




De la persuasión a la coerción: Diplomacia pública y control migratorio en el primer semestre de la segunda administración de Trump

From persuasion to coercion: Public diplomacy and immigration control in the first half of the second Trump administration

Lic. Larissa Salas Duarte

Licenciada en Relaciones Internacionales. Estudiante de la Maestría en Relaciones Internacionales en la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Xochimilco y Becaria de Investigación de la Coordinación de Investigación y Vinculación del Centro de Estudios de Asia y África de El Colegio de México. Ciudad de México, México. ✉ 2241801278@alumnos.xoc.uam.mx  [0009-0008-7212-5220](https://orcid.org/0009-0008-7212-5220)

Cómo citar (APA, séptima edición): Salas Duarte, L. (2025). De la persuasión a la coerción: Diplomacia pública y control migratorio en el primer semestre de la segunda administración de Trump. *Política internacional*, VII (Nro. 4), 147-157. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17305821>

 <https://doi.org/10.5281/zenodo.17305821>

RECIBIDO: 15 DE AGOSTO DE 2025

APROBADO: 19 DE SEPTIEMBRE DE 2025

PUBLICADO: 20 DE OCTUBRE DE 2025

RESUMEN Este artículo analiza cómo, durante los primeros seis meses de la segunda administración de Donald Trump, se han instrumentalizado los medios tradicionales y las redes sociales como parte de su política migratoria hacia México y Centroamérica, retomando las nociones de Smart Power de Joseph Nye y de Diplomacia Pública de Nicholas Cull. Se sostiene que las campañas de disuasión difundidas en plataformas como YouTube, X y medios tradicionales funcionaron como mecanismos de securitización que privilegiaron el poder coercitivo sobre la cooperación y debilitaron los principios democráticos que supuestamente orientan la política exterior estadounidense. El análisis se articula en torno a las 4P's propuestas por Bruce Jentleson, poder, paz, prosperidad y principios, donde se muestra que la centralización de decisiones del Ejecutivo durante la segunda administración de Donald Trump permitió desplegar narrativas transnacionales sin contrapesos institucionales. Este proceso produjo resultados ambivalentes. Por un lado, sectores internos respaldaron la retórica de seguridad. Por el otro, en México y entre comunidades

migrantes urbanas dentro de Estados Unidos se generó un rechazo que evidenció el carácter coercitivo y discriminatorio de estas prácticas. Se concluye que la aplicación del Smart Power como instrumento unilateral de intimidación pierde eficacia diplomática y, lejos de fortalecer la legitimidad internacional de Estados Unidos, contribuye a profundizar su aislamiento en el tratamiento del fenómeno migratorio.

Palabras clave: Estados Unidos, Smart Power, Redes Sociales

ABSTRACT *This article analyzes how, during the first six months of Donald Trump's second administration, traditional media and social networks have been instrumentalized as part of his migration policy towards Mexico and Central America, taking up the notions of Smart Power by Joseph Nye and Public Diplomacy by Nicholas Cull. It argues that the deterrence campaigns disseminated on platforms such as YouTube, X, and traditional media functioned as securitization mechanisms that privileged coercive power over cooperation and weakened the democratic principles that supposedly guide US foreign policy. The analysis is articulated around the 4Ps proposed by Bruce Jentleson: power, peace, prosperity, and principles. It shows that the centralization of executive decision-making during Donald Trump's second administration allowed for the deployment of transnational narratives without institutional counterweights. This process produced ambivalent results. On the one hand, domestic sectors supported the security rhetoric. On the other hand, in Mexico and among urban migrant communities within the United States, a backlash erupted that highlighted the coercive and discriminatory nature of these practices. The conclusion is that the use of Smart Power as a unilateral instrument of intimidation undermines diplomatic effectiveness and, far from strengthening the international legitimacy of the United States, contributes to deepening its isolation in addressing the migration phenomenon.*

Keywords: United States, Smart Power, Social Media

INTRODUCCIÓN

Con la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca para su segunda administración, la política migratoria estadounidense ha transformado la manera en que utiliza los medios de comunicación. Ante la narrativa sobre el creciente flujo migratorio procedente de México y Centroamérica, el gobierno de Trump ha intensificado el uso de las redes sociales para disuadir la migración. Esta estrategia forma parte de una lógica más amplia de proyección del soft power, donde las redes sociales son utilizadas como herramientas para construir narrativas, influir en la opinión pública extranjera y velar por los intereses nacionales sin recurrir a mecanismos tradicionales de uso de la fuerza.

Es de esta manera que este trabajo propone que la instrumentalización de las redes sociales por parte del gobierno de Estados Unidos durante los primeros seis meses de la segunda administración Trump, constituye una manifestación del Smart Power, concepto desarrollado por Joseph Nye (2004, 2011). Se argumenta que esta estrategia se inscribe dentro de una lógica de Diplomacia Pública, y de manera más específica, de Diplomacia Pública Digital, las cuales buscan moldear percepciones extranjeras y ejercer influencia mediante el uso de las redes sociales.

A través del análisis de campañas transmitidas por YouTube, X y medios tradicionales, este trabajo examina cómo Estados Unidos ha desplegado mensa-

jes dirigidos a Latinoamérica, especialmente a México, con el objetivo de contener la migración. Esta estrategia de comunicación será explorada desde la perspectiva de su articulación como herramientas de poder y su papel dentro de la política exterior estadounidense.

El objetivo principal de este trabajo es analizar la instrumentalización de los medios digitales por parte del gobierno de Estados Unidos, bajo la segunda administración de Trump, en el marco de la crisis migratoria. La hipótesis del trabajo sostiene que al operar desde una posición vertical y bajo la lógica de su política exterior, el gobierno estadounidense considera estas estrategias como una muestra de moderación y civilidad. No obstante, al observarlas desde una perspectiva del sur global, en particular la mexicana, estas acciones pueden ser interpretadas como una forma de intervención simbólica o control narrativo que pone en duda su carácter diplomático.

A lo largo del ensayo se empleará un enfoque teórico sustentado en los aportes de Joseph Nye sobre Smart Power y Nicholas Cull sobre Diplomacia Pública. A partir de estos marcos, se analizará el caso estadounidense con base en las 4P's de su política exterior propuestas por Bruce Jentleson, para identificar cómo estas dimensiones operan en la narrativa y medios para abordar la crisis migratoria.

Para este estudio se seleccionaron dos campañas de Diplomacia Pública que evidencian la instrumentalización del Smart Power en el marco de las 4P's de Jentleson: los anuncios difundidos por la Secretaría de Seguridad Nacional, Kristi Noem, y los videos publicados en la cuenta oficial de X de la Casa Blanca. Estos ejemplos fueron elegidos por su amplia difusión en medios de comunicación y redes sociales, así como por su relevancia en la construcción de narrativas sobre migración y seguridad nacional. El análisis se realizó mediante la identificación de elementos discursivos y visuales que reflejan las dimensiones de la política exterior estadounidense. La P del poder se aplicó para examinar cómo estas

campañas utilizan el Smart Power para reforzar la autoridad y capacidad de control fronterizo. La P de paz permitió evaluar de qué manera el uso de estas estrategias ha debilitado la cooperación institucional y regional. La P de prosperidad sirvió para analizar cómo los mensajes construyen la migración como amenaza económica y justifican políticas proteccionistas. Finalmente, la P de principios se empleó para explorar cómo los valores democráticos y los derechos humanos son instrumentalizados de manera pragmática dentro de estas campañas, subordinándolos a la lógica securitizadora.

DESARROLLO

Marco teórico

La perspectiva teórica del presente ensayo se enmarca dentro del cuarto debate de las Relaciones Internacionales, por medio de la utilización del marco del Smart Power que nos ofrece Joseph Nye (2004, 2011). Esta perspectiva teórica se inserta en la vertiente racionalista de este debate (Keohane, 1988), el cual ha incorporado nuevas dimensiones del poder, especialmente las simbólicas y comunicativas, así como la apertura transdisciplinaria y el reconocimiento del papel de actores no estatales, medios y narrativas. Es así que se retoman los conceptos de Smart Power de Joseph Nye y de Diplomacia Pública, con énfasis en su dimensión digital, como herramientas analíticas que permiten entender el uso de medios de comunicación como parte de la política exterior estadounidense hacia México en materia migratoria.

El concepto de Smart Power, desarrollado por Nye (2004, 2011), propone una estrategia de política exterior que combina los recursos coercitivos del hard power, entendidos como el uso de la fuerza, las sanciones económicas o las presiones legales, con las herramientas del soft power, centradas en la persuasión, la atracción cultural y la proyección de valores. Esta combinación busca maximizar la efectividad de la acción internacional al integrar mecanismos de poder que apelan tanto al temor como a

lo diplomático, convirtiéndose en una fórmula híbrida para alcanzar los objetivos del interés nacional.

Para complementar de manera más amplia el marco del Smart Power resulta interesante abordar lo planteado alrededor de la Diplomacia Pública, en específico lo desarrollado por Nicholas Cull (2009, 66-67), quien la define como “el proceso por el cual un actor internacional busca gestionar el entorno internacional comunicándose con audiencias extranjeras”. Este enfoque reconoce el papel central de los medios en la proyección internacional de mensajes, y otorga una dimensión comunicativa a las acciones exteriores del Estado. Cull distingue cinco dimensiones funcionales de la diplomacia pública: la escucha, la defensoría entendida como la promoción de agendas, la diplomacia cultural, el intercambio educativo y el broadcasting internacional (Cull, 2009, 73).

En este sentido, y dada la coyuntura actual, sumado al avance tecnológico y la relevancia de los medios de comunicación como las redes sociales, este análisis pone especial atención a la Diplomacia Pública Digital, entendida como “la consecución de los objetivos de la política exterior de un país mediante el uso intensivo de la web social, las plataformas digitales y otras herramientas intensivas en tecnologías” (Manfredi Sánchez, 2014).

El Smart Power de Nye y la Diplomacia Pública según Cull son pertinentes para el estudio del caso planteado, porque precisamente ambas teorías están formuladas desde la lógica estratégica de la política exterior estadounidense. En este sentido, permiten comprender cómo el gobierno de Estados Unidos concibe su acción internacional como una combinación calculada de persuasión y coerción, en la que el uso de medios digitales forma parte de una política que se presenta como moderada o incluso benévola. En conjunto, estos marcos permiten interpretar el fenómeno de la diplomacia pública de la segunda administración de Donald Trump, no como un simple reflejo de robustecimiento de las medidas de seguridad estatal, sino como una política exte-

rior híbrida que articula hard power, soft power y herramientas digitales en función de una narrativa de control y disuasión. Con este enfoque se puede evaluar de forma integral el despliegue del interés nacional estadounidense y cómo este se inserta en instrumentalización de los medios en un ejercicio contemporáneo del poder respecto a temas migratorios.

Migración e interés nacional estadounidense

La migración desde México y Centroamérica hacia Estados Unidos ha sido percibida por los gobiernos estadounidenses como un desafío que implica temas de seguridad, económicos, sobre la identidad nacional y gobernabilidad. En este contexto, el interés nacional de Estados Unidos se ha definido en las décadas recientes en torno a la necesidad de controlar sus fronteras, garantizar la seguridad interna y proteger su mercado laboral.

Desde los acontecimientos del 11 de septiembre del 2001, la política exterior estadounidense ha adoptado un enfoque securitizador respecto a temas migratorios. Este planteamiento ha sido reforzado por la adopción de narrativas que asocian la migración con el crimen organizado y el terrorismo. Bajo esta lógica, la migración ha sido abordada como un problema de seguridad nacional, justificando así, una serie de acciones que van desde el reforzamiento de los controles en la frontera, la firma de acuerdos de contención con países expulsores, hasta la producción de campañas publicitarias de disuasión dirigidas a potenciales migrantes.

Estas campañas han cobrado especial relevancia durante el segundo periodo presidencial de Donald Trump, pues a través de estas, el gobierno estadounidense ha proyectado un ejercicio del poder simbólico. Como señala Nye, el uso de medios no coercitivos, como los medios de comunicación, permite a los Estados ejercer influencia sin recurrir a la fuerza, apelando a valores, imágenes y narrativas que legitiman sus intereses (Nye, 2011). Así, el interés nacional de Estados Unidos en materia migra-

toria se expresa no solo a través de leyes, decretos o tratados, sino también mediante la creación de narrativas que buscan condicionar la percepción y las decisiones de los migrantes. Esta instrumentalización comunicacional refleja una forma híbrida de ejercer poder en la era digital.

La instrumentalización de los medios en la segunda administración Trump

En los últimos años, particularmente desde el inicio del segundo mandato de Donald Trump en 2025, el gobierno de Estados Unidos ha intensificado el uso de medios digitales y tradicionales para disuadir la migración irregular. A través del Departamento de Seguridad Nacional (U.S. Department of Homeland Security, 2025), se han impulsado campañas dirigidas específicamente a las poblaciones migrantes de México y Centroamérica, aprovechando mecanismos de segmentación por geolocalización en plataformas como YouTube. Entre los contenidos difundidos se encuentra un anuncio protagonizado por la secretaria de Seguridad Nacional estadounidense, Kristi Noem, que fue transmitido no solo en redes sociales, sino también en la televisión abierta mexicana.

Esta estrategia provocó reacciones inmediatas del gobierno mexicano. La presidenta de México, Claudia Sheinbaum, expresó públicamente su rechazo ante la transmisión de estos anuncios en canales nacionales, calificándolos como una intromisión indebida en asuntos internos y una forma de propaganda extranjera. En respuesta, se anunció una iniciativa legislativa para prohibir que gobiernos extranjeros contraten espacios publicitarios en medios mexicanos, con el objetivo de preservar la soberanía informativa del país (Olivares & Urrutia, 2025).

A pesar de estas tensiones diplomáticas, la Casa Blanca continuó produciendo contenidos orientados a reforzar su política migratoria desde una lógica disuasiva y altamente mediática. El 29 de julio de 2025, la cuenta oficial de la Casa Blanca en X publicó un video con el audio que se ha viralizado en las

últimas semanas en redes sociales de la agencia de viajes Jet2 Holidays titulado: "When ICE books you a one-way Jet2 holiday to deportation". En el video se observa a un grupo de migrantes abordando un avión bajo la custodia de agentes migratorios, en un montaje visual que pretende mostrar la deportación como una consecuencia inevitable de intentar cruzar la frontera de manera irregular. El video combina viralidad del audio con estrategias de comunicación política, reflejando una adaptación del gobierno estadounidense al ecosistema de redes sociales para imponer su narrativa migratoria (The White House, 2025).

Como se mencionó anteriormente, este tipo de acciones se inscriben en una estrategia de Smart Power. En este caso, el uso de las redes sociales como herramientas de persuasión se podría posicionar como un mecanismo intermedio que, sin recurrir directamente a la agresión, busca condicionar las decisiones de potenciales migrantes a través del miedo, la desinformación o la manipulación de la información. Desde la perspectiva de la Diplomacia Pública, estas campañas sirven como medio de comunicación de la política migratoria, al tiempo que construyen una narrativa que busca legitimar las acciones del gobierno estadounidense ante audiencias extranjeras. Como señala Cull (2009), la diplomacia pública se centra en influir en la opinión pública internacional como una extensión del interés nacional, y en este caso, los contenidos virales son empleados para moldear percepciones sobre las consecuencias de la migración irregular.

Cuando los mecanismos de influencia se encuentran en el espacio digital, como ocurre con los videos publicados en las cuentas oficiales del gobierno estadounidense, entramos en el terreno de la Diplomacia Pública Digital, que implica una lógica comunicativa basada en la inmediatez, la viralidad y la segmentación estratégica de los públicos (Manfredi Sánchez, 2014). Bajo esta lógica, el gobierno estadounidense convierte las plataformas digitales en herramientas diplomáticas que refuerzan su postura migratoria sin necesidad de negociaciones

formales, pero con un fuerte impacto en las percepciones y decisiones de las audiencias extranjeras.

Las 4P's

El marco analítico de las 4 P's, propuesto por Bruce Jentleson (2014) que refiere al poder, la paz, la prosperidad y los principios, proporciona una herramienta útil, para analizar los objetivos que estructuran el interés nacional de estadounidense. Si bien, dicho interés suele ser ambiguo, este marco permite comprender cómo se priorizan, negocian y cómo pueden entrar en tensión las metas de la política exterior estadounidense. En el contexto de la segunda administración de Trump, estas cuatro dimensiones se articulan de manera particular, especialmente respecto al tema migratorio.

Esta administración ha reforzado una visión realista del poder, centrada en la protección de la soberanía y la seguridad fronteriza y desde el marco de las 4 P's, la primera P, el poder, se entiende como un componente esencial para alcanzar los objetivos de la política exterior. Según Jentleson, este poder es multidimensional e involucra tanto la fuerza militar, la coerción económica y otras estrategias que apelan a la persuasión, la disuasión y la manipulación de la información (2014). Bajo esta lógica, las campañas de diplomacia pública lanzadas durante la segunda administración de Donald Trump encajan dentro de una estrategia híbrida que combina tanto elementos del hard power y como del soft power para lograr objetivos concretos en materia migratoria. Estas campañas han logrado trascender el ámbito tradicional del uso de la fuerza militar o legal y ha llevado a que se inserten en la lógica del Smart Power. Los anuncios de la secretaria Kristi Noem o los videos publicados por la Casa Blanca en redes sociales pretenden, además de disuadir la migración, moldear las percepciones sobre la autoridad, la capacidad de vigilancia y la determinación del gobierno estadounidense.

Para Jentleson, la segunda P, la paz, se basa en la idea institucionalista de que la cooperación entre Es-

tados es posible y beneficiosa para todas las partes. Esta visión sostiene que las instituciones internacionales permiten manejar el poder de forma colectiva, reduciendo la posibilidad de conflicto y facilitando la acción coordinada ante desafíos globales (2014). Bajo esta lógica, Estados Unidos ha asumido históricamente el papel de policía del orden internacional. Sin embargo, las campañas unilaterales impulsadas por el gobierno de Trump contradicen esta tradición institucionalista. Al lanzar mensajes propagandísticos sin consultar ni coordinar con gobiernos aliados, como el caso de México, la administración estadounidense rompe con el principio de cooperación. Este tipo de acciones refuerzan los mecanismos institucionales que generan fricciones diplomáticas y erosionan la posibilidad de diálogo estructurado.

Estas reacciones evidencian que la paz, entendida como cooperación sostenida mediante reglas comunes, se ve amenazada cuando Estados Unidos actúa por fuera de estos marcos. Estas campañas refuerzan un esquema de seguridad nacional ignorando la interdependencia regional. Al excluir a los países de origen y tránsito migratorio de los procesos de comunicación oficial, se debilita la posibilidad de diseñar políticas migratorias conjuntas y sostenibles. Así, la apuesta por la disuasión unilateral se convierte en un obstáculo para la paz institucional.

Desde la perspectiva de la tercera P, la prosperidad, como objetivo de política exterior, está ligada a la búsqueda de beneficios económicos, como el fortalecimiento de la balanza comercial, el crecimiento económico y la estabilidad financiera interna. Esta dimensión puede abordarse desde la perspectiva economicista de promoción de la prosperidad colectiva bajo reglas del libre comercio y la globalización, o bien, desde el imperialismo, que privilegia los intereses de élites económicas, muchas veces a costa de países del sur global.

En este sentido, las campañas de disuasión lanzadas durante la segunda administración de Trump

deben entenderse también como parte de una lógica de prosperidad excluyente. En un contexto electoral marcado por el estancamiento económico, la migración fue utilizada como chivo expiatorio. Los mensajes difundidos en medios mexicanos, en el que se presume el envío de tropas a la frontera y acusa a los migrantes de narcotraficantes, refuerzan una narrativa que asocia a la migración con la amenaza al bienestar económico estadounidense y contribuyen a construir un marco discursivo en el que el control fronterizo se presenta como una condición para proteger empleos, servicios públicos y la prosperidad económica, manteniendo así una estructura económica que sigue beneficiando a los mismos sectores privilegiados, reproduciendo patrones históricos de subordinación regional.

Finalmente, la cuarta P, los principios, alude a los valores estadounidenses que sientan las bases de su política exterior, como lo son la democracia, los derechos humanos, la libertad individual y el autogobierno. A lo largo de su historia, líderes estadounidenses han sostenido que su país no solo actúa en función de sus intereses estratégicos, sino también por un deber moral de proteger estos principios a nivel global. Esta noción ha dado forma a una diplomacia que pretende irradiar ideales democráticos al resto del mundo, aunque frecuentemente se vea marcada por contradicciones profundas.

En el contexto de la crisis migratoria, estas campañas se presentan como herramientas políticas orientadas a preservar la seguridad nacional. Sin embargo, al analizar su contenido y observar sus efectos, se distancian del discurso principista. La criminalización de los migrantes, el uso del miedo como estrategia de persuasión y la omisión deliberada de las condiciones estructurales que originan la migración contradicen el idealismo democrático que supuestamente guía la política exterior estadounidense.

En lugar de promover la democracia o proteger los derechos humanos, los mensajes difundidos reproducen estereotipos racistas y deshumanizantes, representando a los migrantes como amenazas, delin-

cuentes o los causantes de la crisis económica. Esta narrativa socava la legitimidad de Estados Unidos como defensor de la libertad y transforma su soft power en coerción simbólica. Tal como lo señala Nye, el soft power depende de la credibilidad, sin embargo, cuando los valores que se enarbolan no son llevados a la práctica, esta se pierde (Nye, 2011).

Así, la defensa de los principios se convierte en una herramienta para justificar la desigualdad estructural, donde el ideal democrático deja de ser una meta universal para volverse una frontera simbólica que delimita quién merece protección y quién no. Este doble estándar en la política exterior estadounidense no es nuevo, pero las campañas analizadas lo hacen particularmente visible, pues mientras se afirma promover la paz, la libertad y la democracia, se implementan políticas comunicativas que degradan los derechos de los más vulnerables y refuerzan mecanismos de vigilancia sobre algunas poblaciones del sur global.

El papel de los poderes

El Ejecutivo

En este contexto, papel del Poder Ejecutivo ha sido dominante. Según James M. McCormick, la Constitución otorga al presidente amplias facultades en política exterior, incluyendo la negociación de tratados, el reconocimiento de Estados y la conducción de las relaciones exteriores. Estas atribuciones han sido interpretadas de manera expansiva por los presidentes, quienes históricamente han consolidado su primacía al respecto mediante precedentes históricos, respaldo legislativo y judicial (2010).

La implementación de estas campañas son expresión de esa expansión del poder ejecutivo. Demuestran que son decisiones centralizadas que reflejan la autonomía operativa del presidente (McCormick, 2010). Sumado a la consolidación institucional del Ejecutivo a través de entidades como el Departamento de Seguridad Nacional ha contribuido a expandir la capacidad presidencial de diseñar y ejecutar estas políticas comunicacionales sin la participación activa de

otros poderes. Estas permiten una respuesta rápida y una coordinación centralizada que contrasta con la fragmentación y lentitud del Congreso (McCormick, 2010). Esta asimetría institucional ha reforzado el papel del Ejecutivo como principal hacedor de las políticas de disuasión migratoria.

El Congreso y la Suprema Corte

Aunque la Constitución otorga al Congreso facultades en términos de política exterior, como la aprobación de presupuestos, la declaración de guerra y la supervisión de tratados, su capacidad de incidir directamente en las campañas de comunicación transfronteriza es limitada. Sin embargo, como advierte McCormick, el Congreso ha intentado históricamente restringir el poder presidencial en política exterior mediante diversas estrategias legislativas y mecanismos de supervisión que no siempre surten efecto (2010). En este caso, el Congreso jugó un papel secundario, diversas figuras legislativas desde lo individual y en su mayoría republicanas, expresaron su respaldo a las narrativas antiinmigrantes, sin embargo, desde el órgano no ha habido un posicionamiento claro al respecto, lo que indicaría un respaldo tácito sobre las políticas de comunicación de Trump.

Por su lado, la Corte Suprema de Estados Unidos no se ha pronunciado directamente sobre la constitucionalidad de estas campañas de diplomacia pública antiinmigrantes. Al igual que el Congreso, la falta de pronunciamiento de la Corte Suprema no es casualidad, en el pasado ya ha respaldado políticas antiinmigrantes de Trump. Esto contribuye a legitimar los marcos discursivos que criminalizan la migración. La falta de intervención judicial refuerza la arquitectura institucional que permite la circulación de narrativas xenófobas bajo el amparo de la seguridad nacional, lo que dificulta el establecimiento de límites legales a este tipo de campañas.

¿Y la opinión pública?

En cuanto a la percepción pública, los medios de comunicación en Estados Unidos jugaron un papel am-

bivalente. Mientras cadenas como Fox News amplificaron la retórica de disuasión y criminalización, esto en gran medida a su tendencia conservadora, medios como CNN cuestionaron la eficacia y ética de la campaña, especialmente por sus implicaciones humanitarias, dada su línea editorial más liberal (Zhao, 2025). Esta cobertura mediática se reflejó en una respuesta social dividida. En ciudades santuario como Chicago, Nueva York, San Francisco y Los Ángeles, se registraron protestas organizadas por coaliciones de defensa de los derechos de los migrantes (Univisión, 2025).

En México, los spots que aparecieron en la televisión local fueron altamente criticados. La presidenta Claudia Sheinbaum mencionó durante la mañana que “este anuncio tiene un contenido discriminatorio muy alto” (Dina & Corono, 2025). Medios como Animal Político destacaron también la dimensión coercitiva del mensaje, señalando cómo las imágenes sensacionalistas y el lenguaje alarmista buscan infundir miedo más que informar. Recalcan también la problemática de que las televisoras mexicanas hayan transmitido el spot, priorizando sus ingresos económicos, pero violando la legislación interna y directamente los derechos humanos debido al alto contenido discriminatorio de los spots (Esquerra, 2025).

Esta recepción crítica evidencia una profunda brecha en la interpretación de los objetivos de la diplomacia pública estadounidense. Mientras que Washington puede justificar estas campañas bajo el marco del Smart Power, en México fueron vistas como una amenaza, un ejercicio de soft power que da la sensación de marcar la antesala del uso del hard power. Lejos de proyectar buena voluntad o colaboración bilateral, la campaña consolidó una narrativa de imposición y unilateralismo, minando la credibilidad diplomática de Estados Unidos y revelando los límites del soft power cuando se percibe como instrumento de coerción.

CONCLUSIONES

La política migratoria estadounidense ha integrado la dimensión comunicacional como parte de su estrategia de defensa del interés nacional, entendien-

do la migración como un riesgo que requiere gestión estratégica. La securitización del fenómeno ha consolidado un marco en el que las campañas de disuasión funcionan como herramientas complementarias a las medidas legales, reforzando la narrativa de protección de fronteras y preservación del orden interno. Es de esta manera que la segunda administración de Trump ha llevado a que la Diplomacia Pública Digital se convierta en un brazo operativo de la política migratoria. La combinación de recursos virales, segmentación de audiencias y mensajes disuasivos le ha permitido proyectar su postura con amplio alcance, reforzando su interés nacional.

Estas campañas migratorias, bajo el marco de las 4P's, evidencian una aplicación desequilibrada de los objetivos del interés nacional estadounidense. El poder se ha privilegiado mediante el Smart Power, que combina la coerción y persuasión para reforzar el control fronterizo y ha debilitado la paz al actuar de forma unilateral y negándose a la cooperación regional. La prosperidad ha instrumentalizado la migración como amenaza económica, reforzando narrativas proteccionistas que benefician a sectores privilegiados. Finalmente, los principios democráticos se han visto subordinados a la lógica securitizadora, degradando derechos y credibilidad internacional. Este enfoque ha permitido a Estados Unidos proyectar su narrativa y defender intereses inmediatos, pero con resultados que ponen en tensión su imagen internacional y limitan la construcción de soluciones sostenibles al fenómeno migratorio.

Es de esta manera que el predominio del Poder Ejecutivo en la formulación y ejecución de las campañas migratorias evidencia como la estructura constitucional y la práctica política en Estados Unidos han favorecido una centralización de la política exterior en manos del presidente. Esto le ha permitido diseñar y difundir mensajes disuasorios sin una intervención del Congreso o la Corte Suprema. Esta pasividad legislativa y judicial ha contribuido a legitimar y perpetuar narrativas que criminalizan la migración y por lo tanto constituyéndose en una propaganda pura y dura.

La reacción del público a las campañas de disuasión migratoria muestra que su alcance político estuvo condicionado por una profunda fractura en la percepción social, tanto dentro como fuera de Estados Unidos. Si bien en ciertos sectores nacionales la narrativa de seguridad reforzó el respaldo a la administración Trump, en contextos urbanos con una alta población migrante y en México, generó un rechazo abierto que mostró las tensiones éticas y legales de la estrategia. La respuesta internacional, particularmente la mexicana, no solo cuestionó el contenido discriminatorio, sino que evidenció cómo el Smart Power pierde eficacia cuando se percibe como intimidación y no como cooperación.

En suma, la segunda administración de Trump ha consolidado un modelo de gestión migratoria en el que la comunicación se convierte en un instrumento central del ejercicio del poder, articulado desde una lógica de seguridad nacional que privilegia la coerción sobre la cooperación. La combinación de un Ejecutivo fortalecido, la inacción de los otros poderes y el uso de la Diplomacia Pública Digital ha permitido proyectar mensajes de alto impacto y alcance transnacional, pero a costa de erosionar la confianza internacional y los principios democráticos. Lejos de generar consensos o promover soluciones sostenibles, estas campañas han profundizado divisiones internas, deteriorado las relaciones bilaterales con México y reducido el margen de maniobra diplomática al sustituir el diálogo por narrativas coercitivas. De esta manera podemos concluir que cuando el Smart Power se despliega con fines intimidatorios, coercitivos y sin un marco de cooperación, sus efectos no fortalecen la posición estratégica de un Estado, sino que la aíslan y la hacen más vulnerable frente a la crítica internacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cull, N. J. (2009). Diplomacia pública: consideraciones teóricas. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 85, 55-92.

Dina, E., & Corono, S. (2025, abril 21). Sheinbaum rechaza

spots antiinmigrantes de EU en TV mexicana; anuncia reforma para frenar propaganda extranjera. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/sheinbaum-rechaza-spots-antiinmigrantes-de-eu-en-tv-mexicana-va-por-reponer-articulo-contra-mensajes-de-gobiernos-extranjeros/>

Esquerra, F. (2025, marzo 8). Transmiten en TV abierta mexicana spot antiinmigrante de EU; su contenido es discriminatorio, critican especialistas. <https://animalpolitico.com/verificacion-de-hechos/te-explico/transmiten-tv-spot-antiinmigrante-eu>

Jentleson, B. (2014). American Foreign Policy. The Dynamics of choice in the 21st century. Duke. Duke University.

Keohane, R. (1988). International Institutions: Two Approaches. *International Studies Quarterly*, 32, 379–396.

Manfredi Sánchez, J. L. (2014). Taxonomía de la diplomacia digital en la agenda de las nuevas relaciones internacionales. *Historia y Comunicación Social*, 19, 341–354.

McCormick, J. M. (2010). American Foreign Policy and Process (M. Carolyn, Ed.; 5a ed.). WADSWORTH.

Nye, J. (2004). *Soft Power The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.

Nye, J. (2011). *The future of power*. PublicAffairs.

Olivares, E., & Urrutia, A. (2025, marzo 21). Deplora Sheinbaum transmisión en televisión mexicana de anuncio de EU contra migrantes. *La Jornada*. <https://www.jornada.com.mx/noticia/2025/04/21/politica/deplora-sheinbaum-transmision-en-television-mexicana-de-anuncio-de-eu-contra-migrantes>

The White House. (2025, julio 29). The White House en X: "When ICE books you a one-way Jet2 holiday to deportation. Nothing beats it! . X. <https://x.com/WhiteHouse/status/1950323473215115720>

Univisión. (2025, febrero 3). Un día sin inmigrantes: Así protestaron los hispanos en 10 ciudades de Estados Unidos contra las medidas de Trump | Fotos | Univisión 41 Nueva York WXTV | Univisión. Univisión. <https://www.univision.com/local/nueva-york-wxtv/un-dia-sin-inmigrantes-protestas-hispanos-ciudades-estados-unidos-medidas-migratorias-trump-fotos>

U.S. Department of Homeland Security. (2025, febrero 17). El Departamento de Seguridad Nacional anuncia una campaña publicitaria que advierte a los inmigrantes indocumentados que se autodeporten y no entren | Seguridad Nacional. Homeland Security. https://www.dhs.gov/news/2025/02/17/dhs-announces-ad-campaign-warning-illegal-aliens-self-deport-and-stay-out?utm_source=chatgpt.com

Zhao, J. (2025). Framing Differences in Texas Border Immigration Coverage: A Comparative Analysis of CNN News and Fox News. *Communications in Humanities Research*, 59(1), 157–162. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/2024.23317>

CONFLICTO DE INTERESES

La autora declara que no existen conflictos de intereses relacionado con el artículo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la casa abierta al tiempo, la UAM Xochimilco, cuyas aulas, biblioteca, pasillos y cafetería han sido el escenario del diálogo constante. A la Maestría en Relaciones Internacionales, posgrado que me ha dado la oportunidad de seguir formándome como internacionalista, siempre desde una perspectiva crítica. Al Seminario de Investigación Nuevas Diplomacias en Norteamérica: apuestas críticas, espacio que me ha permitido acercarme a la investigación y problematización de los asuntos diplomáticos en nuestra región. A mis compañeros y colegas, pues gracias al intercambio de ideas constantes se construye o se deconstruye el conocimiento. A Efraín Herrera, por sus valiosos comentarios y observaciones en las versiones preliminares de este artículo. Este trabajo es el resultado de la construcción del conocimiento en colectividad.

FINANCIACIÓN

No aplica.

PREPRINT

No publicado.

DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de autor son mantenidos por los autores,

quienes otorgan a la Revista Política Internacional los derechos exclusivos de primera publicación. Los autores podrán establecer acuerdos adicionales para la distribución no exclusiva de la versión del trabajo publicado en esta revista (por ejemplo, publicación en un repositorio institucional, en un sitio web personal, publicación de una traducción o como capítulo de un libro), con el reconocimiento de haber sido publicada primero en esta revista. En cuanto a los derechos de autor, la revista no cobra ningún tipo de cargo por el envío, el procesamiento o la publicación de los artículos.