del inicio o escalada de una crisis internacional innecesaria frente a los votantes. Esta respuesta pública negativa, combinada con los mecanismos institucionalizados de responsabilidad que tienen los Estados, sugiere que los líderes de gobiernos democráticos tienen mayores probabilidades de perder el cargo tras una elección de política irresponsable (Tomz, 2007).

Dado que los actores y Estados objetivo pueden observar los compromisos públicos asumidos en una negociación por el presidente, y comprender la vulnerabilidad doméstica creada por esta publicidad, las democracias tienen más chances de ser vistas como creíbles (Haynes, 2012). Más aún, esta credibilidad es reforzada cuando la información viene directamente desde la fuente que toma las decisiones finales emitida a través de un medio sin intermediarios (escritores de discursos, portavoces y medios de comunicación) que elaboren y luego interpreten el mensaje. Esta percepción de autenticidad, que se puede

lograr en Twitter, otorga credibilidad emocional y es lo que genera un atractivo para los usuarios y para las diferentes audiencias alcanzadas por los tuits (Crawford, 2000, p. 118).

Siguiendo este razonamiento, cada tuit emitido por la cuenta @realDonaldTrump carga con la responsabilidad política que el presidente Donald Trump tiene con el Estado. Ningún tuit es libre de costo, por lo que Kim Jong-un y las élites norcoreanas deberían percibir los tuits del mandatario como representaciones reales de la política exterior estadounidense.

5. Definir una estrategia de Twiplomacia

Desde la llegada de la DD, las estrategias que los gobiernos han implementado para alcanzar sus objetivos diplomáticos fueron adaptándose según las aptitudes técnicas y los usos dados a los medios. Para el análisis realizado en esta tesis se recolectaron, de la bibliografía disponible, varias categorizaciones utilizadas para distinguir las distintas estrategias en Twitter. Sin embargo, para realizar nuestra investigación sobre el plan implementado por la cuenta @realDonaldTrump, durante el conflicto diplomático entre Estados Unidos y Corea del Norte, debimos adaptar las categorías a la singularidad del caso.

En su estudio sobre el uso de internet y los nuevos medios de comunicación implementados para lograr objetivos diplomáticos, Fergus Hanson (2012) logró definir 8 estrategias implementadas en la DD:

- Manejo de conocimiento: busca atraer el conocimiento de los departamentos y del gobierno, para administrar, compartir y optimizar su uso en pos de los objetivos diplomáticos en el extranjero.

- Diplomacia pública: intenta mantener una comunicación con el público y aprovecha los medios de comunicación para escuchar audiencias de interés e influir en las decisiones diplomáticas de un país.
- Gestión de la información: observa los medios para extraer información relevante, mejorar la toma de decisión política y anticipar comportamientos de otras naciones.
- Comunicaciones y respuestas consulares: crea canales de comunicaciones personalizados y directos con ciudadanos que requieren la asistencia de servicios diplomáticos.
- Manejo del desastre: aprovecha el poder de las tecnologías conectivas en la respuesta a catástrofes y situaciones límite.
- Libertad en Internet: a partir de la creación de tecnologías para mantener Internet libre y abierto. Promueve el ideal de libertad de expresión en la red.
- Recursos externos: crea herramientas digitales para aprovechar la experiencia externa que le permitan avanzar con metas nacionales.
- Planificación de políticas: conlleva administrar efectivamente la política internacional de todo el gobierno, en respuesta a la internacionalización de la burocracia.

Además, otra clasificación que se utilizó para definir las estrategias de Twiplomacia en esta investigación, fue la adoptada en el estudio sobre el uso de Twitter en las embajadas occidentales, realizado por investigadores de la Amsterdam School of Communication Research (Strauß, et al, 2015). Los mismos identificaron seis estrategias que han sido implementadas en un estudio diseño de método mixto, analizando casi 4.500 tuits. Estas se pueden resumir en:

- Comunicación interactiva: hace uso interactivo de la red social para incentivar la participación de las partes interesadas.

- Comunicación personalizada: el efecto de personalizar un mensaje, implementar experiencias personales, invocar en el receptor experiencias análogas y permitir la generación de vínculos cognitivos al contenido.
- Uso de sentimiento: es utilizado cuando las personas expresan sus opiniones, actitudes y emociones. Se puede definir de dos maneras: primero, a partir de un tono específico, y; segundo, a partir de la expresión de emociones positivas o negativas.
- Información relevante: es la información de utilidad para los interesados, implementando datos concretos.
- Comunicación transparente: la transparencia en las redes sociales es utilizada para visibilizar una comunicación exitosa con las partes interesadas.
- Trabajo en red: construye y mantiene una red diversa de trabajo con las partes interesadas.

Para lograr una mejor representación, en cuanto a los usos y estrategias que puede dar un presidente a Twitter, decidimos incorporar los siete puntos del proceso de decisión política presentado por Lasswell (Ronit & Porter, 2015). Estos son implementados para determinar cuáles serían los resultados esperados de las decisiones políticas. Se definen como:

- Inteligencia: obtención y procesamiento de la información. La fase del proceso de decisión incluye la recopilación, el procesamiento y la difusión de información para la toma de decisiones.
- Promoción o recomendación: defensa de una visión política. Implica cambios en el apoyo de varios grupos para políticas competitivas alternativas.
- Prescripción: explicar las reglas que intervienen en las decisiones. Implica generar consenso sobre las reglas que se deben hacer cumplir.

- Invocación: apercibimiento sobre un caso que escapa a las reglas y rivaliza el poder. Implica la caracterización inicial y final de un caso particular en términos de la prescripción.
- Aplicación: implementación en el mundo real de la información con respecto a los objetivos establecidos.
- Terminación: presión sobre el poder o ejercer su cancelación.
- Evaluación: control y seguimiento de las acciones.

6. El Camino de la diplomacia mediática en EEUU

En el comienzo, el estilo de los diplomáticos tradicionales era muy formal, institucional, interpersonal, lento y, generalmente, protegido bajo un velo de secretismo. Si bien esta diplomacia no desapareció, este estilo se complementó con nuevos cambios que permitieron la transmisión de información de manera instantánea y universal donde ser embajador también implicó asumir un rol social (Berridge, 2015).

6.1. La Era Pre-Trump

La Agencia de Información de los Estados Unidos, creada en 1953, fue el organismo encargado de la DM nacional hasta la década de 1990. Era responsable de la estación de radio conocida como “Voz de América”, implementada para difundir los mensajes e ideales estadounidenses en otros países. Años más tarde, la agencia fue absorbida por el Departamento de Estado y jugó un rol fundamental en la guerra de Irak, incorporando una señal de televisión llamada AL-Hurra para promover su política exterior (Nasser & Dabbous, 2009).

Con la llegada de internet todo el mundo estaría al alcance, creando nuevas oportunidades para que los líderes políticos y los departamentos gubernamentales estadounidenses compartan mensajes y establezcan agendas políticas más allá de los canales tradicionales

(Bradshaw, 2015). Gracias a esta nueva tecnología, en 2002 se creó la eDiplomacy Task Force, el primer organismo estatal dedicado especialmente a la DD y que en el futuro incluiría el monitoreo y manejo de redes sociales (Adesina, 2017). Años más tarde fue Barack Obama quien, al asumir el mando de la nación, desarrolló como política exterior la “Diplomacia Pública 2.0.” con el objetivo de incorporar las redes sociales y desarrollar nuevas estrategias diplomáticas.

6.2. TT: Trump y Twitter

A lo largo de su carrera política, Donald Trump ha preferido expresarse a través de Twitter en lugar de los medios tradicionales. A pesar de haber prometido en una entrevista, con la CNN (2016), que esto era solo una etapa de campaña y que cuando ocupe la oficina oval no utilizaría la plataforma de microblogging con la misma frecuencia, Trump nunca ha dejado de utilizarla. Con 81,6 millones de seguidores y un promedio de 48 tuits por semana, la cuenta @realDonaldTrump llama la atención cada vez que el mandatario, o alguno de sus asesores, pulsa el botón celeste para lanzar el posteo al ciberespacio (Jiménez & Valencia, 2018).

La audiencia que logra Donald Trump en la red social de microblogging es inmensa. La cuenta @realDonaldTrump se encuentra entre las 10 cuentas más seguidas del mundo en Twitter. Además, es seguida por 185 de las 951 cuentas de oficiales de Estados y ocupa la quinta posición entre las cuentas más seguidas por los líderes mundiales detrás de @WhiteHouse (290), @POTUS (250), @StateDept (210) y @ 10DowningStreet (194). Durante el 2018, ha logrado 264 millones de interacciones, cinco veces más que el primer ministro indio, Narendra Modi, con 52 millones de interacciones, y 12 veces más que el Papa Francisco. Tiene una alta tasa de interacción general (la suma de todas las interacciones dividida por la cantidad de tuits y la cantidad promedio de seguidores) con un 0,25%, aunque es menos de la mitad que la del Papa Francisco. Sin embargo, considerando

que recibe un promedio de 20,319 retuits por tuit, la cuenta personal del presidente Trump es la segunda cuenta más retuiteada de los líderes mundiales. Otro signo de la popularidad en Twitter, difícil de falsificar, es la cantidad de veces que aparece la cuenta en las listas⁷. @realDonaldTrump es el líder mundial más listado, apareciendo en 88.165 listas de Twitter, seguido por el primer ministro de Rusia, @MedvedevRussia, que figura en 44.073 listas (Twiplomacy, 2018). Es seguido tanto por ciudadanos, periodistas, funcionarios, activistas, empresarios como por mandatarios. Un análisis del Pew Research Center (Wojcik, et. al, 2019) estima que en los Estados Unidos uno de cada cinco usuarios adultos de Twitter (19%), con edad para votar, sigue la cuenta. A pesar de concentrar 58% de sus seguidores en suelo estadounidense, la cuenta personal de Donald Trump tiene seguidores alrededor de todo el globo. Posee más de un 10% distribuido en Reino Unido, Canadá e India y llega a tener una cuota, muy pequeña, en Corea del Norte (Tweepsmap, 2020; Choi et. Al, 2019). A pesar de que este último país tiene restringido el acceso a Twitter y no hay cifras oficiales, reportes informan que un selecto grupo de la élite norcoreana recibe los tuits de Donald Trump (Satter & Sullivan, 2014). Por lo que es de esperar que Kim Jong-un también este observando.

Dejando de lado la cuenta oficial del presidente estadounidense, @POTUS, y focalizándose en la personal, Trump seleccionó a Twitter como su herramienta comunicativa de combate para enfrentar a intelectuales, empresarios, políticos, medios y dictadores que comparten o no su visión (Pérez-Curiel & Limón-Naharro, 2019). Desde su elección en noviembre de 2016, el presidente de los Estados Unidos llevó la diplomacia de Twitter a un nuevo nivel al interactuar activamente con líderes extranjeros y anunciar decisiones clave de política nacional y exterior en la plataforma (Mitchell, 2017; McGranahan, 2019). Donald Trump utilizó, principalmente, sus tuits para dirigirse al líder norcoreano, Kim Jong-un,

⁷ Una lista de Twitter permite agrupar cuentas de Twitter en único espacio y establecer un timeline en el que solo aparecen esas cuentas, independientemente de que sean seguidas.

incrementando la relevancia y visibilidad del conflicto nuclear creando reacciones en ambos bandos (Michaels & Williams, 2017).

El mandatario demostró ser un hábil usuario de la red, aprendió a hablar en fragmentos y se adaptó a la naturaleza cambiante para lograr rebote y presencia en radio y televisión. En palabras de Simon (2016), el estilo de Trump se basa en dos pilares, tener un comportamiento llamativo en las redes sociales, donde no hay intermediarios que le puedan poner filtro, y esperar que los medios tradicionales repliquen sus dichos. El estudio realizado por Pérez-Curiel y Limón-Naharro (2016) confirmó que los medios reproducen el modelo de discurso del presidente, su imagen y lo hacen objeto de máxima viralización. Es por ello que su cuenta de Twitter tiene la capacidad para fijar y condicionar la agenda de los medios tradicionales, convirtiendo a Donald Trump en la fuente principal de la información. Los investigadores afirman que hay un dominio tal de la narrativa que hasta los titulares de los medios tradicionales adoptan el lenguaje reproducido en los tuits de Trump.

En cuanto al estilo, según la investigación realizada por Gross y Johnson (2016, p.1) durante la campaña presidencial de 2016 en Estados Unidos, Donald Trump prefiere los tuits con connotación negativa para referirse a sus oponentes. Merril (2015), en un análisis similar, afirmó que “el lenguaje del Sr. Trump es más oscuro, más violento y más propenso a los insultos”⁸. No solo eso, la manera informal, a veces ofensiva, de hablar de Trump y la lógica subyacente de Twitter son totalmente homólogas. Twitter es una red social descontracturada, tanto que permite la falta de preocupación por la gramática adecuada (Ott, 2017). Además, despersonaliza las interacciones dado que los usuarios no están cara a cara (Tait, 2016). Trump implementa Twitter para proyectar su imagen de líder fuerte frente al público y sus adversarios basando su discurso, muchas veces, en emociones como el odio y el miedo (Troianovskim, 2018; Pérez-Curiel & Limón-Naharro, 2019). No es de

⁸“Mr. Trump’s language is darker, more violent and more prone to insults” – Merril, 2015

extrañar que, tras analizar su cuenta, se haya detectado que los adjetivos elegidos para usar en la red sean preponderantemente negativos (Crockett, 2016).

Un dato anecdótico ocurrió cuando David Robison (2016) analizó el dispositivo móvil usado en cada uno de los tuits de la cuenta @realDonaldTrump y concluyó que mientras Trump usa un sistema Android, su asistente usa un iPhone con sistema iOS. Los provenientes del Android probaron estar más cargados de emoción y negatividad que aquellos emitidos por el iPhone. Llama la atención que los comentarios ofensivos de Trump contribuyen una alta tasa de retuiteo en la red, con un promedio de 2,2 veces en 2016 (Tsur, Ognyanova & Lazer, 2016).

Una investigación realizada por Simunjak y Caliandro (2018), reveló que Trump altera los códigos tradicionales del lenguaje diplomático en Twitter. La interacción de Donald Trump con los líderes mundiales a través de las redes sociales está construyendo nuevos códigos de comunicación diplomática. No es del todo claro si los tuits de Trump realmente reflejan su pensamiento, o si son una "cortina de humo" deliberada (Blake, 2016). Lo que sí es claro es que sus tuits tienen un impacto en el ámbito internacional e influyen los resultados de las negociaciones políticas.

7. La raíz del conflicto: Corea del Norte y su programa nuclear

La tensión militar entre Corea del Sur y Corea del Norte, tras la Guerra de Corea (1950-1953), siempre ha sido una gran amenaza para la paz en la península coreana. La carrera armamentística entre las dos Coreas estuvo apoyada directa e indirectamente por las superpotencias con intereses en la región. Estados Unidos apoyó a Corea del Sur a través de ayuda militar, contemplada en el Acuerdo de Defensa Mutua de 1953. Mientras tanto, China y Unión Soviética (URSS) brindaron su apoyo a Corea del Norte con asistencia tanto militar, como política (Rich, 2014). Tras la firma del armisticio, las relaciones que mantuvieron Norte y Sur con sus poderosos aliados, impidieron la expansión más allá del paralelo 38 desde ambos lados. Si bien, hubo intentos de acercamientos económicos y políticos, nunca se firmó el acuerdo de paz para finalizar formalmente la guerra (Hamm, 1999).

Bajo el liderazgo de Kim Il-sung, Corea del Norte inició su camino emancipatorio, fundamentado por la filosofía de autosuficiencia conocida como "Juche", tras considerar insuficiente el apoyo durante la guerra y para terminar la dependencia con sus aliados (Pinkston, 2008). Tras un acuerdo de cooperación y capacitación con la URSS, en 1960 se comenzó a construir el primer centro de investigación nuclear Yongbyon con fines pacíficos, al norte de la provincia norcoreana de Pyongan (Chae, 1994). De esta forma, Corea del Norte empezaba a hacer realidad su programa atómico. Luego del primer ensayo nuclear de China en 1964, Kim Il-sung le pidió a Pekín que compartiera su tecnología de armas nucleares, pero el líder chino Mao Zedong se negó (Bermudez, 1991). Poco después, las relaciones de Corea del Norte con China comenzaron a deteriorarse. A pesar de esto, en el comienzo de la década de 1970, los ingenieros norcoreanos ya utilizaban tecnología autóctona para ampliar su reactor de investigación IRT-2000 y Pyongyang había

comenzado a adquirir tecnología de reprocesamiento de plutonio de la Unión Soviética (Kim et al., 1999).

Aunque durante la década de 1960 los soviéticos otorgaron a los norcoreanos misiles tierra-tierra (FROG-7) y tierra-aire (SAM-7), el camino de la independencia militar los llevó a iniciar su propio programa balístico 5 años más tarde con la fundación de la academia militar Hamhŭng. En la década siguiente, tras asistir militarmente a los soviéticos en Egipto, Pyongyang recibió misiles Scud-Bs; los cuales serían utilizados como modelos para desarrollar sus propios misiles Hwasŏng-5 (Pinkston, 2008, p.13-15).

A mediados de la década de 1980, Corea del Norte había comenzado a construir un reactor nuclear de 50MW(e) en Yongbyon, al tiempo que expandía sus instalaciones de procesamiento de uranio. Sin embargo, su avance nuclear se detuvo temporalmente tras acceder a firmar el Tratado de No Proliferación (TNP) como Estado no poseedor de armas nucleares, en diciembre de 1985, a cambio de la asistencia soviética para la construcción de cuatro reactores de agua ligera (Bermudez, 1994). Años más tarde, al enfriarse la relación con los soviéticos y luego de que EEUU retire su armamento nuclear de Corea del Sur, las Coreas firmarían la Declaración conjunta de desnuclearización de la Península Coreana. Este acuerdo obligaba a las dos partes a renunciar a la posesión de instalaciones de reprocesamiento nuclear y enriquecimiento de uranio además de proveer un régimen de inspecciones bilaterales; pero en este último punto nunca se llegó a un acuerdo sobre su implementación (Initiative, 2011).

En 1991, Kim Jong-il empezó a compartir el liderazgo con su padre al asumir como comandante supremo del Ejército Popular de Corea, y al año siguiente Corea del Norte accedió a firmar el acuerdo de salvaguardias con el Organismo Internacional de Energía Atómica (OIEA) (Kim, 2012, p. 99). En este declaraba abiertamente sus instalaciones y materiales nucleares, además de proveer acceso a inspectores para que corroboraran

estos recursos. No obstante, este último punto no se cumplió en su totalidad, evitando inspecciones en zonas de interés (Oberdorfer & Carlin 1997). Además, al año siguiente, Corea del Norte continuó con su plan nuclear hasta recibir sanciones económicas impulsadas por Bill Clinton, presidente estadounidense de entonces. Estas sanciones fueron tomadas como un acto de guerra por parte del líder norcoreano (Hunt, 1994; Gordon 1994).

El 8 de julio de 1994 falleció Kim Il-Sung y su hijo, Kim Jong-il, asumió el poder de la República Popular Democrática de Corea (Kim, 2012, p. 204). En octubre del mismo año, la tensión tuvo un impasse luego de que EEUU y Corea del Norte firmaran el Acuerdo de Marco para suministrar al asiático recursos y garantías de seguridad a cambio de detener su avance nuclear, permitir las inspecciones, respetar la Declaración conjunta de desnuclearización de la Península Coreana y permanecer en el TNP. Este acuerdo señaló el fin de lo que se conoció como la primera crisis Nuclear (Sanger, 1994; Uemura, 1999).

Durante casi 10 años, el Acuerdo de Marco mantuvo cierto conformismo en la península. Aun así, en 2003 por insatisfacción de ambas partes en el cumplimiento de lo acordado, el tratado llegó a su fin. Este quiebre inició lo que se conoce como la segunda crisis nuclear (Pinkston, 2008). Al abandonar el TNP, Corea del Norte declaró abiertamente su intención de continuar con el desarrollo de armas nucleares, lo que convenció a George W. Bush de incluir a Corea del Norte dentro del Eje del Mal⁹ (Gaertner, 2014; Cha, 2002).

Ese mismo año, con el objetivo de detener el avance nuclear de Corea del Norte, se inició una mesa multilateral, conocida como el Diálogo de los Seis, compuesta por representantes de Corea del Norte, Corea del Sur, Estados Unidos, China, Japón y Rusia. Aunque durante estas charlas Corea del Norte cerró su reactor de 5MW(e) a cambio de combustible, los

⁹ Utilizado para referirse a los regímenes que supuestamente apoyan el terrorismo y buscan crear armas de destrucción masiva.

constantes choques entre EEUU y Corea del Norte dificultaron que las negociaciones avancen (Buszynski, 2013). Al concluir la cuarta ronda de diálogos en 2005, las seis partes firmaron en Pekín una Declaración de Principios por la que Corea del Norte accedía a abandonar su programa nuclear y volver al TNP y al régimen de salvaguardias del OIEA. Por su parte, EEUU declaró no tener intención de instalar armamento nuclear en la península o buscar enfrentamientos con los norcoreanos (Blank, 2007).

Los constantes desacuerdos y las sanciones impuestas a empresas que mantenían actividades con el régimen aumentaron la tensión hasta que, en el año 2006, Corea del Norte realizó su primer ensayo de detonación nuclear exitoso; trayendo, a consecuencia, nuevas sanciones impuestas por el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas (ONU) (Pinkston, 2008; Clemens, 2010). En 2007, Corea del Norte acordó nuevamente abandonar todas sus armas atómicas y programas nucleares existentes, y regresar al TNP y al régimen de salvaguardias de la OIEA a cambio de un paquete de incentivos que incluía la provisión de asistencia energética y la exclusión en la lista de países promotores del terrorismo por parte de Estados Unidos (Bodeen, 2007; Kessler, 2008). A pesar de esto, en 2009, Corea del Norte realizó ensayos con misiles y su segunda prueba nuclear, dejando en evidencia que la situación no había mejorado.

En respuesta a la demostración atómica, el Consejo de Seguridad emitió la Resolución 1874 con más sanciones (Kristensen & Norris, 2018). Por su parte los norcoreanos se retiraron de la mesa multilateral y desconocieron todo acuerdo establecido con las partes, aunque siguieron mostrándose interesados en volver al diálogo (Kim, 2010). En esta instancia, el presidente estadounidense del momento, Barak Obama, ignoró este interés y se limitó a imponer sanciones, especulando con que el tiempo generaría la caída del régimen por el alto costo de su programa nuclear (Vyas, Chen & Roy, 2015).

Después de la muerte de Kim Jong-il y la asunción de su hijo, Kim Jong-un, al poder, en diciembre de 2011, Estados Unidos y Corea del Norte mantuvieron una serie de conversaciones bilaterales. Estas culminaron el 29 de febrero de 2012 con el "Acuerdo del Día Bisiesto", una moratoria de los ensayos nucleares, el enriquecimiento de uranio y los ensayos de misiles de largo alcance, a cambio de ayuda alimentaria (Myers & Sang-Hun, 2012). Sin embargo, Estados Unidos retiró su oferta de ayuda alimentaria dos meses después, luego de que Corea del Norte intentara poner en órbita un satélite utilizando un cohete Unha. Esto llevó al Consejo de Seguridad a dar seguimiento a la Resolución 2087 con nuevas restricciones, exigiendo a Corea del Norte que ponga fin a sus programas nucleares y balísticos (Ramstad & Meckler, 2012).

El 12 de febrero del 2013, el Servicio Geológico de Estados Unidos registró un shock sísmico de 5.1 de magnitud en Corea del Norte, revelando el tercer ensayo nuclear y el primero de una bomba atómica miniaturizada (Sanger & Sang-Hun, 2013). Durante los años siguientes, el programa de enriquecimiento de Uranio continuó hasta que, en enero de 2016, el régimen afirmó haber ejecutado un ensayo con un dispositivo termonuclear en el sitio de ensayos nucleares Punggye-ri. No obstante, las lecturas sísmicas fueron similares a las de las pruebas anteriores, por lo que las capacidades termonucleares de Corea del Norte quedaron en duda frente al mundo (Fontdeglòria, 2017; Butler & Gibney, 2016). Igualmente, la prueba fue recibida con críticas internacionales generalizadas y llevó a que la ONU impusiera más sanciones en marzo de 2016 (Gladstone & Sanger, 2016).

Luego de mostrarse dispuestos a continuar con su programa atómico, para finales del 2016, Corea del Norte realizó su quinto y más poderoso ensayo nuclear en coincidencia con el 68° aniversario de la fundación de Corea del Norte. La prueba fue continuada por una advertencia del régimen a sus enemigos, en relación a sus capacidades para producir ojivas nucleares reducidas que podrían ser incorporadas en misiles (Fifield, 2016). El ensayo

provocó una dura condena internacional. Incluso China, uno de sus aliados más importantes, lo criticó y le pidió que se abstuviera de realizar actos futuros de provocación (Jun, 2017). Tras una reunión de emergencia, el Consejo de Seguridad adoptó por unanimidad la Resolución 2321 con nuevas sanciones (Lee, 2016).

A pesar de que Corea del Norte siguió una política de autosuficiencia desde su origen, lo cierto es que cuenta con el apoyo de sus aliados, China y Rusia. A lo largo de la historia, esta dependencia fue tanto de tipo militar como económica, política y social (Larson & Shevchenko, 2010, p. 64). En los años que siguieron a la Guerra de Corea, la URSS brindó a Corea del Norte asistencia en la creación de infraestructura productiva y se posicionó como su principal socio comercial; lo que permitió que ingresen materias primas y fuentes de energía durante años al país. Además, en situaciones de crisis proveyó ayuda humanitaria que permitió mantener la estabilidad del régimen (Zakharova, 2016). Sin embargo, la relación con Rusia se fue desgastando a partir de la disolución de la URSS, y con su acatamiento a las sanciones impuestas a Corea del Norte por la ONU.

A pesar del distanciamiento generado durante la Revolución Cultural, China también sirvió como un gran aliado de Corea del Norte. El Estado brindó ayuda humanitaria en momentos de necesidad e intercambió bienes de consumo, materias primas, energía y tecnología. Tras la caída de la URSS, se convirtió en el mayor socio comercial de Corea del Norte, suministrando más de la mitad de las importaciones en 2009 (Nanto & Manyin, 2011). Al igual que Rusia, su apertura con occidente hizo que el apoyo al régimen se vea condicionado, reduciendo el nivel de comercio (Larson & Shevchenko, 2010, P. 65). Estos factores hacen que ambos países jueguen roles fundamentales al momento de negociar la desnuclearización en la península.

7.1. El período Trump

A lo largo de los años, Pyongyang buscó demostrar una postura de estabilidad frente a Estados Unidos. Esta se evidenció luego de la victoria de Donald Trump en 2016, cuando el líder norcoreano reiteró su progreso económico y militar, además de comunicar que esperaba una mejor relación bilateral con el cambio de presidencia. Fue en ese mismo discurso donde Kim Jong-un anunció el plan para alcanzar la fase final del programa nuclear, que dependía de tener una capacidad balística y nuclear con alcance al territorio norteamericano. La primera parte se concretó en 2017 al probar exitosamente dos misiles balísticos intercontinentales, los misiles Hwasong-14 y Hwasong-15 (Swanstrom, 2017). La última prueba balística, ocurrió en noviembre y demostró ser capaz de transportar una ojiva nuclear hasta la costa oeste de Estados Unidos. En agosto del mismo año, la Agencia de Inteligencia de Defensa de Estados Unidos confirmó que Corea del Norte había producido la ojiva que podía viajar en el misil (Warrick et al., 2017). Entre las pruebas de los dos misiles, ocurrió el sexto ensayo nuclear norcoreano llevado a cabo en Punggye-ri. El dispositivo termonuclear liberó 140 kilotonnes de TNT, un poder explosivo superior a las bombas de las cinco pruebas anteriores combinadas. Satisfecho con los objetivos alcanzados, Kim Jong-un anunció haber finalizado su plan nuclear (Kristensen & Norris, 2018). Durante este año, Donald Trump utilizó Twitter como uno de los principales medios para reaccionar contra su oponente de una forma nunca antes vista en el campo diplomático (Allen & McAleer, 2018; Blake, 2017).

La tensión del 2017 entre Estados Unidos y Corea del Norte fue apaciguada en 2018, en parte gracias a la intervención del presidente, recientemente electo, de Corea del Sur, Moon Jae-in. Tras un acercamiento durante los Juegos Olímpicos de Invierno, los líderes de las dos Coreas realizaron una cumbre en abril y expresaron sus deseos conjuntos de una península desnuclearizada (Shin, & Moon, 2019). Corea del Norte anunció el cese de todas las pruebas nucleares y de misiles balísticos intercontinentales, además de comprometerse

a cerrar un sitio de pruebas atómicas. El 24 de mayo de 2018, Corea del Norte cerró el sitio de pruebas nucleares de Punggye-ri, destruyendo túneles subterráneos e instalaciones de superficie frente a una audiencia que incluía a periodistas internacionales (Nikitin, 2009). El enfriamiento de la península y los encuentros bilaterales entre Estados Unidos y Corea del Norte, hicieron que el 12 de junio de 2018 los líderes de ambos Estados se encuentren en la cumbre de Singapur. La misma estuvo a punto de no ocurrir luego de que Estados Unidos realice ejercicios militares en conjunto con Corea del Sur, detonando amenazas de anulación del encuentro desde ambos bandos. Finalmente, se llegó a un acuerdo y los líderes se encontraron (Snyder, 2018). La cumbre resultó en una declaración conjunta para establecer nuevas relaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte, construir un régimen de paz estable y trabajar por desnuclearización completa en la península coreana (Klingner, 2018). Trump también expresó su deseo de poner fin a los ejercicios militares de Estados Unidos con Corea del Sur y, finalmente, retirar sus tropas de la región. Este encuentro marcó el inicio de un nuevo periodo de diálogos directos entre ambos jefes de Estado (Lim, 2018).

El encuentro le sirvió a políticamente a Donald Trump para anunciar que Corea del Norte ya no era una amenaza nuclear, a pesar de no haberse desarrollado un plan concreto para que esto ocurra (Lewis, 2018). Los expertos han advertido contra la interpretación de las declaraciones de Corea del Norte, que en principio apoyan la desnuclearización como el inicio de un proceso hacia la renuncia de sus armas nucleares. Por su parte, lo que los estadounidenses buscaban era la renuncia definitiva de Corea del Norte a su armamento nuclear (Grieco, 2020). En febrero de 2019, ocurrió en Hanoi un segundo encuentro de 2 días entre Kim Jong-un y Donald Trump, el cual terminó abruptamente sin un acuerdo sobre cómo avanzar en la desnuclearización o algún progreso en el alivio de las sanciones. El

texto poco específico acordado en Singapur hizo que las partes intenten imponer su propia interpretación imposibilitando el avance en los acuerdos (Grieco, 2020; Fifield, 2018).

Tras el congelamiento de las charlas diplomáticas luego de las cumbres, Estados Unidos impuso nuevas sanciones y realizó ejercicios militares, de menor escala, junto a Corea del Sur (Panda & Narang, 2019). En respuesta, Corea del Norte afirmó que esto era una violación a lo acordado y reaccionó realizando pruebas de misiles y de dos sistemas de lanzamiento múltiple (Shi & Bürge, 2019).

En junio, acompañados por el presidente de Corea del Sur, se volverían a encontrar los dos líderes en la Zona Desmilitarizada, que divide a las Coreas, para acordar el reinicio de las negociaciones. La reunión sucedió de forma aparentemente imprevista, en el marco de la cumbre del G20 y tuvo un perfil público y protocolar; fue la primera vez que un presidente estadounidense entró a Corea del Norte (Baker & Crowley, 2019; Sonnevend & Kim, 2020, p. 1413). A este encuentro le siguió una ronda de conversaciones, que tuvo lugar en octubre de 2019 en Suecia, sin la presencia de los líderes. Ocurrió pocos días después de que Corea del Norte realizara un ensayo con un misil de posibles capacidades nucleares desde un submarino. Representantes de ambos bandos quedaron estancados sobre cuánto Estados Unidos debía levantar las sanciones a cambio de que Corea del Norte desmantelara su principal complejo nuclear (Sanger, 2019). Las negociaciones finalizaron luego de 8 horas y media y sin éxito. Desde entonces, ambos países se han alejado de la diplomacia: Estados Unidos impuso nuevas sanciones mientras que Corea del Norte reanudó ensayos de misiles balísticos de corto alcance, continuó enriqueciendo uranio y aumentó el tamaño de su arsenal nuclear (Grieco, 2020, p. 12).

El estilo norcoreano de negociación, se caracterizó por estar siempre a la ofensiva e irse de la mesa de discusión con frecuencia cuando no está de acuerdo con los términos de la negociación (Lodgaard, 2010, p. 154). Por un lado, la nación ha sido reiteradamente

acusada de no respetar los acuerdos. Por el otro, esta declara que esto se debe al incumplimiento de promesas por parte de los otros países.

Parte de la política nuclear norcoreana tiene como objetivo: disuadir el ataque externo; construir apalancamiento en las negociaciones (agrandando las crisis para aumentar la compensación al desactivarlas), y; obtener beneficios monetarios y materiales mediante la exportación de tecnologías nucleares y de balística (Swanstrom, 2017).

Por su parte, Donald Trump mantiene un estilo de negociación individualista basado en su habilidad personal obtenida del mundo de los negocios para hacer tratos. Afirma que solo él puede solucionar los problemas de política exterior a través de acuerdos establecidos de líder a líder, restando importancia en las fuerzas estructurales de la política mundial (Grieco, 2020, p.13; Glosserman, 2020). De esta forma, el presidente estadounidense llegó a atribuir que el “avance” en las negociaciones se debió, en cierta manera, a su buena relación con el líder norcoreano (Wagner, 2018)

La estrategia de esperar el colapso del régimen no ha funcionado hasta el momento y las políticas confrontativas hacen más fuerte al dictador Kim Jong-un. Según explica el politólogo, Sverre Lodgaard (2010), el compromiso sostenido con vistas a un cambio gradual puede probar ser una solución más exitosa y, de hecho, puede ser la única oportunidad para deshacerse del armamento nuclear de Corea del Norte. La resolución del conflicto aún queda por verse luego de la presentación de esta tesis.

7.2. Internet en Corea del Norte

En diciembre de 2009, con el objetivo de incrementar la productividad y coordinación de las agencias gubernamentales, el régimen de Kim Jong-il autorizó al proveedor de internet Star Joint Venture Co para operar dentro de Corea del Norte, a raíz de un acuerdo entre el

Estado y la compañía tailandesa, Loxley Pacific (Williams, 2013; Bruce, 2012). Previo a esto, internet era únicamente accesible a través de cibercafés o por satélite vía Alemania (Warf, 2014). Al año siguiente, se creó el sitio web oficial uriminzokkiri.com, alojado en un servidor chino, para compartir ideología y los avances norcoreanos con el mundo. El gobierno mantiene un bloque de 1024 direcciones IP (175.45.176.0–175.45.179.255), la mayoría de los cuales no se utilizan, e implementa el dominio .kp para direccionar a los sitios norcoreanos (Warf, 2015, p. 114). El crecimiento de internet, en el lado norte de la Península, fue guiado por la filosofía de la autosuficiencia que marca el “Juche”; por lo que se basó en incorporar recursos digitales externos y adaptarlos a las necesidades internas teniendo al software como núcleo (Duffley, 2011). De esta forma, el gobierno desarrolló “Red Star Linux”, basado en Linux, para ser utilizado como el sistema operativo oficial del país y el navegador de internet “My Country”, aparentemente creado a partir de Firefox (Ko & Lee, 2008).

Desde su inicio, internet en Corea del Norte estuvo restringida en contenido y limitada para las élites y algunas instituciones públicas. Sus usuarios requieren tener permisos especiales y la única red interna es Kwang Myong, mientras que la red de wifi “público” es Mirae (Fisher, 2014). La Kwang Myong no es accesible desde el exterior y se estima que no hay más de unos cuantos miles de norcoreanos navegando la web, dado que gran parte de la población no puede acceder a pagar un servicio de internet, obtener un permiso o un dispositivo de acceso. Estas limitaciones y barreras con el exterior le hicieron ganar el apodo a Corea del Norte de “Reino Ermitaño” (Duffley, 2011; William, 2010). Reporteros sin Fronteras (2012), una organización que monitorea la censura en Internet, lo calificó como el segundo peor país del mundo en términos de libertad de prensa.

Del pequeño grupo de internautas, solo una porción puede acceder a la red global. Los usuarios que pueden navegar internet con mayor libertad son funcionarios de alto rango,

miembros de organizaciones no gubernamentales (ONG) y embajadores. En este sentido, Corea del Norte permanece, en gran parte, desconectada de los circuitos globales de información a diferencia de Corea del Sur que posee una de las estructuras de internet más desarrolladas (Warf, 2015, p. 110)

El acceso limitado de Corea del Norte a equipos digitales se debe en parte a las sanciones por los ensayos nucleares y al Acuerdo de Wassenaar de 1996, que prohíben las exportaciones de tecnologías de la información a Corea del Norte, ya que podrían utilizarse con fines militares (Mansourov, 2011). Además, de forma interna existe el interés político de rechazar el acceso abierto a estos recursos por miedo a que se desestabilice la hegemonía de la élite gobernante (Kim, 2004).

En 2013, se creó el organismo de telecomunicaciones, Koryolink, con el objetivo de proveer conexión 3G dentro del país, al cual pueden acceder extranjeros y locales que pasen un riguroso proceso de registro y revisión. De igual forma, esta red también se encuentra sujeta a la escucha y la censura por parte del gobierno en todo momento y no permite llamadas desde el exterior (BBC, 2013; Williams, 2013). Vale aclarar que casi todo el tráfico de Internet de Corea del Norte se enruta a través de China, lo que establece un segundo filtro sobre la red. La nueva red móvil abrió la puerta, de forma no oficial, para que usuarios naveguen por redes externas de países limítrofes permitiendo el acceso a redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram (Millward, 2016). En 2010 se estimó que existían alrededor de 450.000 usuarios móviles y se cree que se superó el millón en 2012 (Rawnsley, 2011; BBC, 2013). Sin embargo, el costo de 14 dólares por mes hace que este servicio sea prohibitivo para la mayoría de los norcoreanos (Bruce, 2012).

Durante la media noche del 29 de junio de 2019, Donald Trump twitteó una espontánea invitación a Kim Jong-un para encontrarse en la zona desmilitarizada que separa las 2 Coreas sin aparente previo aviso (Choi et. Al, 2019). El convite, en el contexto de

negociaciones por el desarme nuclear, fue canalizado en un tuit que el líder norcoreano leyó y aceptó en menos de 10 minutos a través de la Agencia Nacional de Noticias Norcoreana (Agence France-Presse, 2019). El encuentro se realizó en la tarde del domingo y fue la primera vez que un presidente estadounidense puso un pie más allá del paralelo 38. Después del encuentro, el Primer Viceministro de Asuntos Exteriores norcoreano, Choe Son-hui, y Donald Trump reconocerían el rol fundamental de las redes sociales en el armado de este encuentro (Reddy, 2019).

Lo que llama la atención es que, al momento del tuit, el Estado no contaba con ninguna cuenta gubernamental oficial, salvo por tres cuentas que se sospecha están ligadas al aparato propagandístico norcoreano; @uriminzok, @NorthKoreaDPRK y @Pyongyang_DPRK (Ko et al., 2007/2008). En 2011, Kim Jong-un impulsó con poco éxito un plan propagandístico en redes sociales que culminó con el cierre y desuso de las cuentas años más tarde. Además, el sistema de internet de La República Popular Democrática de Corea siempre restringió a sus internautas el acceso a varios sitios de origen occidental, entre los que se encuentran Facebook, Twitter y Youtube (Reddy, 2019).

Con el argumento de impedir la falsa propaganda anti república, desde abril de 2016 el Ministerio de Correos y Telecomunicaciones norcoreano endureció la censura notificando a los internautas que aquellos que no respeten la prohibición, deberán responder ante la ley; apuntando contra el uso de VPNs para saltar el bloqueo (Williams, 2017). Los VPNs son tecnologías disponibles extraoficialmente en Corea del Norte que, a través de la red digital china, permiten navegar de forma confidencial utilizando un servidor que provee una dirección de IP falsa, ocultando la identidad y actividad (Khan et al., 2018; Choe, 2011). El cierre fue presentado como temporal, pero no ha finalizado hasta la fecha y las penas por incumplimiento van desde trabajo forzoso hasta la muerte (Duffley, 2011).

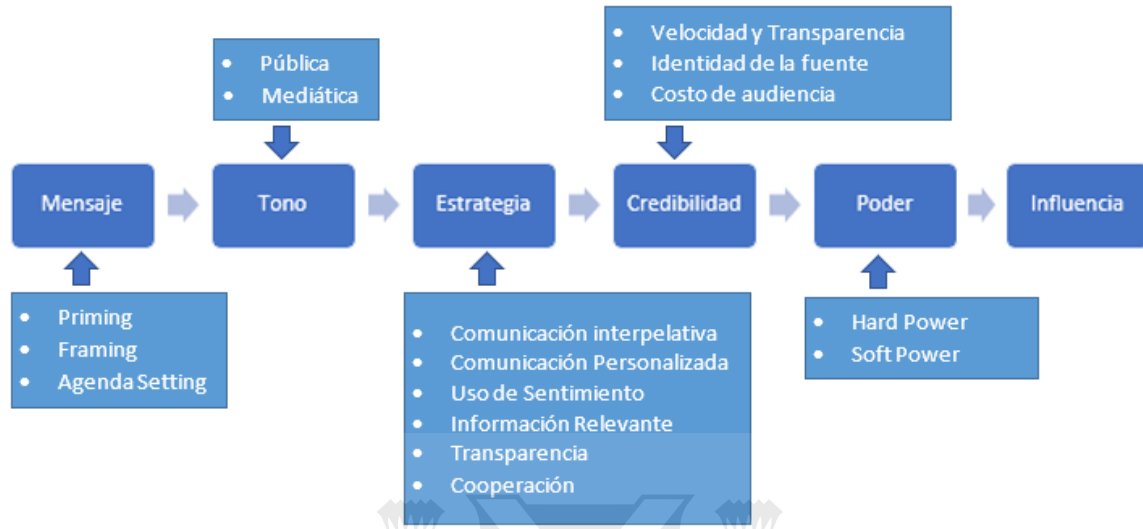
A pesar de todas las limitaciones, un informe descubrió en 2017 que Facebook era la plataforma más visitada por la élite norcoreana, mientras que otras redes sociales occidentales y chinas no se encontraban muy lejos. Aunque algunos de los mensajes del exterior puedan ser recibidos en territorio norcoreano, lo que es claro es que el régimen hace un intenso control sobre los usos y visitas de los usuarios en la red. Estos filtros limitan la llegada de los posts en Twitter a los ciudadanos norcoreanos (Satter & Sullivan, 2014). Muchos Estados, incluido el Corea del Norte, son expertos en identificar el potencial de las tecnologías digitales y usarlas contra sus propias poblaciones. De esta forma, el Internet norcoreano puede acentuar, no disminuir, el dominio estricto de sus gobernantes (Warf, 2015, p. 117).

A través de una división especial de hackers, Corea del Norte también utiliza internet de forma militar, iniciando ciberataques contra públicos y privados extranjeros, además de tener un aparato de ciberdefensa. Se estima que cuenta con entre 500 y 1000 especialistas de tiempo completo y un gran presupuesto asignado (Singer, Barboza, & Perloth, 2013; Mauro, 2009). Los objetivos de estos ataques son múltiples y van desde dañar infraestructura, hasta el cibercrimen con objeto de conseguir rédito económico para el régimen (Sang-Hun, 2013a, 2013b).

III. Marco Teórico

En base al conocimiento obtenido a partir de la bibliografía, podemos distinguir los conceptos que afectarán nuestra investigación y definirán el proceso por el cual la cuenta de Twitter @realDonaldTrump define su mensaje y puede tener influencia en el mundo real. Nuestro proceso se manifiesta en el siguiente cuadro.

Cuadro 1.



Teoría de la comunicación diplomática a través de Twitter

8.1 Mensaje

El mensaje creado por Donald Trump en Twitter se define a través de tres componentes. La agenda setting, que le asigna al contenido un lugar en Twitter para indicar su importancia. Tendrá injerencia, tanto la decisión de referirse a un tema, como el espacio y frecuencia que se le da en la plataforma (Scheufele, 1999). El framing, que es el proceso de recortar la parte del contenido que se quiere presentar en Twitter. La misma está alineada con los objetivos particulares del emisor (Scheufele, 1999). El último elemento que definirá el mensaje en Twitter, será el priming e involucrará los conceptos ofrecidos en el mensaje. Este tendrá impacto en los recursos que se agregarán al mensaje para definir cómo será evaluado el contenido y la valoración que se dará al objeto explícito en el tuit. Es el acompañamiento de un contexto en el tuit que activan otras ideas y tendencias semánticamente relacionadas (Gilboa, 2008, p. 64).

8.2. Tono

La Twiplomacia permite potenciar la comunicación, aumentar cantidad de agentes internacionales que participan en la negociación y alcanzar un nivel superior de representatividad sin la presencia de intermediarios (Malasenkova & Lavrov, 2019; Westcott, 2008; Graham et al., 2013). Este tipo de diplomacia puede partir desde los representantes de gobierno, como es en el caso de Trump y su cuenta @realDonaldTrump (Su & Xu, 2015; Ott, 2017). Se puede presentar en forma de DM y DP.

La DM utiliza Twitter como una herramienta para establecer un diálogo directo con Kim Jong-un y funcionarios gubernamentales para articular su postura política frente a ellos (Ramaprasad, 1983, pp. 73-75; Ebo, 1997; Gilboa, 2001, pp.10,22). Permite que los mensajes de Donald Trump lleguen a los individuos que toman las decisiones y crea un canal de comunicación para establecer posiciones en las negociaciones diplomáticas (Justel Vázquez et al., 2018). Si bien, estos pueden no poseer cuentas en la plataforma, el rebote en los medios que genera Trump es un refuerzo que garantiza la llegada (Enli, 2017; Stolee & Caton, 2018; Pérez-Curiel y Limón-Naharro, 2019). La DP utiliza Twitter para comunicar a públicos de todo el mundo las ideas nacionales, culturales, políticas y los objetivos nacionales propuestas en la cuenta @realDonaldTrump (Melissen, 2013, p. 436; Sotiriu, 2015, p.36). Esta tiene por objetivo influenciar la opinión y el comportamiento de los públicos internacionales frente determinados eventos y posturas nacionales propuestas por el presidente estadounidense (Signitzer y Coombs, 1992, p. 140; Tuch, 1990, p. 3,4). Si bien el mensaje es recibido por públicos de todo el mundo, Corea del Norte tiene acceso restringido a Twitter y permite un tipo muy limitado de DP en su territorio, llegando únicamente a las élites con acceso (Twiplomacy; 2018; Wojcik, et. al, 2019; Tweepsmat, 2020; Choi et. Al, 2019). Sin embargo, este público tiene influencia en quienes toman las decisiones (Deutsch, 1970; Duffley, 2011).

8.3. Estrategias

A partir de los conceptos adquiridos de la bibliografía, se procedió a definir las categorías con el fin de clasificar el contenido a analizar. Para definir la estrategia utilizada por @realDonaldTrump en Twitter, se implementó una fusión de las estrategias presentadas por Hanson (2012) y la Amsterdam School of Communication Research (Strauß, et al, 2015) y los siete puntos del proceso de decisión política presentado por Lasswell (Ronit & Porter, 2015). Cabe mencionar que las estrategias propuestas por Hanson, cruzan las seis estrategias que se presentarán a continuación. Estas están mayormente aplicadas a los usos de redes sociales por parte de los gobiernos, antes que al cumplimiento de objetivos políticos específicos. Es decir, su finalidad no está más allá de su implementación en Twitter. Es por eso que en las estrategias a definir se incluirán dentro la forma de ejecución, pero no afectará la conceptualización de la misma. Por lo tanto, el foco en la creación de estas seis categorías estará asociado a los puntos de Lasswell y las estrategias de la Amsterdam School of Communication Research.

1 - Comunicación interpelativa: esta estrategia busca llamar la atención del destinatario y espera una reacción. Es una fusión de la comunicación interactiva, propuesta por Hanson, que llama a la acción y la invocación y la terminación (Ronit & Porter, 2015). Estas últimas constan, respectivamente, en lograr apercibimiento y presión sobre el destinatario. La credibilidad del emisor y como el mensaje afecta personalmente al destinatario hace que esta estrategia tenga sentido. Estas crean las impresiones personales que condicionaran las emociones y, por consecuencia, las acciones (Yarhi-Milo, 2013; Holmes, 2014). En esta estrategia, las palabras tienen peso de acciones. El cortoplacismo de esta estrategia, podría demostrar utilidad al momento de presentar demandas o esperar respuestas (Pascual, 2001; (Gallarotti, 2011).

2 - Comunicación Personalizada: la estrategia toma el nombre directamente de la propuesta por la Amsterdam School of Communication Research (Strauß, et al, 2015). Tiene por objetivo presentar la visión de Donald Trump al destinatario. Es una oportunidad para defender una postura tomada y explicar su intención, consecuencia y finalidad, aspecto que se desprende de los puntos Promoción o recomendación y Prescripción de Laswell (Ronit & Porter, 2015). Esta estrategia se vincula al priming para acentuar ciertas cuestiones a las cuales se quiere que se le preste atención y presentar el mensaje de una forma más aceptable para el receptor. Lo que permite construir conceptos a partir de percepciones para ser transferidos, brindando recursos intangibles para el Soft Power (Gilboa, 2008, p. 64). Además, esta estrategia permite la informalidad logrando saltarse el protocolo y ser descontracturado. Un estilo más en línea con la forma de expresarse de Donald Trump, lo que le otorga mayor credibilidad por asimilación. (Agarwal et al., 2011; Ott, 2017).

3 - Uso de Sentimiento: esta estrategia tiene el objetivo de cargar el tuit con emociones y afectar la percepción del destinatario. De esta forma puede potenciar el mensaje de forma cualitativa (Enli, 2017, p. 55). Está ligada a la idealización de intenciones propuesta por la universidad holandesa en la estrategia de mismo nombre y con el punto de promoción o recomendación (Strauß, et al, 2015; Ronit & Porter, 2015). Las conexiones ontológicas permiten entrelazar la identidad del emisor con la identidad del Estado y transferirle propiedades sentimentales. Esta estrategia incluye realizar evaluaciones estéticas sobre determinados asuntos presentados en el mensaje (Solomon, 2014).

4- Información Relevante: nuevamente implementamos el mismo nombre de la estrategia de la universidad de Ámsterdam y la fusionamos con los puntos Aplicación e Inteligencia (Strauß, et al, 2015; Ronit & Porter, 2015). A partir de datos del mundo real, el emisor puede utilizar su credibilidad para respaldar una visión concreta (Hall & Yarhi-Milo, 2012). Es una

estrategia basada plenamente en el uso de información de interés para los receptores. Permite priorizar la visión de un medio por sobre otro y manipular la agenda, además de respaldar la información recolectada como fáctica (Gilboa ,2008, p. 64; Pérez-Curiel y Limón-Naharro, 2016).

5- Transparencia: para visibilizar las acciones diplomáticas, esta estrategia incluye a los eventos que tienen lugar en la arena de las relaciones internacionales para potenciar la credibilidad a través de la velocidad de transmisión y la transparencia (Westerman, Spence & Van Der Heide, 2014). La misma fue creada únicamente a partir de la estrategia de Comunicación transparente (Strauß, et al, 2015). Rompe completamente con la idea de diplomacia secreta y la expone (Cohen, 2012, pp. 6,7,8).

6- Cooperación: de la fusión del punto Evaluación y Trabajo en Red, se creó esta estrategia para promover el trabajo cooperativo entre las partes y controlar los avances coordinados de las acciones bilaterales (Strauß, et al, 2015; Ronit & Porter, 2015). Esta es una estrategia puramente aplicable con la proyección de Soft Power, ya que busca preparar el escenario para entendimientos compartidos, mejorando el alcance de políticas internacionales y la coordinación con los objetivos comunes (Nye, 2008).

Las estrategias presentadas previamente pueden ser utilizadas para proyectar tanto Soft Power como Hard Power, con excepción de la seis. Se proyectará Hard Power si las estrategias son utilizadas para presentar presiones y amenazas, fundamentadas y creíbles, que se amparen en el poderío del militar, económico y/o en la diplomacia coercitiva (Wilson, 2008, p.114). Pero si tienen la intención de generar seducción, cooperación y captación para intentar que otras naciones objetivo acepten la historia del emisor y hagan lo que desee, entonces se proyectará Soft Power (Wilson, 2008, p. 114).

8.4. Credibilidad

Para que el contenido presentado en Twitter por la cuenta @realDonaldTrump tenga efectos en el mundo real, este debe tener una asociación con el emisor y ser creíble para el receptor (Westerman, Spence & Van Der Heide, 2014; Hall & Yarhi-Milo, 2012). Es de esta credibilidad de donde emanara el poder proyectado por el medio (Keohane & Nye, 1998). Hay tres factores que hacen a un tuit creíble. El primer factor que consideramos, serán las propiedades intrínsecas de Twitter, atribuidas a su velocidad y transparencia. Esta permite una publicación sin intermediarios, que viene directo desde la fuente y puede ocurrir en el mismo momento en que el evento de interés tiene lugar (Ott, 2017; Chhabra, 2020, p. 3; Wescott, 2018). Twitter le permite a Trump actuar sobre los sucesos en simultaneo, admitiendo su utilización como una herramienta de gestión (Westerman, Spence & Van Der Heide, 2014; Porter, 2001, p. 174; Lewis, 2014). Aunque la fama proveniente del mundo offline se transporte al online, todas las cuentas de Twitter son técnicamente iguales, posibilitando una interacción horizontal, más que vertical. El participar en una red que lo hace vulnerable frente a la interacción con otros usuarios aumenta el nivel de credibilidad gracias a su transparencia (Dinata, 2014; Wescott, 2018; Duncombe, 2017, p. 553; Su & Xu, 2015). El segundo factor está ligado a la identidad de la fuente. La informalidad de Twitter le permite a Trump mantener su vocabulario, flexibilidad y retórica, facilitando la transferencia de identidad del emisor al tuit (Agarwal et al., 2011; Ott, 2017; Merril, 2015; Troianovskim, 2018). Las redes sociales exhiben patrones representativos que se fusionan para formar la identidad del Estado y de los individuos (Duncombe, 2017, p. 553). La admisión de sentimentalismo que ocurre en la plataforma, permite afectar la toma de decisiones y comportamiento gracias al impacto de los mecanismos sociales y biológicos en lo personalidad del receptor (McDermott, 2014; Yarhi-Milo, 2013; Holmes, 2014). Las impresiones particulares a partir de la identidad presentada, basada en sentimientos, define

la credibilidad de los líderes frente a aliados y oponentes (Hall & Yarhi-Milo, 2012). Además, Trump utilizó Twitter como herramienta política de difusión y gestión estatal durante la mayor parte de su carrera política, convirtiendo a su lenguaje en sus acciones (Pascual, 2001; Rana, 2001; Michaels & Williams, 2017; McGranahan, 2019). El último factor se refiere a los costos de audiencia. El mismo otorga credibilidad al tuit y valida la posición política presentada públicamente por Trump, debido a la exposición y riesgo que carga el líder al tomar una decisión gubernamental en un país democrático (Fearon, 1994). El no cumplir con su palabra, puede poner en juego la reputación política de Trump y tener como resultado no ser votado en las próximas elecciones (Guisinger & Smith, 2002). La publicidad del hecho pone en juego a los activos intangibles de los Estados Unidos, gracias a las conexiones ontológicas que entrelazan la política e identidad y permiten que Trump sea aceptado como representante del país (Solomon, 2014). Corea del Norte puede creer en los compromisos públicos expresados en la cuenta @realDonaldTrump, y comprender la vulnerabilidad doméstica creada por estos (Haynes, 2012). Esta publicidad se manifiesta tanto en el rebote del medio en otros medios, como en los usuarios de Twitter, que pueden votar en suelo estadounidense o son actores internacionales de peso (Tweepstap, 2020; Wojcik, et. al, 2019; Twiplomacy, 2018; Enli, 2017; Stolee & Caton, 2018).

8.5. Poder

Los eventos que ocurren en Twitter, pueden tener consecuencias en el mundo real y en las relaciones entre los líderes, ya que un tuit puede resultar en acuerdo de colaboración o en una escalada diplomática (Su & Xu 2015). La manifestación depende del mensaje, el tono, la estrategia y la credibilidad del contenido (Himmelboim, 2014). Según la teoría de Joseph Nye (2004), las naciones pueden proyectar Soft y Hard Power para lograr influenciar a los Estados o públicos objetivo. Este balance de poderes se conoce como Smart Power (Nye, 2009). Desprendiéndose del Realismo, el Hard Power pone a la coerción y la demostración de poder implícito como herramienta principal para manipular (Lee, 2018). Esta importancia

de la coerción radica en el hecho de que la razón última del poder en las relaciones internacionales es la guerra y en la supervivencia del Estado (Gilpin 1981, p. 13). Está conectado a la idea de un sistema internacional anárquico, donde los países no reconocen ninguna autoridad superior y, por tanto, hay que centrarse en la política del poder (Carr, 1964; Morgenthau, 1954; Mearsheimer, 2011). El mismo se proyecta a través de Twitter se expresa a partir de presiones y amenazas respaldadas por recursos tangibles que pueden generar costos y daños a Corea del Norte (Gallarotti, 2011; Wilson, 2008). Estos recursos pueden estar amparados en el poderío militar de Estados Unidos, sanciones económicas y/o diplomacia coercitiva (Wilson, 2008, p.114). Es a través del Hard Power que Trump demanda que Corea del Norte modifique su comportamiento y que acepte los términos impuestos o se enfrente al poder explícito estadounidense (Nye, 2008).

Desde las teorías del liberalismo y neoliberalismo, el Soft Power propone un poder basado en la atracción para cambiar la percepción de deseo de los receptores (Lee, 2018; Nye, 1990). Con este, Twitter es utilizado como un medio para influir en el comportamiento de Corea del Norte de una manera no coercitiva, respaldando su contenido en recursos intangible; como la ideología, las instituciones, la cultura y el reconocimiento (Cooper, 2004, p. 173; Nye, 2014; Roselle, Miskimmon & O'Loughlin, 2014; Nye 2005, p.10). Los recursos son utilizados para seducir a Corea del Norte y logran que este deseo modifique su comportamiento (Nye; 2005). Los tuits cuentan historias atractivas para convencer a los destinatarios de la correcta postura de Estados Unidos frente a Kim Jong-un (Wilson, 2008, p. 114; Nye, 2004, p.4). De esta forma, la proyección de Soft Power, a través de Twitter, permite crear conciencia e identidad en los receptores para movilizarlos y crear consenso a partir de la transferencia de significados. Esto le permite a Trump mejorar el alcance de su diplomacia y la coordinación de los objetivos comunes en la arena internacional (Mavrodieva, Rachman, Harahap & Shaw, 2019; Nye, 2014). La proyección de este poder

permite dar forma a lo que desean otros Estados a través de un acercamiento pacífico sin recurrir a la violencia (Nye, 1990, p. 31; Bilgin, & Eliş, 2008).

Encontrar un balance en la proyección de estos dos poderes para lograr cumplir los objetivos diplomáticos, es lo que se conoce como Smart Power (Nye, 2008; Nossel, 2004).

IV. Diseño de la investigación

9. Preguntas de investigación:

El objetivo de este estudio es analizar cómo el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, utilizó su cuenta de Twitter como herramienta diplomática durante las negociaciones con Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear. Por tal motivo, se comenzó el estudio en 2017, debido a que fue su primer año como presidente. No se incluyó el año 2020 en el estudio por falta de información, una agenda política mundial anormal y la casi nula presencia de tuits sobre el tema. Si bien el análisis mira al conjunto de los años 2017, 2018 y 2019, también se hace hincapié en cada año en particular con su contexto específico. A lo largo de los años elegidos para el análisis, no se encuentran razones para creer que el conflicto se haya resuelto, debido a que los objetivos formales de las partes aún no se han cumplido y las negociaciones siguen abiertas. Esta tesis analizará el periodo especificado sin focalizarse en sus efectos.

1. ¿Cómo fue utilizada la cuenta de Twitter @realDonaldTrump durante las negociaciones con Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear tomando el periodo entre principio del 2017 y fin del 2019?

Para contestar esta pregunta, debemos responder primero lo siguiente:

- A. ¿Considerando la división de poderes de las naciones presentada por Joseph Nye, Soft Power y Hard Power, qué tipo de poder se proyectó, principalmente, en la estrategia diplomática implementada a través de la cuenta de Twitter @realDonaldTrump durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?
- B. Para entender si se implementó diplomacia pública o mediática: ¿Cuál fue el tono de los mensajes, Pública o Mediática, implementado a través de la cuenta de Twitter @realDonaldTrump durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?
- C. ¿Cuál fue la principal estrategia diplomática que se implementó a través de la cuenta de Twitter @realDonaldTrump durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?
- D. ¿Cuál fue el tema predominante al que hace referencia la cuenta de Twitter @realDonaldTrump durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?
- E. ¿Cuáles fueron los eventos identificables que tuvieron lugar a lo largo de los tres años de estudio durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?
- F. ¿Se puede identificar alguna correlación entre la estrategia diplomática, tema, poder y tono del mensaje utilizados por la cuenta @realDonaldTrump y los eventos

ocurridos durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?



Universidad de
San Andrés

10. Método de investigación

Para llevar adelante el estudio se seleccionó el método de análisis de contenido combinado con análisis de discurso que resulta ser bastante efectivo al momento de analizar los mensajes en los medios de comunicación y es una de las técnicas de investigación más importantes en las ciencias sociales (Lombard, Snyder-Duch & Bracken, 2002). Este analiza los datos tomando en cuenta el contexto específico considerando los significados sociales y culturales que se le atribuyen, ya que informan algo más allá de lo presente y revelan propiedades de sus emisores, receptores y el medio. Es decir, excede lo físicamente visible y se apoya en sus cualidades simbólicas para determinar antecedentes, efectos y correlaciones explorando lo que no se ve (Neuman, 1997, p. 31). Esta técnica permite hacer inferencias válidas y replicables de los datos a su contexto, y asegura que todas las unidades de análisis reciban el mismo tratamiento manteniendo la objetividad, sin importar quién realice el análisis (Krippendorff, 2018, pp. 403-404).

El estudio comienza a partir de la clasificación y descripción del contenido de la comunicación, de acuerdo con varias categorías preestablecidas. Los investigadores ponen su atención en las características del contenido comunicado y en la naturaleza del comunicado, definiendo su validez, rigurosidad y confiabilidad para descomponer el contenido de las redes sociales (Anderson & Kanuka, 2003, p. 174; Wright, 1986 pp. 12-16).

A pesar que, generalmente, en los análisis de redes o medios digitales se suelen implementar softwares para la segmentación de grandes volúmenes de datos, en este estudio esto no fue posible. Se deben tener en cuenta las limitaciones que tiene la máquina en cuanto al contexto, en el procesamiento del lenguaje natural, del cual en el análisis de sentimientos es un componente muy relevante (Vaitheeswaran & Arockiam, 2016). En sus posteos, Donald Trump suele hacer uso del sarcasmo, juegos de palabras y otros tipos de

lenguaje irónico. Realizar el estudio con una herramienta que no comprenda estos aspectos en profundidad, podría resultar problemático cuando la máquina disecciona los datos de forma aislada (Mukherjee & Bhattacharyya, 2012). Estas características ocasionan que las herramientas de procesamiento del lenguaje natural, como los analizadores y etiquetadores, fallen con frecuencia (Dey et al., 2009). Este es un problema potencial, en particular en el análisis de los tuits del presidente Trump. Es por eso que se procede a revisar cada tuit de forma individual con ayuda de investigadores entrenados.

El análisis de redes sociales varía de otras formas de investigación en línea, debido a la naturaleza social de los datos que se extraen de plataformas especialmente construidas. Nuestro instrumento de análisis de contenido se alimenta de datos recolectados a partir del sitio Trump Twitter Archive. El mismo ofrece una colección de todos los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump hasta la fecha y se actualiza automáticamente cada media hora. El sistema funciona a partir de la API (Interfaz de programación de aplicaciones) oficial de Twitter, Tweepy, lo que le permite absorber el metadato de cada tuit. Se seleccionó Twitter y la cuenta personal del presidente, @realDonaldTrump, frente a la institucional, @POTUS, dado que se trata de la red social más usada por el presidente y es donde se ha registrado la mayor actividad e interacción (Pérez-Curiel & Limón-Naharro, 2019).

Las redes sociales son plataformas online que permiten y facilitan a los usuarios generar y compartir contenido, lo que posibilita posteriores interacciones en línea con otros usuarios. Dada la naturaleza cualitativa y cuantitativa de muchos datos derivados de las plataformas de redes sociales, es comprensible que los resultados presenten una variedad de ideas analíticas. Considerando el aspecto multimedia que posee Twitter, nuestro análisis de contenido será de tipo temático - los datos se codifican y analizan temáticamente para identificar el enfoque de poder presente en el contenido o clasificar datos relevantes para identificar áreas de importancia dentro de ellos – y de análisis de tipo gráfico – tomando en

cuento elementos como imagen y video presentes en los tuits que puedan proporcionar datos importantes sobre las áreas de interés- (Social Media Research Group, 2016, p. 11).

Nuestro análisis de sentimiento estará orientado a medir en qué grado los tuits proyectan una estrategia ligada al Soft Power o Hard Power. Los mismos estarán graduados en tres niveles, dado que se cree que la intensidad de estos puede variar en cada caso. Para el análisis de discurso, se investigará el efecto de intensificadores, negativos y positivos, modales y conectores, que cambian la polaridad o validez previa de las palabras y resalta un nuevo significado o perspectiva de las frases (Polanyi et al., 2004). Finalmente se tomará en cuenta el contexto. De esta forma, se espera aprovechar el discurso contenido en el tuit, o en un medio externo ligado, para identificar oraciones y características relevantes en el texto o multimedia que permitan el análisis de sentimiento (Taboada et al., 2008).

Para definir una estrategia de DD, La Amsterdam School of Communication Research presentó, para su estudio sobre el manejo de Twitter en las embajadas europeas en el Consejo de Cooperación del Golfo, seis categorías (Strauß et al., 2015). Las mismas fueron adaptadas a las condiciones del estudio y combinadas con las ocho estrategias en DD presentadas por Fergus Hanson (2012) para ayudar a definir el tipo de estrategias implementadas en nuestro caso. Sin embargo, estas estrategias, como mencionamos, estaban dirigidas a embajadas, no a presidentes. Para lograr una mayor cobertura se combinaron con los siete puntos (inteligencia, promoción, prescripción, invocación, aplicación, terminación y evaluación) del proceso de decisión política presentado por Lasswell (Ronit & Porter, 2015). Como resultado, se crearon seis diferentes modelos: Comunicación interpelativa, Comunicación Personalizada, Uso de Sentimiento, Información Relevante, Transparencia y Cooperación. Consideramos que puede haber multiplicidad de estrategias en un solo tuit y se consideran aquellas que estén relacionadas a Corea del Norte.

Para identificar la temática predominante, se crearon seis clústeres de temas presentes en el discurso. Estas se refieren a la razón originaria del tuit y su contexto. Luego, se analizarán únicamente las partes del tuit en relación a Corea del Norte. De este modo, si en un tuit se detectan varias temáticas, solo se considerarán las que tengan un impacto en la relación entre EEUU y Corea del Norte. También se considera que los temas pueden ser más de uno para un mismo tuit. Se pueden distinguir entre: Económicos, Militares, Diplomáticos, Sociopolítico, Geográfico y Otro.

En cuanto a la clasificación del destinatario, se idearon dos categorías para definir si los tuits están dirigidos al público en general o si tienen la finalidad de buscar la atención de Kim Jong-un y las élites norcoreanas. La primera se catalogará como Pública, para hacer referencia a la DP, mientras que la segunda será definida como Mediática, en referencia a la DM. Para ello, se analizará el discurso en el tuit y el tono impreso adoptado en la cuenta @realDonaldTrump. Se consideró que, aunque no se mencione a Jong-un o las élites, pueden estar dirigidos indirectamente hacia los mismos. El objetivo de esta sección será identificar si los tuits fueron utilizados como un canal de comunicación directo con el dictador norcoreano o para dirigirse al público mundial en general.

Para el proceso de identificar los eventos ocurridos durante los tres años de análisis, en relación al conflicto bilateral entre EEUU y Corea del Norte, se analizó la línea de tiempo de eventos provista por el sitio web Arms Control Association¹⁰, comprendiendo únicamente los años relevantes para nuestra investigación (Davenport, 2020). La organización ofrece en su sitio un detalle neutral de todos los eventos diplomáticos ocurridos desde el comienzo del conflicto entre EEUU y Corea del Norte. Para simplificar la visualización y comparación se crearán, de forma exploratoria, categorías representativas para los eventos. Estas son:

¹⁰ Esta es una organización nacional de membresía no partidista dedicada a promover la comprensión pública y el apoyo a políticas efectivas de control de armas.

Acuerdo, Aliados, Alivio, Amenaza, Concesiones, Contacto, Conversaciones, Encuentro, Evade, Fuerza USA, Invitación, Invitación USA, Prueba, Prueba Nuclear y Sanciones. Con esta información se compondrá una línea de tiempo para contextualizar los otros resultados.

Para llevar adelante esta investigación, se segregó una parte de un universo (N) compuesto por 13.814 tuits donde se definió la muestra (n) como: “todos los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump entre principios del año 2017 y finales del 2019 que estén relacionados al conflicto bilateral entre Corea del Norte y EEUU por el desarme nuclear”. La unidad de análisis será cada tuit individual, a excepción de cuando varios de los tuits formen parte de un mismo “hilo”¹¹, donde se tomará el conjunto como un tuit único. En total se analizaron en profundidad 214 tuits. La unidad temporal implementada para presentar los resultados será una semana y mes.

Es importante comprender que Twitter no existe en el vacío, sino que vive conectada a contenido del resto de la Internet. Los usuarios hacen uso de artículos, textos, videos, fotos, links y retuits que forman parte del mensaje. Por esta razón, el estudio debe incluir elementos que se encuentran fuera de las redes sociales, pero solo para observarlos en relación a la importancia de los elementos en Twitter.

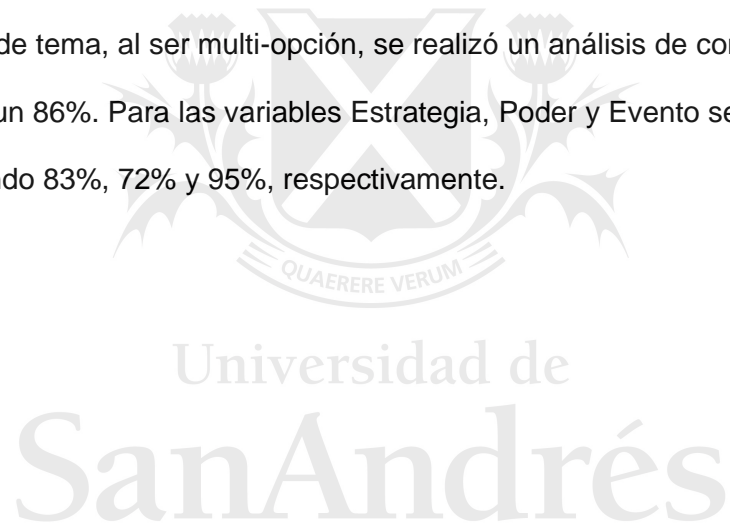
Los codificadores colaboradores que participaron del análisis de datos tienen conocimiento de inglés, estudiaron carreras relacionadas a las Relaciones Internacionales, tienen amplia comprensión del sarcasmo e ironía y tienen un buen manejo de redes sociales y Excel. Los mismos fueron entrenados en el uso del libro de código, en las variables relacionadas al contenido y la herramienta de recolección de datos.

Con el objetivo de hallar la correlación entre Tono, Estrategia, Tema y Poder se cruzarán los datos para obtener un coeficiente de correlación de Pearson (r). Esta es una herramienta

¹¹ Un hilo en Twitter es una serie de Tuits conectados de una misma persona. Los hilos te permiten conectar varios Tuits entre sí para proporcionar más contexto, una actualización o para ampliar una opinión

de estadística que sirve para medir el grado de relación entre dos variables aleatorias cuantitativas. En segundo lugar, se tratará de encontrar la relación de estas variables con los eventos. La única diferencia es que, para el primer caso la unidad de tiempo será en días (el día que se emitió el tuit) y para el segundo en semanas. Esto atiende a la lógica de que los eventos no se desprenden necesariamente de los tuits y su impacto no está restringido únicamente al momento que ocurren.

Para garantizar la confiabilidad de los resultados, los dos codificadores analizaron un 20% (n=43) del total de la muestra (n=214) y compararon los resultados. Para la variable tono (2 opciones) se obtuvo un puntaje aceptable de 79% de acuerdo al índice de Cohen Kappa. Para la variable de tema, al ser multi-opción, se realizó un análisis de confiabilidad simple, el cual devolvió un 86%. Para las variables Estrategia, Poder y Evento se realizó el mismo testeo, devolviendo 83%, 72% y 95%, respectivamente.



10.2. Libro de código:

El libro de código es de origen exploratorio, ya que fue modificado y adaptado a partir de los datos encontrados al realizar el análisis. Este se divide en dos categorías principales para diseccionar la cuenta @realDonaldTrump. La primera se caracteriza por no requerir mayor procesamiento que lo presente o por ser analizada completamente por el software del sitio Trump Twitter Archive, el cual absorbe y clasifica el metadato directamente desde Twitter gracias al API del sitio. De esta categoría se procedió a revisar que el texto extraído sea fiel al tuit en la plataforma (se detectó que en algunos casos la información se encontraba fragmentada, o los conectores eran remplazados por otros caracteres). Además, para facilitar el análisis, se agregó la captura del tuit y, en caso de tenerlo a disposición, el link al contenido externo. En cuanto a esta última, dependiendo del contenido, se realizó una transcripción para conservar la información en caso de que existan revisiones futuras y que el material original no esté disponible en la web. Las subcategorías de análisis de la primera parte, son:

Texto: se encontrará el texto contenido en la publicación del posteo. El mismo contiene el texto completo sin filtros. Incluye menciones, hashtags, emoticones y links.

Fecha: la fecha en la cual el tuit fue publicado.

Semana: la semana a la cual pertenece el tuit.

Horario: el horario en el cual el tuit fue realizado.

Retuits: cuántos retuits tuvo la publicación

Likes: cuántos likes tuvo la publicación.

Es RT: es una función de Twitter que permite republicar los tuits de otros usuarios. Contienen un @ y son seguidos por el nombre de usuario. En caso de ser positivo TRUE se entenderá que es un retuit¹². En los casos donde sea FALSE serán posteos originales

Twitter ID: son códigos únicos de identificación generados por el servicio de Twitter Snowflake y son números enteros únicos de 64 bits sin signo. La ID completa se compone de una marca de tiempo, un número de trabajador y un número de secuencia.

La segunda categoría, se caracteriza por ser realizada por una codificación humana. La razón de esto, se debe a que consideramos que los humanos, propiamente entrenados, son más eficientes para evaluar los tuits en relación a su contexto. Como mencionamos previamente, @realDonaldTrump, suele manejar un alto nivel de sarcasmo e ironía, por lo que una máquina puede presentar resultados poco fiables. Las subcategorías de análisis son:

Código de Estudio: a cada tuit se le asigna un código propio para identificarlo dentro la investigación. Este código se otorga de manera secuencial en cada posteo según aparece en el estudio.

Link Externo: es el link dentro del tuit que conecta al posteo con contenido publicado fuera de Twitter. Identificable por el contener los siguientes elementos: www., https://, .com, .net

Contenido: captura en imagen del tuit tal como se encuentra en la plataforma Twitter.¹³

¹²Retuit: identifica un posteo el cual no fue originado por la cuenta que postea. Se identifica por tener un RT en el texto y estar acompañado de un usuario (@nombre). En contraparte, un tuit original es originado por la cuenta que postea el tuit.

¹³ Es importante comprender que las capturas fueron realizadas en abril y mayo del 2020, por lo que el número de retuits y likes puede variar del recolectado por el software del sitio Trump Twitter Archive.

Transcripción, descripción o copia: todo contenido audiovisual será transcrito a texto. El mismo contará con una descripción de los aspectos contextuales del contenido. En caso de ser posible, las imágenes que estén disponibles serán adjuntadas.

Thread o hilo: el tuit debe preceder o ser una continuación directa de un tuit. La conexión debe ser visible en la plataforma utilizando la herramienta para crear threads o hilos.

Hashtags: los hashtags son palabras precedidas por un numeral (#) el cual sirve para etiquetar contenido. De esta forma, se puede organizar una discusión alrededor de un tópico o evento determinado. (Fitton et al. 2009, p. 127). Al usar hashtags, los tuits se pueden enviar a un público más amplio que los seguidores de primer rango. De hecho, no es necesario ser usuario de Twitter para seguir la conversación porque los hashtags son visibles para cualquiera (Small, 2011, p. 4). Ejemplo: #Palabra.

Mencionado: el o los individuos a los que hace referencia el tuit. Puede ser etiquetando a la cuenta del usuario (@nombre) o sin hacerlo. El destinatario puede estar presente de forma explícita o implícita.

País: el país al cual hace referencia el tuit o pertenece el destinatario del tuit.

Relacionado a NK: el tuit en cuestión se debe corresponder a las relaciones bilaterales entre Corea del Norte y EEUU. Debe insinuarse directa o indirectamente a Corea del Norte, su líder Kim Jong-un, sus funcionarios, instituciones o civiles. Entran también en esta categoría los tuits que hagan referencia a los aliados de Corea del Norte en relación al conflicto bilateral y los tuits que hagan referencia al manejo de armamento nuclear que pueda referirse con Corea del Norte.

- Ejemplo claro: “Estoy hablando con Kim Jong-un sobre la situación nuclear en Corea del Norte”.

- Ejemplo menos claro: “Esta mañana hable con el presidente Xi por la tensión nuclear en la región”.
- Ejemplo a excluir: “Estuve en el G20 junto a líderes mundiales para definir políticas de acción internacional. China y Rusia estarán presentes”. Es excluido al no hacer referencia a Corea del Norte o sus líderes y por ser muy general.

Tono de Diplomacia:

- **Pública:** no apunta a un destinatario específico. Se refiere a Corea del Norte en su totalidad, sin diferenciar entre la población general y su líder. Hace referencia a la idea de nación. Incluye, también, los tuits destinados a la comunidad mundial. Es abierta y no busca interpelar directamente a Kim Jong-un o a las élites norcoreanas, aunque puede mencionarlo. Representa al tipo de DP.
 - Ejemplo claro: “Es hora de que alguien se haga cargo de la situación en Corea del Norte”.
 - Ejemplo menos claro: “El conflicto nuclear está llegando al límite. Si Estados Unidos es presionada, actuará”.
- **Mediática:** cuando el tuit apele o exprese deseo directa o indirectamente al líder norcoreano o las élites norcoreanas. Puede no mencionarlos, pero sí referirse indirectamente a los responsables de la toma de decisiones. Puede utilizar improperios o informalidades abiertamente en retórica. Puede o no esperar una respuesta. Manifiesta consecuencias de sus posibles acciones o puede agradecer específicamente.
 - Ejemplo claro: “Kim Jong-un debe estar preparado para hacerse cargo de sus acciones”.
 - Ejemplo menos claro: “Si eligen el camino nuclear, no habrá ningún tipo de acuerdo”.

Tema:

- **Económico:** hacen referencia a aspectos monetarios, relaciones comerciales, sanciones o beneficios económicos.
 - Ejemplo claro: “He impuesto nuevas sanciones económicas para Corea del Norte”
 - Ejemplo menos claro: “Si China sigue ayudando a Corea del Norte, no habrá más acuerdos comerciales”
- **Militar:** hacen referencia a enfrentamientos bélicos o al armamento. Menciona la presencia nuclear o menciona a Corea del Norte como una amenaza.
 - Ejemplo claro: “Si Corea del Norte continua por este camino, conocerá el poderío de la armada estadounidense”.
 - Ejemplo menos claro: Una foto o video visitando tropas en Corea del Sur.
- **Diplomático:** hacen referencia a diálogos, encuentros o negociaciones entre EEUU y Corea del Norte, incluyendo a sus aliados u organismos supranacionales. Aproximaciones pacíficas para la resolución del conflicto.
 - Ejemplo claro: “Volaré a Hanoi para encontrarme con Kim Jong-un en persona y establecer metas a futuro. Gran expectativa”.
 - Ejemplo menos claro: “Hable con el presidente de Corea del Sur, Moon Jae-in, sobre el avance en las relaciones con Corea del Norte”.
- **Sociopolítico:** hacen referencia al manejo y al desarrollo social y político del Estado. Incluye aspectos relacionados a la cultura y a la historia.
 - Ejemplo claro: “El público norcoreano merece ser libre para explotar todo su potencial”.
 - Ejemplo menos claro: “La historia recordará a los héroes norcoreanos que trabajaron por la paz”.

- **Geográfico:** hacen referencia a la localización geográfica. Donde se ubica Corea del Norte en el mapa y sus fronteras.
 - Ejemplo claro: “Corea del Norte se encuentra en una región estratégica”.
 - Ejemplo menos claro: “El encuentro se llevará a cabo en la Zona Desmilitarizada coreana”
- **Otro:** no hace referencia a ninguno de los temas previamente mencionados. Puede ser referido a política interna sin mención a una acción concreta en las negociaciones con Corea del Norte.
 - Ejemplo claro: “Los demócratas no entiende lo que sucede en Corea del Norte”
 - Ejemplo menos claro: “Pierdo el tiempo con persecuciones políticas, mientras que mi atención debería estar en solucionar el conflicto nuclear”.

Tipo de Estrategia:

1 - Comunicación interpelativa: llama la atención sobre un determinado individuo o grupo y sus acciones. Espera algo determinado. Puede utilizar @ o menciones. Puede incluir preguntas al destinatario, cuestionar o agradecer. Puede llamar a la acción o respuesta. Puede llamar la atención sobre un caso que escapa a las reglas y rivaliza el poder. Solo cuando apela directamente y no indirectamente.

- Ejemplo claro: “Se que Kim debe detener su plan nuclear. @moonriver365 fue testigo del acuerdo”.
- Ejemplo menos claro: “Sería un error que el líder norcoreano no respetara lo acordado en la Cumbre”.

2 - Comunicación Personalizada: hace mención de su perspectiva en primera persona. Explica acontecimientos en sus propias palabras. Tiene tintes políticos. Suele utilizar

lenguaje informal. Evoca humanidad del emisor y el receptor. Promueve ideas desde su punto de vista. Promociona y defiende su visión política. Menciona cómo trataron las negociaciones con Corea del Norte, gestiones gubernamentales estadounidenses pasadas.

- Ejemplo claro: “Yo sé que la situación en Corea del Norte es culpa de China. Mientras sigan dándole dinero, la dictadura continuará.”.
- Ejemplo menos claro: “Necesitamos un cambio de postura en la península. No más buen trato. ¡Punto!”

3 - Uso de Sentimiento: expresa sentimientos, deseos, aptitudes y emociones con tono específico que pueden ser de carácter negativo o positivo. Intenta despertar emociones en el receptor. Utiliza recursos musicales o poéticos. Abundante en adjetivos. Puede ejercer presión o presentar un ultimátum. Califica situaciones o elementos desde de una perspectiva estética o desde el sentimiento.

- Ejemplo claro: “Estoy muy feliz por el avance en nuestra relación con Corea del Norte. Kim es un gran amigo”.
- Ejemplo menos claro: Un video con música épica y un narrador que cuente eventos ocurridos durante las negociaciones con Corea del Norte como si fuese un avance de película.

4- Información Relevante: son noticias relevantes o hechos concretos. Pueden ser links externos a otros medios, contenido informativo o palabras de periodistas o autorizada. Se incluyen RT con los mismos fines. La importancia está en el mensaje en sí. Implementa la información en el mundo real. Menciona cifras o fechas. Incluye citas de personas relevantes.

- Ejemplo claro: “@FoxNews Corea del Norte ha cerrado su central nuclear + link”

- Ejemplo menos claro: “El 3 de septiembre de 2017 Corea del Norte realizó un ensayo nuclear subterráneo”.

5- Transparencia: visibiliza eventos del mundo offline en Twitter directamente relacionados con la actividad diplomática estadounidense. Pueden ser eventos pasados recientes, presentes o futuros próximos. Puede ser contenido que muestre lo que sucede. La acción enunciativa puede suceder en el mismo momento que en el que se está tuiteando. Describe actividades o situaciones específicas que ocurrieron. Menciona de qué se habló o trató la situación con Corea del Norte de forma superficial.

- Ejemplo claro: Fotos de un Mike Pompeo llegando a Corea del Norte.
- Ejemplo menos claro: “Esta mañana hable con el presidente chino, Xi Jinping, para que termine todo tipo ayuda a Corea del Norte”.

6- Cooperación: promueve el trabajo cooperativo entre EEUU y Corea del Norte. Propone acuerdos o planes de trabajo futuros en conjunto. Ejerce control y seguimiento de los temas y acuerdos. Comparte una visión conjunta entre las partes. Propone una situación mejor para ambas partes. Se refiere a concesiones de una parte a la otra. Hace mención al progreso en las negociaciones.

- Ejemplo claro: “Estamos negociando con Corea del Norte la liberación de varios prisioneros de guerra”.
- Ejemplo menos claro: “Haremos todo lo posible para que la cumbre en Hanoi sea el comienzo de la paz en la península coreana”.

Hard Power/ Soft Power (S1-3/H1-3): cada uno de los tuits proyecta un cierto aspecto de poder, Hard Power o Soft Power, de EEUU. Para medir esto, se implementó un método similar al análisis de sentimiento, donde se utiliza un número del 1 al 3 para calificar el grado de una determinada opción. Estos tipos de análisis utilizan reglas para diferenciar la

intención del contenido según negativo, positivo, neutro o indefinido (Wang, H, Can, Kazemzadeh, Bar, & Narayanan, 2012). En este análisis, las dos opciones serán una graduación de Soft Power o Hard Power como se entiende a continuación. La S representa Soft Power y la H representa Hard Power. Así S1 representa la menor intensidad de Soft Power y H3 representa la mayor proyección de Hard Power.

Soft Power: este poder está basado en la persuasión y atracción de otros hacia algo que el estado emisor quiere (Wilson, 2008, p. 114). Se asocia principalmente a bienes intangibles como la cultura, la ideología, la política, integración, comunidad mundial o las instituciones (Nye, 2009, p. 63). Invita a una acción voluntaria. (Gallarotti, 2011, p. 29) Intenta construir una comunidad mundial y otorga reconocimiento y audiencias.

- **S1:** hay búsqueda de consenso. La fuente de poder es poco explícita. Se encuentra próxima a la neutralidad.
 - Ejemplo claro: “Embajadores están viajando a Corea del Norte para negociar posibles acuerdos”.
 - Guía de palabras de referencia no exclusivas: reunión, ayuda, hablar, negociar.
- **S2:** la fuente de poder es clara. Se menciona o se hace referencia indirectamente a la intención de consenso y paz.
 - Ejemplo claro: “Si Corea del Norte honra su parte del trato, será posible lograr la paz en la península”.
 - Guía de palabras de referencia no exclusivas: seguro, progreso, solucionar.
- **S3:** exagera el uso de la fuente de poder o las consecuencias positivas del uso del mismo. Expresa apoyo explícito a la contraparte con intención de paz y consenso. Entiende buena fe.

- Ejemplo claro: “Agradezco a Kim por recibirme en su país. El futuro es prometedor para Corea del Norte. Haremos historia juntos”.
- Guía de palabras de referencia no exclusivas: bueno, grande, amigo, feliz.

Hard Power: el poder está basado en la fuerza militar, la diplomacia coercitiva y las sanciones económicas. Se apoya en recursos principalmente tangibles. (Wilson, 2008, p. 114; Gallarotti, 2011, p. 29). Llama a una acción obligada. Ve a la otra parte como una amenaza.

- **H1**: la fuente de poder es poco explícita. Se encuentra próxima a la neutralidad. Se muestra duro, pero sin querer serlo.
 - Ejemplo claro: “Estamos trabajando con nuestros aliados para solucionar el problema nuclear con Corea del Norte”.
 - Guía de palabras de referencia no exclusivas: régimen, caro, detener, fake news, demócratas.
- **H2**: la fuente de poder es clara. Se menciona o se hace referencia indirecta. Expresa consecuencias de las acciones de su oponente. Desconfía.
 - Ejemplo claro: “Si Corea del Norte no detiene los ensayos nucleares y destruye su armamento, solo encontrará más sanciones”.
 - Guía de palabras de referencia no exclusivas: problema, fallar, sanciones, amenaza.
- **H3**: exagera el uso de la fuente de poder o las consecuencias negativas del uso del mismo. Lleva la conversación al plano humano negativo. Expresa un ultimátum.
 - Ejemplo claro: “Alguien dígame a ese loco norcoreano que mis misiles convertirán a su país en un infierno”.
 - Guía de palabras de referencia no exclusivas: irrespeto, militar, eliminar, violencia.

Eventos:

- **Acuerdo:** acuerdos entre Corea del Norte y Aliados de EEUU.
- **Aliados:** EEUU aborda el conflicto con Corea del Norte a través de sus aliados.
- **Alivio:** EEUU otorga beneficios a Corea del Norte o retira presión.
- **Amenaza:** Corea del Norte amenaza a EEUU.
- **Concesiones:** Corea del Norte otorga beneficios a EEUU o retira presión.
- **Contacto:** funcionario de EEUU dialogan o se encuentran con funcionarios de Corea del Norte, con excepción de los Jefes de Estado
- **Conversaciones:** conversaciones entre Corea del Norte y Aliados de EEUU.
- **Encuentro:** encuentro entre Donald Trump y Kim Jong-un
- **Evade:** Corea del Norte evade las sanciones.
- **Fuerza USA:** EEUU hace muestra de su poderío militar.
- **Invitación:** Corea del Norte se muestra abierta al diálogo con EEUU.
- **Invitación USA:** EEUU se muestra abierto a diálogos con Corea del Norte.
- **Prueba:** prueba de armamento no nuclear.
- **Prueba Nuclear:** prueba de armamento nuclear.
- **Sanciones:** aplicación y pedido de sanciones para Corea del Norte.

V. Conclusiones y resultados

11. Hallazgos

Una vez analizados los datos de la investigación, se agruparon los resultados por pregunta. En cada una se analizará cada año de forma individual y en conjunto. Se contestarán las preguntas de la A a la F para luego responder la pregunta 1.

11.1. Resultados:

En esta sección se presentarán los resultados obtenidos a partir del análisis de contenido mixto realizado sobre los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump (N=13.814) relacionados al conflicto diplomático con Corea del Norte desde el principio del 2017 hasta el final del 2019. Los resultados iniciales de este estudio arrojaron que, de la totalidad de los tuits analizados (n=214), 67 correspondieron al año 2017, 100 al año 2018 y 47 al año 2019. Esto evidencia que el 2018 fue el año con mayor cantidad de tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump abarcando un 46% de la totalidad.

N= Universo

n= Muestra

x= Valores de la Variable

11.1.1. Pregunta A

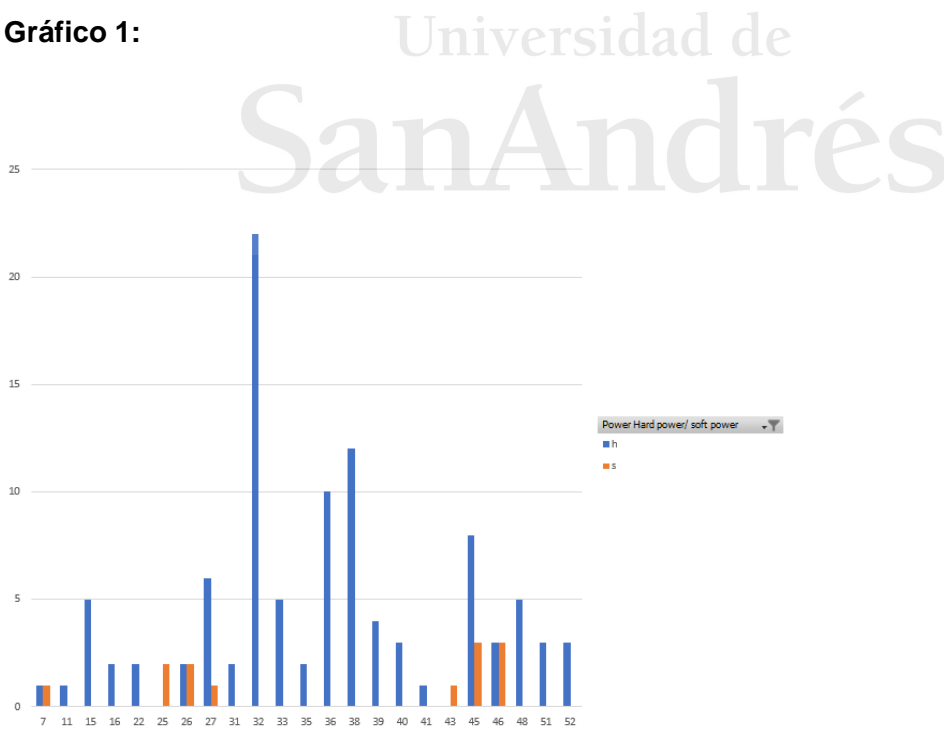
¿Considerando la división de poderes de las naciones presentada por Joseph Nye, Soft Power y Hard Power, qué tipo de poder se proyectó, principalmente, en la estrategia diplomática implementada a través de la cuenta de Twitter @realDonaldTrump durante las

negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?

- sp= Soft Power
- hp= Hard Power

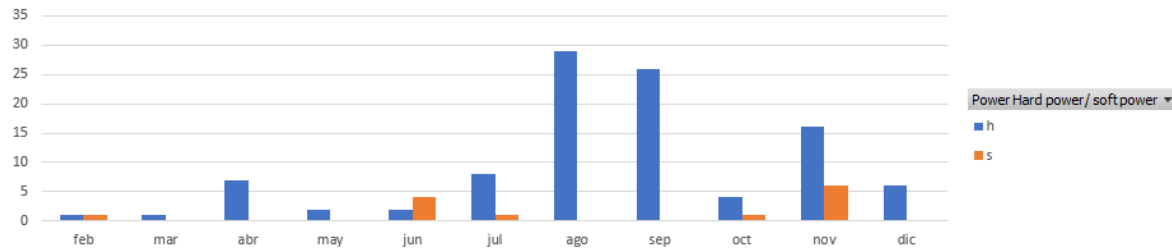
Tras realizar un análisis de sentimiento sobre la muestra de estudio para identificar la proyección de poder que se encontraba en cada uno de los tuits emitidos por la cuenta, se concluyó que en términos generales y tomando en cuenta los tres años en su conjunto (x=392 puntos), la proyección de Soft Power (sp=242) tuvo mayor presencia en la estrategia diplomática, implementada en Twitter, por la cuenta @realDonaldTrump que el Hard Power (hp=150). Por lo tanto, con un 61,7% se priorizó el poder de atracción por sobre el de coerción. El Smart Power presentado por Donald Trump en Twitter, se basó en proyectar una postura dominante durante el primer año, para luego intentar lograr influenciar el comportamiento de Corea del Norte, a través de la atracción generada por la cooperación.

Gráfico 1:



Datos correspondientes al año 2017. El azul representa la proyección de Hard Power y el naranja representa la proyección de Soft Power. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 2:



Datos correspondientes al año 2017. El azul representa la proyección de Hard Power y el naranja representa la proyección de Soft Power. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal el mes al que corresponden.

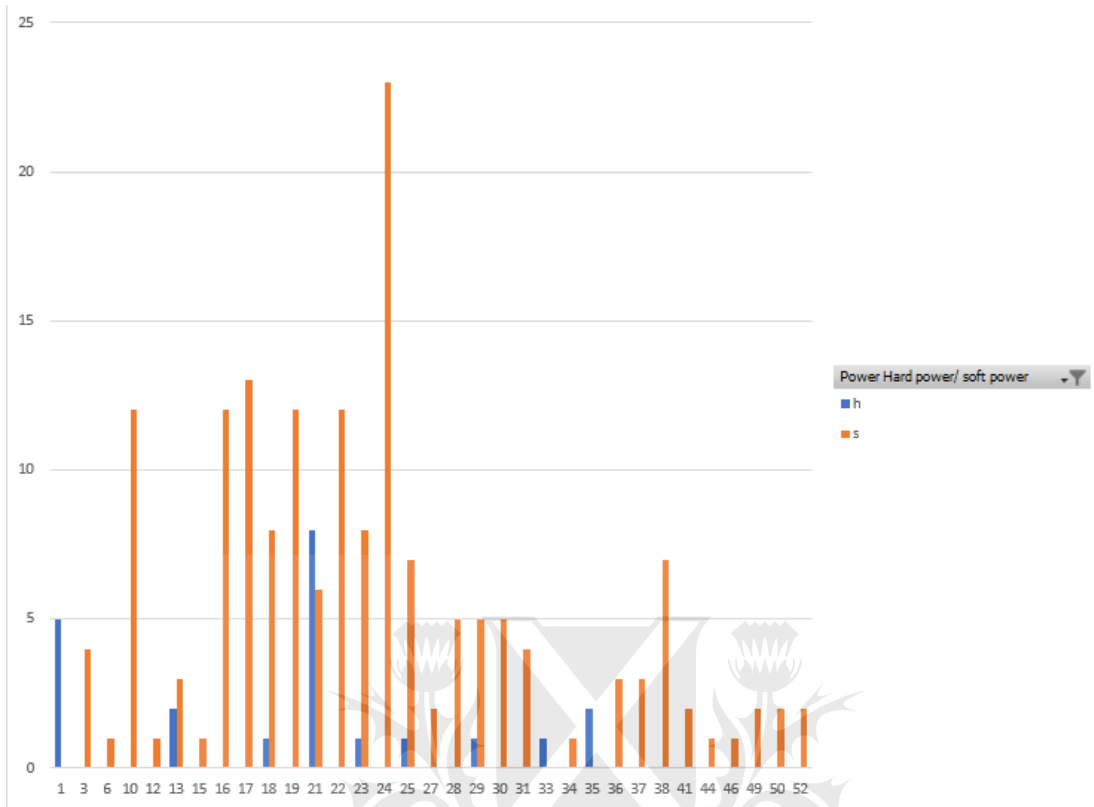
En relación al análisis de los tres años individualmente, los datos demuestran un panorama que se ha ido transformando. A diferencia del balance general, durante el primero año (x=115) de análisis, el 2017, la proyección de Hard Power (hp=102) superó a la de Soft Power (sp=13). Se registraron picos de este tipo de poder en la semana 32 (n=22), 36 (hp=10), 38 (hp=12) y 45 (hp=8), correspondiendo a los meses de agosto (hp=29), septiembre (hp=26) y noviembre (hp=16). Con un 88%, el Hard Power estuvo por encima del Soft Power, el cual contribuyó únicamente a un 12% del total de 2017. El Soft Power se concentró principalmente en el mes de noviembre (sp=6), en las semanas 45 (sp=3) y 46 (sp=3).

La escalada del conflicto presente durante este año quedó demostrada a partir de una proyección de poder respaldada por el sometimiento militar y diplomático coercitivo estadounidense. La amenaza de una respuesta militar frente al continuo avance de Corea del Norte en su plan nuclear, la celebración de sanciones económicas para el régimen y el ultimatum nuclear, que exhibió fuertes sentimentalidades negativas, hicieron que el Hard Power lidere en la manifestación de poder. De esta forma, @realDonaldTrump intentó manipular el comportamiento de Corea del Norte mostrando un “garrote” más grande que

el de su oponente y dejando a la guerra como única alternativa a la desnuclearización. Previamente y posterior al sexto ensayo nuclear, la proyección de Hard Power se mantuvo constante, pero creció notablemente en el mes anterior y en el mes del hecho. Se planteó una imposibilidad de cooperación con los norcoreanos y la situación fue tratada como un problema para la seguridad estadounidense que debe ser solucionado de forma terminante. Trump descarta el diálogo como salida y afirma que gestiones gubernamentales anteriores fracasaron por brindar ayuda y dejar que el riesgo nuclear creciera. La demostración de poder queda respaldada principalmente por los recursos tangibles, pero además incluye falta de decoro para atentar contra la reputación del líder norcoreano, Kim Jong-un, y lo interpela a que termine con su plan nuclear o se atenga a las consecuencias. La única proyección de Soft Power fue para expresar los deseos de una península libre y pacífica y para referirse a las acciones diplomáticas en paralelo con aliados de Corea del Norte con el objetivo de discutir otras vías de solución.

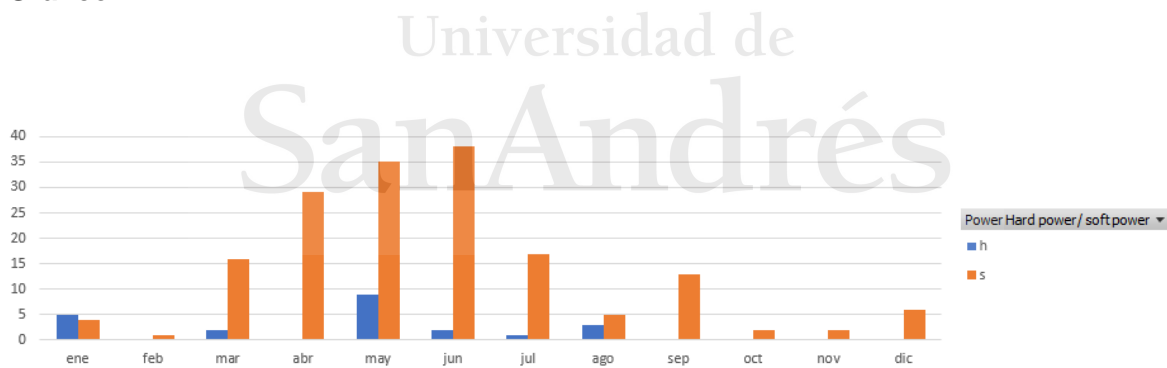
Gráfico 3:

Universidad de
San Andrés



Datos correspondientes al año 2018. El azul representa la proyección de Hard Power y el naranja representa la proyección de Soft Power. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 4:



Datos correspondientes al año 2018. El azul representa la proyección de Hard Power y el naranja representa la proyección de Soft Power. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal el mes al que corresponden.

En cuanto al siguiente año, el 2018 ($x=190$), esta tendencia se revierte dejando al Soft Power ($sp=168$) como el principal poder proyectado en los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump. El Hard Power ($hp=22$) disminuye su participación alcanzando un 11,5% de la totalidad. Los picos de Soft Power tuvieron lugar durante la primera mitad del

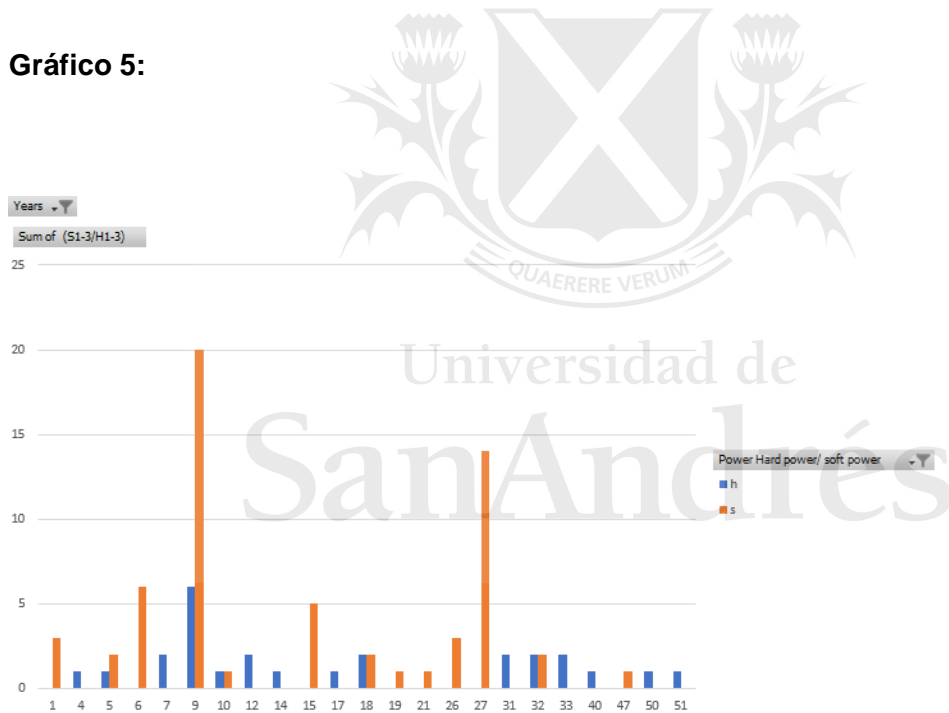
año en las semanas 10 (sp=12), 16 (sp=12), 17 (sp=13), 19 (sp=12), 22(sp=12) y 24 (sp=23). La semana 24 tuvo aproximadamente el doble de puntos que el resto. Finalmente, los meses de marzo (sp=16), abril (sp=29), mayo (sp=35), junio (sp=38) y julio (sp=17) concentraron la mayor cantidad de puntos. La máxima concentración de Hard Power se dio en las semanas 1 (hp=5) y 21 (hp=8) y en los meses de enero (hp=5) y mayo (hp=9). Solo en el mes de enero el Hard Power supero al Soft Power.

Tras un año de alta tensión, el 2018 dio mayor lugar a la cooperación, dialogo e integración por parte de Estados Unidos a los norcoreanos, presentado a través de la cuenta @realDonaldTrump. El alto nivel de Hard Power se sostuvo al comienzo del año, previo al inicio de los diálogos entre Corea del Norte y Corea del Sur, atacando la reputación de Kim Jong-un y amenazando con el poder tangible del armamento nuclear estadounidense. Sin embargo, un cambio progresivo en la estrategia presentada en Twitter, luego de que Corea del Norte detuvo los ensayos con misiles y aceptó discutir la desnuclearización, comenzó a ver con buenos ojos la posibilidad de establecer vías de comunicación entre Estados Unidos y el régimen. Se inició un intento de seducir a Corea del Norte, y modificar su comportamiento, mediante la implementación de recursos intangibles, presentados principalmente en la confianza, el reconocimiento de Trump a Kim Jong-un como un líder y a Corea del Norte como una nación. También, este reconocimiento se hace presente en el momento que Trump deja de utilizar informalidades y empieza a implementar el término "Chairman"¹⁴ para referirse a Kim Jong-un. @realDonaldTrump reflejó los ideales de un futuro exitoso, una oportunidad de hacer historia y una península pacífica a partir de las semanas previas al encuentro, durante y después del mismo. Además, la conceptualización de Corea del Norte se transformó de problema a oportunidad. Durante la cumbre de Singapur la proyección de Soft Power alcanzó su máximo, acompañada de

¹⁴ Presidente

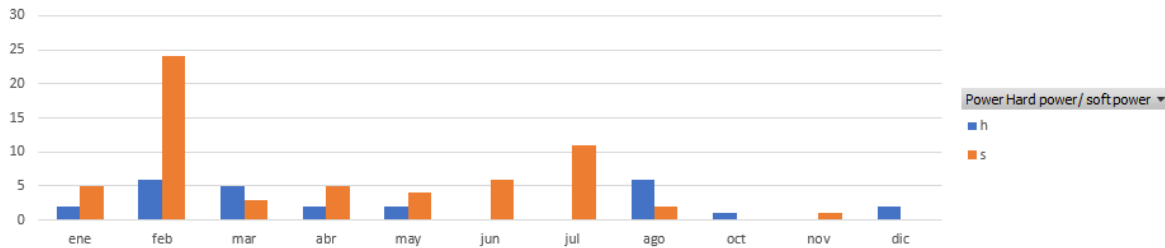
sentimentalismos positivos para con Kim Jong-un. El contenido en la red social presentó una estrategia narrativa focalizada en presentar los beneficios de un posible acuerdo de desnuclearización entre las partes y en la buena relación que Donald Trump mantuvo con el presidente chino, Xi Jinping, y, luego, con Kim Jong-un. Fue un intento de influenciar creando conciencia e identidad en el líder norcoreano, para movilizarlo y crear consenso transfiriéndole significados. En paralelo, la proyección de Hard Power se utilizó para generar presión económica comprometiéndose con las sanciones hasta que Corea del Norte otorgue concesiones.

Gráfico 5:



Datos correspondientes al año 2019. El azul representa la proyección de Hard Power y el naranja representa la proyección de Soft Power. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 6:



Datos correspondientes al año 2019. El azul representa la proyección de Hard Power y el naranja representa la proyección de Soft Power. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal el mes al que corresponden.

Los datos pertenecientes al 2019 ($x=87$) continuaron con la misma tendencia del año anterior con una mayor proyección de Soft Power ($sp=61$) que la de Hard Power ($hp=26$). Sin embargo, la diferencia porcentual fue menor teniendo el primero un 70,1% del total de los puntos. Las semanas 9 ($sp=20$) y 27 ($sp=14$) y los meses Febrero ($sp=24$) y Julio ($sp=11$) fueron los picos del Soft Power. Para el Hard Power los puntos se concentraron en la semana 9 ($hp=6$) y en el mes de febrero ($hp=6$), marzo ($hp=5$) y agosto ($hp=5$). Únicamente en los meses de marzo y agosto, el Hard Power supero al Soft Power.

En línea con el año anterior, el 2019 continuó proyectado un poder basado en la atracción con el objetivo de alinear a Corea del Norte con la meta de desnuclearización estadounidense, evitando, en lo posible, recurrir a la violencia. Nuevamente la confianza con el líder norcoreano y la idealización de un futuro próspero para Corea del Norte, si acepta el camino de la desnuclearización, fueron protagonistas en la estrategia de influenciar en el comportamiento de su receptor. El contenido presentado por la cuenta @realDonaldTrump abundó en sentimentalismos y deseos de cooperación y acuerdos con Kim Jong-un. Desde la potestad de las instituciones, Trump compartió la idea de un futuro en el que Corea del Norte es integrada al mundo y cosecha los frutos de una economía global. El poder intangible de la colaboración para terminar el conflicto, la posibilidad de acuerdo y la buena fe, materializado en ambas cumbres, ayudaron a proyectar el Soft Power a través de Twitter. Esta intención de seducción llega al punto en el que Trump defiende las

buenas intenciones de Kim Jong-un, tras hacer pruebas con misiles de corto alcance, para remediar la situación en la que se encuentra, fusionando las personalidades de los líderes con la de los Estados, gracias a las conexiones ontológicas. En esta línea, Donald Trump llega a actuar como “policía bueno” al momento de detener la implementación de sanciones a los norcoreanos, por parte de la ONU. Además, Trump implementa Twitter para comunicar uno de los puntos de sentimentalidades positivas más potentes, evidenciado en el sensible intercambio de correspondencia que hicieron los líderes para expresar sus deseos del bienestar de las naciones. Durante este año, el principal significado que Trump intentó transferir, fue la responsabilidad histórica del líder norcoreano para adoptar la decisión “correcta” y optar por el camino de la desnuclearización. El presidente estadounidense continúa cuidando la reputación de Kim Jong-un, refiriéndose a él como “Chairman”. En el balance de poder, el Hard Power fue implementado, en menor medida, para respaldar al Soft Power, explicando que, si el camino de la paz no funciona, Estados Unidos aún conserva su poder militar y económico.

11.1.2. Pregunta B

Para entender si se implementó DP o DM: ¿Cuál fue el tono de los mensajes, Pública o Mediática, implementado a través de la cuenta de Twitter @realDonaldTrump durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?

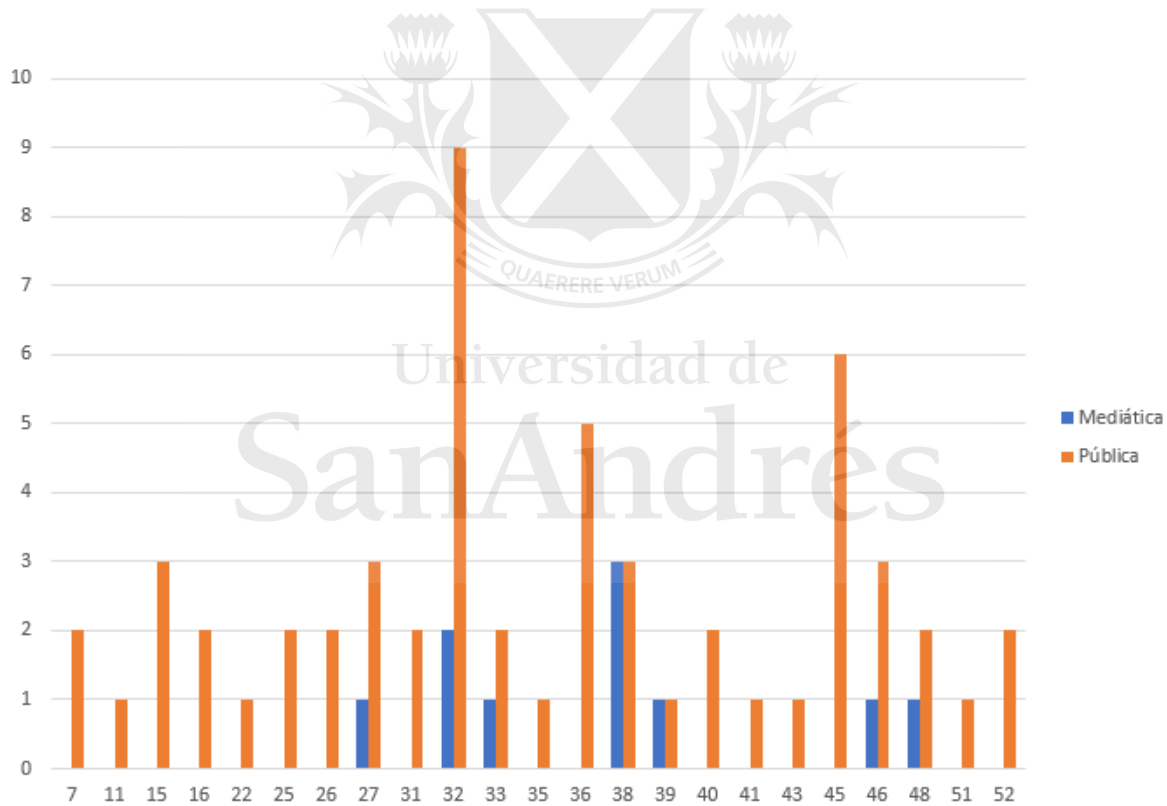
- dp= Diplomacia Pública
- dm= Diplomacia Mediática

Para comprender a quién estuvo dirigido el mensaje, se procedió a analizar el tono de los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump de forma binaria en términos de Pública (dp) y Mediática (dm). El objetivo de esta pregunta es observar si los tuits han tenido la

finalidad de comunicarse con la audiencia global o si se buscaba establecer un canal de comunicación directo entre Trump y Jong-un.

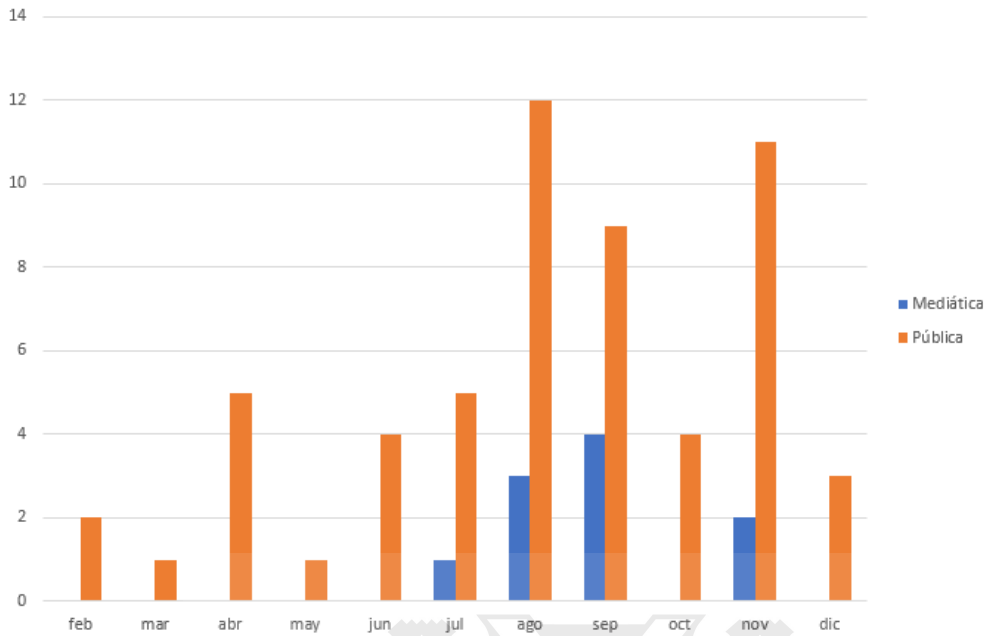
De la totalidad de los tuits analizados durante los tres años (m=214), se encontró que el tono con mayor presencia en los tuits de @RealdonaldTrump, fueron los de carácter Pública (dp=164) superando a los de carácter Mediática (dm=50). Obteniendo un 76,6% sobre el total. A pesar de que en un comienzo el volumen de la DP era superior, a partir de que los líderes se encontraron personalmente se detectó un aumento paulatino de la DM.

Gráfico 7:



Datos sobre el tono correspondientes al año 2017. Azul representa el tono Mediática y la naranja Pública. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 8:



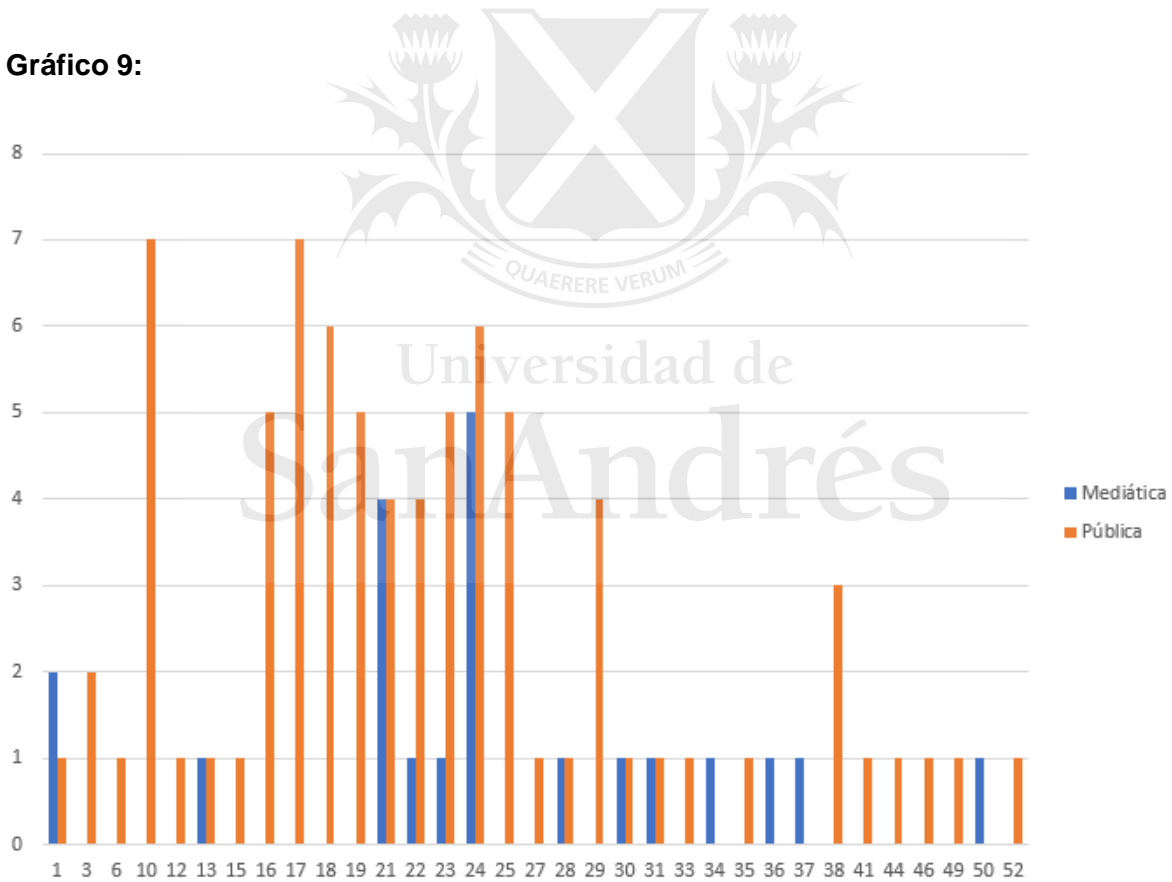
Datos sobre el tono correspondientes al año 2017. Azul representa el tono Mediática y la naranja Pública. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal la variable horizontal el mes al que corresponden.

En el 2017 ($x=67$), la tonalidad Pública ($dp=57$) estuvo por encima de la Mediática ($dp=10$) representando un 85% del total. Las semanas 32 ($dp=9$), 36 ($dp=5$) y 45 ($dp=6$) fueron los picos de este tipo de tono en comparación al resto de las semanas. En esta línea, agosto ($n=12$), septiembre ($n=9$) y noviembre ($n=11$) fueron los meses con mayor presencia de tonalidad Pública. En cuanto a Mediática, solo se encuentra presente en julio ($dm=1$), agosto ($dm=3$), septiembre ($dm=4$) y noviembre ($dm=2$). La semana 38 ($dm=3$) fue la de mayor presencia.

Durante el primer año de análisis, Trump buscó primariamente, en su estrategia diplomática en Twitter, dirigirse al público internacional para presentar su postura frente al considerado problema de proliferación en la península y atacó abiertamente el camino nuclear elegido por Corea del Norte. Utilizó el poder de difusión de Twitter para llamar la atención sobre el peligro que representa Corea del Norte para la seguridad mundial e instó a los aliados del régimen, y otros agentes internacionales, a detener su apoyo. Sirviéndose del alcance de

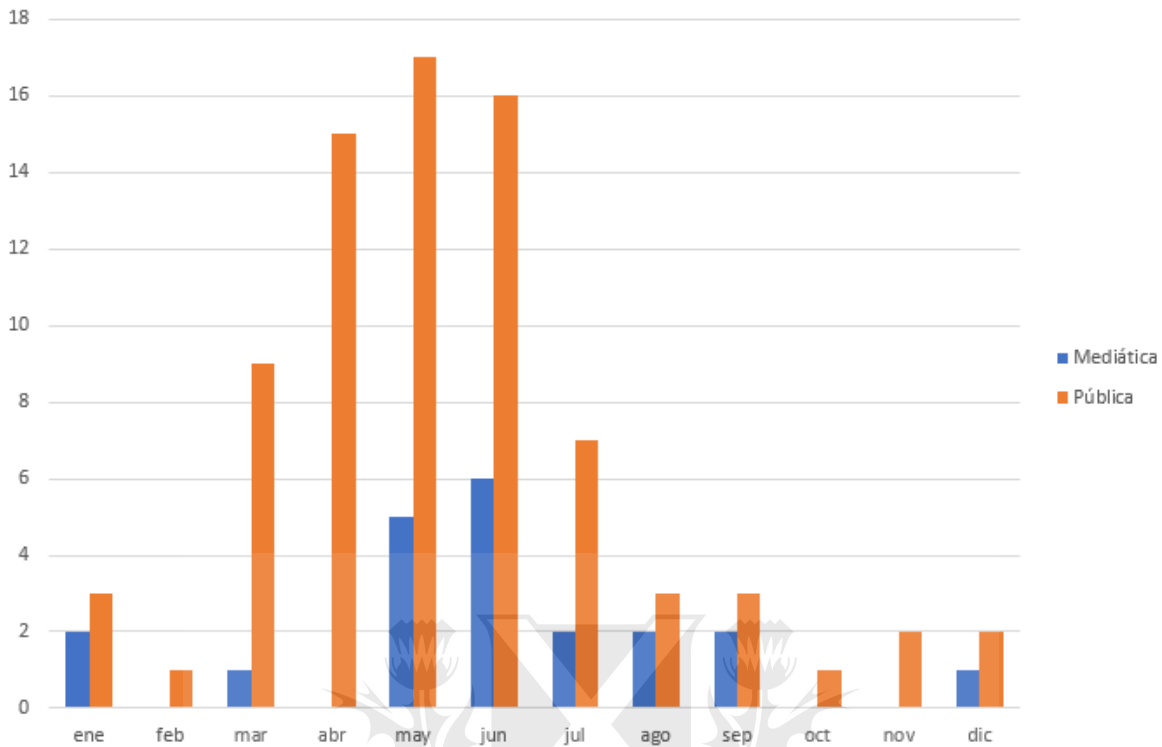
la red se intentó mostrar a Corea del Norte como un enemigo común y se presentó un compromiso definitivo y militar de rechazo al programa nuclear. De esta forma, se fijó la posición inicial para las negociaciones futuras. El distanciamiento de los líderes durante el 2017, hizo que la DM se utilizara directamente para dañar la reputación del líder norcoreano, faltarle el respeto, advertirle sobre las catastróficas consecuencias de sus actos y para darle el ultimátum. Probablemente con la intención de influenciar el comportamiento de Kim Jong-un y persuadir a su entorno para que apoye la desnuclearización. Estos mensajes ayudaron a Trump a presentar su posición de no negociación y estar dispuesto a todo.

Gráfico 9:



Datos sobre el tono correspondientes al año 2018. Azul representa el tono Mediática y la naranja Pública. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 10:



Datos sobre el tono correspondientes al año 2018. Azul representa el tono Mediática y la naranja Pública. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal la variable horizontal el mes al que corresponden.

El segundo año ($x=100$), el de mayor actividad, el tono Pública ($dp=79$) siguió en primer lugar, mientras que Mediática ($dm=21$) solo tuvo una presencia del 21% en el total de los tuits emitidos. Lo puntos más altos de Pública se dieron en las semanas 10 ($dp=7$), 17 ($dp=7$), 18 ($dp=6$) y 24 ($dp=6$). Uno tras del otro, abril ($dp=15$), mayo ($dp=17$) y junio ($dp=16$) fueron los meses de mayo presencia de tono Pública. Cabe mencionar que, durante este año, también hubo picos de Mediática en las semanas 21 ($n=4$) y 24 ($n=5$). En los meses de febrero ($dp=3$), abril, octubre ($dp=1$) y noviembre ($dp=2$) hubo solo tono Pública ($dp=5$).

Al comienzo del año, la DM presentada por @realDonaldTrump continuó la estrategia de intimidación y difamación directa a Kim Jong-un hasta que la posibilidad de una reunión empezó a estar en discusión. Luego, la comunicación paso a un plano más formal y, por momentos, personal. Trump comenzó a dirigirse a Kim Jong-un de forma sentimental, para tratar de construir una relación apoyada en la confianza y en la “amistad”. Cabe mencionar

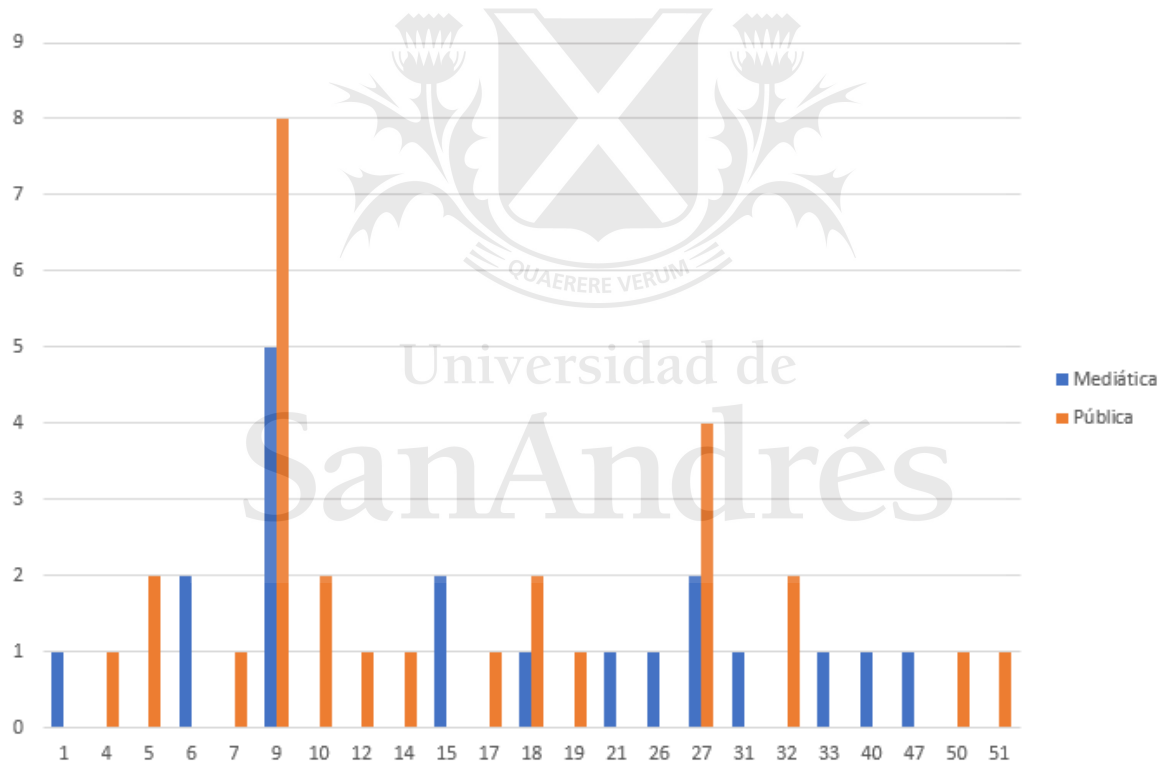
que, de modo inverso, Twitter se utilizó para replicar contenido de otros medios funcionales a la DM. El primero ocurrió cuando se compartió una carta enviada a Kim Jong-un dónde el presidente estadounidense cancela el encuentro en Singapur. La segunda ocasión tuvo lugar en la conferencia de prensa televisada, donde Trump expresó que no puede haber una cumbre sí Corea del Norte no adopta una postura constructiva. En ese mismo discurso, aprovechó para recordarle que Estados Unidos está listo para actuar militarmente si es necesario. Sin embargo, luego de que los norcoreanos intentaran restaurar el diálogo, la DM se utilizó para enviar guiños directos a Kim Jong-un sobre su responsabilidad en esta decisión histórica y para transferirle confianza en su intención de trabajar por la desnuclearización. El intento de influencia, presentado en Twitter, intenta empujar al líder norcoreano a tomar la decisión, que Trump considera la correcta, haciendo una transferencia de valores sobre cuál es el mejor futuro para Corea del Norte. Además, @realDonaldTrump aprovecha las concesiones y acercamientos de los asiáticos, para agradecerle estas acciones directamente a Kim Jong-un.

La DP presentada este año tuvo el fin de enseñar al mundo un Estados Unidos duro como negociador, pero dispuesto a entablar un diálogo con Corea del Norte si las condiciones son las propicias. @realDonaldTrump publicó sobre los distintos eventos, concesiones, compromisos y percepciones con el fin de demostrar un avance en las negociaciones y visibilizar lo que podría ser un éxito político. Esto se potencia previo, durante y posteriormente al encuentro de los líderes en Singapur. Pero también comunicó que, a pesar de los avances, Estados Unidos mantendría una postura dura si es necesario revertir el progreso logrado. Además, como parte de su estrategia, Trump utilizó las expectativas del mundo en un posible acuerdo de paz en la península y la buena relación que mantiene con los aliados de Corea del Norte para presionar al receptor. La intención de publicitar el

evento, parece estar asociada a presentar las negociaciones en Corea del Norte como algo positivo para Estados Unidos, transmitiendo al mundo un mensaje de paz.

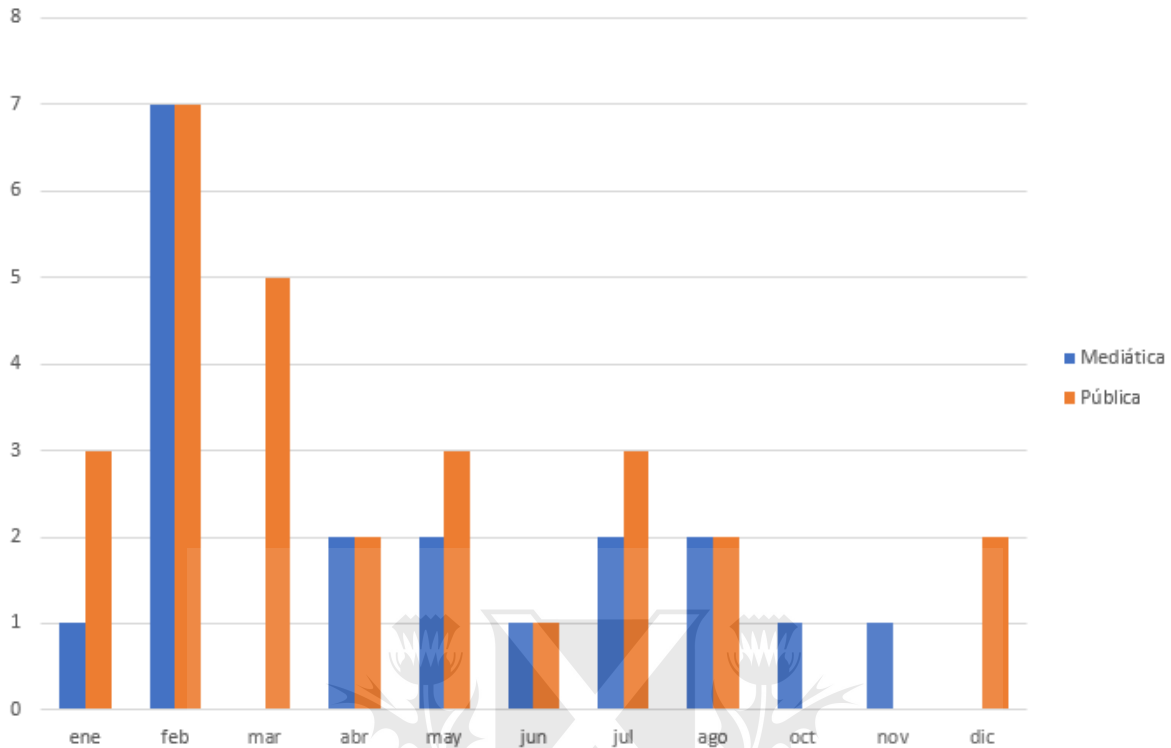
Trump se presenta como el individuo que puede llevar adelante las negociaciones y encontrar un acuerdo. Otra razón del uso de esta estrategia, fue para denunciar la falta de apoyo político interno, en su intento de avance para solucionar el conflicto, y para desmentir las supuestas noticias falsas en los medios sobre la falta de compromiso norcoreano.

Gráfico 11:



Datos sobre el tono correspondientes al año 2019. Azul representa el tono Mediática y la naranja Pública. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 12:



Datos sobre el tono correspondientes al año 2019. Azul representa el tono Mediática y la naranja Pública. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal la variable horizontal el mes al que corresponden.

Finalmente, en el último año de análisis ($x=47$), la distribución del tono estuvo mayormente esparcida. Aunque por tercera vez consecutiva la tendencia se repitió, el tono Pública ($dp=28$) tuvo una presencia del 59,5% en los tuits de @realDonaldTrump, mientras que Mediática ($dm=19$) aumento hasta alcanzar un 40,5%. En cuanto al análisis por semana, podemos ver como en la 9 ($dp=8$) y en la 27 ($dp=4$) Pública presenta sus picos. Sin embargo, si hacemos el recorte según el mes, podemos ver que febrero ($n=7$), abril ($n=2$) y agosto ($n=2$) presentan una distribución de igual cantidad entre las dos clasificaciones. Marzo ($dp=5$) y diciembre ($dp=2$) fueron exclusivamente con tono Pública y octubre ($dm=1$) y noviembre ($dm=1$) fueron de Mediática.

Lo que se destaca de este año es la casi paridad que existió en la implementación de DM y DP. La misma se mantuvo constante a lo largo de todo el periodo. Este aumento en la DM, se debe principalmente al acercamiento de Trump a Kim Jong-un reflejado en la

comunicación directa en Twitter a partir de los encuentros personales entre los mandatarios. Al igual que año anterior, la estrategia de DM estuvo basada en apelar a la buena fe del dictador, al aprecio personal, a la responsabilidad histórica y a la presentación de los beneficios para Corea del Norte provenientes de un plan de desnuclearización. Más aún, explica supuestos por los que el líder norcoreano comprende que un acuerdo con Estados Unidos es la mejor opción y manifiesta creer que comparten esta opinión. De esta forma busca transferirle conceptos para enmarcar el conflicto. El grado de suposiciones llega al punto en que el estadounidense interpreta que, aunque Corea del Norte muestre signos de rebeldía, sus intenciones siguen siendo a favor de un acuerdo. @realDonaldTrump es recurrente en su intención de hacer un trato (“deal”¹⁵) y expresarle a Kim Jong-un el deseo de encontrarse nuevamente en la próxima cumbre, demostrando una actitud proactiva y cooperativa. El hito de DM ocurrió cuando Trump envió una invitación al líder norcoreano, vía Twitter, para encontrarse y estrechar manos en la Zona Desmilitarizada de Corea.

Por otra parte, la DP intentó justificar y explicar el avance en las negociaciones a la audiencia mundial, frente a las críticas, para preservar el optimismo en las negociaciones y ofrecer recursos para el priming. Especialmente contra las concesiones otorgadas a Corea del Norte, como detener los ejercicios militares con Corea del Sur. Durante este año, el argumento de que Trump evitó una guerra se vuelve más presente. A través de Twitter, incita a los agentes internacionales con intereses en la región a colaborar por la desnuclearización y, en consecuencia, al crecimiento económico de Corea del Norte. Incluso, varios de los mensajes emitidos tienen la intención de simplemente instalar el conflicto de la península dentro de la agenda (setting) mediática. Durante los dos encuentros que tuvieron lugar ese año, Twitter fue utilizado para visibilizar el entendimiento y predisposición de las partes en las negociaciones.

¹⁵ Palabra característica del reality show protagonizado por Donald Trump.

11.1.3. Pregunta C

¿Cuál fue la principal estrategia diplomática que se implementó a través de la cuenta de Twitter @realDonaldTrump durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?

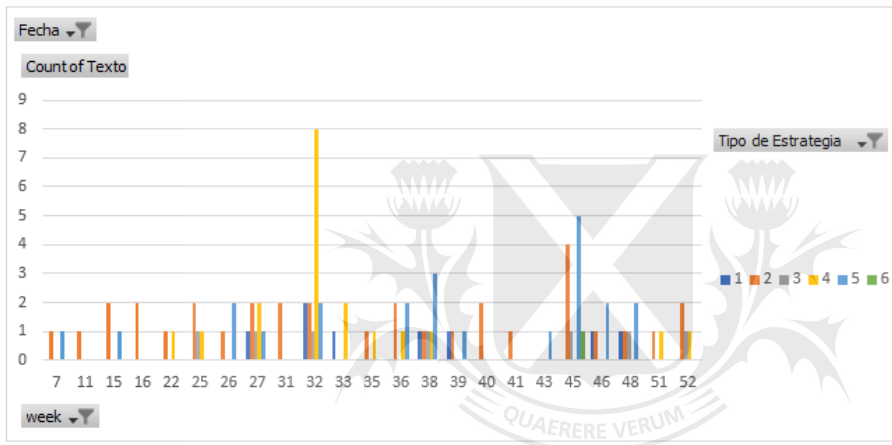
Para graficar los tipos de estrategias diplomáticas implementadas durante los tres años por la cuenta @realDonaldTrump, se le asignó un número a cada una de las seis estrategias presentadas. Los números corresponden a Comunicación Interpelativa (1), Comunicación Personalizada (2), Uso de Sentimiento (3), Información Relevante (4), Transparencia (5) y Cooperación (6). Como se explicó previamente, se encontraron casos en los cuales más de una estrategia fueron implementadas en un mismo tuit. Al considerar que las clasificaciones no son exclusivas, no se dividió el valor de cada estrategia presente en el mismo tuit. Por lo tanto, la estrategia presente únicamente en un tuit, tendrá el mismo valor que en el caso de compartir un tuit con otra estrategia.

- e1=Comunicación interpelativa
- e2= Comunicación Personalizada
- e3= Uso de Sentimiento
- e4= Información Relevante
- e5= Transparencia
- e6=Cooperación

Durante los años que abarca el análisis, Comunicación Personalizada (e1=99) ocupó el primer lugar. Del total de puntos asignados ($x=369$) Comunicación Personalizada estuvo presente en un 26,8%. Le siguió Transparencia (e5=87) en la segunda posición de relevancia. Compartiendo el tercer puesto se encontraron Comunicación interpelativa (e1=49) y Cooperación (e6=49). El penúltimo lugar corresponde a Información Relevante

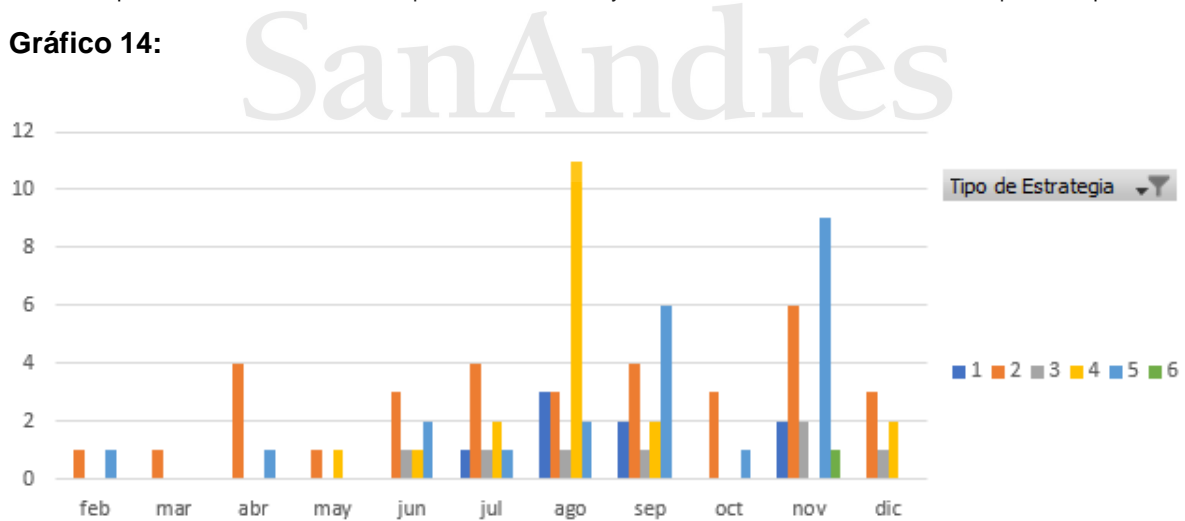
(e4=47) y, en último lugar, Uso de Sentimiento (e3=38). Se notó que, a través de los años, Comunicación Personalizada fue la estrategia preferida, mientras que Transparecía fue la segunda.

Gráfico 13:



Datos sobre el Tipo de Estrategia correspondientes al año 2017. 1-Azul: Comunicación interpelativa, 2- Naranja: Comunicación Personalizada, 3- gris: Uso de Sentimiento, 4- Amarillo: Información Relevante, 5-Celeste: Transparencia y 6- Verde: Cooperación. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 14:



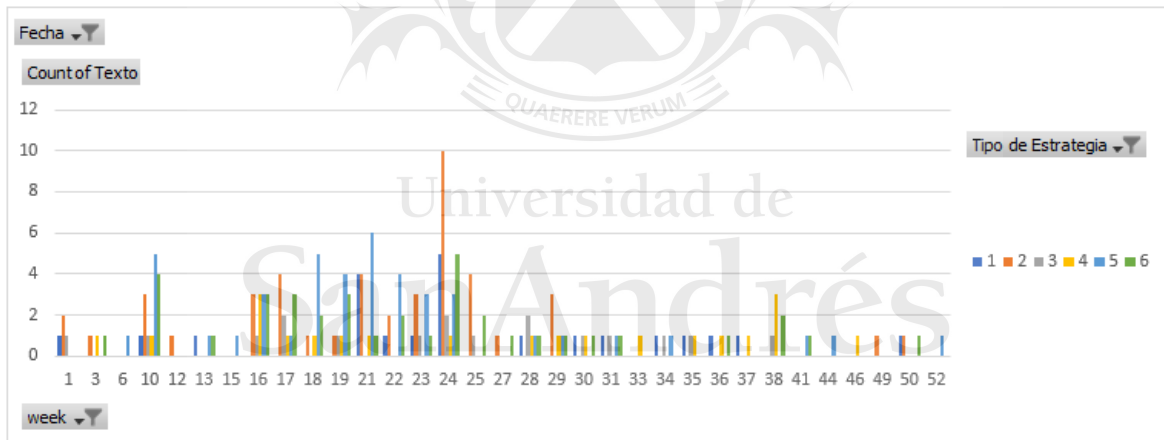
Datos sobre el Tipo de Estrategia correspondientes al año 2017. 1-Azul: Comunicación interpelativa, 2- Naranja: Comunicación Personalizada, 3- gris: Uso de Sentimiento, 4- Amarillo: Información Relevante, 5-Celeste: Transparencia y 6- Verde: Cooperación. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal al mes que corresponden.

Durante el 2017 ($x=91$), Comunicación Personalizada ($e2=33$) ocupó el primer lugar y, al igual que en el total de los tres años, le sigue Transparencia ($e5=23$). Continúan en el siguiente orden: Información relevante ($e4=19$), Comunicación Interpelativa ($e1=9$), Uso de Sentimiento ($e3=8$) y Cooperación ($e6=1$). Se distinguen 2 semanas por sobre el resto: la semana 32 en la cual Información Relevante ($e4=8$) se posicionó muy por encima del resto, y; la semana 45, en la cual Comunicación Personalizada ($e2=4$) y Transparencia ($e5=5$) se destacaron específicamente. Se registró que Comunicación Personalizada tuvo una presencia equilibrada a lo largo de todo el año. Agosto fue el mes que registró un mayor nivel de la estrategia Información Relevante ($e4=11$), mientras que en noviembre estuvo el pico de Transparencia ($e5=9$).

Con intención de acentuar el framing, Donald Trump priorizó la estrategia de Comunicación Personalizada para compartir su visión sobre por qué Corea del Norte se convirtió en un problema que debería ser solucionado. Más aún, utilizó la estrategia para explicar cuál fue el rol de las agentes intervinientes (principalmente China) en el conflicto, los errores de gestiones pasadas y posibles soluciones. El estilo informal adoptado, permitió fusionar el mensaje con la identidad de Trump, para darle verosimilitud. Además, para otorgar credibilidad a la postura anti-norcoreana presentada en el primer año de análisis, @realDonaldTrump priorizó las estrategias de Transparencia, con el fin de dejar entrever su accionar diplomático y que el tema está en su agenda política, e Información Relevante, para respaldar su posición a partir de datos duros u opiniones autorizadas (mediante citas y retuits). Esta última fue implementada con el objetivo de remarcar sucesos relevantes que tienen impacto en el conflicto y que sirven para presentar a Corea del Norte como el enemigo común. Previo a que ocurra el sexto ensayo nuclear hubo un crecimiento en el uso de estas tácticas.

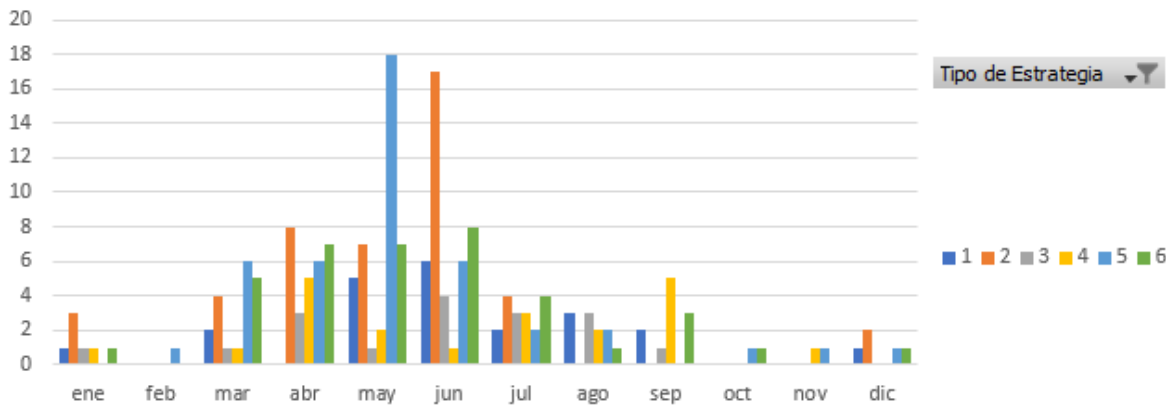
La estrategia de Comunicación Interpelativa, intentó llamar la atención sobre el camino nuclear elegido por la cúpula norcoreana y para amenazar con una posible escalada bélica si esta posición persiste. Además, se utilizó para faltar el respeto al líder norcoreano y cuestionar directamente su accionar. Por su parte, la estrategia de Uso de Sentimiento expresó las emociones de Trump frente a los hechos. Estos sentimientos fueron positivos cuando se presentaron sanciones contra Corea de Norte y negativos para referirse al avance en el plan nuclear norcoreano y para desafiar a Kim Jong-un. Casi a fin de año, se incluyó en Twitter la estrategia de cooperación con el fin de mostrar el trabajo en conjunto con el objetivo de lograr la paz en la península.

Gráfico 15:



Datos sobre el Tipo de Estrategia correspondientes al año 2018. 1-Azul: Comunicación interpelativa, 2- Naranja: Comunicación Personalizada, 3- gris: Uso de Sentimiento, 4- Amarillo: Información Relevante, 5-Celeste: Transparencia y 6- Verde: Cooperación. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 16:



Datos sobre el Tipo de Estrategia correspondientes al año 2018. 1-Azul: Comunicación interpersonal, 2- Naranja: Comunicación Personalizada, 3- gris: Uso de Sentimiento, 4- Amarillo: Información Relevante, 5-Celeste: Transparencia y 6-Verde: Cooperación. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal al mes que corresponden.

En el 2018 ($x=187$), la variabilidad entre los principales tipos de estrategias diplomáticas se acortó. Aunque Comunicación Personalizada ($e2=45$) permaneció en el primer lugar, le siguió muy de cerca Transparencia ($e5=44$) y Cooperación ($e6=38$). Esta última aumentó notablemente su presencia en comparación al año pasado. Siguen en orden: Comunicación Interpersonal ($e1=22$), Información Relevante ($e4=21$) y Uso de Sentimiento ($e3=17$). Se resalta el mayor pico en la semana 24 de Comunicación Personalizada ($e2=10$). Por otra parte, Transparencia, se destaca en la semana 10 ($e5=5$), 18 ($e5=5$) y 21 ($e5=6$). Entre las semanas 16 ($x=13$), 21($x=16$) y 24 ($x=26$) se concentra la mayor cantidad de actividad. Mayo se caracterizó por ser un mes con pico en la estrategia Transparencia ($e5=18$), mientras que junio presentó el mayor nivel de Comunicación Personalizada ($e2=17$).

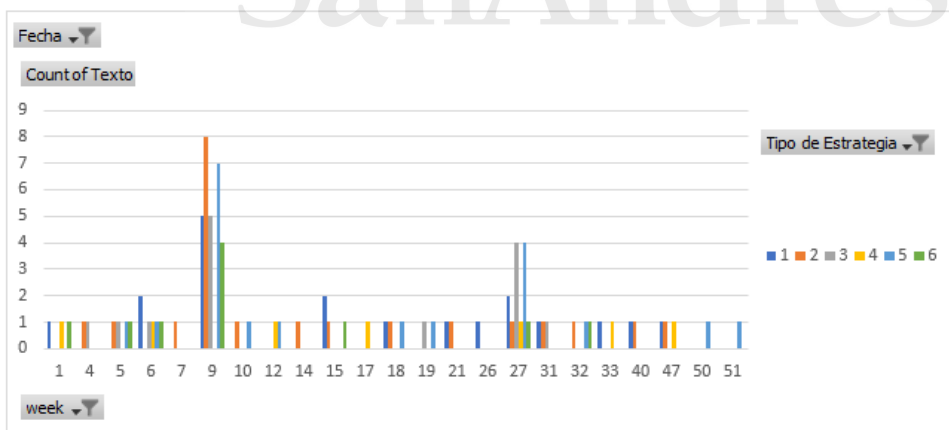
El estilo estratégico de 2018 mantiene la tendencia del año anterior, pero las tácticas de Transparencia incorporan aún más materiales multimedia para mostrar, a través de Twitter, la diplomacia offline de Trump en acción, favoreciendo la instantaneidad de los hechos. Además, esta estrategia fue utilizada, en mayor parte, para generar expectativas sobre el posible acuerdo entre Corea del Norte y Estados Unidos, demostrar progreso en las negociaciones y publicitar los procesos que componen la toma de decisiones. En esa línea,

se realizó un seguimiento de la visita de Mike Pompeo a Corea del Norte, para negociar los detalles de la cumbre en Singapur, y para exponer el encuentro entre Kim Jong-un y Donald Trump. De igual forma que el año pasado, Comunicación Personalizada intentó brindar recursos para que el receptor pueda interpretar el conflicto mediante los argumentos de Trump y enmarcar los eventos, relacionados al conflicto, de una forma positiva. Esta estrategia sirvió para explicar el rol fundamental que cumple el presidente estadounidense y Kim Jong-un en estas negociaciones, presionando mediante la centralización de la decisión. Para defender su postura política, @realDonaldTrump denunció los ataques internos que intentaron disuadir su idea de acuerdo beneficioso para el mundo. También, previo al encuentro, se refirió al futuro provechoso para Corea del Norte, si elige desnuclearizarse, y porque un acuerdo es la mejor opción para traer paz a la región. Utilizó estos argumentos para justificar sus decisiones y porque fueron las correctas. El acercamiento de los líderes, hizo que en Twitter se muestre una referencia inmediata al autócrata a través de la estrategia Comunicación Interpelativa. Con excepción de enero, se hizo referencia a Kim Jong-un para destacar y exponer nuevamente su responsabilidad en el acuerdo, aun cuando no tenía participación directa en el evento mencionado. Este gesto fue acompañado por un depósito de confianza en Jong-un para trabajar por la paz, probablemente con la intención de ejercer presión sobre el individuo, y con el objetivo de desarrollar la relación interpersonal de los líderes. La estrategia de Uso de Sentimiento, fue utilizada en Twitter para reforzar la confianza de Trump en Jong-un y acentuar el vínculo “amistoso” entre los líderes, y para resaltar los beneficios de tener una península en paz. Esto se hizo con la meta de establecer un marco de camaradería, e intentar generar predisposiciones positivas antes de las negociaciones. Esta estrategia, también envolvió el contenido de los tuits para aportar épica y enaltecer los sucesos de una supuesta relevancia histórica. Cabe mencionar que, previo al acercamiento durante el mes de enero,

la emotividad se implementó para fortalecer el rechazo a las amenazas por parte del régimen.

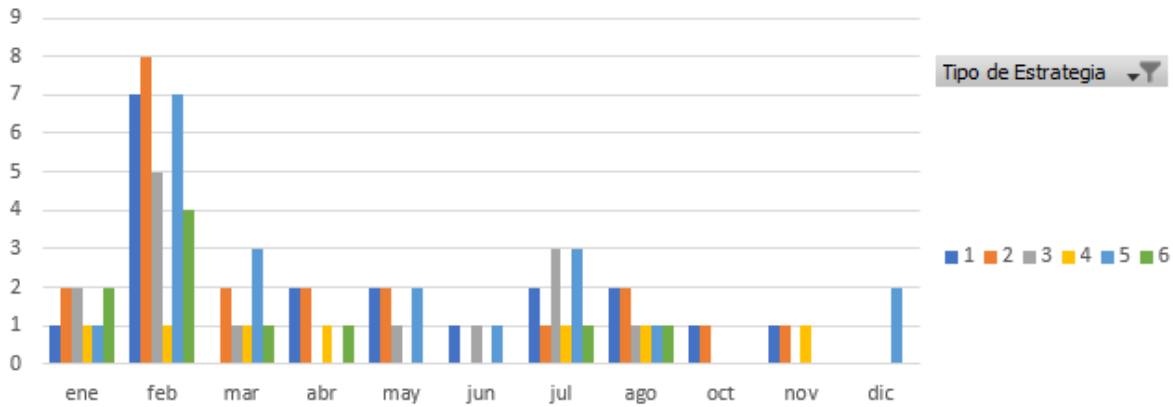
El empleo de Información Relevante, fue utilizada para dar credibilidad y respaldar los aparentes avances en la relación hacia Corea del Norte con datos concretos, en los meses posteriores al encuentro. Un recurso frecuente adoptado por esta estrategia, fue mencionar en los tuits fuentes externas que comparten la visión de Trump. Esto tenía por objetivo aportar credibilidad al proceso de paz en la península, combatir las supuestas noticias falsas y defender el accionar del presidente estadounidense. A diferencia del año pasado, la estrategia Cooperación pasó del último lugar al tercero gracias al inicio de los diálogos y la materialización de la cumbre en Singapur, con la firma del documento. A través de ellos se visibilizó la alineación de Estados Unidos con China y Rusia, para lograr un acuerdo de paz con Corea del Norte, y para mostrar la labor diplomática coordinada con los norcoreanos. En cuanto a esto último, se hizo hincapié en las concesiones brindadas por Corea del Norte, en el control de los objetivos y en su intención de cooperación.

Gráfico 17:



Datos sobre el Tipo de Estrategia correspondientes al año 2019. 1-Azul: Comunicación interpelativa, 2- Naranja: Comunicación Personalizada, 3- gris: Uso de Sentimiento, 4- Amarillo: Información Relevante, 5-Celeste: Transparencia y 6-Verde: Cooperación. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 18:



Datos sobre el Tipo de Estrategia correspondientes al año 2019. 1-Azul: Comunicación interpelativa, 2- Naranja: Comunicación Personalizada, 3- gris: Uso de Sentimiento, 4- Amarillo: Información Relevante, 5-Celeste: Transparencia y 6-Verde: Cooperación. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal al mes que corresponden.

En 2019 (x=91), por tercera vez consecutiva, Comunicación Personalizada (e2=21) ocupa el primer lugar y, al igual que en los casos previos, Transparencia (e5=20) ocupa el segundo lugar. Lo siguen Comunicación Interpelativa (e1=19), Uso de Sentimiento (e3=14), Cooperación (e6=10) e Información Relevante (4=7). Se destacan, por sobre el resto, los picos de Comunicación Personalizada (e2=8) y Transparencia (e5=7) en la semana 9. En la semana 27, también se puede mencionar que se destacan Cooperación (e6=4) y Transparencia (e5=5). Durante el mes de febrero coincidieron los picos de las estrategias Comunicación Interpelativa (e1=7), Comunicación Personalizada (e2=8) y Transparencia (e5=7). En diciembre (e5=2) únicamente se implementó la estrategia de Transparencia.

Nuevamente las estrategias de Comunicación Personalizada, Transparencia y Comunicación interpelativa mantienen la misma preferencia que en el año anterior, pero con casi nula diferencia en el nivel de implementación. Algo que quedó en evidencia durante el encuentro de los mandatarios en Hanoi. Para Comunicación Personalizada, la estrategia en Twitter estuvo focalizada en defender la diplomacia de Trump, respaldar los motivos por los que los agentes internacionales deberían trabajar por la desnuclearización y para explicar los beneficios a los que los norcoreanos podrían acceder si terminan su plan

nuclear. Además, @realDonaldTrump incluyó, en su contenido, los argumentos por los que terminó los ejercicios militares con Corea del Sur, porque los ensayos con misiles norcoreanos no violan lo acordado y los acontecimientos que llevaron a la muerte a Otto Warmbier. Esto intentó enmarcar de forma positiva las políticas de Trump frente a Corea del Norte para demostrar progreso. Por otra parte, Comunicación Interpersonal sirvió para apelar a la buena fe de Kim Jong-un y su compromiso con la paz. Al mismo tiempo, Trump le presentó al líder norcoreano los argumentos, principalmente económicos, por los que debería optar por la desnuclearización. Se destaca de esta estrategia, el momento diplomático más representativo, cuando @realDonaldTrump solicitó un encuentro con el autócrata mediante Twitter, esperando una respuesta directa. En cuanto a Transparencia, esta estrategia fue implementada principalmente para brindar credibilidad a través de la instantaneidad del contenido generado previamente, durante y pos cumbre de Hanoi y el encuentro en la Zona Desmilitarizada en Corea. Además, esta sirvió para mostrar una actitud de seguimiento frente al conflicto, el lugar que ocupa el tema en la agenda política y los supuestos avances de su equipo diplomático. A pesar de que no hubo tanto contenido multimedia como el año pasado, la visita a la Zona Desmilitarizada fue presentada con un video cubriendo varios detalles del encuentro. La estrategia de Uso de Sentimiento demostró, en Twitter, el entusiasmo del presidente estadounidense por lograr un acuerdo con Kim Jong-un, enaltecer el contexto histórico y emitir la idea de una relación cálida entre ambos líderes. Este último recurso fue implementado, probablemente, para transmitir confianza a los receptores y para negar posibles desacuerdos entre las partes. En cuanto al uso de Información Relevante, como estrategia, Trump nuevamente utilizó citas de terceros o retuits para reforzar sus argumentos y se basó en datos duros para respaldar la estrategia de Comunicación Personalizada. Finalmente, la estrategia de Cooperación intentó reflejar el avance en las negociaciones y la continuidad en la colaboración hacia un objetivo común.

11.1.4. Pregunta D

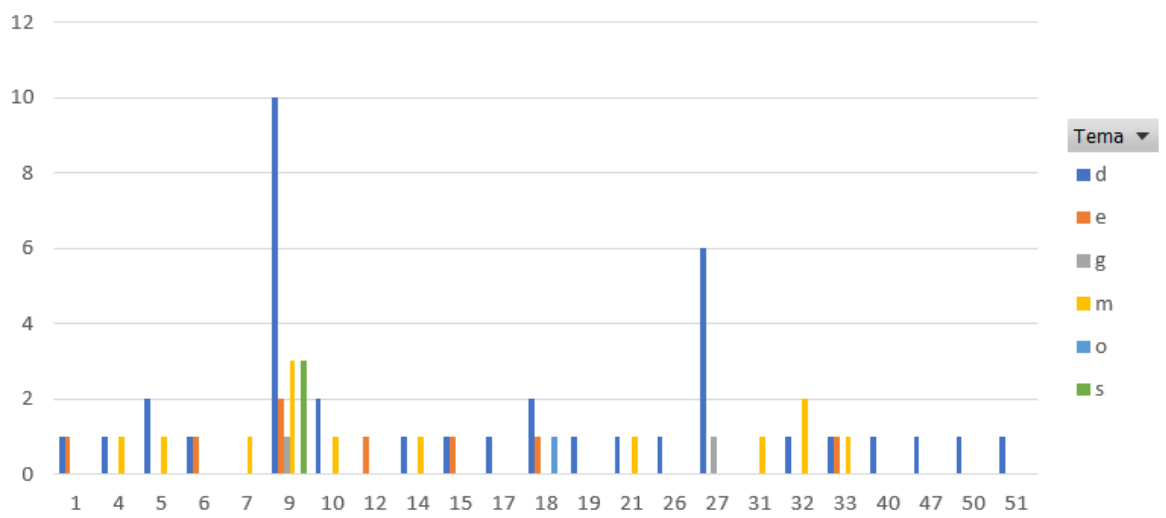
¿Cuál fue el tema predominante al que hace referencia la cuenta de Twitter @realDonaldTrump durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?

- di= Diplomático
- ec= Económico
- mi= Militar
- so= Sociopolítico
- ge= Geográfico
- ot= Otro



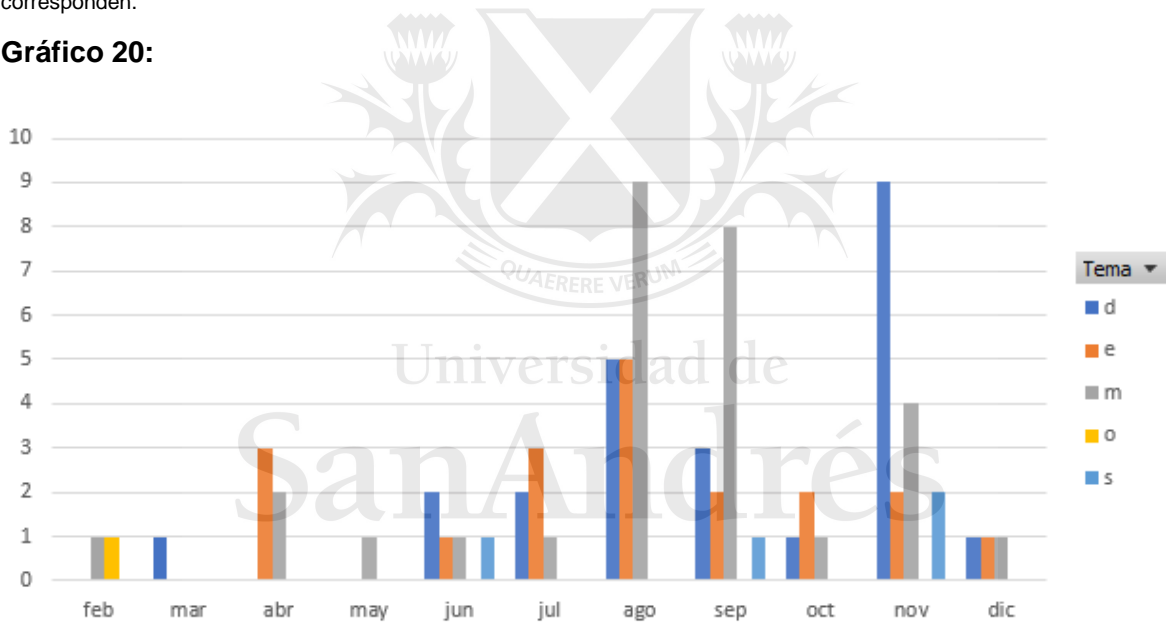
Para definir la temática presente en los tuits de la cuenta @realDonaldTrump, se procedió a hacer un análisis de contenido sobre los textos, imágenes y videos en cada posteo. Al igual que en el caso de la estrategia, se consideró que las categorías no eran exclusivas, por lo que se le asignó un punto a cada tema por estar presente en el tuit. Para facilitar el análisis se idearon seis clústeres para agrupar todas las temáticas posibles. Los temas fueron Diplomático (di), Económico (ec), Militar (mi), Sociopolítico (so), Geográfico (ge) y Otro (ot). A lo largo de los tres años, se distribuyeron 282 (x) puntos. La temática que tuvo mayor presencia fue Diplomático (di=152) con un 53% del total. Le siguió Militar (mi=66), Económico (ec=36), Sociopolítico (so=22), Geográfico (ge=4) y Otro (ot=2).

Gráfico 19:



Datos sobre el Tema correspondientes al año 2017. S-Verde: Sociopolítico, O-Celeste: Otro, M- Amarillo: Militar, E- Naranja: Económico, D-Azul: Diplomáticos. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 20:



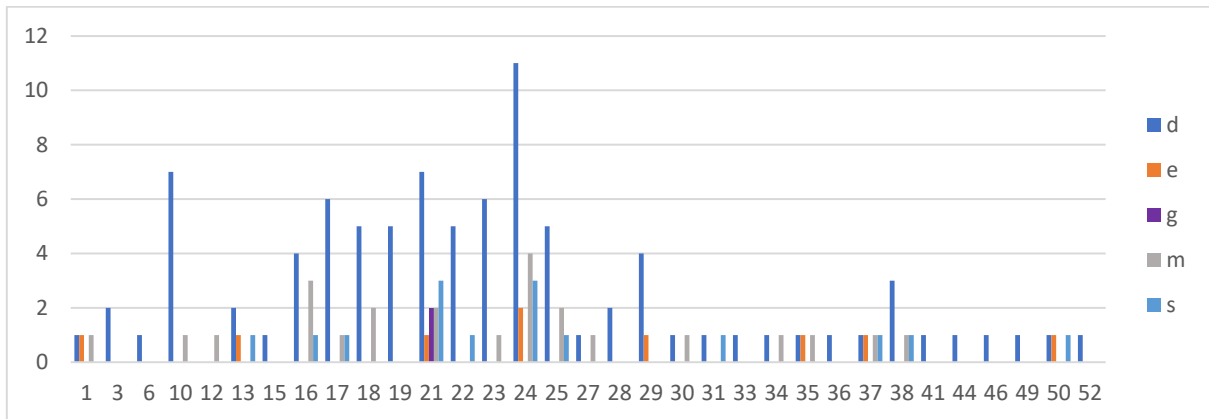
Datos sobre el Tema correspondientes al año 2017. S-Celeste: Sociopolítico, O- Amarillo: Otro, M- gris: Militar, E- Naranja: Económico, D-Azul: Diplomáticos. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal al mes que corresponden.

El podio al primer tema presente en el año 2017 ($x=77$) es diferente al resto. Militar ($mi=29$) se presenta superior a los otros, pero a pocos puntos de distancia de Diplomático ($di=24$). Les siguen Económico ($ec=19$), y muy por detrás Sociopolítico ($so=4$) y Otro ($ot=1$). La temática Geográfico ($ge=0$) no estuvo presente. Los picos de Militar ocurrieron durante la semana 32 ($mi=6$), 36($mi=4$) y 38 ($mi=4$). Los picos de Diplomático estuvieron en la semana

32 (di=5), 45 (di=4) y 46 (di=4). Durante los meses de agosto (mi=9) y septiembre (mi=8) predominó la temática Militar; mientras que en noviembre (di=9) predominó la temática Diplomática. En los meses de abril (ec=3), julio (ec=3) y octubre (ec=2) el tema predominante fue Económico.

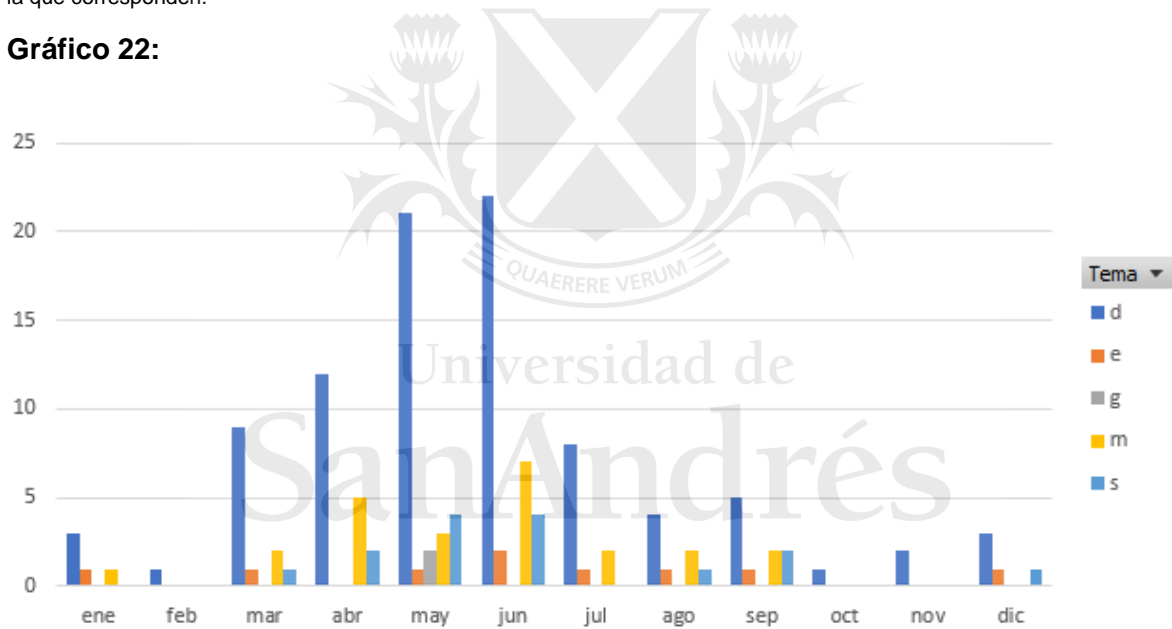
Es de esperar que en el año con mayor proyección de Hard Power, la temática Militar ocupe el primer lugar en la agenda. Contuvo los tuits que hicieron referencia a los ensayos con misiles y los de seguimiento a la prueba nuclear de Corea del Norte. Además, en este se incluyeron las demostraciones de fuerza por Trump, respaldado por el ejército estadounidense, y la amenaza a la seguridad internacional que presenta Corea del Norte. Cabe mencionar que las demostraciones de violencia y represalia por parte de Estados Unidos, escalaron en el mes previo y en el mes que ocurrió el sexto ensayo nuclear. Mientras tanto, el tema Diplomático agrupó los tuits relacionados a los aliados de Corea del Norte, los aliados estadounidenses y la ONU, vinculado a los encuentros y discusiones en pos de coordinar un acuerdo para solucionar el conflicto nuclear. Destacando en particular, la necesidad de que China se alié en el pedido de desnuclearización y el acercamiento diplomático de Corea del Sur con los norcoreanos. En cuanto al tema Económico, este concentró tuits vinculados a ejercer presión mediante sanciones financieras directas a Corea del Norte y presiones comerciales a sus aliados para desmotivar el apoyo al régimen. Incluyó tuits en los que explicó el apoyo chino a los norcoreanos, como método de subsistencia que imposibilita terminar el plan nuclear, y como previas ayudas de Estados Unidos en gobiernos anteriores, solo agravaron el problema. Por su parte, Sociopolítico agrupó los tuits que hacen referencia al sufrimiento del pueblo norcoreano, por culpa de la dictadura de Kim Jong-un, y a la esperanza de unificar Corea bajo las banderas de paz y libertad. Finalmente, la temática Otro incluyó asuntos de política interna que le dificultan a Donald Trump trabajar por un acuerdo.

Gráfico 21:



Datos sobre el Tema correspondientes al año 2018. S-Celeste: Sociopolítico, M- gris: Militar, G- Violeta: Geográfico, E-Naranja: Económicos, D-Azul: Diplomáticos. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal, la semana a la que corresponden.

Gráfico 22:



Datos sobre el Tema correspondientes al año 2018. S-Celeste: Sociopolítico, G-Gris: Geográfico, M-Amarillo: Militar, E-Naranja: Económico, D-Azul: Diplomáticos. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal al mes que corresponden.

Durante el año 2018 ($x=141$), la temática Diplomático ($di=91$), mostró una predominancia muy por sobre la segunda categoría, Militar ($mi=24$), con un 64,5% del total. Sociopolítico ($so=15$) ocupó el tercer lugar, seguidos por Económico ($ec=9$) y Geográfico ($ge=2$). La categoría Otro ($ot=0$) no estuvo presente durante este año. Los mayores picos de Diplomático se dieron en la semana 10 ($di=7$), 21 ($di=7$) y 24 ($di=11$). La gran presencia de

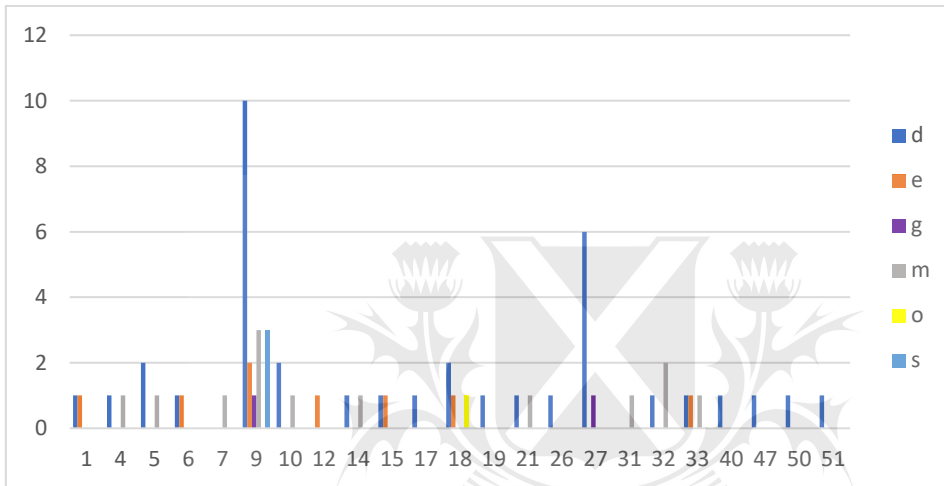
esta temática desde la semana 16 a la 24, hizo que los meses marzo (di=9), abril (di=12), mayo (di=21) y junio (di=22) muestren mayor abundancia en la clase de tuits relacionados al tema Diplomático.

Dentro del tema Económico se incluyó el contenido que explicó como las sanciones tuvieron efecto en Corea del Norte y como optar por el camino de la desnuclearización podría ayudar a que dicho país tenga un notable despegue económico. Militar representó los tuits que sugerían el latente poderío armamentístico de Estados Unidos. Que, aunque se priorice establecer un acuerdo, siempre es una opción que esta sobre la mesa. Un ejemplo claro de esto ocurrió cuando Trump hizo referencia a detener los ejercicios militares con Corea del Sur. El alto de los ensayos balísticos y nucleares por Corea del Norte también fue parte de este tema; así como el haber evitado, a través del acercamiento, una guerra nuclear. Por otro lado, el tema Diplomático concentró el inicio de diálogos entre Estados Unidos y Corea del Norte, para trabajar en un posible acuerdo, y el encuentro en Singapur. Abarcó de este modo la cooperación interna con el cuerpo diplomático, y la externa, con los agentes internacionales, para tratar en principio el conflicto y luego la oportunidad de negociar la desnuclearización. Fue parte de este la presentación de una supuesta buena relación entre Kim Jong-un y Donald Trump, y la confianza depositada por el americano. @realDonaldTrump criticó, en este tema, la gestión del conflicto por gobiernos anteriores y agradeció la gestión del presidente chino, Xi Jinping, en el armado del encuentro. Aunque a partir de agosto Trump presentó a China como parte del problema. En noviembre volvió a agradecer la gestión de Jinping en el asunto.

Se agrupó en esta categoría el contenido que celebraba la firma del documento durante la cumbre, las concesiones y los avances en las negociaciones con Corea del Norte. Nuevamente el tema Sociopolítico se utilizó para referirse al sufrimiento del pueblo norcoreano por culpa de la dictadura y a la esperanza de lograr, a partir de un acuerdo, una

península segura, libre y en paz. Además, este tema incluyó los tuits que intentan inspirar orgullo en lo que podría ser un acontecimiento histórico si Corea del Norte abandona su armamento nuclear. La pequeña participación del tema Geográfico tuvo lugar en la mención del estratégico lugar que ocupa la península coreana en el mundo.

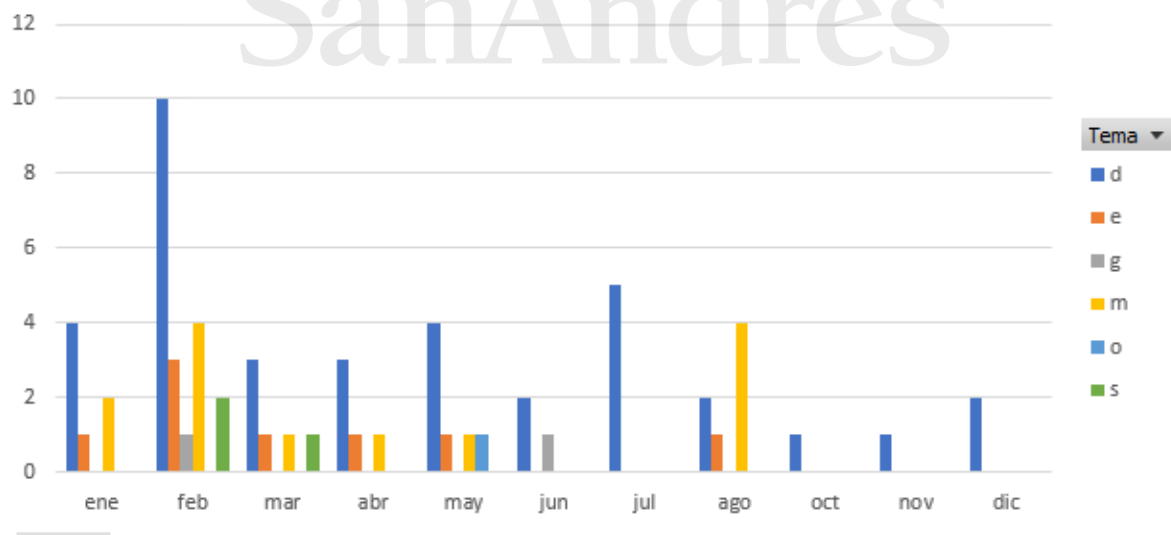
Gráfico 23:



Datos sobre el Tema correspondientes al año 2019. S-Celeste: Sociopolítico, O-Amarillo: Otro, M-Gris: Militar, G- Violeta: Geográfico, E- Naranja: Económicos, D-Azul: Diplomáticos. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal, la semana a la que corresponden.

Gráfico

24:



Datos sobre el Tema correspondientes al año 2019. S-Verde: Sociopolítico, O- Celeste: Otro, M- Amarillo: Militar, E- Naranja: Económico, D-Azul: Diplomáticos. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal al mes que corresponden.

El 2019 ($x=64$) fue el único año que contó con la presencia de las seis temáticas. Diplomático ($di=37$) continuó la tendencia del año pasado y se ubicó por lejos como la temática predominante con un 57,8% del total, seguido por Militar ($mi=13$) y Económico ($ec=8$) en ese orden. Los tópicos Sociopolítico ($so=3$), Geográfico ($ge=2$) y Otro ($ot=1$) estuvieron muy por debajo del resto. Las semanas 9 ($di=10$) y 27 ($di=6$) y, desde la observación mensual, febrero ($di=10$) y julio ($di=5$) se dieron los mayores picos de Diplomático. La baja intensidad de las últimas semanas del año se reserva para el tema Diplomático únicamente. Sin embargo, durante el mes de agosto ($mi=4$) y la semana 32 ($mi=2$) la temática militar fue predominante.

Con respecto al tema Diplomático, se incluyeron los tuits que hacen referencia a la buena relación entre Kim Jong-un y Donald Trump y al logro de haber evitado una posible guerra nuclear. Este último se cruza con la temática Militar al hacer referencia al armamento nuclear coreano. Además, Diplomático visibilizó el armado y seguimiento de los dos encuentros que tuvieron lugar en el 2019, el de Hanoi y el de la Zona Desmilitarizada de Corea. Otra vez, el tema representó los tuits que agradecen la labor de China y los aliados de Estados Unidos en el avance del acuerdo. En cuanto a Económico, estuvo nuevamente presente en los tuits que hicieron referencia a la posibilidad de un crecimiento económico a partir de la integración de Corea del Norte al mundo, tras alejarse de su plan nuclear. También se incluyó la intervención de Trump para detener las nuevas sanciones al régimen. De igual forma, el tema Sociopolítico abarcó las expectativas de un futuro próspero y en paz para el pueblo norcoreano. Por otro lado, el tema Militar se concentró en el plan de Trump de detener los ejercicios con Corea del Sur y para referirse a los ensayos balísticos norcoreanos que, supuestamente, no transgredieron lo acordado en la cumbre de Singapur. Por la parte de Geográfico, se reservó únicamente para referirse a la ubicación estratégica de Corea del Norte y para honrar la importancia de la Zona Desmilitarizada de Corea.

Finalmente, Otro agrupó los tuits dedicados a los problemas en la negociación generados por la política interna estadounidense.

11.1.5. Pregunta E

¿Cuáles fueron los eventos identificables que tuvieron lugar a lo largo de los tres años de estudio durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?

- ac=Acuerdo
- al=Aliados
- ai=Alivio
- am=Amenaza
- co=Concesiones
- cn=Contacto
- cv=Conversaciones
- en=Encuentro
- ev=Evade
- fu=Fuerza USA
- in=Invitación
- iu=Invitación USA
- pn=Prueba Nuclear
- sa=Sanciones

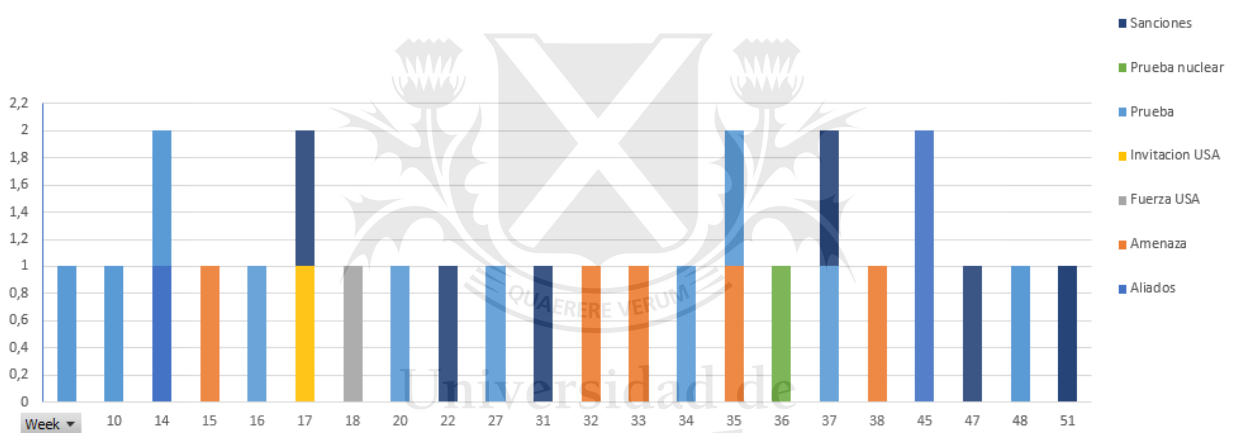


Universidad de
San Andrés

Para brindar contexto a los datos analizados previamente, se decidió establecer los eventos predominantes en relación al conflicto entre EEUU y Corea del Norte durante los tres años que pudieran haber definido la creación y orientación de los tuits emitidos por la cuenta

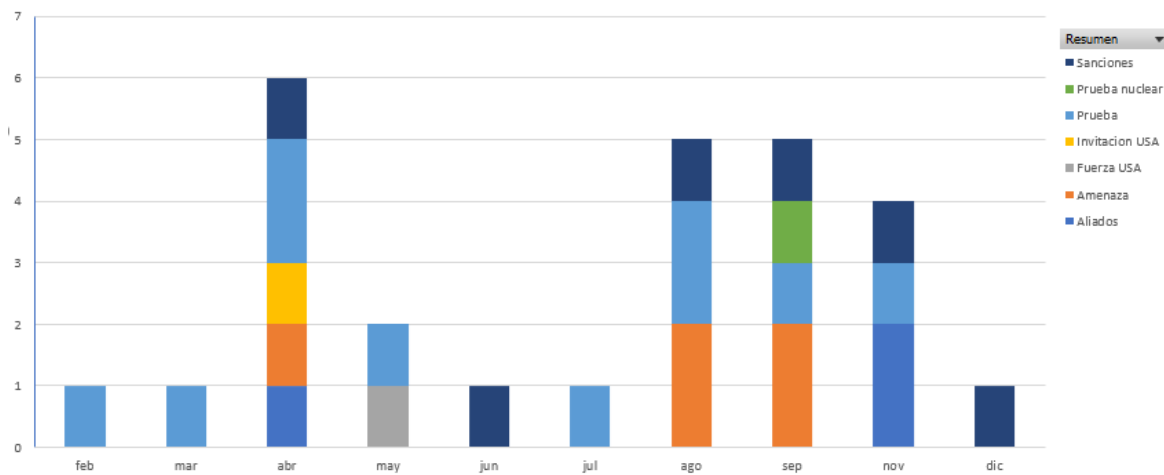
@realDonaldTrump. Por este motivo se elaboró una línea temporal a partir de la información brindada por el medio Arms Control y se idearon clústeres para agrupar los eventos. Se analizaron un total de 93 (x) eventos de los cuales 37 ocurrieron durante el 2017, 35 en 2018 y 31 en 2019. Los eventos predominantes de estos años fueron Prueba (pr=21) y Amenaza (am=13). Sin embargo, la individualidad de estos eventos no posee el mismo peso sobre el análisis por lo que solo mencionaremos en esta sección eventos que consideramos relevantes.

Gráfico 25:



Datos sobre el Evento correspondientes al año 2017. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 26:

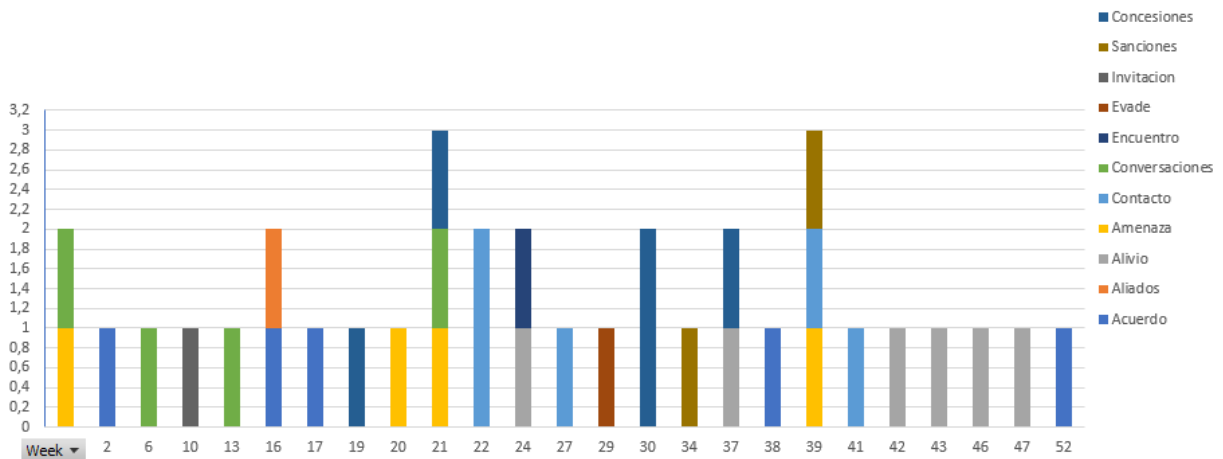


Datos sobre el Evento correspondientes al año 2017. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal al mes que corresponden.

Durante el 2017 ($x=37$), se destacó por sobre el resto la cantidad de Pruebas ($pr=10$) realizadas distribuidas a lo largo del año. Cabe destacar el hecho ocurrido en la semana 36 ($pn=1$) y en septiembre ($pn=1$) cuando se ejecutó la Prueba Nuclear. Un hecho que, a pesar de haber ocurrido una única vez, se esperaba que tenga un impacto en el conflicto por encima del resto. Los eventos relacionados a Sanciones ($sa=6$) y Amenazas ($am=5$) se encontraron próximos a Pruebas con relevancia, pero con menor intensidad. Durante este año Invitación USA ($iu=1$), estuvo presente antes que Invitación, el cual corresponde a Invitaciones ($in=0$) provenientes de Corea del Norte.

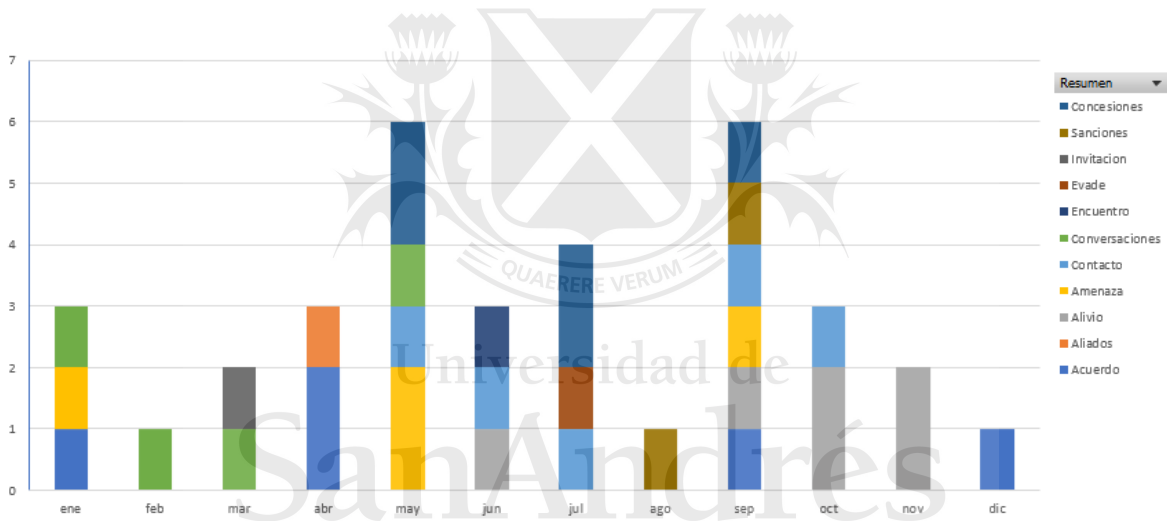
El 2017 se caracterizó por tener a Corea del Norte realizando distintos tipos de ensayos balísticos a lo largo del año y por el inicio de un acercamiento entre Trump y Xi Jinping para acordar una cooperación en pos de solucionar el conflicto con Corea del Norte. Además, Kim Jong-un presentó una actitud desafiante frente a Estados Unidos, la cual fue respondida con sanciones económicas por parte de la ONU. Durante este año, Corea del Norte logró crear una ojiva miniaturizada, desarrolló un misil con alcance a territorio estadounidense y realizó su sexto ensayo nuclear. Estas acciones fueron respondidas con más sanciones y con la designación a Corea del Norte, por parte de Trump, como Estado patrocinador del terrorismo. También, a lo largo de esta año, Corea del Sur, Japón y Estados Unidos mantuvieron diálogos y encuentros para contrarrestar la amenaza planteada por Corea del Norte y exhortaron a China a usar su influencia para lograr una solución diplomática.

Gráfico 27:



Datos sobre el Evento correspondientes al año 2018. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 28:

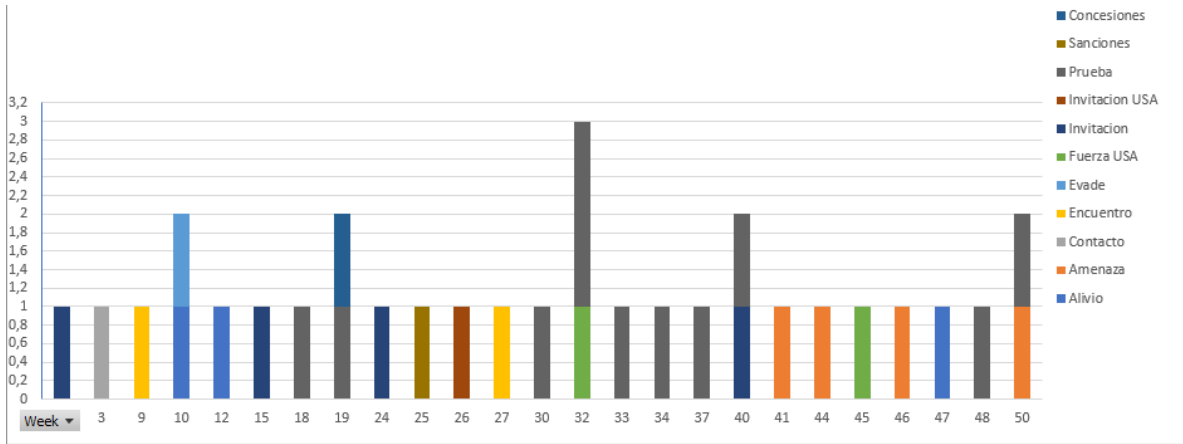


Datos sobre el Evento correspondientes al año 2018. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal al mes que corresponden.

Conversaciones (cb=4), Acuerdos (n=5) y Contacto (co=5) muestran que el 2018 (x=35), fue un año de mayor acercamiento entre las partes. El evento Encuentro (en=1) en la semana 24 deja en claro el cambio en la relación entre los dos líderes, acompañada por los eventos Concesiones (co=5) y Alivio (ai=6) concentrado en la última parte del año. La persistencia de evento como Evade (ev=1) y Sanciones (sa=2) determinan que el conflicto no está resuelto. Además, las amenazas siguieron en enero (am=1), mayo (am=2) y septiembre (am=1).

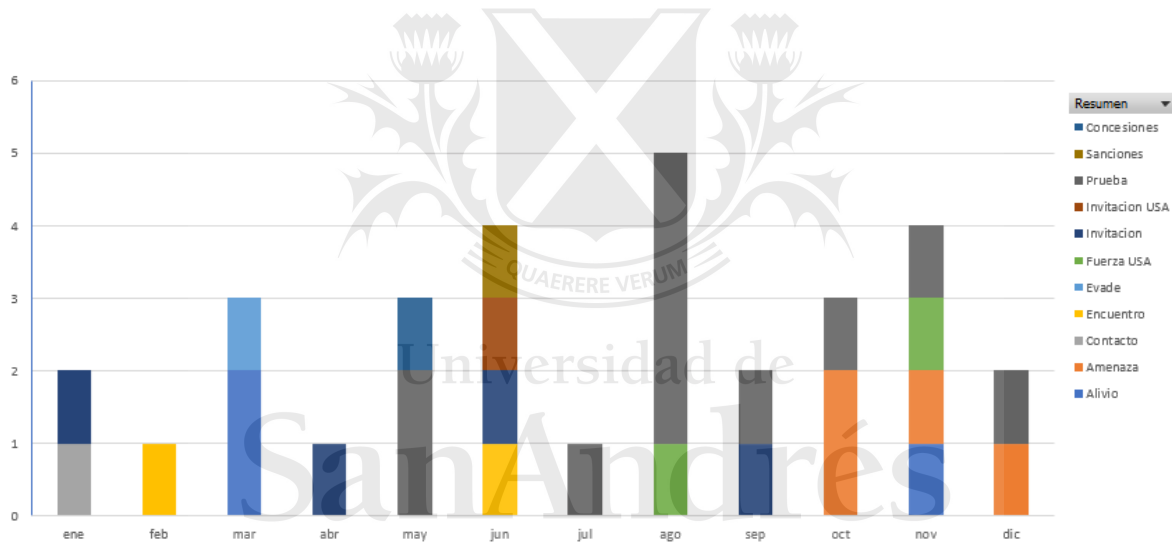
El 2018 comienza con un desafío por parte de Kim Jong-un a Estados Unidos sobre sus capacidades nucleares. Sin embargo, al poco tiempo se establecen vías de comunicación entre Corea del Sur y del Norte. Hecho que lleva a que el líder norcoreano asista como espectador a los Juegos Olímpicos de Invierno, donde se producen los primeros acercamientos con los americanos. Por otro lado, se hace más visible la influencia de China en el asunto y Kim Jong-un visita Beijing. Al alinear la presión al régimen, en conjunto Estados Unidos, Japón, Corea del Sur y China, Corea del Norte empieza a mostrar signos de estar interesada en una posible desnuclearización. Ante la posibilidad de una Cumbre con Donald Trump, Kim Jong-un libera tres prisioneros, destruye un sitio de ensayos y detiene sus pruebas militares. Tras la falta de acuerdo, la Cumbre en Singapur es cancelada por el presidente estadounidense. No obstante, tras un acercamiento diplomático y la visita de Mike Pompeo a Corea del Norte, la Cumbre vuelve a estar en agenda y se realiza en el mes de junio. Ambos bandos acuerdan trabajar por la desnuclearización y Estados Unidos anuncia su plan para terminar los ejercicios militares con Corea del Sur. Durante los meses siguientes, Corea del Norte desmantela una instalación de lanzamiento de misiles, devuelve los restos de soldados caídos en la Guerra de Corea y celebra su 70° aniversario sin la presencia de armamento nuclear. En lo que va del año, El presidente de Corea del Sur, Mae Jae-in, se reúne unas tres veces con su par norcoreano para trabajar en la declaración conjunta. Por su parte, Mike Pompeo realiza otra visita a Corea del Norte para negociar con Kim Jong-un un marco para terminar el plan nuclear. Días después, Estados Unidos y Corea del Sur cancelan los ejercicios conjuntos programados para diciembre y a fin de año, gracias a un impase en las sanciones de la ONU, Corea del Norte y del Sur celebran la inauguración de un proyecto ferroviario intercoreano.

Gráfico 29:



Datos sobre el Evento correspondientes al año 2019. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal a la semana a la que corresponden.

Gráfico 30:



Datos sobre el Evento correspondientes al año 2019. La variable vertical representa la cantidad y la variable horizontal al mes que corresponden.

Aunque Encuentro (en=2) en 2019 (x=31) es superior a 2018, Prueba (pr=11) tiene una presencia superior que en el resto de los años. Invitación (iv=4) alcanza su máximo, mientras que Amenaza (am=4) iguala los niveles del 2017, concentrados hacia fin del año. Fuerza USA (fu=2) vuelve a estar presente, pero Alivio (ai=3) no desaparece.

Comienza el año con un discurso de Kim Jong-un mostrándose interesado en reunirse con Donald Trump para acordar la desnuclearización. Tras la visita de un representante del

régimen, Estados Unidos se reunió en Hanoi con el autócrata. Posterior al encuentro, Corea del Sur y Estados Unidos cancelaron los ejercicios militares programados para la primera mitad del año. Por otro lado, la ONU denunció que Corea del Norte estaba evadiendo las sanciones, pero Donald Trump intercedió para eliminar penas adicionales. Por su parte, Kim Jong-un insistió con tener una tercera reunión con el mandatario estadounidense, no obstante, al mes siguiente reanudó los ensayos con misiles de corto alcance. En cuanto a esto último, Donald Trump anunció que no violaban lo acordado en Singapur, pero se prorrogaron las sanciones con vencimiento próximo. A partir de lo que pareció una invitación espontánea mediante Twitter, Trump se encontró con Kim Jong-un en la Zona Desmilitarizada de Corea. De esta forma, Trump se convirtió en el primer presidente estadounidense en pisar suelo norcoreano. Luego del encuentro, Corea del Norte realizó reiterados nuevos ensayos de misiles de corto alcance y denunció los ejercicios militares llevados a cabo por Estados Unidos y Corea del Sur. Al poco tiempo, un representante del régimen anunció la intención de volver a probar misiles de largo alcance y se abrió la posibilidad de algún enfrentamiento armado. Además, Corea del Norte denunció la intención de Estados Unidos y Corea del Sur de continuar con los ejercicios militares en diciembre y exigió establecer un plazo de acuerdo para antes de fin de año. El lanzamiento de un misil, para poner un satélite en órbita, alejó a los dos países y volvieron las amenazas, aunque esta vez fueron realizadas por un representante y no por Kim Jong-un.

11.1.6. Pregunta F

¿Se puede identificar alguna correlación entre la estrategia diplomática, tema, poder y tono del mensaje utilizados por la cuenta @realDonaldTrump y los eventos ocurridos durante las negociaciones entre Estados Unidos y Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear?

Para establecer si hay correlación entre las variables intervinientes en este estudio se decidió realizar una tabla para contrastar todos los valores de las cuatro variables (Estrategia Diplomática, Tema, Poder y Tono) en cada uno de los años estudiados para determinar su coeficiente de correlación (r). $r=1$ es el valor máximo posible, por lo que consideramos que todos los valores que están entre 0,5 y 1 demuestran que tienen una correlación positiva significativa entre las variables.

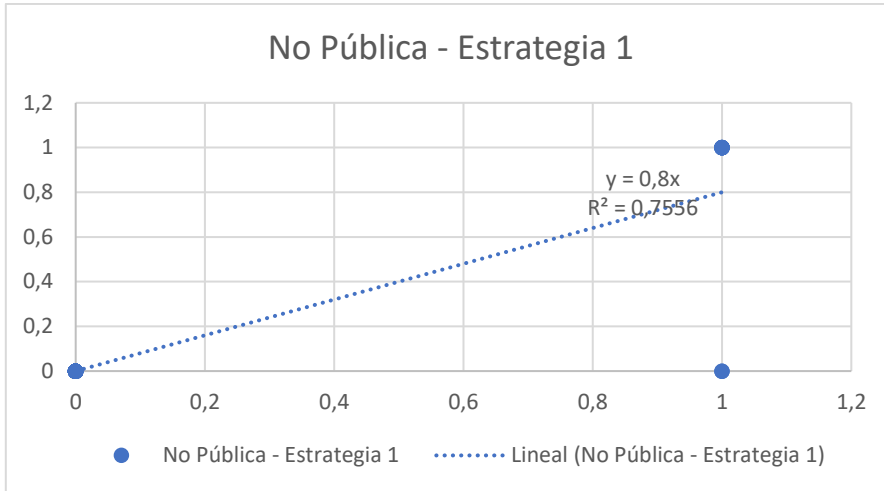
Tabla 1:

| | | Tema | | | | | Estrategia | | | | | | Tono | | Power | | |
|------------|-----------|------|------|------|------|------|------------|------|------|------|-----|------|-----------|---------|-------|------|--|
| | | d | e | m | o | s | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Mediática | Pública | Hard | Soft | |
| Tema | d | 1,0 | | | | | | | | | | | | | | | |
| | e | -0,1 | 1,0 | | | | | | | | | | | | | | |
| | m | -0,2 | -0,2 | 1,0 | | | | | | | | | | | | | |
| | o | -0,1 | -0,1 | -0,1 | 1,0 | | | | | | | | | | | | |
| | s | 0,3 | -0,2 | 0,1 | 0,0 | 1,0 | | | | | | | | | | | |
| Estrategia | 1 | 0,1 | -0,3 | 0,0 | -0,1 | 0,3 | 1,0 | | | | | | | | | | |
| | 2 | 0,1 | 0,3 | 0,3 | 0,0 | 0,2 | -0,2 | 1,0 | | | | | | | | | |
| | 3 | 0,4 | 0,0 | 0,1 | -0,1 | 0,3 | 0,0 | 0,3 | 1,0 | | | | | | | | |
| | 4 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 1,0 | | | | | | | |
| | 5 | 0,3 | 0,0 | 0,3 | -0,1 | 0,2 | -0,1 | 0,0 | 0,2 | -0,4 | 1,0 | | | | | | |
| | 6 | 0,3 | -0,1 | 0,4 | 0,0 | 0,5 | -0,1 | 0,4 | 0,4 | -0,1 | 0,5 | 1,0 | | | | | |
| Tono | Mediática | 0,1 | -0,4 | 0,0 | -0,1 | 0,2 | 0,9 | -0,3 | 0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 1,0 | | | | |
| | Pública | 0,2 | 0,3 | 0,6 | 0,0 | 0,1 | -0,4 | 0,7 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | -0,5 | 1,0 | | | |
| | Hard | 0,0 | 0,2 | 0,7 | -0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | 0,4 | 0,3 | 0,3 | 0,2 | 0,6 | 1,0 | | |
| Power | Hard | 0,4 | -0,2 | 0,0 | 0,2 | 0,4 | -0,1 | 0,2 | -0,2 | -0,2 | 0,5 | 0,4 | -0,2 | 0,3 | -0,2 | 1,0 | |
| | Soft | 0,4 | -0,2 | 0,0 | 0,2 | 0,4 | -0,1 | 0,2 | -0,2 | -0,2 | 0,5 | 0,4 | -0,2 | 0,3 | -0,2 | 1,0 | |

Datos de correlación correspondientes al año 2017

Los resultados obtenidos pertenecientes al año 2017, demuestran que cuando los tuits de la cuenta @realDonaldTrump proyectaron Hard Power, tuvieron un vínculo con la temática Militar ($r=0,7$) y tono Pública ($r=0,6$). En cuanto al uso de tono Pública, se registró una correlación con la temática Militar ($r=0,6$) y una estrategia de tipo Comunicación Personalizada ($r=0,7$). Por otra parte, el tono Mediática, presentó una alta relación con el tipo de estrategia Comunicación Interpelativa ($r=0,9$). En cuanto a la estrategia Cooperación notamos que presentó una correlación positiva con la estrategia Transparencia ($r=0,5$).

Gráfico 31:



Regresión de la estrategia comunicación interpersonal y tono Mediática correspondiente al año 2017.

Tabla 2:

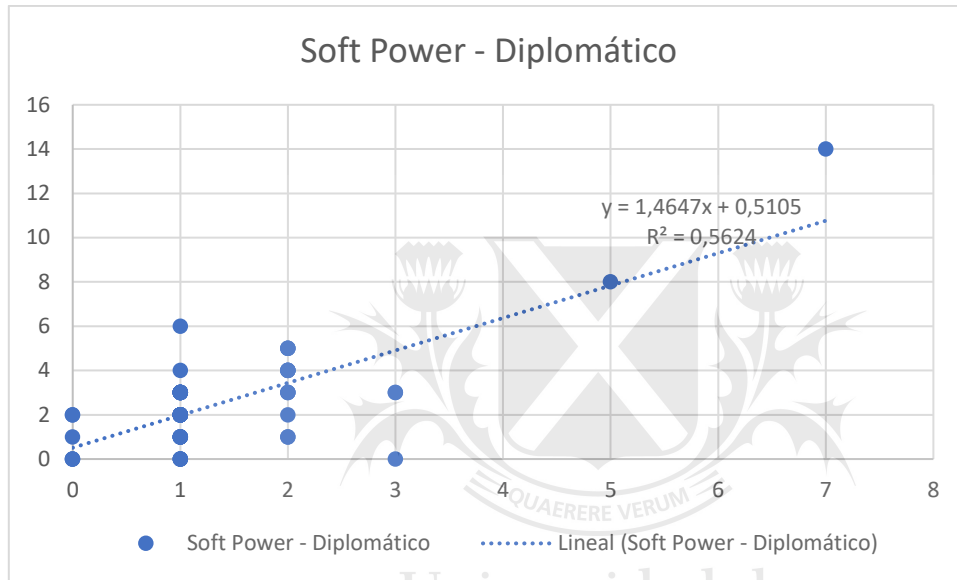
| | | Tema | | | | | Estrategia | | | | | | Tono | | Power | | |
|------------|-----------|------|------|------|-----|-----|------------|------|-----|------|-----|------|-----------|---------|-------|------|--|
| | | d | e | g | m | s | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Mediática | Pública | Hard | Soft | |
| Tema | d | 1,0 | | | | | | | | | | | | | | | |
| | e | 0,1 | 1,0 | | | | | | | | | | | | | | |
| | g | 0,2 | 0,0 | 1,0 | | | | | | | | | | | | | |
| | m | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 1,0 | | | | | | | | | | | | |
| | s | 0,3 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | 1,0 | | | | | | | | | | | |
| Estrategia | 1 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,5 | 0,8 | 1,0 | | | | | | | | | | |
| | 2 | 0,7 | 0,2 | 0,0 | 0,4 | 0,2 | 0,4 | 1,0 | | | | | | | | | |
| | 3 | 0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | -0,1 | 1,0 | | | | | | | | |
| | 4 | 0,2 | 0,0 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | 0,0 | 0,2 | 1,0 | | | | | | | |
| | 5 | 0,5 | 0,0 | 0,4 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,0 | 0,1 | -0,1 | 1,0 | | | | | | |
| | 6 | 0,5 | 0,3 | -0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 1,0 | | | | | |
| Tono | Mediática | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,9 | 0,4 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 1,0 | | | | |
| | pública | 0,7 | -0,1 | -0,2 | 0,2 | 0,0 | -0,2 | 0,5 | 0,0 | 0,2 | 0,3 | 0,5 | -0,2 | 1,0 | | | |
| Power | Hard | 0,1 | 0,2 | 0,8 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,2 | -0,2 | 0,4 | -0,2 | 1,0 | | |
| | Soft | 0,7 | 0,1 | -0,1 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,7 | 0,3 | 0,6 | -0,3 | 1,0 | |

Datos de correlación correspondientes al año 2018

En cuanto al año 2018, se notó que cuando la proyección es de Soft Power, existe una afinidad con la temática Diplomático ($r=0,7$), la estrategia Comunicación Personalizada ($r=0,6$) y Cooperación ($r=0,7$) y al tono Pública ($r=0,6$). Por otra parte, cuando se realiza una proyección de Hard Power, existe correlación positiva con la temática Geográfico ($r=0,8$). En cuanto al uso del tono Pública el vínculo se hace presente con la temática Diplomático ($r=0,7$) y la estrategia Comunicación Personalizada ($r=0,5$). Cuando se presenta el Tono opuesto, Mediática, la correlación existe con el Tema Geográfico ($r=0,5$), Sociopolítica ($r=0,6$) y con la estrategia Comunicación Interpelativa ($r=0,94$), en un nivel próximo al máximo. Con respecto a la estrategia Cooperación, se puede ver un enlace con la temática

Diplomático (n=0,5). En la misma línea, la estrategia Comunicación Personalizada presenta también correlación con la temática Diplomático (n=0,7), aunque mayor que la anterior. Finalmente, la estrategia Comunicación Interpelativa demuestra ligación con las temáticas Geográfico (r=0,5), Militar (r=0,5) y, en mayor nivel, Sociopolítico (r=0,6).

Gráfico 32:



Regresión de Soft Power y temática Diplomático correspondiente al año 2018.

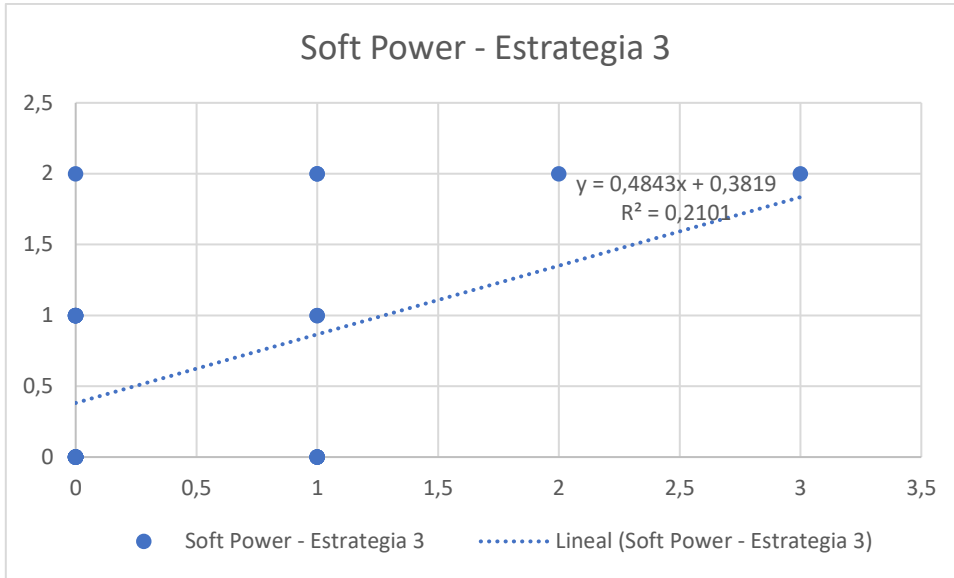
Tabla 3:

| | | Tema | | | | | | Estrategia | | | | | | Tono | | Power | |
|------------|-----------|------|------|------|------|------|------|------------|------|------|------|------|------|-----------|---------|-------|------|
| | | d | e | g | m | o | s | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Mediática | Pública | Hard | Soft |
| Tema | d | 1,0 | | | | | | | | | | | | | | | |
| | e | 0,1 | 1,0 | | | | | | | | | | | | | | |
| | g | 0,2 | -0,1 | 1,0 | | | | | | | | | | | | | |
| | m | 0,1 | -0,2 | 0,3 | 1,0 | | | | | | | | | | | | |
| | o | -0,2 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 1,0 | | | | | | | | | | | |
| | s | 0,5 | 0,1 | 0,4 | 0,3 | -0,1 | 1,0 | | | | | | | | | | |
| Estrategia | 1 | 0,6 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,3 | 1,0 | | | | | | | | | |
| | 2 | 0,5 | 0,0 | 0,3 | 0,6 | 0,1 | 0,7 | 0,5 | 1,0 | | | | | | | | |
| | 3 | 0,8 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | -0,1 | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 1,0 | | | | | | | |
| | 4 | 0,1 | 0,4 | -0,1 | -0,3 | -0,1 | -0,2 | 0,3 | -0,3 | 0,1 | 1,0 | | | | | | |
| | 5 | 0,8 | 0,2 | 0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,7 | 0,1 | 1,0 | | | | | |
| | 6 | 0,6 | 0,4 | 0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,1 | 0,5 | 1,0 | | | | |
| Tono | Mediática | 0,6 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,3 | 1,0 | | | | | | | 1,0 | | |
| | Pública | 0,7 | -0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,0 | 0,6 | 0,0 | 0,5 | 0,7 | -0,1 | 0,8 | 0,4 | 0,0 | 1,0 | | |
| Power | Hard | -0,1 | -0,1 | 0,2 | 0,5 | 0,0 | 0,5 | -0,1 | 0,4 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | -0,1 | 0,2 | 1,0 | |
| | Soft | 0,8 | 0,3 | 0,2 | 0,0 | -0,1 | 0,5 | 0,8 | 0,4 | 0,8 | 0,2 | 0,7 | 0,7 | 0,8 | 0,8 | -0,3 | 1,0 |

Datos de correlación correspondientes al 2019.

El último año de análisis, revela que cuando hay una proyección de Soft Power hay una alta afinidad con el tema Diplomático ($r=0,8$), las estrategias Comunicación Interpelativa ($r=0,8$), Uso de Sentimiento ($r=0,8$), Transparencia ($r=0,7$) y Cooperación ($r=0,7$). Además, presenta correlación con ambos Tonos Pública ($r=0,8$) y Mediática ($r=0,5$), aunque con mayor significatividad en el primero. En relación a los Tonos, Pública presenta asociación con la temática Diplomático ($r=0,7$) y Sociopolítico ($r=0,6$), con la estrategia Uso de Sentimiento ($r=0,7$) y, más alta, en Transparencia ($r=0,8$). Por otra parte, Mediática también presenta correlación con la temática Diplomático ($r=0,6$), pero incluye a Económico ($r=0,5$), además de presentar vínculos con la estrategia Cooperación ($r=0,5$) Y Comunicación Interpelativa ($r=0,5$). Desde la visión de las estrategias, Cooperación tiene conexión con la temática Diplomático ($r=0,6$) y, en menor intensidad, con las estrategias Comunicación Interpelativa ($r=0,5$) y Uso de Sentimiento ($r=0,5$). Transparencia tiene alta correspondencia con la temática Diplomático ($r=0,8$) y la estrategia Uso de Sentimiento ($r=0,5$). Uso de Sentimiento presenta alta correlación con la temática Diplomático ($r=0,8$) y Comunicación Personalizada con la temática Militar ($r=0,6$) y Sociopolítico ($r=0,7$). Finalmente, la estrategia Comunicación Interpelativa mantiene una relación positiva con la temática Diplomático ($r=0,6$) y, baja, con Económico ($r=0,5$).

Gráfico 33:



Regresión de proyección de Soft Power y estrategia Uso de Sentimiento correspondiente al año 2019.

Tabla 4:

| | | Tema | | | | | | Estrategia | | | | | | Tono | | Power | |
|------------|-----------|------|------|------|------|------|-----|------------|-----|-----|------|-----|------|-----------|---------|-------|------|
| | | d | e | g | m | o | s | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Mediática | Pública | Hard | Soft |
| Tema | d | 1,0 | | | | | | | | | | | | | | | |
| | e | 0,0 | 1,0 | | | | | | | | | | | | | | |
| | g | 0,2 | -0,1 | 1,0 | | | | | | | | | | | | | |
| | m | 0,0 | 0,0 | 0,2 | 1,0 | | | | | | | | | | | | |
| | o | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 1,0 | | | | | | | | | | | |
| | s | 0,4 | 0,1 | 0,4 | 0,2 | 0,0 | 1,0 | | | | | | | | | | |
| Estrategia | 1 | 0,4 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | -0,1 | 0,5 | 1,0 | | | | | | | | | |
| | 2 | 0,5 | 0,2 | 0,1 | 0,4 | 0,0 | 0,3 | 0,3 | 1,0 | | | | | | | | |
| | 3 | 0,4 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,3 | 0,3 | 0,1 | 1,0 | | | | | | | |
| | 4 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,2 | -0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 1,0 | | | | | | |
| | 5 | 0,5 | 0,0 | 0,3 | 0,1 | -0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,0 | 0,3 | -0,2 | 1,0 | | | | | |
| | 6 | 0,6 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | -0,1 | 0,4 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,1 | 0,3 | 1,0 | | | | |
| Tono | Mediática | 0,4 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | -0,1 | 0,5 | -0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 1,0 | | | |
| | pública | 0,5 | 0,1 | -0,1 | 0,4 | 0,0 | 0,1 | -0,2 | 0,6 | 0,2 | 0,2 | 0,4 | 0,3 | -0,3 | 1,0 | | |
| Power | Hard | -0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,6 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,0 | 0,2 | 0,1 | -0,3 | 0,1 | 0,3 | 1,0 | |
| | Soft | 0,8 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | -0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,1 | 0,4 | 0,7 | 0,4 | 0,4 | -0,4 | 1,0 |

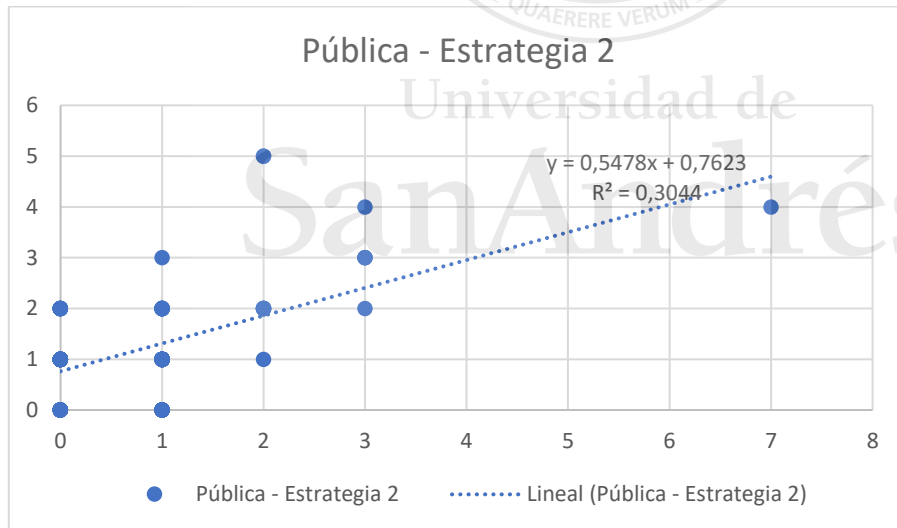
Datos de correlación correspondientes al año 2017, 2018 y 2019

Al analizar el agregado total de todos los años, queda en claro que cuando se proyecta el Soft Power, hay una alta correlación con la temática Diplomático (r=0,8) y con la estrategia Cooperación (r=0,7). En cuanto a la proyección de Hard Power, la asociación se da con la temática militar (r=0,6). Cuando el tono de los tuits es Pública la ligación se da con la temática Diplomático (r=0,5) y la Estrategia Comunicación Personalizada (r=0,6). Por otra

parte, Mediática presenta una alta correlación con la Comunicación Interpelativa ($r=1$). Las estrategias Cooperación ($r=0,6$) y Transparencia ($r=0,5$) presentan ambas un nexo con Diplomático.

En tanto, para poder analizar la relación entre las cuatro variables y los eventos, se debieron realizar algunas modificaciones en el proceso previamente utilizado, para poder compararlos. A diferencia de los datos anteriores, los eventos provienen del contexto histórico y no se desprenden directamente de los tuits, por lo que para poder abarcarlos hay que entender que su alcance no se limita solo a cuando se producen, si no que perduran en el tiempo. Es por esto que, con el objetivo de poder vincularlos se optó por ampliar la escala de medición a una semana. Vale mencionar, que el coeficiente de correlación positivo aceptable seguirá siendo el mismo; entre a 0,5 y 1.

Gráfico 34:



Regresión de tono Pùblica y estrategia Comunicación Personalizada correspondiente al año 2017, 2018 y 2019.

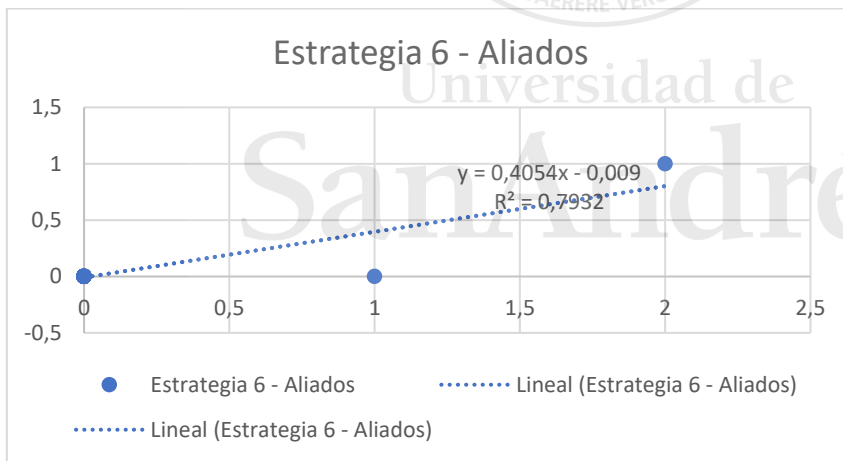
Tabla 5:

| | Power | | Tono | | Estrategia | | | | | | Tema | | | | |
|------------------|-------|------|-----------|---------|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | Hard | Soft | Mediática | Pública | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | d | e | m | o | s |
| Aliados | 0,1 | 0,4 | -0,2 | 0,2 | -0,2 | 0,4 | 0,2 | -0,1 | 0,5 | 0,9 | 0,3 | 0,0 | 0,1 | -0,1 | 0,4 |
| Amenaza | 0,5 | -0,3 | 0,5 | 0,3 | 0,4 | -0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,6 | -0,1 | 0,0 |
| Fuerza USA | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,2 | 0,0 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | 0,0 | -0,1 |
| Invitación USA | -0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,2 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | -0,1 | 0,3 | -0,2 | 0,0 | -0,1 |
| Prueba | -0,1 | -0,3 | 0,1 | -0,3 | 0,0 | -0,2 | 0,0 | -0,1 | -0,2 | -0,2 | -0,3 | -0,1 | -0,2 | 0,2 | 0,1 |
| Prueba nuclear | 0,3 | -0,1 | -0,1 | 0,3 | -0,1 | 0,2 | -0,1 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | 0,4 | 0,0 | -0,1 |
| Evento Sanciones | 0,1 | -0,3 | 0,3 | -0,2 | 0,1 | -0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,2 | 0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,3 |

Datos de correlación de variables con eventos correspondientes al año 2017.

Los datos extraídos de 2017 demuestran que, según nuestro análisis, cuando Corea del Norte Amenaza, hay un nexo con la proyección de Hard Power ($r=0,5$) y el tono Mediática ($r=0,5$) en los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump. El mismo evento tiene correlación con la estrategia Información Relevante ($r=0,5$) y la temática Militar ($r=0,6$). Por otra parte, cuando EEUU entabla relaciones con Aliados para abordar el conflicto con Corea del Norte, la ligación se presenta en las estrategias Transparencia ($r=0,5$) y, en alto grado, con Cooperación ($r=0,9$).

Gráfico 35:



Regresión de evento Aliados y estrategia Cooperación correspondiente al año 2017

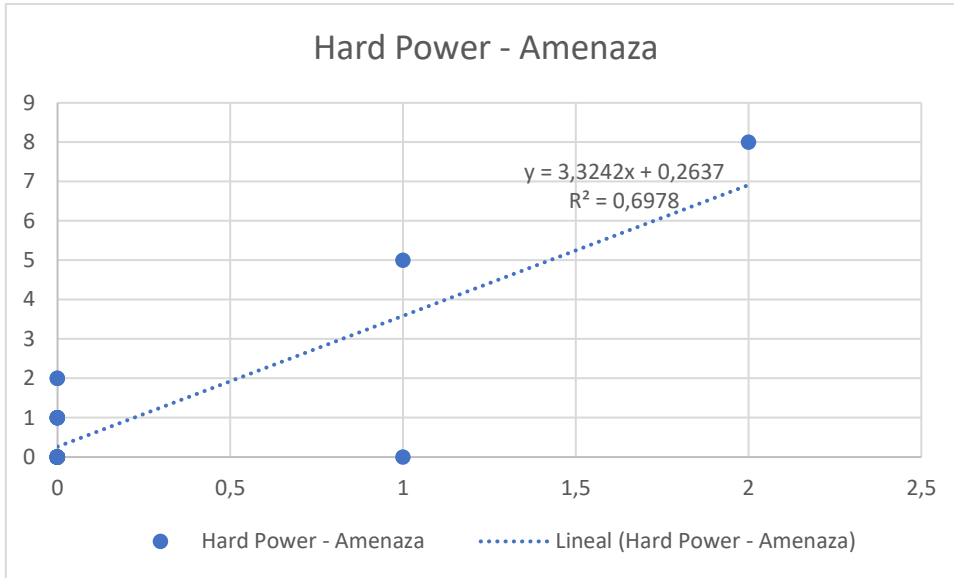
Tabla 6:

| | Power | | Tono | | Estrategia | | | | | | Tema | | | | |
|-----------------------|-------|------|-----------|---------|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | Hard | Soft | Mediática | Pública | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | d | e | m | g | s |
| Acuerdo | -0,2 | 0,3 | -0,2 | 0,3 | -0,2 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,0 | 0,3 | 0,1 | -0,2 | 0,2 | -0,1 | 0,1 |
| Aliados | -0,1 | 0,2 | -0,1 | 0,2 | -0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,5 | 0,2 | 0,3 | 0,1 | -0,1 | 0,4 | 0,0 | 0,1 |
| Alivio | -0,2 | 0,0 | 0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | 0,1 |
| Amenaza | 0,8 | 0,0 | 0,5 | 0,1 | 0,4 | 0,2 | 0,0 | 0,2 | 0,3 | 0,0 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,8 | 0,5 |
| Contacto | -0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | -0,2 | -0,1 | -0,1 | 0,1 |
| Conversaciones | 0,6 | -0,2 | 0,3 | -0,1 | 0,2 | 0,0 | -0,2 | -0,1 | 0,1 | -0,2 | 0,0 | 0,3 | -0,1 | 0,4 | 0,2 |
| Encuentro | -0,1 | 0,6 | 0,7 | 0,3 | 0,7 | 0,7 | 0,4 | 0,1 | 0,2 | 0,5 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,0 | 0,6 |
| Evade | 0,0 | 0,0 | -0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,3 | -0,1 | 0,0 | -0,1 |
| Invitación | -0,1 | 0,2 | -0,1 | 0,4 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,4 | 0,4 | 0,3 | -0,1 | 0,1 | 0,0 | -0,1 |
| Sancciones | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | -0,2 | 0,2 | 0,3 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,0 |
| Evento Concesiones | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,0 | 0,2 | -0,1 | 0,0 | 0,2 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,2 |

Datos de correlación de variables con eventos correspondientes al año 2018.

En cuanto a los datos recogidos para el año 2018, se puede ver que cuando Corea del Norte realiza Acuerdos ($r=0,5$) con aliados y cuando EEUU aborda la problemática de Corea del Norte con Aliados ($r=0,5$) los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump tienen un enlace con la estrategia Información Relevante. Se pudo registrar que cuando Corea del Norte emite amenazas contra EEUU, la correlación positiva se encuentra altamente en la proyección de Hard Power ($r=0,8$) y la temática Geográfico ($r=0,8$). Por otra parte, cuando Corea del Norte inicia conversaciones con otros países (que nos son EEUU) para abordar el conflicto, existe una asociación con la proyección de Hard Power ($r=0,6$). Con llegada a amplitud de variables, cuando ocurrió el encuentro entre Donald Trump y Kim Jong-un, se descubrió una afinidad de este evento con la proyección de Soft Power ($r=0,6$) y un tono Mediática ($r=0,7$). Además, se presentó una conexión con la estrategia de Comunicación Interpelativa ($r=0,7$), Comunicación Personalizada ($r=0,7$) y cooperación ($r=0,5$). En cuanto a las temáticas, hubo correlación con Diplomáticos ($r=0,5$), Económicos ($r=0,6$), Militares ($r=0,6$) y Sociopolíticos ($r=0,6$).

Gráfico 36:



Regresión de proyección de Hard Power y evento Amenaza correspondiente al año 2018.

Tabla 7:

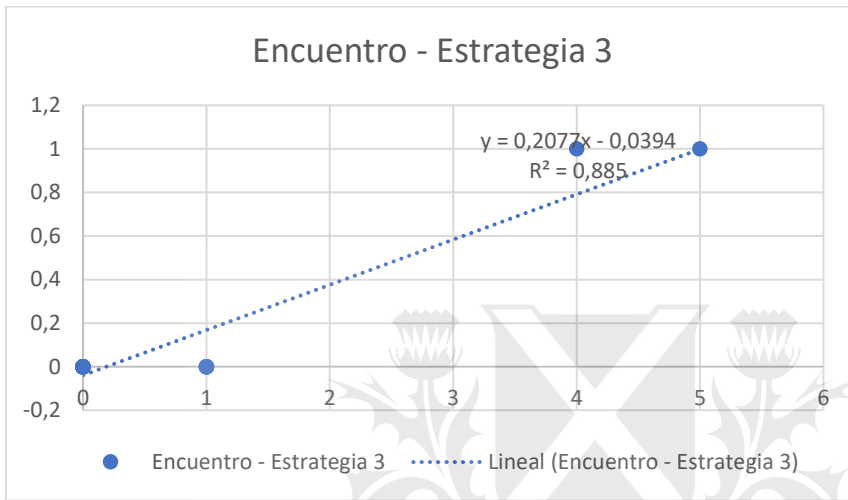
| | Power | | Tono | | Estrategia | | | | | | Tema | | | | | |
|----------------|-------|------|-----------|---------|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | Hard | Soft | Mediática | Pública | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | d | e | m | g | o | s |
| Alivio | 0,0 | -0,2 | -0,2 | 0,0 | -0,2 | -0,1 | -0,2 | 0,3 | -0,1 | -0,2 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 |
| Amenaza | 0,0 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | -0,2 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | 0,0 |
| Contacto | 0,0 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | -0,2 | 0,0 | 0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,0 |
| Encuentro | 0,4 | 0,9 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,7 | 0,9 | 0,1 | 0,9 | 0,7 | 0,8 | 0,4 | 1,0 | 0,4 | -0,1 | 0,7 |
| Evade | 0,0 | -0,1 | -0,2 | 0,1 | -0,2 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,0 |
| Fuerza USA | 0,1 | 0,0 | -0,2 | 0,1 | -0,2 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | 0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,4 | 0,0 |
| Invitación | -0,2 | 0,0 | 0,2 | -0,3 | 0,2 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | -0,2 | 0,1 | -0,1 | 0,2 | -0,1 | -0,3 | -0,1 | -0,1 |
| Invitación USA | -0,2 | 0,0 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | 0,0 |
| Prueba | 0,1 | -0,2 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | -0,3 | -0,1 | -0,2 | -0,2 | -0,2 | -0,2 | 0,0 | 0,1 | -0,1 |
| Sancciones | -0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,0 | 0,6 | 0,3 | 0,4 | 0,1 | 0,4 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | 0,0 |
| Concesiones | -0,2 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | -0,2 | -0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | 0,0 |
| Evento | | | | | | | | | | | | | | | | |

Datos de correlación de variables con eventos correspondientes al año 2019.

En tanto, en el 2019, nuevamente encontramos que cuando sucedió el evento Encuentro, el cual representa las reuniones entre Kim Jong-un y Donald Trump, se demostró una relación en amplias variables. Es así que hubo vinculación con la proyección de Soft Power (r=0,9) y, curiosamente, con ambos tonos Pública (r=0,8) y Mediática (r=0,7). En cuanto a las estrategias, existió conexión con Comunicación Interpelativa (r=0,7), Comunicación Personalizada (r=0,7) y Uso de Sentimiento (r=0,9). El nexos con las temáticas se dio en Diplomáticos (r=0,9), Militar (r=1) y Sociopolítico (r=0,7). Por otra parte, cuando se

anunciaron o aplicaron las sanciones a Corea del Norte, impulsadas por EEUU, los tuits tuvieron correlación con la proyección de Soft Power ($r=0,5$) y la estrategia de Uso de Sentimiento ($r=0,6$).

Gráfico 37:



Regresión evento Encuentro y estrategia Uso de Sentimiento correspondiente al año 2019.

Tabla 8:

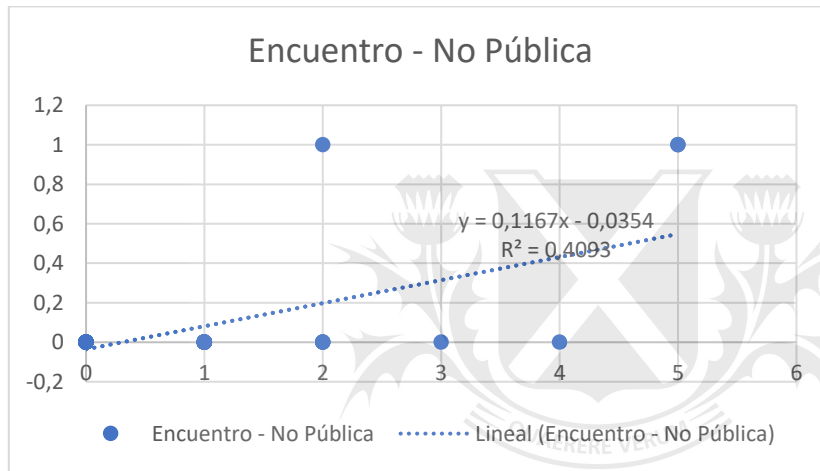
| | | Power | | Tono | | Estrategia | | | | | | Tema | | | | | |
|--------|----------------|-------|------|-----------|---------|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | Hard | Soft | Mediática | Pública | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | d | e | m | g | o | s |
| Evento | Acuerdo | -0,1 | 0,3 | -0,1 | 0,2 | -0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,0 | 0,3 | 0,2 | -0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,0 | 0,2 |
| | Aliados | 0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,2 | -0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,0 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,2 | -0,1 | 0,0 | 0,1 |
| | Alivio | -0,1 | 0,0 | 0,0 | -0,1 | 0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | -0,1 | 0,1 |
| | Amenaza | 0,5 | -0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,0 | 0,4 | 0,2 | -0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,4 | 0,1 | -0,1 | 0,3 |
| | Contacto | -0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | -0,2 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,1 |
| | Conversaciones | 0,1 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,2 | 0,2 |
| | Encuentro | 0,0 | 0,7 | 0,6 | 0,4 | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 0,0 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,0 | 0,5 |
| | Evade | 0,0 | 0,0 | -0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,1 | 0,0 | -0,1 |
| | Fuerza USA | 0,0 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | -0,1 |
| | Invitación | -0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,2 | 0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 |
| | Invitación USA | 0,0 | -0,1 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | -0,1 |
| | Prueba | 0,1 | -0,3 | 0,0 | -0,2 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,2 | -0,2 | 0,0 | -0,1 | 0,1 | 0,2 | -0,1 |
| | Prueba nuclear | 0,3 | -0,1 | -0,1 | 0,2 | -0,1 | 0,1 | -0,1 | 0,0 | 0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| | Sanciones | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | -0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,1 |
| | Concesiones | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |

Datos de correlación de variables con eventos correspondientes a los años 2017, 2018 y 2019.

El análisis de correlación aplicado a los tres años en conjunto revela que cuando suceden amenazas por parte de Corea del Norte a EEUU, existe un vínculo con la proyección de Hard Power ($r=0,5$) en los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump. En cuanto a los

Encuentros ocurridos entre Kim Jong-un y Donald Trump, la asociación se hizo presente en la proyección de Soft Power ($r=0,7$) y el tono Mediática ($r=0,6$). Además, hubo con las estrategias Comunicación Interpelativa ($r=0,7$), Comunicación Personalizada ($r=0,6$), Uso de Sentimiento ($r=0,7$) y Cooperación ($r=0,5$). Con las temáticas, la correlación estuvo con Diplomático ($r=0,6$) y Sociopolítico ($r=0,5$). 2

Gráfico 38:



Regresión evento Encuentro y tono Mediática correspondiente al año 2017, 2018 y 2019.



11.2. Pregunta 1

¿Cómo fue utilizada la cuenta de Twitter @realDonaldTrump durante las negociaciones con Corea del Norte en el conflicto por el desarme nuclear tomando el periodo entre principio del 2017 y fin del 2019?

La estrategia diplomática que presentó @realDonaldTrump en Twitter se transformó a lo largo de los tres años que duró el estudio. En primer lugar, durante el 2017, se proyectó un alto gran nivel de Hard Power e impersonalismo en el tono. En 2018, se pasó a proyectar una mayor cantidad de Soft Power e incitó a un acercamiento entre las partes. Finalmente,

el 2019 pareció ser una fusión, en cuanto a poder, de los previos dos años que incluyó un significativo acercamiento a lo personal entre los líderes.

El 2017 fue un año con un alto nivel de agresión entre las partes, caracterizado por la búsqueda de poder explícito y la desconfianza, que incluyó múltiples pruebas balísticas de misiles y una bomba atómica por parte de Corea del Norte. En respuesta, Estados Unidos presentó una postura de no retroceso y respondió al plan armamentístico norcoreano mayormente con la proyección de Hard Power. La estrategia implementada en Twitter tuvo por objetivo convencer a Corea del Norte de abandonar su carrera armamentística mediante amenazas respaldadas por la proyección del poder económico y militar de EEUU. Apoyado en los recursos tangibles de su país, @realDonaldTrump no solo celebró las sanciones impuestas al régimen, sino que también se mostró dispuesto a entrar en guerra nuclear con tal de detener el plan atómico de Corea del Norte. De esta forma Donald Trump, al inicio de su gestión, descartó la posibilidad de paz y cooperación con la dictadura estableciendo un marco férreo para la futura negociación. Cabe mencionar que la proyección de Hard Power previo al ensayo nuclear fue casi el doble, cuando la intensidad bajó a menos de mitad. Se supone que esto se debe probablemente al reconocimiento de que la estrategia en curso no era adecuada o al hecho de tener que responsabilizarse de las advertencias previamente lanzadas frente a lo ocurrido. Esta intención de influenciar a Kim Jong-un, mediante la proyección de Hard Power, utilizó la DM y DP, esta última en mayor medida, para dirigir el efecto de su estrategia.

Con el fin de presentar a Corea del Norte como un problema para la seguridad internacional e influenciar la opinión pública de los países con intereses en el conflicto, @realDonaldTrump utilizó la rápida difusión de Twitter para dar a conocer sus argumentos y visibilizar el asunto mediante la DP. De igual forma, este tipo de diplomacia sirvió para explicar cómo las gestiones gubernamentales previas cometieron errores al subestimar a

los norcoreanos y se valió de estrategias como comunicación personalizada para explicar el origen del problema desde su visión. Este último punto echó luz sobre el rol de China en el conflicto y exigió el fin de su ayuda al régimen como requisito para terminar el plan nuclear norcoreano.

Por otro lado, la DM sirvió para ejercer una diplomacia coercitiva, implementando estrategias como Uso de Sentimiento y Comunicación Interpelativa, para enviar mensajes a Kim Jong-un, cargados de emocionalidades negativas, con el objetivo de dañar su reputación, cuestionar su accionar y hacerlo responsable de una posible guerra nuclear. Este uso doble de la diplomacia permitió proyectar el Hard Power utilizando a la audiencia mundial como plataforma y dirigido a Kim Jong-un y a la cúpula que toma decisiones. Por un lado, se trató de reducir las opciones de Corea del Norte y por el otro se ejerció presión para que opte por abandonar su armamento nuclear. Con respecto a quién estaban dirigidos los tuits, los resultados demostraron que durante las semanas de mayor tensión del 2017 Trump optó por una estrategia de DP. Probablemente para demostrarle al mundo que aún retenía el control de la situación y que estaba dispuesto a ir hasta las últimas consecuencias contra Corea del Norte, valiéndose de la credibilidad obtenida en los costos de audiencia. Siempre agregando esa pizca de imprevisibilidad y suspenso que caracterizaron frecuentemente a los tuits de Donald Trump.

Las tres estrategias diplomáticas más relevantes fueron Comunicación Personalizada, Transparencia e Información Relevante, y los tres temas más importantes fueron Militar, Diplomático y Económico, respectivamente. La implementación principal de Comunicación Personalizada, le permitió a @realDonaldTrump realizar su recorte de la realidad y brindar los recursos para el priming. Además, le concedió mantener su estilo informal y potenciar la credibilidad de sus argumentos al combinar tuits instantáneos sobre lo que acontece en el mundo de la diplomacia, para generar la idea de un progreso en las negociaciones.

La implementación de Información Relevante le permitió brindar verosimilitud a sus mensajes valiéndose de datos duros, retuits y citas para expresar su diplomacia. Esta última estrategia fue de especial utilidad previo y durante el ensayo nuclear, entre las semanas 32 y 36, donde se intentó explicar la amenaza que genera Corea del Norte para el mundo desde la visión de los medios y especialistas en el tema. En cuanto al Uso de Sentimiento, se utilizó como estrategia para potenciar, a través de la emotividad, las posiciones presentadas en Twitter por Donald Trump. Desde otro ángulo, para brindar una mayor idea sobre el avance para la solución del problema, la estrategia de Transparencia y el tema Diplomacia reunieron los tuits que reflejaron la labor con agentes nacionales e internacionales para coordinar las acciones frente al asunto.

El desacuerdo constante entre las partes se reflejó en la agenda de @realDonaldTrump que estuvo reservada principalmente para referirse a temas bélicos: Tanto a las pruebas militares de Corea del Norte, como a la posible respuesta armada de Estados Unidos. En esa misma línea, el tema Económico fue presentado para mostrar la posición de Trump, a favor de las sanciones y en contra de la ayuda por parte de China. Ambos temas integraron la estrategia que tuvo por prioridad proyectar el Hard Power frente a determinadas actitudes de Corea del Norte para conseguir resultados en el corto plazo. En esta construcción de la imagen del régimen, el tema Sociopolítico se utilizó en tuits para victimizar a la población norcoreana frente a la crueldad del régimen. De esta forma se brinda un nuevo argumento para alinear los esfuerzos internacionales en contra de Corea del Norte.

El único espacio que tuvo la proyección de Soft Power en la estrategia de este año fue, llegando casi a su final, para abrir una pequeña posibilidad de dialogo; siempre y cuando Corea del Norte esté dispuesta a trabajar por la paz. En esta se compartieron los ideales y deseos de una península libre, seduciendo a Corea del Norte con una posible salida del conflicto a través de la colaboración. De esta forma se amparó en los recursos intangibles

para influenciar el comportamiento de Corea del Norte abriendo la posibilidad de Cooperación y se presentó el objetivo de desnuclearización de Estados Unidos como la única forma en que el régimen podría alcanzar la paz. Cabe recalcar que la estrategia de Cooperación durante este año fue casi nula.

Durante el 2017 encontramos que existió una conexión directa entre las amenazas de Corea del Norte y la proyección de Hard Power, la DM y el uso de Información Relevante por parte de Estados Unidos. Esta relación con el Hard Power fue expuesta a partir de la dura postura de Trump al redoblar las amenazas e impulsar las sanciones para Corea del Norte cuando esta se mostró desafiante. En cuanto a la DM, quedó en evidencia en la interpelación directa a Kim Jong-un sobre su responsabilidad en el asunto y las consecuencias de sus actos. La conexión con Información Relevante es notoria cuando @realDonaldTrump exhibió datos y fuentes autorizadas para presentar a Corea del Norte como una amenaza a la seguridad Internacional. Estas intimidaciones norcoreanas se hacen más visibles cuando Corea del Norte devela tener la capacidad de miniaturizar una ojiva nuclear, para introducirla en un misil de largo alcance, y cuando efectivamente testea su sexta bomba nuclear. El tema predominante en los mensajes durante estos acontecimientos fue reservado para los de carácter militar.

La correlación entre la proyección de Hard Power con el tema Militar y la DP, expuso la intención de Donald Trump de presentar a Corea del Norte como una amenaza para el mundo y manifestar estar dispuesto a ir a la guerra si es necesario. La interrelación manifiesta el clima de enfrentamiento entre las partes y el objetivo de hacer público el asunto. La relación con Militar sugiere que el principal recurso tangible que respaldó a la proyección de Hard Power fueron las armas, más que lo económico. Por esta línea, la conexión entre DP y el tema Militar manifiesta el propósito de demostrar el poderío militar estadounidense y destacar las transgresiones norcoreanas. La primera parte tuvo el

propósito de establecer una postura de “no retroceso” en las negociaciones, y el segundo intentó transmitir una imagen negativa frente a los agentes internacionales, presentando a Corea del Norte como un enemigo común a refrenar.

La correlación existente entre la estrategia de Comunicación Personalizada y DP demostró que parte de la estrategia diplomática de Donald Trump se basó en aprovechar la publicidad de Twitter para explicar el rol de las fuerzas intervinientes en el conflicto. Tanto como para culpar la diplomacia de gestiones anteriores, como para exponer cuando China está colaborando con el objetivo de desnuclearizar la península. También, esta relación se manifestó cuando @realDonaldTrump le ofreció a Corea del Norte las razones históricas por las cuales debería respetar a Estados Unidos y como afectaron las sanciones al régimen.

El alto grado de correlación entre la DM con la estrategia de Comunicación Interpelativa quedó revelado cuando Trump posteo tuits dirigidos directamente al líder norcoreano para llamarle la atención sobre el manejo de su armamento nuclear y para anunciarle las consecuencias directas de su accionar. Además, fue un método implementado para dañar la reputación de Kim Jong-un atacándolo verbalmente, reduciendo su importancia y ridiculizándolo.

En un año de enfrentamientos, la única implementación de la estrategia de Cooperación quedo correlacionada con Transparencia, a partir de la visita de Donald Trump a Corea del Sur y su participación en el llamamiento de la Asamblea Nacional donde el mandatario estadounidense abrió una posibilidad de dialogo con Corea del Norte para trabajar por la paz en la península. También, el estudio detectó que cuando Donald Trump se reunió o entabló conversaciones con aliados sobre el conflicto nuclear con Corea del Norte, apareció una correlación con la estrategia de Cooperación y Transparencia. Esto hace suponer el interés de @realDonaldTrump en visibilizar el alineamiento de los aliados en la campaña

de desnuclearizar a Corea del Norte y hace suponer que el mandatario estadounidense fue en parte influenciado por sus pares para buscar alternativas pacíficas.

En 2018, la proyección de poder se revierte reflejando la dinámica de la relación entre los dos líderes. Los intentos de acercamiento y la conclusión de un primer encuentro entre Kim Jong-un y Donald Trump dejan a la proyección del poder de atracción, Soft Power, muy por encima de la influencia por amenaza, Hard Power. Como podía esperarse, el clímax se alcanzó con el encuentro en Singapur. Los intentos de aproximación a EEUU iniciados por Corea del Norte para hablar de desnuclearización, potenciado por la liberación de tres prisioneros y el alto en las pruebas militares, y los diálogos entablados con Corea del Sur hicieron que EEUU implementara una estrategia basada en su poder de seducción para condicionar al régimen. La presentación de objetivos comunes, la posibilidad de integración, la confianza anticipada, la colaboración a partir de la institucionalización de un marco bilateral de reuniones, el respeto y el reconocimiento a Corea del Norte y su líder Kim Jong-un, sirvieron como base para brindar soporte a la estrategia de Soft Power en Twitter. Estos recursos intangibles se presentaron para atraer a Corea del Norte hacia el camino de la desnuclearización propuesto por Donald Trump. El mandatario estadounidense intentó transformar y transferir la conceptualización del conflicto de “problema” a “oportunidad” con la intención de cambiar los deseos norcoreanos y orientarlos a buscar el progreso del país a través del abandono de su armamento nuclear. El estudio detectó la existencia de una correlación entre la proyección de este poder, la DP, las estrategias Comunicación Personalizada y Cooperación y el tema Diplomático. Esta se puso de manifiesto en la producción de contenido que visibilizó el progreso en las negociaciones, celebró el compromiso entre las partes para trabajar por la paz, transmitió el deseo de un futuro en paz, estableció un marco de buena fe y entendimiento, defendió los argumentos que favorecen un acuerdo y explicó, desde la visión de Trump, cómo se comportan los agentes

internacionales y porqué conviene la desnuclearización. Todos estos elementos representan los bienes inmateriales desde donde el Soft Power obtuvo su poder de influencia.

Sin embargo, al inicio del año, en las semanas que ocurrieron amenazas por parte de Corea del Norte, se registró una mayor proyección del poder coercitivo. La fuente de Hard Power fue el armamento nuclear estadounidense, sentando un clima de desconfianza y competición de fuerza entre los Estados. Además, a lo largo del 2018, este poder se vio representado a partir del compromiso con las sanciones, hasta que Corea del Norte abandone su plan, y el recuerdo de las capacidades militares de Estados Unidos para mantener a los norcoreanos alineados. Este poder tuvo relación con el tema Geográfico al presentarse en el momento que se referenció la importancia de la península en un contexto de presión militar.

En cuanto al tono implementado, la destrucción del sitio de pruebas y la materialización de la cumbre en Singapur dio lugar a una mayor utilización de Twitter como herramienta de DM. En 2018 se registró una mayor frecuencia en la apelación directa por parte de Trump hacia el líder norcoreano. Este tipo de diplomacia alcanzó, en las semanas de los hechos mencionados, niveles casi iguales a los de la DP. Remarcamos que previo a esto y al principio del año, @realDonaldTrump había continuado su estrategia de difamación e intimidación dirigida a Kim Jong-un. Tras el acercamiento, Donald Trump comenzó a dirigirse al líder norcoreano, mediante Twitter, para intentar construir una relación personal en buenos termino y elogiar y agradecer su buena fe de trabajo en las negociaciones por el abandono del armamento atómico. A través de este tono esperó condicionar su accionar, restaurar su imagen, transferirle valores del estadounidense, concientizar sobre la responsabilidad histórica y transferirle argumentos que justifiquen la colaboración para conseguir los objetivos presentados por Estados Unidos. Todo esto, en parte, para construir

relaciones bilaterales a partir de la confianza. La presentación de argumentos referidos a las mejoras para el pueblo norcoreano, las ventajas de la ubicación geográfica, la celebración de paz durante el 70° aniversario de Corea del Norte y la posibilidad de acercamiento entre las dos Coreas, hicieron que exista una correlación con los temas Geográfico y Sociopolítico.

Por otra parte, la DP implementada trató de presentar a Corea del Norte y al mundo un Estados Unidos duro como negociador, pero abierto a dialogar si la opción de abandonar el armamento nuclear está sobre la mesa. La publicidad en la celebración de las concesiones, las percepciones positivas sobre el avance hacia un acuerdo y la expectativa de un futuro en paz y seguro, beneficioso para ambos bandos, sirvieron para generar el contenido de esta estrategia, logrando una correlación con el tema Diplomático. También, la velocidad de Twitter permitió mostrar los eventos diplomáticos para generar una sensación de progreso y transparentar la idea de alineamiento entre los aliados frente a la solución del conflicto. Gracias a la exposición propia de la red de microblogging esta fue utilizada, incluso, para defender sus argumentos de los ataques internos y explicar porque existen avances en la negociación, protegiendo la credibilidad de su postura para con el mundo y Corea del Norte. Estas demostraciones públicas hicieron que exista correlación entre la DP y la estrategia de Comunicación Personalizada al generar contenido que expone la función que tienen los agentes internacionales como China, Japón y Corea del Sur dentro del conflicto. En esta línea se implementó un estilo informal para explicar los orígenes del problema, culpando a gestiones gubernamentales anteriores (y por momentos a China), y que se necesita para que ocurra la cumbre de Singapur. Además, el emparejamiento se manifiesta cuando @realDonaldTrump explica al mundo porqué Corea del Norte ya no es más una amenaza y al ofrecer las razones por las que el acercamiento bilateral no tiene costo para Estados Unidos; especificando que los ejercicios conjuntos con Corea del Sur

se detendrán por cuestiones económicas y que pueden volver si es necesario. De esta forma, se aporta luz sobre el contexto de las decisiones y los eventos diplomáticos.

La estrategia de **Comunicación Personalizada, Cooperación y Transparencia implementadas, también a la cabeza durante el 2018**, se utilizaron principalmente para explicar los beneficios y lo que significaría para el mundo (y para los norcoreanos, en particular) la transformación de Corea del Norte al deshacerse de su armamento nuclear. Tanto de forma abierta, como en mensaje directo a Kim Jong-un, estas cobraron mayor protagonismo, durante la semana de la cumbre en Singapur. A partir de la incorporación de mayor cantidad de material multimedia, Transparencia permitió a @realDonaldTrump generar visibilidad y credibilidad a su diplomacia offline, gracias a la rápida difusión de los tuits, exponiendo los procesos que intervienen en la negociación y el rol de los agentes internacionales. En este último punto, se hace hincapié en el contenido que hace referencia a la ayuda y el daño al progreso de las negociaciones generado por China. Cuando se manifestó de forma positiva, esta estrategia permitió transmitir una imagen de entendimiento entre las partes para generar expectativa sobre la resolución del conflicto.

Obteniendo su mayor expresión durante la firma del documento en la cumbre de Singapur, Cooperación fue la estrategia con la cual @realDonaldTrump transmitió los avances en las negociaciones y el respaldo de Rusia, China, Corea del Sur y Japón a favor de un alto en las pruebas nucleares y al acuerdo de paz con Corea del Norte. A modo de control, la cuenta hizo seguimiento de las concesiones norcoreanas y las intenciones de colaboración entre las partes. En cuanto a este último punto, se destacó la mejora en la relación y la confianza entre Kim Jong-un y Donald Trump, así como el objetivo mutuo de trabajar por la paz. De esta manera, se utilizó Twitter para atraer a Corea del Norte a un entorno de aceptación e influenciar su percepción sobre el conflicto para lograr el abandono de su armamento

atómico. Estos elementos hicieron que se produzca una relación directa con el Soft Power y el tema Diplomático.

La estrategia principal del 2018, Comunicación Personalizada, se basó en compartir recursos para el priming del receptor, explicando los argumentos desde la visión de Donald Trump con el objetivo de generar una reacción positiva o negativa según lo deseado. Así, la presentación de las reuniones y diálogos y el rol que cumplieron los mandatarios en la solución del conflicto, estuvieron acompañados de una aclaración contextual y calificativa para hacer el recorte deseado. Además, en combinación con Comunicación Interpelativa, esta herramienta se utilizó para presentar a Kim Jong-un los motivos correctos, según Trump, para fundamentar la opción del camino a la desnuclearización y recordó la responsabilidad y el impacto de sus decisiones, en un intento de concentrar la presión sobre el individuo.

En esta línea, Comunicación Interpelativa, elogió y agradeció las acciones del líder norcoreano, aun cuando este no tenía participación directa al evento mencionado en el contenido. Este depósito de confianza y transmisión de marco conceptual, tenía la doble intención de mejorar el vínculo personal entre los líderes, para favorecer las condiciones en la negociación, e inclinar a Jong-un hacia la opción que conviene a Estados Unidos. Esta intención es reforzada por la alta correlación de la estrategia con la DM, evidenciable en los ánimos de @realDonaldTrump para que Kim Jong-un tome la decisión “correcta” y en la mención de su responsabilidad para lograr la paz. En esta línea, el mandatario estadounidense deja en claro que tienen una buena relación con el autócrata y valora que el líder mantenga su palabra. Cabe mencionar que previo al acercamiento, estas tácticas sirvieron también para intimidar a Kim Jong-un y frenar sus amenazas. Comunicación Interpelativa también se encontró conectada a los temas Sociocultural, Geográfico y Militar. En cuanto a los dos primeros, esta correlación se originó con la presentación de los

beneficios que el dictador podría generar para el pueblo norcoreano, si accede a finalizar su plan nuclear, y en su deber de traer paz a la península. En cuanto al tema Militar, esta se hizo evidente en la presión armamentística para disuadir el comportamiento de la cúpula norcoreana, anterior a que se detengan las demostraciones de fuerza. De igual forma los agradecimientos por considerar abandonar su plan atómico, en referencia al armamento, y la posibilidad latente de que si no hay acuerdo Estados Unidos podría presionar restaurando los ejercicios militares con Corea del Sur, hicieron que la correlación crezca.

Para acentuar la confianza y el vínculo “amistoso” con Kim Jong-un y resaltar los beneficios de tener una península en paz, se utilizó la estrategia de Uso de Sentimiento. Esta tuvo por objetivo enaltecer y aportar épica al posible acuerdo, y transmitir positividad para generar una predisposición más abierta frente a las negociaciones. Del mismo modo, la estrategia sirvió para añadir convicción emocional cuando fueron utilizadas en mensajes coercitivos. En cuanto al uso de Información Relevante, aportó credibilidad, con datos y citas de fuentes autorizadas, e intento aportar pruebas para respaldar los avances posteriores a la cumbre en Singapur.

Los acercamientos entre los dos países, el inicio de los diálogos y el encuentro final, hicieron que el tema Diplomático ocupe un 65% de la totalidad de tuits emitidos durante ese año. La presencia se vio en el contenido que reflejó la cooperación con agentes nacionales e internacionales para solucionar el conflicto, y luego la oportunidad, de traer paz a la península a partir de la remoción de las armas nucleares. Además, el tema hizo hincapié en la buena relación entre Kim Jong-un y Donald Trump como uno de los movilizadores del acuerdo. La temática Militar fue la segunda en importancia, dado que el pedido de desnuclearizar se mantuvo vigente en todo momento y los tuits hicieron una mención pasiva del armamento estadounidense como inhibidor de la agresión norcoreana. De forma

positiva, este tema se presentó para exponer la supresión de los ensayos balísticos y celebrar, gracias a la intervención de Trump, haber evitado una posible guerra nuclear.

En comparación con el año pasado, la categoría Sociopolítico ascendió al tercer puesto, consecuencia de las referencias al sufrimiento del pueblo norcoreano frente a la opresión y el reconocimiento de una posible integración de Corea del Norte a la comunidad mundial, si acepta terminar con su plan nuclear. El crecimiento de este tema se alimentó también de las esperanzas planteadas por @realDonaldTrump, de lograr una península segura, libre y en paz. Otro tema, el Geográfico, tuvo lugar en la mención del lugar estratégico que ocupa la península coreana en el mundo y como esto permitiría un rápido crecimiento en un contexto de apertura.

En cuanto a los eventos, cuando Corea del Norte realizó acuerdos con otros países o EEUU abordó el conflicto con aliados, la estrategia conectada fue Información Relevante. Esto demuestra la existencia de una estrategia basada en el apoyo en datos duros y fuentes relevantes para respaldar y visibilizar el avance en las negociaciones entre las partes. Por otro lado, cuando se produjeron amenazas por parte del régimen, se dio una correlación con el Hard Power y tema Geográfico ligado a las demostraciones de poder estadounidense y el apoyo a mantener las sanciones, en un contexto que valorizó la localización estratégica de la península.

Previo al acercamiento entre las partes, los diálogos que mantuvieron los norcoreanos con Corea del Sur se dieron en un contexto en el cual Estados Unidos aún mantenía una postura beligerante frente al régimen. Lo que explica la correlación existente entre Conversaciones y Hard Power.

Finalmente, cuando ocurrió la cumbre de Singapur se detectó una amplia correlación con Soft Power, DM, las estrategias Comunicación Interpelativa, Comunicación Personalizada

y Cooperación y los temas Diplomático, Económico, Militar y Sociopolítico. La relación con el Soft Power se produjo a partir de la abundante proyección de este poder durante la semana en la que @realDonaldTrump emitió contenido para seducir con ideales, crear un clima de colaboración, transferir valores y constituir un marco institucional a partir de la Cumbre. La DM tiene su razón mediante el depósito de confianza y agradecimiento en la labor de Kim Jong-un. Esta correlación guarda conexiones con Comunicación Interpelativa donde se invita a líder norcoreano a tomar la decisión que garantiza la paz, elogiándolo y elevando su reputación. Por otro lado, Comunicación Personalizada participa al estar presente en contenido que explica cómo se beneficiará Corea del Norte luego de que abandone su armamento nuclear. En esta línea, Cooperación reafirma la intención de colaboración a favor del dialogo y el trabajo coordinado hacia un objetivo común. En cuanto a los temas, Diplomático se manifiesta en la serie tuits que se refieren al armado de la cumbre, al registro durante y a la recapitulación posterior. Con Económico se explica a partir de la intención de mantener las sanciones hasta que el abandono de las armas nucleares se haga efectivo y con la expectativa de un despegue económico a partir de esto. En relación al tema Sociopolítico, este encuentra la conexión tomando en cuenta los beneficios que traerá para el pueblo norcoreano una península libre, en paz y unida. Finalmente, Militar se relaciona por el motivo del encuentro en sí que es lograr que Corea del Norte abandone su armamento atómico.

El enfriamiento de la relación entre Corea del Norte y Estados Unidos, ocurrido durante el 2019, mermó la proyección de Soft Power en la estrategia de Twitter, pero no fue suficiente para revertir la tendencia del año pasado. La cohesión se mostró por encima de la coerción con un notable 70%, priorizando la influencia por atracción para dirigir a Corea del Norte por el camino de la desnuclearización. La presentación de la idea de una península en paz, en la que los norcoreanos se benefician de la integración al mundo y Kim Jong-un se

destaca como líder al ser ejecutor de este plan, genera los recursos intangibles para alimentar este poder. En esta línea, acompañó la presentación de contenido que hizo referencia a la colaboración entre las partes para terminar el conflicto, a la confianza depositada entre los líderes y a la planificación y exhibición del encuentro en Hanoi y en la Zona Desmilitarizada de Corea. Estos dos encuentros fueron los puntos máximos en el que se proyectó este poder. El grado de colaboración llega a tal punto que, en combinación con la DM, Trump transfiere propiedades del accionar de Kim Jong-un al Estado para defender el comportamiento de Corea del Norte a partir de la buena relación que tiene con el autócrata. Por este motivo, el Soft Power presentó una correlación con este tono. Pero también debido a que, la cuenta de Twitter, sirvió para expresar sus deseos de ver a Kim Jong-un nuevamente, mostrarse de acuerdo con él, animándole a hacer una decisión “sabia”, y para ofrecerle su ayuda en el despegue económico de Corea del Norte, luego de abandonar su arsenal atómico. En esta línea, se correlaciona con ambas variables, la estrategia de Comunicación Interpelativa debido a la presencia de contenido que elogia al líder en su supuesta comprensión de lo que significaría este cambio histórico para su nación. También, se produce en la presentación de una relación amigable y de honor con Kim Jong-un, al punto que agradece las disculpas que ofreció el líder norcoreano por los ensayos con misiles. Asimismo, las constantes manifestaciones positivas de colaborar con el régimen para lograr la desnuclearización y las abundantes menciones a la labor de sus funcionarios en las relaciones internacionales, hacen que además exista un vínculo con la estrategia de Cooperación y el tema Diplomático. Obviamente, la correlación de estas variables se ven potenciadas por los dos encuentros del año y las celebraciones de avances hacia un acuerdo.

Más allá que Trump intentó minimizarlo, no hay que olvidar que este fue el año en que Corea del Norte reanudó sus pruebas con misiles y presentó la amenaza de una “Sorpresa

Navideña". Sin embargo, la proyección de Hard Power, por @realDonaldTrump, actuó para acompañar la política de Soft dando forma al Smart Power. El mandatario presentó, que, si bien estaba interesado en la solución pacífica del conflicto, aún quedaban las opciones de las sanciones y las demostraciones de fuerza si eran necesarias.

Por otro lado, se detectó un crecimiento notable del uso de la DM, llegando a ocupar casi la mitad de los tuits emitidos, expresando una intención de llevar la estrategia a un plano más personal y afable entre Trump y Jong-un; por lo menos desde el lado del estadounidense. Esto quedó evidenciado en la invitación directa, mediante Twitter, al líder norcoreano para encontrarse en la Zona Desmilitarizada de Corea. Este aumento en el uso de la red de microblogging como un canal directo de comunicación tiene una conexión con los encuentros cara a cara entre los líderes, y en la alusión a la buena fe de Kim Jong-un de forma proactiva, transmitiéndole un sentido de responsabilidad histórica para aprovechar la oportunidad de un acuerdo que puede traer grandes beneficios para Corea del Norte. Esto se intenta conseguir a través de la presentación de un marco conceptual para interpretar el conflicto en términos que favorezcan la visión estadounidense. Estos beneficios fueron planteados, en parte, desde la generación de un despegue económico, por lo que hizo que exista una correlación con el tema Económico. La investigación también presentó una relación entre la DM y la estrategia de Comunicación Interpelativa. Si se agrega la conexión con Cooperación, se hace visible una tendencia de que cuanto mayor es el contacto entre los líderes, mayor es el uso de @realDonaldTrump para comunicarse directamente con Kim Jong-un.

En tanto a la DP, se reveló una conexión con la intención de demostrar abiertamente lo que sucede en el mundo diplomático y transmitir entendimiento entre los Estados a partir de una supuesta cercana relación que mantienen los líderes. Este tipo de diplomacia intentó demostrar al mundo, mediante Twitter, el avance en las negociaciones para generar un

clima de optimismo en el ámbito de las relaciones bilaterales y ofrecer recursos para que los receptores interpreten las decisiones de Trump de forma positiva, combatiendo el pesimismo que negaba un posible acuerdo. Además, se utilizó para visibilizar la organización y realización de ambos encuentros y para presentar los argumentos por los que si Corea del Norte abandona su armamento atómico el mundo sería más seguro.

Desde el lado político, @realDonaldTrump presentó las relaciones bilaterales con Corea del Norte como un éxito, por haber evitado una guerra nuclear, y para alinear el accionar de los agentes internacionales a favor del plan de desnuclearización de la península. A su vez se presenta la posibilidad de un acuerdo como un momento de cambio histórico, en el que el mundo se beneficiaría por la paz en la región y el pueblo norcoreano de estabilidad y unidad con el sur. La forma en que se implementó la DP, devuelve una correlación cruzada con el tema Diplomático y Sociopolítico, las estrategias Uso de Sentimiento y Transparencia y la proyección de Soft Power.

Las estrategias implementadas en 2019 repiten el orden de preponderancia que los dos años pasados, prefiriendo respectivamente a Comunicación Personalizada y Transparencia. Nuevamente, la estrategia de Comunicación Personalizada se utilizó para explicar los beneficios provenientes de la renuncia de Corea del Norte a su armamento nuclear, pero también para referirse a consecuencias, presumiblemente bélicas, si no lo hace. De la misma manera, se expuso la importancia histórica de un posible acuerdo que traiga paz para las dos Coreas. Incluyó tuits relacionados a demostrar porqué la diplomacia de Trump fue adecuada y para presentar el rol que cumplen los agentes internacionales, como China, Japón y Corea del Sur, en las negociaciones con el régimen. Esta estrategia sirvió para exponer los motivos económicos por los que Trump decidió anunciar el fin de los ejercicios militares en conjunto con Corea del Sur y para expresa la mejora en la seguridad mundial a partir de que se detuvieron, por un momento, los ensayos balísticos norcoreanos.

En relación a este último punto, cuando efectivamente ocurrieron las pruebas con misiles de corto alcance, la estrategia fue implementada para explicar por qué estos no transgredían lo acordado y lo mucho que tiene Corea del Norte que perder si no busca un acuerdo. De este modo, la variable Comunicación Personalizada demostró una relación cruzada con los temas Militar y Sociopolítico.

No se notó un cambio notable en el uso de Transparencia en Twitter, pero hubo un incremento en la Comunicación Interpelativa producto, en parte, del tono personal que previamente discutimos. Este último funcionó para apelar al entendimiento con Kim Jong-un sobre las oportunidades económicas para su país y para presentarle las razones por las que se debería optar por la desnuclearización. De esta forma se intentó enaltecer la reputación del líder norcoreano a partir de su compromiso con la paz y el honor de respetar su palabra. La inclusión del tema Económico, como parte de la estrategia, generó que exista una conexión entre las variables.

En cuanto a Transparencia, se implementaron tácticas para brindar mayor credibilidad al progreso en las negociaciones y demostrar una actitud proactiva y de control, a partir de la exhibición de cómo se armaron y fueron las cumbres de Hanoi y la Zona Desmilitarizada de Corea. Se mostraron, de esta forma, los avances generados tanto por los mandatarios, como por los equipos diplomáticos de ambos bandos. En esta línea, Cooperación ayudó a mostrar el espíritu de colaboración presente en los acercamientos de los cuerpos diplomáticos.

Por otro lado, Uso de Sentimiento fue utilizado para cargar de emotividad positiva y entendimiento la relación con Kim Jong-un, como individuo, y para expresar la buena intención de las partes frente a acciones que pusieron en duda el avance hacia el acuerdo. También, sirvió para exaltar el peso histórico de la decisión y contrarrestar la negatividad proveniente de los ataques que denuncian un desalineamiento entre los Estados. La

efusividad demostrada por @realDonaldTrump, presente en el contenido relacionado a los encuentros con su contraparte, sirvieron para transmitir interés y confianza a los receptores sobre los avances en un posible acuerdo, lo que hicieron que exista una correlación con la estrategia Cooperación y el Soft Power.

La inclusión de datos precisos y palabras de terceros, valió para reforzar la idea de que el inicio del diálogo con Corea del Norte produjo una mejora en la seguridad internacional, y para fundamentar las explicaciones sobre el rol de los agentes extranjeros, con interés en la región, y nacionales en la solución del conflicto.

En cuanto a la relevancia de las temáticas presentes, el acercamiento nuevamente quedó reflejado en la predominancia del tema Diplomático, reforzado por los dos encuentros entre los líderes. El contenido relacionado incluyó las acciones diplomáticas con aliados para tratar el conflicto. El segundo tema más usado fue Militar, justificado por las referencias a los ejercicios militares entre Corea del Sur y Estados Unidos, los ensayos balísticos de corto alcance ejecutados por el régimen y por el constante pedido de abandonar las armas nucleares. Por su parte, Económico figuró en los tuits relacionados al posible crecimiento económico alcanzado luego de la integración norcoreana al mundo y para referirse al alto en las sanciones propuestas por Departamento del Tesoro de Estados Unidos. El tema Geográfico se refirió a la importancia de la ubicación estratégica de Corea del Norte en el mundo y Otro hizo referencia a los problemas de política interna que afectan las negociaciones por la desnuclearización. Finalmente, Sociopolítico abarcó el contenido que presentó el acuerdo como una oportunidad de paz y unidad para el pueblo coreano, dando formas a los bienes intangibles. De este modo, la temática presentó correlación con el Soft Power.

En cuanto a los eventos, Encuentros, que condensa la cumbre de Hanoi y el encuentro en la Zona Desmilitarizada de Corea, presentó correlación con una gran gama de variables.

Con Soft Power, por utilizar recursos intangibles para influenciar en la voluntad de Corea del Norte. Con DM, por hablarle directamente a Kim Jong-un. Con DP, por presentar las cumbres como un éxito para el mundo. Con Comunicación Interpersonal, por destacar el rol del autócrata y elevar su reputación. Con Comunicación Personalizada, por explicar como la desnuclearización es una oportunidad de progreso para Corea del Norte. Con Uso de Sentimiento, por transmitir emotividad positiva a la relación de los líderes y demostrar entusiasmo frente a las negociaciones. Con Transparencia, por visibilizar y comunicar lo que aconteció en ambos eventos. Con Cooperación, por exhibir un ambiente positivo para la colaboración. Con Diplomática, por abarcar temas del trabajo en relaciones internacionales. Con Militar, por recordar que el motivo del encuentro es el abandono de armamento atómico norcoreano. Y Sociopolítico, por hacer referencia al momento histórico en el que se encuentran las dos coreas.

Por otro lado, las sanciones presentaron correlación con la proyección de Soft Power y Uso de Sentimiento. El estudio registró que durante este evento no se hizo mención del tema en Twitter, y la estrategia se focalizó en hacer referencia al encuentro en la Zona Desmilitarizada, lo que explica la extraña conexión.

11.3 Análisis de resultados

A partir de los resultados recogidos, es posible concluir que, en el periodo de análisis, cuando predomina el Soft Power y cuanto más amigable fue la relación entre Kim Jong-un y Donald Trump, mayor fue la intensidad en la emisión de tuits por la cuenta @realDonaldTrump. La investigación deja en evidencia que, en 2018, cuando tuvo lugar el primer encuentro de los mandatarios, la emisión de tuits fue la mayor de los tres años. A pesar de que en 2019 hubo dos encuentros, no se detectaron niveles de intensidad similares, probablemente debido al enfriamiento de la relación. Desde la perspectiva del poder proyectado en la estrategia diplomática de redes, el Soft Power tuvo una presencia

del 62%, mayor que el Hard Power. Los datos reflejaron el cambio radical en la twiplomacia de Donald Trump que en un principio mantuvo una relación coercitiva con Corea del Norte, incluyendo agresiones verbales al autócrata, para luego llevarla al diálogo cordial y afectuoso en un intento de seducir a Kim Jong-un. En el último año, la estrategia en Twitter encontró un mayor equilibrio porcentual entre las exhibiciones de poderes. Al disminuir el nivel de agresividad, esta transformación de Smart Power encuentra su lógica en el inicio del diálogo con Corea del Norte, luego de que esta se muestre abierta a abandonar su armamento nuclear, y en la actitud conciliadora de Donald Trump, para intentar influenciar a la nación objetivo a partir del poder emanado de recursos intangibles, como la integración y la transferencia de ideas.

Uno de los objetivos para entender como Donald Trump utilizó Twitter durante el conflicto con Corea del Norte, fue definir el tono utilizado en cada tuit. En la opinión del autor, esta fue una de las variables más difíciles de definir, ya que dependían de las sutilezas de la redacción y del contexto en que se producían. Como ya se explicó, la diferencia entre DP y DM radica, principalmente, en su finalidad. La primera tiene la intención de influir a una amplia audiencia para ejercer presión contextual, mientras que la segunda intenta establecer un canal de comunicación entre los líderes para buscar la presentación de argumentos y manipular de forma directa. Al analizar las variables, el uso de la DP fue superior al de la DM, probablemente porque el estilo de Twitter es abierto y naturalmente utilizado para impulsar este tipo de diplomacia. Lo que resultó interesante, fue ver que la implementación de la DM incrementó luego de que los mandatarios se encuentren personalmente. Este hecho quedó notablemente expuesto en el último año de análisis, por lo que podemos concluir que la red de microblogging sirvió, en parte, como un canal directo para comunicar el Despacho Oval con Pyongyang.

Para entender cómo fue utilizado Twitter, fue importante establecer las posibles estrategias que ayudaron a categorizar las acciones y las finalidades de cada tuit. Es por eso que se idearon seis categorías en base a estudios realizados previamente sobre temas vinculados. Las mismas intentaron abarcar la totalidad de los tuits y ser independientes una de las otras. A lo largo del estudio, se notó que el tipo de poder que se manifestó afectó la forma en que se empleó la estrategia. Si podemos establecer un ranking de implementación atribuido a los tuits emitidos por la cuenta @realDonaldTrump durante los tres años, los datos colocan a Comunicación Personalizada en primer lugar. El estudio demuestra que la estrategia que busca explicar los acontecimientos desde el punto de vista personal del mandatario estadounidense fue la más elegida. Lo cual parece coincidir con el estilo de retórica política implementada en los discursos y actividades de campaña por el presidente estadounidense que se hace mención en la bibliografía analizada. Además, le sirvió para presentar sus argumentos a las partes, para justificar sus decisiones, y dominar la agenda, brindando marcos conceptuales que facilitaron la recepción del mensaje intencionado por Trump. Transparencia en segundo lugar, reflejó la intención de visibilizar lo que sucede en el mundo diplomático. La misma parece haber tenido la función de presentar a Donald Trump con una actitud proactiva, para generar en la audiencia una sensación de progreso con el objetivo de mejorar el entorno para la negociación. Esta estrategia potenció la credibilidad de la acción diplomática a partir de la comunicación instantánea y apertura de los hechos. Comunicación Interpelativa y Cooperación compartieron el tercer puesto. La primera marcó una gran diferencia frente a cuando se combinaba con Hard Power y cuando lo hacía con Soft. En el momento que se aplicaba la coerción, la estrategia presentaba una actitud desafiante que trataba de rebajar a Kim Jong-un afectado su reputación y respondiendo las intimidaciones con amenazas. En cambio, durante la proyección de Soft Power las tácticas intentaron reivindicar la imagen del líder norcoreano y manifestaron un claro propósito de establecer un vínculo cercano entre los líderes que incite al acuerdo.

En cuanto a Cooperación, se intentó demostrar el deseo de trabajo en conjunto con Corea del Norte, indicar la afinidad en ideales, establecer un seguimiento de las concesiones a modo de control y manifestar avances con proyecciones a futuro de colaboración. Como ya mencionamos, esta estrategia únicamente puede estar presente con Soft Power. Por lo tanto, a medida que este poder se incrementó, esta estrategia tomo mayor relevancia.

Para brindar credibilidad a los hechos que beneficiaban los objetivos de Donald Trump, ocurridos durante el conflicto, la cuenta de Twitter se valió de datos concretos u opiniones calificadas para presentar la estrategia de Información Relevante. Esta ocupó el cuarto lugar en relevancia. De esta forma, Trump pudo destacar las transgresiones de Corea del Norte o justificar el avance en las negociaciones aprovechando la confiabilidad que emana de la utilización otras fuentes, evitando ser el único generador de información.

Finalmente, la estrategia con menor presencia fue Uso de Sentimiento para cargar de emotividad los tuits y engrandecer o reducir el contenido presentado. Durante la proyección de Hard Power, se pudo ver como se implementaron tácticas de agresiones verbales o grandilocuencias para acrecentar la coerción ejercida sobre Corea del Norte. Por el otro lado, al ser utilizada junto al Soft Power, fue empleada para enaltecer la reputación del mandatario y generar un clima de aceptación y positividad entre los Estados.

Es importante remarca la predominancia en el uso de Comunicación Personalizada y Transparencia a lo largo de los tres años y el desplazamiento de Información Relevante, para ser reemplazada por Cooperación. Esto parece demostrar la intención predominante de Donald Trump para presentar su visión y filtrar la información durante el conflicto, visibilizando las acciones diplomáticas, a modo de construir un ámbito ideal para influenciar a Corea del Norte. Por otra parte, a medida que el conflicto perdura en el tiempo, se hace notable el alejamiento de los datos duros para ser reemplazado por la voluntad ideológica de lograr colaboración entre ambas naciones.

En cuanto a los temas, no sorprende que en el agregado de los tres años Diplomático sea el que tiene mayor presencia, visto y considerando la mayor proyección de Soft Power previamente mencionada. Por su parte, la temática Militar ocupó el segundo lugar y, en el mismo sentido que la temática previa, fue la principal cuando se proyectó el Hard Power en 2017. Esto es ciertamente esperable dado que gran parte de la fuente de poder del Hard Power viene del armamento bélico.

Económico, una categoría más compartida, se ubica en el tercer puesto seguida por la categoría Sociopolítico, que definió cuestiones relacionadas al desarrollo de la sociedad civil y la cultura coreana. Económico, demostró una consistencia a través de los varios estilos estratégicos y fue utilizada de forma negativa como positiva. Geográfico casi no tuvo injerencia y, afortunadamente para el investigador, la categoría Otro, para definir temas indefinidos, cubrió asuntos relacionados a política interna. Vale mencionar la correlación entre el tema Diplomacia con Cooperación y Transparencia, lo que demostró la intención de generar visibilidad en los avances de las negociaciones y las actividades de los funcionarios, como una intención de la estrategia.

A partir de la cruce de datos, la correlación que mantiene el Soft Power con el tema Diplomático y la estrategia Cooperación parece tener sentido por la cercanía conceptual que presenta. Estas variables son, en esencia, muy similares ya que apelan a la unión y al encuentro de soluciones pacíficas, muy alejadas de la imposición de órdenes. Manifiestan una idea de trabajo diplomático en pos de un acuerdo e intentan atraer a Kim Jong-un desde el lado de las instituciones, de la cultura y de valores, propios de recursos intangibles. En este mismo sentido era de esperar que el Hard Power tenga relación con la temática Militar. Sin embargo, la falta de una correlación con Económico, sugiere que este poder se basó más en el armamento militar estadounidense, que en la presión económica.

La acumulación de datos demostró una relación entre la DP con la estrategia Comunicación Personalizada, el tema Militar y el Hard Power. En cuanto a la primera, se radica en la necesidad de Trump de explicar los hechos y motivos, además de imponer su visión frente al mundo. A lo largo del estudio, se notó la preferencia de Trump por esta estrategia que le permitió influenciar a la opinión pública internacional transmitiendo marcos conceptuales para evaluar las opciones a negociar y presentar el conflicto a través de su visión. Por otro lado, la conexión con Militar y Hard Power se genera a partir de que, en su mayoría, cuando el presidente estadounidense demostró la fuerza de su nación, lo hizo de forma impersonal hablando a Corea del Norte en términos generales, lo que demuestra que las amenazas directas al líder norcoreano no fueron predominantes. Militar también se vincula debido a los pedidos públicos de @realDonaldTrump, para que Corea del Norte abandone su armamento nuclear.

En cuanto a la DM, existió correlación con la estrategia de Comunicación Interpelativa que se repitió durante todos los años. A pesar de que pueda existir una referencia a Kim Jong-un sin necesariamente hablarle a él (como cuando expone sus acciones, pero no intenta establecer un diálogo), las dos variables presentan una cercanía innegable. Es altamente probable que, si los tuits emitidos por @realDonaldTrump le hablan directamente a Kim Jong-un, se busque su atención o una respuesta.

En el agregado de los tres años, hubo correlación entre la proyección de Hard Power con las amenazas, pero no con las pruebas. Esta información sugiere que cuando Corea del Norte presentó una actitud desafiante, @realDonaldTrump manifestó el poderío de sus recursos tangibles, pero no así cuando se realizaron ensayos balísticos. En cuanto a la semana del ensayo nuclear, no se detectó ninguna correlación que alcance el rango establecido, por lo que se podría interpretar que no hubo una estrategia clara para responder al evento. Un dato llamativo es que el único año en que no hubo correlación entre

Hard Power y las amenazas, fue en 2019. Como ya se mencionó, a pesar de que durante este periodo volvieron a resurgir las intimidaciones por parte de Corea del Norte, Trump pareció haber reducido la intensidad en las demostraciones de fuerza.

Donde se presentó una explícita dirección fue en las semanas que ocurrieron las reuniones de Singapur, Hanoi y la Zona Desmilitarizada de Corea entre Kim Jong-un y Donald Trump. En estas, se buscó atraer al dictador con los recursos intangibles, estableciendo una comunicación directa, explicando la visión “correcta”, apelando directamente a su persona, cargando de emotividad, exponiendo los beneficios para el pueblo norcoreano y persiguiendo la colaboración entre los países para alcanzar un futuro mejor. En otras palabras, se encontró correlación con la proyección de Soft Power, la DM, las estrategias Comunicación Interpelativa, Comunicación Personalizada, Uso de Sentimientos y Cooperación y con los temas Diplomacia y Sociopolítico.

12. Conclusión

Hilary Clinton expresó en una entrevista con la NBC News que los tuits no resolverían la amenaza de Corea del Norte (Rafferty, 2017), y probablemente tenga razón. Sin embargo, ni la misma Hilary podría negar que las redes sociales, utilizadas correctamente, son herramientas que pueden generar transformaciones políticas en los países. La DD es un complemento persuasivo y oportuno de la diplomacia tradicional que puede ayudar a un país a avanzar en sus objetivos de política exterior, ampliar el alcance internacional e influir en las personas. A más de 10 años del surgimiento de las redes sociales más populares, es momento de ver y analizar cómo esta irrupción digital, con sus aspectos positivos y negativos, se desarrollará en el campo de la diplomacia. Estamos en un momento de

construcción, en el que debemos medir el peso que estas plataformas tienen en las decisiones políticas.

Las prácticas diplomáticas online y offline muestran una creciente "hibridación" en las relaciones internacionales. Esta diplomacia de última generación, la twitplomacia, sigue presentando partes inexploradas y aún poco teorizadas. Se cree que este estudio, realizado en profundidad sobre un tema tan específico, puede proporcionar información valiosa sobre los mecanismos de negociación con otros países y las estrategias implementadas por los líderes mundiales. Durante los tres años analizados, se intentó entender como Donald Trump utilizó su cuenta oficial de Twitter durante el conflicto nuclear con Corea del Norte, con la intención de aportar conocimientos propios del mundo de la diplomacia para desarrollar estrategias online diseñadas a medida.

A diferencia de los medios tradicionales, que están custodiados por editores y periodistas, los medios como Twitter sirven para reducir la importancia de estos intermediarios o, como Laswell se refirió a ellos, los controladores del mensaje. A pesar de que el alcance de Twitter se debe en parte al rebote en otros medios, que al reproducirlo pueden afectar la calidad del mensaje, este sigue conservando la identidad del emisor. Es difícil imaginar a Donald Trump alcanzar el grado visto de instantaneidad e informalidad en cualquier otro medio. Eso es lo que hace único a Twitter. Un tuit del mandatario estadounidense amenazando con eliminar a Corea del Norte no deja de suceder en el mundo digital, pero su credibilidad le otorga peso en las negociaciones.

Espero que los métodos utilizados en esta tesis sirvan a otros académicos para analizar estrategias diplomáticas en redes desde la perspectiva de cómo una nación puede influenciar a otra a través de la proyección de Soft y Hard Power. Personalmente, encuentro fascinante la teoría de Joseph Nye y creo que, entender como pueden ser utilizados estos poderes, permite pensar como proyectarlos de la forma más eficiente; lo que ciertamente

traerá beneficios para los diplomáticos y alimentará el desarrollo de la DD. Al igual que Hilary Clinton, creo que los tuits no definen una negociación. Se entiende que Kim Jong-un tiene intereses claros, probablemente con un comportamiento racional, y no será un mensaje en una red social de microblogging lo que lo haga destruir su armamento nuclear. Él tiene intereses políticos, militares y económicos muy concretos que, a menos que en cierta medida sean cumplidos, no modificará su comportamiento. Pero en toda negociación lo que está sobre la mesa tiene un valor, y son instrumentos como Twitter los que ayudan a formar o deformar ese valor. En la d tente, era tan importantes las armas nucleares como demostrarle al enemigo que se estaba dispuesto a usarlas. En palabras de Nye (1990), se puede afectar el comportamiento de los demás a partir del poder realizado, que se desprende del poder potencial. Desde ahí se puede medir el grado de poder que proviene de los recursos.

Trump llegó a la arena de las relaciones internacionales con el mismo estilo que llegó al mando de la nación más poderosa, militarmente, del mundo. En principio descartó la cortesía, el diálogo constructivo y la moderación, para después volverse lo opuesto. Pero eso no lo hace menos diplomático. Mientras se logre influenciar las decisiones y el comportamiento de gobiernos y pueblos extranjeros a través del diálogo, sin llegar a la guerra, todas las opciones son explorables. Creo que podemos separar la estrategia presentada en Twitter durante el conflicto con Corea del Norte en tres partes. La primera, ocurrida durante el año 2017, con gran nivel de agresión, apoyada principalmente en el Hard Power y una comunicación indirecta con Kim Jong-un. La segunda, durante el año 2018, caracterizada por su relación pacífica y amistosa, proyectando un mayor nivel de Soft Power. Y la tercera, durante el 2019, que fue una mezcla de las dos con una mayor igualdad en la proyección de poder y el tono elegido. En 2017, el poderío militar y las sanciones económicas fueron los pilares de la política exterior en Twitter frente a Corea del Norte. A

partir del 2018, se percibió una intención de lograr el desprendimiento del armamento nuclear de forma voluntaria por parte de Kim Jong-un, basándose en elementos intangibles del Soft Power apoyado en el reconocimiento internacional y la integración de Corea del Norte en el mundo. Esta estrategia llevó a Trump a presentar la desnuclearización como un hecho que le iba a garantizar a Kim Jong-un el lugar que cree que merece la historia norcoreana.

La imposibilidad de solucionar todos los conflictos mediante la fuerza, hizo que surja el concepto de Soft Power. Con este, apareció la idea de Smart Power donde ambos poderes se combinan para expandir la influencia y conseguir los objetivos diplomáticos. Sin embargo, el balance correcto que compone al Smart Power no puede ser siempre el mismo y debe cambiar en cada situación. Por lo tanto, se dificulta hablar de un correcto Smart Power. Durante los primeros dos años, Trump utilizó una combinación de poderes que se apoyaba en los extremos. Esta estrategia puede ser vista como Smart Power, si consideramos que este desbalance era necesario. De esta manera, a pesar de que en el último año se encontró una mayor equidad porcentual entre Hard y Soft, esto no quiere decir que el Smart Power fue mejor o peor. Simplemente la situación era distinta.

En cuanto a la implementación de Hard Power, pudimos notar una preferencia por parte de Trump de manifestar el poder tangible de fuerza militar estadounidense, en mayor proporción que lo económico. En una estrategia coercitiva, el apoyo en estos recursos parece proyectar mayor violencia, que no siempre puede ser capitalizada. Amenazar con bombardear al oponente si este transgrede los límites, pone al emisor en una situación de gran compromiso y costo. Impulsar la aplicación de nuevas sanciones o ejercer presión económica tiene más matices y puede ser más provechoso que dar un ultimátum, si no se está dispuesto a ejecutar la acción. Es importante conservar la credibilidad si se desea que la proyección de este poder tenga influencia.

Los mismos efectos pueden ser sufridos con el Soft Power. A lo largo de este estudio, y cada vez más al final, se notó de forma reiterativa y monótona las promesas de Trump de que, si Corea del Norte abandonaba su armamento nuclear, iba a poder acceder a unos beneficios que propiciarían su despegue económico. Es cierto que el impacto de este poder es menos definido y a largo plazo, pero aparentemente este argumento no estaba anclado a acciones concretas y demostraba ser un deseo. Más aun, no hay garantías que todos los recursos intangibles que nutrieron el poder emitido por @realDonaldTrump, hayan estado en línea con las necesidades puntuales de Corea del Norte. Estos bienes solo podrán ser utilizados para manipular al receptor, siempre y cuando sean deseados por este. Esta proyección de Soft Power totalmente basada en ideas pudo haber probado ser seductora al comienzo, pero a medida que el conflicto se extendió, pudo haber perdido capacidad de convencimiento. Algo que se entrevió en el último año de análisis, cuando Corea del Norte se volvió impaciente y retomó los ensayos balísticos. Esta vez @realDonaldTrump, había manifestado su compromiso en la intención de ayudar personalmente en el crecimiento económico norcoreano, aunque sin referirse a medidas concretas. Con esto no se intenta indicar que las intenciones de Trump no eran honestas, pero si las promesas perduran en el tiempo solo como intenciones, pueden perder su credibilidad.

Si bien no fue considerado dentro de la evaluación, no hay que olvidar que el hecho de que Donald Trump mantenga un diálogo de igual a igual con Kim Jong-un y acceda a reunirse, ya es una ejecución de Soft Power. Pero, si estos no son canalizados con el objetivo de impulsar algo conciso, pueden perder su efecto. El intento de manipular al dictador, previo a concederle una audiencia puede funcionar, pero una vez que esta tiene lugar, Kim Jong-un va a intentar obtener algo de esta. Y si esto no ocurre, puede tener el efecto contrario al deseado.

Se espera que lo visto en este caso sirva a gobiernos de países democráticos en futuras negociaciones con países que posean alto grado de censura. Entender cómo Internet y las redes sociales son utilizadas en las relaciones internacionales en varios contextos ayudará a mejorar las decisiones estratégicas e indicarán cómo interactuar mejor con actores internacionales para lograr los fines deseados. Al momento de establecer vías de comunicación, Twitter puede demostrar ser útil al presentar un canal informal donde transmitir ideas. Además, se abre la posibilidad de indagar sobre los usos e impactos de la DP en países cerrados. Haciendo tanto hincapié en la organización de presión de agentes internacionales como en la construcción y respaldo de posiciones para presentar en las negociaciones. Como ocurrió durante primera etapa del conflicto en que diplomacia coercitiva proyectada por @realDonaldTrump se apoyó en la DP.

El hecho de que Kim Jong-un no tenga Twitter no quiere decir que los resultados encontrados en esta investigación no puedan ser aplicados en otros casos. Varios estudios han demostrado que el uso de las redes sociales por parte de los líderes de Estado es predominantemente unidireccional, especialmente fuera del contexto de las campañas electorales (Norris, 2005). Entonces, si en otros escenarios no existe un ida y vuelta, lo más importante es que el mensaje llegue al destinatario. Además, puede ser positivo comunicarse a través de un medio en el que no exista una respuesta a través del mismo. Dada la hostilidad del primer año, es posible que los políticos no estén dispuestos a participar en una comunicación de ida y vuelta en el mismo canal y, en cambio, prefieran hacer usos de medios distintos. Donald Trump a través de tuits y Kim Jong-un a través de tradicionales comunicados de prensa. Uno solo puede imaginar cual hubiese sido el intercambio si ambos líderes hubieran elegido Twitter como plataforma de discusión.

Fue curioso descubrir como en Twitter la puja entre Donald Trump y Kim Jong-un comenzó de forma más distante basándose en una estrategia de DP para luego tornarse en una

apelación más personal convirtiendo a la red de microblogging en un canal de comunicación con el dictador; siendo una estrategia propia de la DM. La transformación fue tan notoria que, en un punto, el mandatario estadounidense invitó al líder a un encuentro, mediante la plataforma. Incluso se detectó que luego de que ocurra el acercamiento, @realDonaldTrump se mostró más pasivo con Kim Jong-un, que con Corea del Norte. El mandatario estadounidense, comenzó a poner el peso de la decisión de abandonar el armamento nuclear sobre el dictador, incrementando el personalismo en la negociación y reduciendo la importancia de las fuerzas estructurales de la diplomacia. Él mismo trató de engrandecer su imagen agradeciéndole su gestión diplomática, aunque Jong-un no participe de forma directa, y atraerlo a partir de la supuesta gloria, proveniente de una decisión histórica. Una estrategia que parecía apelar a la voluntad de un individuo soberano y afectar su percepción mediante las emociones. Tal vez, un plan concebido para ajustarse a la manipulación de un ególatra.

Hoy parece exagerado que un tema como la proliferación nuclear sea tratado de esta forma en una red social, pero creo que en el futuro será cada vez más común. Como se vio en este estudio, Donald Trump utilizó Twitter como una herramienta para presentar y visibilizar su postura frente a Kim Jong-un haciendo uso del priming, agenda setting y framing en dimensiones tanto sustantivas como afectivas a través de las distintas estrategias. Fue posible así presentar distintos temas y, de ser necesario, reiterarlos hasta que cobren atención. Algo posible mediante la inmediatez y control que permite esta herramienta. Ciertamente, el hecho de que la estrategia predominante haya sido la de Comunicación Personalizada, abre preguntas sobre un posible patrón en el accionar político del Trump en campaña y el diplomático. Las tácticas correspondientes permiten hacer un recorte de la realidad de forma directa, al presentar su visión sobre los hechos, y le da la posibilidad de guiar la interpretación del contenido y la valoración. Consideramos que esta estrategia es

sumamente importante en una proyección de Soft Power, al tener capacidades de crear y moldear recursos intangibles en el largo plazo dando forma a las ideas, visiones futuras e interpretaciones de la cultura. La misma representa la posición de Estados Unidos y su identidad a través de la comunicación que es una forma de diplomacia. En cuanto a la tercera en uso, se encontró que la estrategia de Comunicación Interpelativa puede ser muy funcional para una proyección de Hard Power, dado que actúa sobre temas específicos y busca generar respuestas en el corto plazo. Esta permite dirigir de forma precisa una amenaza para condicionar el accionar del público objetivo. Si bien esta afinidad puede resultar provechosa, se remarca que los efectos de Comunicación Personalizada y Comunicación Interpelativa, van a depender de su credibilidad.

Con excepción de Cooperación, que ya se explicó su relación directa con el Soft Power, el resto de las estrategias no parecieron mostrar una afinidad notable con los poderes, y se pudieron adaptar fácilmente en cada oportunidad. Transparencia pudo mostrar un encuentro entre diplomáticos como la supervisión de Trump de ejercicios militares. Información Relevante pudo anunciar el cierre de un sitio de ensayos como la detonación de una nueva bomba atómica. Y Uso de sentimiento pudo demostrar tanto ira como felicidad frente a un evento. Ciertamente el tipo de poder proyectado no afectó la calidad de la misma objetivamente.

Para asentar la influencia del poder, se debe lograr que la intención proyectada sea creíble. Como se explica, esta se logra a partir de tres elementos: Transparencia, identidad y costos de audiencia. Para que la estrategia de Twitter tenga efecto, este trío se debe mantener legítimo frente al receptor. Transparencia e identidad pueden ser afectados por el estilo de estrategia que se elige. Comunicación Personalizada o Comunicación Interpersonal pueden absorber propiedades, como la informalidad o expresiones, para intentar presentar una imagen identificable con el emisor. Por otra parte, Transparencia o Información Relevante,

permiten generar la sensación de que no existen barreras entre lo que se dice y lo que acontece. Sin embargo, para costo de audiencia no hay una estrategia que se vea favorecida. Si bien Donald Trump pudo presentar su diplomacia a través de distintas tácticas, cuando llega el momento de generar credibilidad a partir de la exposición política, propia de una democracia, pudo haber perdido potencia. Se entiende que, en una sociedad libre, los costos de audiencia generan credibilidad en las manifestaciones políticas de los funcionarios por la responsabilidad que conllevan y el riesgo que estos enfrentan de ser penalizados en las elecciones. No obstante, en el caso de Trump este recurso se pudo haber visto afectado a lo largo del conflicto. A pesar de que es el presidente estadounidense y recibe toda la autoridad que emana del Estado, el estilo de @realDonaldTrump puede ser cuestionado por un extremismo recurrente y perder esta facultad. Además, es importante remarcar que el mandatario debió enfrentar cuestionamientos internos directos y atravesar una situación política revoltosa. Más aun, la prolongación en el tiempo de las promesas y amenazas sin una ejecución pudieron dañar la credibilidad obtenida a través de este elemento, teniendo consecuencias en la influencia. Un daño en la credibilidad del presidente puede, a su vez tener consecuencia en la confiabilidad del Estado, por la relación intrínseca que tienen ambos. Sería interesante ver una continuación de este estudio, donde se preste atención a los efectos para medir si efectivamente hubo un desgaste en los recursos de credibilidad.

Esta investigación se encargó de presentar tres años del conflicto a través de Twitter desagregado en cinco variables: Poder, Estrategia, Tono, Tema y Eventos. Esperamos que esto sea un escalón inicial para que futuros investigadores puedan definir si la red social fue utilizada correcta o incorrectamente. Algo que, como expresamos al principio, se decidió no abordar y únicamente presentar la información de la forma más neutral posible.

Es nuestra responsabilidad como investigadores tratar de ir más allá de lo que se dice y buscar la razón u objetivos ulteriores que se intentan alcanzar. Trump no es el único líder estatal que utilizó Twitter de esta forma. Narendra Modi, en India, y Jair Bolsonaro, en Brasil, también ejercieron la twiplomacia, pero ninguno alcanzó los niveles de compromiso de Trump. La actitud del estadounidense durante el primer año de análisis puede hacernos fácilmente pensar que el líder se comporta de forma irracional. Sin embargo, debemos recordar que, en abril de 1971, Nixon utilizó la misma estrategia para negociar con Vietnam. Implementó la imprevisibilidad y una actitud “dispuesto a todo” para hacer creer a su contrincante que la carta nuclear estaba en juego y podía ser utilizada en cualquier momento. Esta fue bautizada por Nixon como la teoría del “Hombre Loco” y no fue inventada por él, sino por el Secretario de Estado, John Foster Dulles, de la gestión de Eisenhower; la cual fue utilizada para presionar y terminar con la guerra en Corea. Por lo tanto, la misma estrategia ya fue utilizada con Corea del Norte, pero con distintos medios.

No quiero decir que estas tácticas sean efectivas, si no que como académicos debemos explorar todos los posibles caminos y hacernos las preguntas. Aunque no exista una razón de origen, es importante analizar las consecuencias y beneficios para aprovechar las oportunidades y hacer crecer el conocimiento. Por lo que podría venir a colación, la reflexión de Nixon sobre la presidencia de EEUU (Naftali, 2017): “Nunca vamos a tener un loco como presidente, en esta oficina. Nunca lo hemos hecho, probablemente nunca lo tendremos.” Aunque brevemente después revisa sus dichos y afirma que, en caso de que los locos lleguen al poder, el mismo sistema se encargará de expulsarlos cada cuatro años.

12.1. Limitaciones:

El autor de esta tesis reconoce que, si bien Twitter es la vía más recurrente que utiliza el presidente para expresar su política exterior, no se adjudica que las reacciones generadas en Corea del Norte se deban en su totalidad a Twitter. A pesar de que la diplomacia se hizo más abierta, siempre conserva una parte de su secretismo. Este estudio no sugiere que las prácticas diplomáticas oficiales sean menos importantes, o que las acciones concretas, como la imposición de sanciones o la apertura de nuevos acuerdos comerciales, no jueguen un papel relevante al momento de llevar a los Estados a la mesa de negociación y mantenerlos allí. Pero se cree que la twiplomacia es una parte importante de la mezcla y tiene un gran impacto en las relaciones internacionales y al momento de alcanzar, o no, los objetivos diplomáticos.

En tanto a las limitaciones de la muestra, queda claro que los tuits analizados son los recolectados por el sitio Trump Twitter Archive. Los mensajes eliminados pudieron haber quedado fuera y es difícil encontrarlos a todos. Sin embargo, a partir del 27 de enero de 2017, el sitio empezó a monitorear el feed de @realDonaldTrump en tiempo real. Por lo que se espera haber capturado todos los posteos publicados.

Cabe mencionar que el hecho de que EEUU reconozca a Corea del Norte y a su líder como pares, ya es un acto de Soft Power y una concesión. Sin embargo, se sabe que no es necesario medirlo de forma independiente, ya que a este lo componen todas las proyecciones de Soft Power que se dirigen a Kim como líder de una nación.

Muchas compañías no comparten una amplia gama de detalles sobre las interacciones en las redes sociales que ocurren en sus plataformas. Por lo tanto, si bien las interacciones pueden observarse y analizarse, pueden faltar matices o contextos importantes. Las plataformas cambian regularmente sus funciones y configuraciones, lo que afecta la forma en que se recopilan y analizan los datos. Si bien a menudo hay avances positivos que amplían las oportunidades disponibles con los conjuntos de datos, como incluir nuevas

variables, puede ser problemático garantizar la coherencia en la investigación a lo largo de plazos más extenso. Si una plataforma cambiara su API o una funcionalidad principal dejará de existir, los usuarios cambiarán sistemáticamente la forma en que se involucraron con el servicio y cualquier investigación basada en esta plataforma puede perder vigencia. Consideramos que no es necesariamente posible transportar la investigación existente a otras plataformas.

Al redactar esta tesis, Twitter implementó una nueva función que puede modificar el uso futuro de la red. La red comenzó a señalar tuits que aluden a la violencia o que pueden ser catalogados como engañosos. 48 horas después de la implementación de este recurso, dos tuits de Donald Trump fueron señalados como violentos, lo que provocó que el mandatario apunte sus cañones políticos contra Twitter (Mansell & Cathey, 2020). El presidente estadounidense propuso revisar el artículo 230 de la constitución que regula la responsabilidad de las empresas sobre lo que postean sus usuarios en las plataformas. Aún no está definido que pueden suceder en el futuro, pero esta ley puede ser utilizada para ahorcar a las redes haciéndolas responsables de todo el contenido que publican los usuarios exponiéndolas a interminables juicios. El resultado de este nuevo conflicto puede traer nuevos usos para la red y la oportunidad de explorar nuevas facetas en estudios futuros. No hay que ignorar que este nuevo aspecto podría poner fin a la imparcialidad y ausencia de intermediarios, resultando en la transformación de la Twiplomacia. Solo resta esperar.

Actualización (27-1-2020): Antes de que termine su presidencia, Donald Trump fue expulsado permanentemente de Twitter tras ser acusado de incitar a la violencia en la toma del Capitolio por extremistas estadounidenses (Twitter Inc, 2021).



Universidad de
SanAndrés

13. Bibliografía

1. Adesina, O. S. (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy. *Cogent Social Sciences*, 3(1), 1297175.
2. Agence France-Presse (2019, ago. 15) Does North Korea's Kim get Trump tuit alerts? AFP. Extraído de <https://www.france24.com/en/20190815-does-north-korea-s-kim-get-trump-tuit-alerts>
3. Ahmed, A. (2017, ene. 25). As Trump Orders Wall, Mexico's President Considers Canceling U.S. Trip. *New York Times*. Extraído de <https://www.nytimes.com/2017/01/25/world/americas/trump-mexico-border-wall.html>
4. Allen, D. E., & McAleer, M. (2018). President Trump tuits supreme leader Kim Jong-Un on nuclear weapons: A comparison with climate change. *Sustainability*, 10(7), 2310.
5. Anderson, T. & Kanuka, H. (2003) *e-Research: Methods, Strategies and Issues*, Pearson Education, Boston, MA. Allyn & Bacon
6. Arugute, N. (2017). The agenda setting hypothesis in the new media environment. *Comunicación y sociedad*, (28), 35-58.
7. Auer, M. R. (2011). The policy sciences of social media. *Policy Studies Journal*, 39(4), 709-736.
8. Baker, P., & Crowley, M. (2019, jun. 30). Trump steps into North Korea and agrees with Kim Jong-Un to resume talks. *New York Times*.
9. BBC (2013, feb. 22). "North Korea to offer mobile internet access". BBC. Extraído de <https://www.bbc.com/news/technology-21546877>
10. Bermudez, J. S. Jr. (1991) "North Korea's Nuclear Programme," *Jane's Intelligence Review*, Vol. 3, No. 9.
11. Bermudez, J. S. Jr. (1994) "North Korea's Nuclear Infrastructure," *Jane's Intelligence Review*, p. 79;
12. Berridge, G. R. (2015). *Diplomacy: Theory and Practice*. London: Palgrave Macmillan.

13. Bilgin, P., & Eliş, B. (2008). Hard power, soft power: toward a more realistic power analysis. *Insight Turkey*, 5-20.
14. Blake, A. (2016, nov. 29). Why we can't—and shouldn't—ignore Donald Trump's tuits. *Washington Post*. Extraído de <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/11/29/why-we-cant-and-shouldnt-ignore-donald-trumps-tuits/>
15. Blake, A. (2017, nov. 14). DOJ: Trump's tuits are 'official statements of the President'. *The Washington Times*. Extraído de <https://www.washingtontimes.com/news/2017/nov/14/doj-donald-trump-tuits-areofficial-statements-of/>
16. Blank, S. (2007). *The End of the Six-Party Talks? Strategic Insights*, v.6, issue 1.
17. Bodeen, S. (2007, mar. 19) "U.S., North Korea Resolve Macau Bank Dispute as Six-Party Talks Begin," *Associated Press*.
18. Bradshaw, S. (2015). Digital diplomacy #notdiplomacy. Canadá: Centre of international governance innovation. <https://www.cigionline.org/articles/digital-diplomacy-notdiplomacy>
19. Bruce, S. (2012). A double-edged sword: Information technology in North Korea. *Asia Pacific Issues*, 105. Honolulu, HI: East-West Center
20. Bruns, A., & Burgess, J. (2012). Researching news discussion on Twitter: New methodologies. *Journalism Studies*, 13(5-6), 801-814.
21. Bull, H. (1977). *The anarchical society: A study of order in world politics*. New York: Columbia University Press.
22. Buszynski, L. (2013). *Negotiating with North Korea: The Six Party Talks and the Nuclear Issue*. Routledge.
23. Butler, D., & Gibney, E. (2016, ene. 08). What kind of bomb did North Korea detonate?. *Nature News*. Extraído <http://www.nature.com/news/what-kind-of-bomb-did-north-korea-detonate-1.19132>
24. Carr Edward, H. (1964). *The Twenty Years' Crisis, 1919–1939: An Introduction to the Study of International Relations*.

25. Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.
26. Cave, D. (2015, abr, 17). Does Australia do digital diplomacy. *The Interpreter*. Extraído de <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/digital-diplomacy-not-same-digital-outreach>
27. Cha, V. D. (2002). Korea's Place in the Axis. *Foreign Affairs*, 79-92.
28. Chae, P. Y. (1994). Focus on Nuclear Technology/ The North Produces Most Electricity Themselves, *Kyunghyang Shinmun*, 21 June 1994, p. 5.
29. Chhabra, R. (2020). *Twitter Diplomacy: A Brief Analysis*. ORF Issue Brief. Observer Research Foundation.
30. Chhabra, R. (2020, ene. 27). From Trump to Netanyahu to Modi's MEA, Twiplomacy is the new diplomacy. And it's working. *The Print*. Extraído <https://theprint.in/opinion/from-trump-to-netanyahu-to-modis-mea-twiplomacy-is-the-new-diplomacy-and-its-working/354061/>
31. Choe, S. (2011, mar. 28) "North Koreans Use Cell Phones to Bare Secrets". *New York Times*. Extraído de <https://www.nytimes.com/2010/03/29/world/asia/29news.html>
32. Choi, D. (2019, jun. 30). Trump's last-minute tuit to meet at the Korean border 'surprised' North Korea's Kim Jong Un. *Business Insider*. Extraído de <https://www.businessinsider.nl/kim-jong-un-surprised-trump-tuit-to-meet-him-dmz-2019-6?international=true>
33. Ciolek, M. (2010). *Understanding Social Media's Contribution to Public Diplomacy*. University of Southern California Center on Public Diplomacy at the Annenberg School.
34. Clemens, W. C. (2010). North Korea's Quest for Nuclear Weapons: new historical evidence. *Journal of East Asian Studies*, 10(1), 127-154.
35. CNN. (2016, abr. 13). Familia Trump entrevistada por Anderson Cooper en el Ayuntamiento presidencial republicano de CNN. Extraído www.youtube.com/watch?v=x6g_bFgMI5A
36. Cohen, R. (1998). Putting diplomatic studies on the map. *Diplomatic studies programme newsletter*, vol. 4. P. 271-294

37. Cohen, Y. (2012). *Media diplomacy: The foreign office in the mass communications age*. Routledge. P. 1-36
38. Cooper, R. (2004). *Hard Power, Soft Power and the Goals of Diplomacy*. In: D. Held & M. Koenig-Archibugi, eds. *American Power in the 21st Century*. Cambridge: Polity Press, pp. 167-180.
39. Crabb, C. V. M. (1972). *American foreign policy in the nuclear age*. New York, NY: Harper & Row.
40. Crawford, N. C. (2000). The passion of world politics: Propositions on emotion and emotional relationships. *International Security*, 24(4), 116-156.
41. Crockett, Z. (2016, may. 16). What I learned analyzing 7 months of Donald Trump's tuits. Vox. Extraído de <https://www.vox.com/2016/5/16/11603854/donald-trump-twitter>
42. Davenport, K. (2020, may. 1). Fact Sheets & Briefs. Arms Control. Extraído de <https://www.armscontrol.org/factsheets/dprkchron>
43. Dearing, J. & Rogers, E. (1996). *Communication Concepts 6: Agenda-setting* Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi:10.4135/9781452243283
44. Deutsch, S. (1970) *International Education and Exchange: A Sociological Analysis*. Univ Pr Book Service; 1st Edición.
45. Dey, L., & Haque, S. M. (2009). Opinion mining from noisy text data. *International Journal on Document Analysis and Recognition (IJDAR)*, 12(3) DOI 10.1007/s10032-009-0090-z, 205-226.
46. Dinata, M. S. (2014). *Twiplomacy: How Twitter Affects Contemporary Public Diplomacy*. Universitas Paramadina. Indonesia. https://www.academia.edu/11282222/TWIPLOMACY_How_Twitter_Affects_Contemporary_Public_Diplomacy
47. Dizard, W. P. (2001). *Digital diplomacy: US foreign policy in the information age*. Greenwood Publishing Group, 56(3). DOI: 10.2307/40203598. P. 552

48. Dodd, M. D., & Collins, S. J. (2017). Public relations message strategies and public diplomacy 2.0: An empirical analysis using Central-Eastern European and Western Embassy Twitter accounts. *Public relations review*, 43(2), 417-425.
49. Duffley, R. (2011) Information Technology and Control in the DPRK. *Cornell International Affairs Review* 2011, Vol. 5 No. 1, PG. 1/,2
50. Duncombe C. (2017) Twitter and transformative diplomacy: social media and Iran–US relations. *International Affairs*. Vol. 93, №3, 545–562.
51. Duncombe, C. (2019). The Politics of Twitter: Emotions and the Power of Social Media. *International Political Sociology*, 13(4), 409-429.
52. Dunne, T., Kurki, M., & Smith, S. (Eds.). (2013). *International relations theories*. Oxford University Press.
53. Ebo, B. (1997). Media diplomacy and foreign policy: Toward a theoretical framework. *News media and foreign relations: A multifaceted perspective*, 10(3), 43-57.
54. Enli, G. S., & Skogerbø, E. (2013). Personalized campaigns in party-centred politics: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information, communication & society*, 16(5), 757-774.
55. Enli, Gunn (2017). "Twitter as arena for the authentic out-sider: Exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election". *European journal of communication*, v. 32, n. 1, pp. 50-61. <https://doi.org/10.1177/0267323116682802>
56. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
57. Fearon, J. D. (1994). Domestic political audiences and the escalation of international disputes. *American political science review*, Vol. 88, No. 3, 577-592.
58. Fernandez, R. (2020, abr. 14). Twitter: número de usuarios mensuales mundiales 2018-2023. Statista. Extraído de <https://es.statista.com/estadisticas/636174/numero-de-usuarios-mensuales-activos-de-twitter-en-el-mundo/>

59. Fifield, A. (2016, sep. 9). North Korea conducts fifth nuclear test, claims it has made warheads with 'higher strike power,'. The Washington Post. Extraído de [washingtonpost.com/world/north-korea-conducts-fifth-nuclear-test-as-regime-celebrates-national-holiday](http://www.washingtonpost.com/world/north-korea-conducts-fifth-nuclear-test-as-regime-celebrates-national-holiday)
60. Fifield, A. (2018, abr. 9) "North Korea's Definition of 'Denuclearization' Is Very Different from Trump's," Washington Post. Extraído de https://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/north-koreas-definition-of-denuclearization-is-very-different-from-trumps/2018/04/09/
61. Fitton, L., Gruen, M., & Poston, L. (2010). Twitter for dummies. John Wiley & Sons.
62. Fontdeglòria, X. (2017, sep. 4). Corea del Norte prueba con éxito una bomba de hidrógeno. Extraído https://elpais.com/internacional/2017/09/03/actualidad/1504412077_373562.html
63. Gaertner, H. (2014). North Korea, deterrence, and engagement. *Defense & Security Analysis*, 30(4), 336-345.
64. Gallarotti, G. M. (2011). Soft power: what it is, why it's important, and the conditions for its effective use. *Journal of Political Power*, 4(1), 25-47.
65. Gasser, U., & Gerlach, J. (2012). E-campaigns in old Europe: observations from Germany, Austria, and Switzerland. *iPolitics. Citizens, Elections and Governing in the New Media Era*, 151-182.
66. Gilboa, E. (1990). Effects of televised presidential addresses on public opinion: President Reagan and terrorism in the Middle East. *Presidential Studies Quarterly*, Vol. 20, No. 1, 43-53.
67. Gilboa, E. (2001). Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects. *Diplomacy and statecraft*, 12(2), 1-28.
68. 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.
69. Gilpin, R. (1981). *War and change in world politics*. Cambridge University Press.

70. Gladstone, R., & Sanger, D. (2013, mar. 7). New sanctions on North Korea pass in unified UN vote. *The New York Times*. Extraído <https://www.nytimes.com/2013/03/08/world/asia/north-korea-warns-of-pre-emptive-nuclear-attack.html>
71. Glosserman, B. (2020, mar. 18) "Donald Trump and the Great Man Theory of Politics," *Japan Times*. Extraído de <https://www.japantimes.co.jp/>.
72. Gomichon, M. (2013). Joseph Nye on soft power. *E-International relations students*, 8.
73. Gordon, M. R. (1994, jun. 3). White House Asks Global Sanctions on North Koreans. *New York Times*, 204-220.
74. Graham, T., Broersma, M., Hazelhoff, K., & Van'T Haar, G. (2013). Between broadcasting political messages and interacting with voters: The use of Twitter during the 2010 UK general election campaign. *Information, communication & society*, 16(5), 692-716.
75. Grieco, K. (2020). Assessing the Singapore Summit—Two Years Later. *Strategic Studies Quarterly*, 14(3), 12-21. doi:10.2307/26937409
76. Gross, J. H., & Johnson, K. T. (2016). Twitter taunts and tirades: Negative campaigning in the age of Trump. *PS: Political Science & Politics*, 49(4), 748-754.
77. Guisinger, A., & Smith, A. (2002). Honest threats: The interaction of reputation and political institutions in international crises. *Journal of Conflict Resolution*, 46(2), 175-200.
78. Hall, T., & Yarhi-Milo, K. (2012). The personal touch: Leaders' impressions, costly signaling, and assessments of sincerity in international affairs. *International Studies Quarterly*, 56(3), 560-573.
79. Hamm, T. Y. (1999) *Arming the Two Koreas*, London: Routledge.
80. Hanson, F. (2012). Baked in and wired: eDiplomacy@ State. *Foreign Policy at Brookings*, 1, 1-41
81. Haynes, K. (2012). Lame ducks and coercive diplomacy: Do executive term limits reduce the effectiveness of democratic threats? *Journal of Conflict Resolution*, 56(5), 771-798.

82. Hecker, S. S. (2006). Report on North Korean nuclear program. Palo Alto, CA: Center for International Security and Cooperation, Stanford University.
83. Himelboim, I. (2014). Political television hosts on Twitter: Examining patterns of interconnectivity and self-exposure in Twitter political talk networks. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(1), 76-96.
84. Hocking, B., & Melissen, J. (2015). Diplomacy in the digital age. *Clingendael*, 10, 1-58
85. Holmes, M. (2014). International Politics at the Brain's Edge: Social Neuroscience and a New "Via Media". *International Studies Perspectives*, 15(2), 209-228. 210
86. Holmes, M. (2015). The future of digital diplomacy. *Digital diplomacy: Theory and practice*, New York. Routledge.
87. Honeycutt, C., & Herring, S. (2009). Beyond Microblogging: Conversation and Collaboration via Twitter. 2009 42nd Hawaii International Conference on System Sciences, 1-10.
88. Huang, Z. A., & Wang, R. (2019). Building a Network to "Tell China Stories Well": Chinese Diplomatic Communication Strategies on Twitter. *International Journal of Communication*, vol. 13, 13-24.
89. Hunt, T. (1994, jun. 2). US To Seek UN Sanctions Against North Korea. Associated Press
90. Initiative, N. T. (2011). Joint Declaration of South and North Korea on the Denuclearization of the Korean Peninsula.
91. Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K., & Chowdury, A. (2009). Twitter power: Tuits as electronic word of mouth. *Journal of the American society for information science and technology*, 60(11), 2169-2188.
92. Jiménez Valencia, S. (2018, nov. 01). El tuitómetro de Trump: Las estadísticas más reveladoras de la cuenta de Twitter del presidente. CNN. Extraído de <https://cnnespanol.cnn.com/2018/11/01/el-tuitometro-de-trump-las-estadisticas-mas-reveladoras-de-la-cuenta-de-twitter-del-presidente/>

93. Jun, B. K. (2017). China's Sanctions on North Korea After Its Fourth Nuclear Test. *Pacific Focus*, 32(2), 208-231.
94. Justel Vázquez, S., Fernández Planells, A., Victoria Mas, M., & Lacasa Mas, I. (2018). Twitter e información política en la prensa digital: la red social como fuente de declaraciones en la era Trump. *El profesional de la información*, 2018, vol. 27, n. 5, pp. 984-992.
95. Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
96. Keohane, R. O. & Nye Jr, J. S. (1998). Power and interdependence in the information age. *Foreign Aff.*, 77, 81.
97. Kerry, J. (2013, may. 6). Digital Diplomacy: adapting our diplomatic engagement. *Dip Note*, 6. <http://2007-2017-blogs.state.gov/stories/2013/05/06/digital-diplomacy-adapting-our-diplomatic-engagement.html>
98. Kessler, G. (2008, oct. 12). US drops North Korea from terrorism list. *Washington Post*, 12, A01.
99. Khan, M.T., DeBlasio, J., Voelker, G., Snoeren, A.C., Kanich, C., & Vallina-Rodriguez, N. (2018). An Empirical Analysis of the Commercial VPN Ecosystem. *Proceedings of the Internet Measurement Conference 2018*.
100. Kim, B. K., Kwack, E. H., Shin, J. S., An, J. S., Lee, J. U., Kim, H. T. & Yoon, Y. C. (2000). North Korean nuclear issues and the LWR project; analysis of the key technologies (No. KAERI/AR--576/2000). Korea Atomic Energy Research Institute.
101. Kim, S. C. (2012). *North Korea Under Kim Jong Il: From Consolidation to Systemic Dissonance*. NY: State University of New York Press. SUNY Press. Albany.
102. Kim, S. S. (2010). North Korea's nuclear strategy and the interface between international and domestic politics. *Asian Perspective*, 34(1), 49-85.
103. Kim, Y. (2004). North Korea's cyberpath. *Asian Perspectives*, 28(3), 191-209.

104. Kim, Y. (2011). The contribution of social network sites to exposure to political difference: The relationships among SNSs, online political messaging, and exposure to cross-cutting perspectives. *Computers in Human Behavior*. 27. 971-977. 10.1016/j.chb.2010.12.001.
105. Klingner, B. (2018). US-North Korea Summit Deal on Denuclearization Faltering. The Heritage Foundation.
106. Ko, K., Jang, S., & Lee, H. (2008). North Korea. *Digital review of Asia/Pacific*, pp. 244–250.
107. Korb, L. J. & Borstin, R. (2005). *Integrated Power. A National Security Strategy for the 21st Century*, National Security Staff of the Center for American Progress https://www.americanprogress.org/wp-content/uploads/kf/INTEGRATED_POWER.PDF
108. Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Beverly Hills: Sage Publications.
109. Kristensen, H. M., & Norris, R. S. (2018). North Korean nuclear capabilities, 2018. *Bulletin of the Atomic Scientists*, 74(1), 41-51.
110. Larson, D. W., & Shevchenko, A. (2010). Status seekers: Chinese and Russian responses to US primacy. *International Security*, 34(4), 63-95.
111. Larson, J. F. (1988). *Global television and foreign policy* (No. 283). James F. Larson.
112. Lee, E. Y. J. (2007). Legal Analysis of the 2006 UN Security Council Resolutions Against North Korea's WMD Development. *Fordham Int'l LJ*, 31, 1.
113. Lee, M. (2016, jul. 24). US 'tuits' down false Madagascar embassy rumors. *Taiwan News* Extraído de <https://www.taiwannews.com.tw/en/news/895573>
114. Lee, T. C. (2018). When Hard Power Shrinks: The Midlife Crisis of Realism. *Realism in Practice: An Appraisal*. E- International Relations.
115. Lee, T. C. (2018). When Hard Power Shrinks: The Midlife Crisis of Realism. *Realism in Practice: An Appraisal*.

116. Lewis, D. (2014). Digital diplomacy. The Gateway House. Extraído de <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>
117. Lewis, J. (2018, abr. 4) The Word that Could Help the World Avoid Nuclear War, The New York Times, Extraído de <https://www.nytimes.com/2018/04/04/opinion/avoid-nuclear-war-denuclearization.html>
118. Lexington. (2012, mar. 22). An interview with Hillary Clinton. The Economist. Extraído de <https://www.economist.com/lexingtons-notebook/2012/03/22/an-interview-with-hillary-clinton>
119. Lim, J. (2018). The Singapore Summit Joint Statement. North Korean Review, 14(2), 101-112.
120. Lodgaard, S. (2010). Nuclear disarmament and non-proliferation: towards a nuclear-weapon-free world? Taylor & Francis, DOI: 10.4324/9780203842591
121. Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content analysis in mass communication: Assessment and reporting of intercoder reliability. Human communication research, 28(4), 587-604.
122. Lorenzo, F. C., & Manfredi, J. L. (2019). Posverdad, fake-news y agenda política en el discurso de Trump en Twitter. Historia y comunicación social, 24(2), 471.
123. Lüfkens, M. (2018). Twiplomacy Study 2018. Twiplomacy. <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/>
124. Malasenkova, A. A., & Lavrov, I. R. (2019). Twitter Diplomacy as a Tool for Promoting Foreign Policy: UK–Iran Case Study. Russia, Journal Of Governance And Politics School Of Governance And Politics, Mgimo University. <https://sgpjournals.mgimo.ru/2019/2019-5/twitter-diplomacy-uk-iran-case>
125. Manor, I., & Segev, E. (2015). America's selfie: How the US portrays itself on its social media accounts. Bjola, C. & Holmes, M. Digital Diplomacy (103-122). Oxford. Routledge
126. Mansell, W., & Cathey, L. (2020, may. 29). Twitter flags Trump, White House for 'glorifying violence' in tweets about George Floyd protests. ABC News. Extraído de

<https://abcnews.go.com/US/twitter-flags-trump-white-house-glorifying-violence-tuit/story?id=70945228+->

127. Mansourov, A. (2011). North Korea on the cusp of digital transformation. The Nautilus Institute. Extraído de http://www.nautilus.org/wp-content/uploads/2011/12/DPRK_Digital_Transformation.pdf
128. Marsteller, B. (2018, may. 30). Twiplomacy Study 2017. Twiplomacy. Extraído de <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2017/>
129. Mattingly, G. (1937). The first resident embassies: Mediaeval Italian origins of modern diplomacy. *Speculum*, 12(4), 423-439.
130. Mauro, R. (2009, jul. 13). North Korea's cyber war. Front Page Magazine. Retrieved from <http://www.freerepublic.com/focus/f-news/2291454/posts>
131. Mavrodieva, A. V., Rachman, O. K., Harahap, V. B., & Shaw, R. (2019). Role of social media as a soft power tool in raising public awareness and engagement in addressing climate change. *Climate*, 7(10), 122.
132. Max Fisher (2014, dec. 22). "Yes, North Korea has the internet. Here's what it looks like". Vox. Extraído de <https://www.vox.com/2014/12/22/7435625/north-korea-internet>
133. McCombs, M. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism studies*, 6(4), 543-557.
134. McDermott, R. (2014). The body doesn't lie: a somatic approach to the study of emotions in world politics. *International Theory*, 6(3), 557-562.
135. McGranahan, C. (2019). Extreme Speech | A Presidential Archive of Lies: Racism, Twitter, and a History of the Present. *International Journal Of Communication*, 13, 19.
136. Mearsheimer, J. J. (2001). *The tragedy of great power politics*. WW Norton & Company.
137. Melissen, J. (2005) *The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice*. Studies in Diplomacy and International Relations. Palgrave Macmillan, London. DOI: 10.1057/9780230554931_1

138. Melissen, J. (2013). Public diplomacy. Cooper A., Heine J. & Thakur, R. The oxford handbook of modern diplomacy (chapter 4), DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199588862.013.0025
139. Merrill, J. B. (2015, dec. 5). How Donald Trump talks. The New York Times. Extraído de http://www.nytimes.com/interactive/2015/12/05/us/politics/donald-trump-talk.html?_r=1
140. Meyrowitz, J. (1986). No sense of place: The impact of electronic media on social behavior. Oxford. Oxford University Press.
141. Michaels, J., & Williams, H. (2017). The nuclear education of Donald J. Trump. *Contemporary Security Policy*, 38(1), 54-77.
142. Miller, V. (2008). New media, networking and phatic culture. *Convergence*, 14(4), 387-400.
143. Millward, S. (2016, abr. 01). As more people go online, North Korea blocks Facebook and Twitter. Extraído de <https://www.techinasia.com/north-korea-blocks-facebook-twitter-youtube>
144. Mitchell, R. (2017, jun. 07). Trump's diplomacy-by-Twitter sets off firestorm. The Hill. Extraído de <https://thehill.com/policy/defense/336659-trumps-diplomacy-by-twitter-sets-off-firestorm>
145. Morgenthau, H. J. (1954). *Politics Among Nations: The Struggle for Peace and Peace*. New York: Alfred Knopf, 415.
146. Mowlana, H. (1993). Toward a NWICO for the Twenty-first Century? *Journal of International Affairs*, 59-72. DOI: 10.1093/acrefore/9780190846626.013.63
147. Mukherjee, S., & Bhattacharyya, P. (2012). Sentiment analysis in twitter with lightweight discourse analysis, *Proceedings of COLING 2012*, 1847-1864.
148. Myers, S. L., & Sang-Hun, C. (2012, feb. 12). North Koreans Agree to Freeze Nuclear Work; US to Give Aid. The New York Times, 1, A1. Extraído de <https://www.nytimes.com/2012/03/01/world/asia/us-says-north-korea-agrees-to-curb-nuclear-work.html>

149. Naftali, T. (2017, oct. 5). The Problem with Trump's Madman Theory. The Atlantic. Extraído de <https://www.theatlantic.com/international/archive/2017/10/madman-theory-trump-north-korea/542055/>
150. Nanto, D. K., & Manyin, M. E. (2011). China-North Korea Relations. *North Korean Review*, 94-101.
151. Nasser, K., & Dabbous, Y. (2009). A waste of public diplomacy? The performance of Al-Hurra TV among Lebanon's university students. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 2(1), 100-114.
152. Neuman, J. (1996). *Lights, camera, war: Is media technology driving international politics*. New York: St. Martin's Press.
153. Neuman, W. L. (1997). Qualitative research design. *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*, 333-335. Boston, Pearson Education.
154. Nguyen, T. (2011) Twitter: A Platform for Political Discourse or Social Networking, *Global Tides*. Vol. 5, Article 11.
155. Nikitin, M. B. D. (2012). *North Korea's Nuclear Weapons: Technical Issues*. Congressional Research Service.
156. Norris, P. (2005). The impact of the Internet on political activism: Evidence from Europe. *International Journal of Electronic Government Research (IJEGR)*, 1(1), 19-39.
157. Nossel, S. (2004). Smart Power. *Foreign Affairs*, 83, 2, 131-142.
158. Nye, J. S. (1990). The changing nature of world power. *Political Science Quarterly*, 105(2), 177-192.
159. Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The means to success in world politics*. Public Affairs: New York, NY, USA
160. Nye, J. S. (2008). *The powers to lead*. Oxford. Oxford University Press.
161. Nye, J. S. (2009). Get Smart: Combining Hard and Soft Power. *Foreign Affairs*, 88, 4, 160-163.

162. Nye, J. S. (2009). *Understanding International Conflicts*. 7. ed. New York: Pearson.
163. Nye, J. S. (2011). *The future of power*. Public Affairs.
164. Nye, J. S. (2014). The information revolution and Soft Power. *Current History*, 113(759),19-22. <https://dash.harvard.edu/handle/1/11738398>
165. Oberdorfer, D., & Carlin, R. (2013). *The two Koreas: A contemporary history*. Hachette UK.
166. Ott, B. L. (2017). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical studies in media communication*, 34(1), 59-68.
167. Panda, A. & Narang, V. (2019, may. 16) Why North Korea Is Testing Missiles Again. *Foreign Affairs*. Extraído de <https://www.foreignaffairs.com/articles/north-korea/2019-05-16/why-north-korea-testing-missiles-again>
168. Pascual, E. (2001). Pragmatics in diplomatic exchanges. *Language and Diplomacy, Diplo Projects, Msida*, 225-232.
169. Pérez-Curiel, C. & Limón-Naharro, P. (2019). Political influencers. A study of Donald Trump's personal brand on Twitter and its impact on the media and users. *Communication & Society (formerly Comunicación Y Sociedad)*, 32, 1, 57-75.
170. Pinkston, D. A. (2008). *The North Korean ballistic missile program (Vol. 6)*. Strategic studies Institute, US Army War College.
171. Polanyi L., Zaenen A. (2006) Contextual Valence Shifters. In: Shanahan J.G., Qu Y., Wiebe J. (eds) *Computing Attitude and Affect in Text: Theory and Applications*. The Information Retrieval Series, vol 20. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/1-4020-4102-0_1
172. Porter, L. V., Sallot, L. M., Cameron, G. T., & Shamp, S. (2001). New technologies and public relations: Exploring practitioners' use of online resources to earn a seat at the management table. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(1), 172-190.
173. Potter, E. H. (2002). *Cyber-diplomacy: Managing foreign policy in the twenty-first century*. Montreal: McGill-Queen's University Press.

174. Rafferty, A. (2017, may. 3). Hillary Clinton: Tuits Won't Solve Threat From North Korea. NBC News. Extraído de <https://www.nbcnews.com/politics/politics-news/hillary-clinton-tuits-won-t-solve-threat-north-korea-n753951>
175. Raimzhanova, A. (2015). Power in IR. Institute for Cultural Diplomacy and the University of Bucharest.
176. Ramaprasad, J. (1983). Media diplomacy: In search of a definition. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 31(1), 69-78.
177. Rampton, R. (2015, may. 18). Obama gets his own account on Twitter: 'It's Barack. Really!' Extraído. Reuters. <https://www.reuters.com/article/usa-obama-twitter/obama-gets-his-own-account-on-twitter-its-barack-really-idUSL1N0Y915O20150518>
178. Ramstad, E., & Meckler, L. (2012, abr. 13). North Korean Launch Fails. *The Wall Street Journal*, 13. Extraído de <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052702304444604577340343672810680>
179. Rana, K. S. (2001). Language, Signaling and Diplomacy. *Language and Diplomacy*, 107-115.
180. Rawnsley, A. (2011, abr. 13) "Smartphone Fever Hits North Korea; Kim Looks for Cure" WIRED. Extraído de <https://www.wired.com/2011/04/gadget-fever-hits-north-korea-kim-looks-for-cure/>
181. Rawnsley, G. D. (1995). Media diplomacy: Monitored broadcasting and foreign policy. *Discussion Papers in Diplomacy*. Leicester, UK: Centre for the Study of Diplomacy, University of Leicester, 12-53.
182. Reddy, S. (2019, jul. 5). Analysis: How does North Korea use social media? BBC. Extraído de <https://monitoring.bbc.co.uk/product/c200xiwn>
183. Remarks by President Trump to U.S. Service Members. (n.d.). White House. Extraído de <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-u-s-service-members/>

184. Reporteros sin Fronteras (2012) Press Freedom Index 2011-2012- Extraído de <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2011-2012,1043.html>
185. Riley, P. (2014). Media Diplomacy: Public Diplomacy in a New Global Media Environment. Dispute Over the Diaoyu/senkaku Islands: How Media Narratives Shape Public Opinion and Challenge the Global Order, 231-244
186. Ritto, L. (2014, oct. 18). Diplomacy and its practice vs digital diplomacy. Diplomat Magazine. The Hague, 1, 54-56. <http://www.diplomatmagazine.nl/2014/10/18/diplomacy-practice-vs-digital-diplomacy-2/>
187. Roberts, M., Wanta, W., & Dzwo, T. H. (2002). Agenda setting and issue salience online. Communication research, 29(4), 452-465.
188. Robinson, D. (2016). Text analysis of Trump's tuits confirms he writes only the (angrier) Android half. Variance explained, 9, 2016.
189. Ronit, K., & Porter, T. (2015). Harold D. Lasswell, The Decision Process: Seven Categories of Functional Analysis. In S. J. Balla, M. Lodge, & E. C. Page (Eds.), The Oxford Handbook of Classics in Public Policy and Administration (pp. 54-68). Oxford: Oxford University Press.
190. Roselle, L., Miskimmon, A., & O'Loughlin, B. (2014). Strategic narrative: A new means to understand soft power. Media, War & Conflict, 7(1), 70-84. <https://doi.org/10.1177/1750635213516696>
191. Rudiger, F. (2018, ene. 3). Kim Jong Un's 2018 New Year's Speech: Self-Confidence After a Tough Year. 38 North. Extraído de <https://www.38north.org/2018/01/rfrank010318/>
192. S. Wojcik, A. Hughes And E. Remy. (2019). U.S. political leaders have a sizable following among U.S. adults on Twitter. Pew Research Center. Extraído de https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/07/15/about-one-in-five-adult-twitter-users-in-the-u-s-follow-trump/ft_19-07-15_twittertrump_us-political-leaders-have-sizable-following-among-us-adults-twitter/
193. Sanger, D. E. (1994). Carter optimistic after North Korea talks. The New York Times, A10.

194. Sanger, D. E. (2019, oct. 5) "US Nuclear Talks with North Korea Break Down in Hours," New York Times, <https://www.nytimes.com/>
195. Sanger, D. E., & Sang-Hun, C. (2013, feb. 13). North Korea confirms it conducted 3rd nuclear test. New York Times, 11. Extraído de North Korea confirms it conducted 3rd nuclear test.
196. Sang-Hun, C. (2013, mar. 16). North Korea sees South and U.S. behind hacks. New York Times, p. 7. Extraído de <https://www.nytimes.com/2013/03/16/world/asia/north-korea-sees-south-us-behind-cyberstrikes.html>
197. Sang-Hun, C. (2013, mar. 23). Computer networks in South Korea are paralyzed in cyberattack. New York Times, p. A5.
198. Satter, R. & Sullivan, E. (2014, dec. 25). "North Korea outage a case study in online uncertainties." The Sydney Morning Herald. Extraído de <https://www.smh.com.au/technology/north-korea-outage-a-case-study-in-online-uncertainties-20141225-12dltr.html>
199. Savoy, J. (2018). Trump's and Clinton's style and rhetoric during the 2016 presidential election. *Journal of Quantitative Linguistics*, 25(2), 168-189.
200. Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of communication*, 49(1), 103-122.
201. Schmidt, B. C. (2005). Competing realist conceptions of power. *Millennium*, 33(3), 523-549.
202. Sevastopulo, D. (2017, abr. 2). Donald Trump in his own words. *Financial Times*. Extraído de <https://www.ft.com/content/9ae777ea-17ac-11e7-a53d-df09f373be87>
203. Shapiro, Matthew A.; Hemphill, Libby (2017). "Politicians and the policy agenda: Does use of Twitter by the US Congress direct New York Times content?". *Policy & internet*, v. 9, n. 1, pp. 109-132. <https://doi.org/10.1002/poi3.120>

204. Shi, S. & Bürge, C. (2019, jul. 27) "While Trump and Kim Talk, North Korea Appears to Expand Its Nuclear Arsenal," Wall Street Journal. Extraído de <https://www.wsj.com/articles/while-trump-and-kim-talk-north-korea-appears-to-expand-its-nuclear-arsenal-11564059627>
205. Shin, G. W., & Moon, R. J. (2019). North Korea in 2018: Kim's Summit Diplomacy. *Asian Survey*, 59(1), 35-43.
206. Signitzer, B. & Coombs, T. (1992). Public relations and public diplomacy: Conceptual divergence. *Public Relations Review* 18 (2): 137
207. Simon, J. (2016, mar. 14). Why journalists should be afraid of Trump's media strategy. *Columbia Journalism Review*, 14. Extraído de https://www.cjr.org/first_person/why_journalists_should_be_afraid_of_trumps_media_strategy.php
208. Šimunjak, M., & Caliandro, A. (2019). Twiplomacy in the age of Donald Trump: Is the diplomatic code changing?. *The Information Society*, 35(1), 13-25.
209. Singer, D., Barboza, D., & Perlo, N. (2013, feb. 19). China's army seen as tied to hacking against U.S. *New York Times*, p. A1, 9.
210. Small, T. A. (2011). What the hashtag? A content analysis of Canadian politics on Twitter. *Information, communication & society*, 14(6), 872-895.
211. Smith, B. (2010). Socially distributing public relations: Twitter, Haiti, and interactivity in social media. *Public Relations Review* 36(4):329-335 DOI10.1016/j.pubrev.2010.08.005
212. Snell, J. L. (1954). Wilson on Germany and the fourteen points. *The Journal of Modern History*, 26(4), 364-369.
213. Snyder, S. (2018, may. 29) Chronology of Events Surrounding the Cancellation and Reconfirmation of the Trump-Kim Summit, Council on Foreign Relations. Extraído de <https://www.cfr.org/blog/chronology-events-surrounding-cancellation-and-reconfirmation-trump-kim-summit>

214. Social Media Research Group. (2016). Using social media for social research: An introduction. Social Media Research Group: United Kingdom. 1-23
215. Solomon, T. (2014). The affective underpinnings of Soft Power. *European Journal of International Relations*, 20(3), 720-741.
216. Sonnevend, J. & Kim, Y. (2020). Talking With the 'Hermit Regime' An Unlikely Seducer: Kim Jong-un's Charm Offensive from the PyeongChang Winter Olympics Until the Trump–Kim Summit. *International Journal of Communication*, 14, 23.
217. Soroka, Stuart N. (2003). Media, public opinion, and foreign policy. *Harvard International Journal of Press/Politics* 8 (1): 27-48
218. Sotiriu, S. (2015). Digital diplomacy: between promises and reality. In *Digital Diplomacy* Bjola, C. & Holmes, M. *Digital Diplomacy* (pp. 47-65). Oxford. Routledge-}.
219. Stolee, G., & Caton, S. (2018). Twitter, Trump, and the base: A shift to a new form of presidential talk? *Signs and society*, 6(1), 147-165.
220. Strauß, N., Kruikemeier, S., van der Meulen, H., & van Noort, G. (2015). Digital diplomacy in GCC countries: Strategic communication of Western embassies on Twitter. *Government Information Quarterly*, 32(4), 369-379.
221. Su, S., & Xu, M. (2015). Twitplomacy: Social media as a new platform for development of public diplomacy. *International Journal of E-Politics (IJEP)*, 6(1), 16-29.
222. Swanstrom, N. (2018). Understanding North Korea's Internal Strategy. **DEFENSE DOSSIER.**
223. T. Rich. (2014) Propaganda with purpose: uncovering patterns in North Korean Nuclear Coverage, 1997-2012. *International Relations of the Asia-Pacific* 14:3, pages 427-453.
224. Taboada, M., Voll, K., & Brooke, J. (2008). Extracting sentiment as a function of discourse structure and topicality. Simon Fraser Univeristy School of Computing Science Technical Report, 1-22.

225. Tait, A. (2016, ago. 14). The strange case of Marina Joyce and internet hysteria. The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2016/aug/04/marina-joyce-internet-hysteria-witch-hunts-cyberspace>
226. Tomz, M. (2007). Domestic audience costs in international relations: An experimental approach. *International Organization*, 61(4), 821-840.
227. Troianovski, A. (2018, jul. 12). How the Kremlin crafted a popular brand: Putin. Washington Post. Extraído de https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/world/putin-brand/?utm_term=bbfeb3292bd5.
228. Tsur, O., Ognyanova, K., & Lazer, D. (2016, abr, 26). The data behind Trump's Twitter takeover. Politico Magazine. <https://www.politico.com/magazine/story/2016/04/donald-trump-2016-twitter-takeover-213861>
229. Tuch, Hans. (1990). *Communicating with the World: US public diplomacy overseas*. New York: St. Martins
230. Tweepsmaps. (2020). Analysis of @realdonaldtrump FOLLOWERS [gráfico de datos] Extraído de <https://tweepsmap.com!/realdonaldtrump>
231. Twitter Inc. (2021, ene. 8). Permanent suspension of @realDonaldTrump. Twitter Blog. Extraído de https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension.html
232. Uemura, T. (2013). Understanding Sino-Japanese Relations: Proposing a Constructivist Approach in Chinese Studies. *Journal of Contemporary East Asia Studies*, 2(1), 95-127.
233. Uysal, N., Schroeder, J., & Taylor, M. (2012). Social media and soft power: Positioning Turkey's image on Twitter. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 5(3), 338-359.
234. Vaitheeswaran, G., & Arockiam, L. (2016). Machine Learning Based Approach to Enhance the Accuracy of Sentiment Analysis on Tuits. *International Journal*, 4(5).
235. Vergeer, M., & Hermans, L. (2013). Campaigning on Twitter: Microblogging and online social networking as campaign tools in the 2010 general elections in the Netherlands. *Journal of computer-mediated communication*, 18(4), 399-419.

236. Vyas, U., Chen, C. C., & Roy, D. (2015). *The North Korea crisis and regional responses*. Honolulu, HI: East-West Center.
237. Wagner, J. (2018, jul. 3) "Trump: 'If Not for Me,' United States Would Be at War with North Korea," *Washington Post*. Extraído de https://www.washingtonpost.com/politics/trump-if-not-for-me-united-states-would-be-at-war-with-north-korea/2018/07/03/aead7a64-7ddf-11e8-b660-4d0f9f0351f1_story.html
238. Waisbord, S., & Amado, A. (2017). Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1330-1346.
239. Wallsten, K. (2007). Agenda setting and the blogosphere: An analysis of the relationship between mainstream media and political blogs. *Review of policy research*, 24(6), 567-587.
240. Warf, B. (2015). The Hermit Kingdom in cyberspace: unveiling the North Korean internet. *Information, Communication & Society*, 18(1), 109-120.
241. Warren, T. C. (2014). Not by the sword alone: Soft Power, mass media, and the production of state sovereignty. *International Organization*, 68(1), 111-141.
242. Warrick, J., Nakashima, E., & Fifield, A. (2017, ago. 8). North Korea now making missile-ready nuclear weapons, US analysts say. *The Washington Post*, 8.
243. Westcott, N. (2008, jul.1) *Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations OII Working Paper No. 16*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1326476> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1326476>
244. Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2014). Social media as information source: Recency of updates and credibility of information. *Journal of computer-mediated communication*, 19(2), 171-183.
245. Williams, M. (2010, jun. 10). North Korea moves quietly onto the internet. *Computerworld*. Retrieved from http://www.computerworld.com/s/article/9177968/North_Korea_moves_quietly_onto_the_Internet?taxonomyId=18&pageNumber=2

246. Williams, M. (2013, abr. 9). DPRK reconfigures its Internet connection. North Korea Tech. Retrieved from <http://www.northkoreatech.org/tag/star-jv/>
247. Williams, M. (2017, dec. 2). North Korea blocks Twitter, South Korea blocks me. North Korea Tech. Extraído de <https://www.northkoreatech.org/2016/04/02/north-korea-blocking-twitter-south-korea-blocking/>
248. Wilson III, E. J. (2008). Hard power, soft power, smart power. *The annals of the American academy of Political and Social Science*, 616(1), 110-124.
249. Wright, C. R. (1986). *Mass communication: A sociological perspective*. New York: Random House.
250. Yarhi-Milo, K. (2013). In the eye of the beholder: How leaders and intelligence communities assess the intentions of adversaries. *International Security*, 38(1), 7-51.
251. Zaharna, R. S. (2010). *Battles to bridges, U. S. strategic communication and public diplomacy after 9/11*. New York: Palgrave Macmillan.
252. Zakharova, L. (2016). Economic cooperation between Russia and North Korea: New goals and new approaches. *Journal of Eurasian Studies*, 7(2), 151-161
253. Zhong, X., & Lu, J. (2013). Public diplomacy meets social media: A study of the US Embassy's blogs and micro-blogs. *Public Relations Review*, 39(5), 542-548.