

Comunicación de gobierno y relaciones intermésticas: cuando lo internacional se vuelve un tema de agenda de comunicación de gobierno

Government communications and intermestic affairs: when international issues become part of the government's communication agenda



Adolfo A. Abadía
Departamento de Estudios Políticos,
Universidad Icesi, Cali, Colombia.
aaabadia@icesi.edu.co
ORCID: 0000-0002-9034-2156



Esteban Robles Dávila
Departamento de Economía,
Universidad Icesi, Cali, Colombia.
esteban.robles1@u.icesi.edu.co
ORCID: 0000-0002-5373-9656



Luciana C. Manfredi
Departamento de Estrategia y Liderazgo,
EGADE Business School, Tecnológico de
Monterrey, Monterrey, México.
lcmanfredi@tec.mx
ORCID: 0000-0001-5375-8593

Cómo citar el artículo

Abadía, Adolfo A.; Robles Dávila, Esteban; y Manfredi, Luciana C. (2026): «Comunicación de gobierno y relaciones intermésticas: cuando lo internacional se vuelve un tema de agenda de comunicación de gobierno». *Revista Más Poder Local*, 65: 81-101. DOI: 10.56151/maspoderlocal.353

Resumen

En un contexto de creciente interdependencia global, este estudio explora la comunicación gubernamental en sistemas multinivel ante una crisis interméstica, aquellas que son inseparablemente internacionales y domésticas. Se analiza la respuesta comunicacional del gobierno nacional de Colombia y los gobiernos de sus cuatro principales ciudades-distrito a una crisis diplomática con Estados Unidos en 2025. Utilizando un análisis de contenido cuantitativo y procesamiento del lenguaje natural (PLN) sobre un corpus de 3.867 trinos de diez cuentas verificadas (mandatarios e instituciones), se decodifican las estrategias de encuadre durante los primeros 100 días del nuevo gobierno estadounidense. Los hallazgos demuestran una especialización de los roles comunicacionales: el gobierno nacional construye una narrativa macro-ideológica centrada en la soberanía y la confrontación, mientras que los gobiernos subnacionales implementan una comunicación micro-pragmática enfocada en la gestión de consecuencias locales como la seguridad y los servicios urbanos. Se identifica, además, un personalismo extremo en la comunicación digital, donde las cuentas personales de los mandatarios superan masivamente en resonancia a las institucionales. La investigación aporta evidencia empírica sobre cómo la comunicación gubernamental se jerarquiza y especializa funcionalmente, subrayando el rol estratégico de los actores locales en la arquitectura de la gobernanza contemporánea.

Palabras claves

Comunicación de gobierno; gobernanza; crisis interméstica; comunicación política digital; personalismo.

Abstract

In a context of growing global interdependence, this study explores government communication in multilevel systems in the face of intermestic crises—those that are inseparably both international and domestic. It analyzes the communication response of Colombia's national government and at the subnational level, the governments of its four major district cities to a diplomatic crisis with the United States in 2025. Using quantitative content analysis and natural language processing (NLP) on a corpus of 3,867 tweets from ten verified accounts (leaders and institutions), the study decodes the framing strategies employed during the first 100 days of the new US government. The findings reveal a specialization of communicational roles: the national government constructs a macro-ideological narrative centered on sovereignty and confrontation, while subnational governments implement micro-pragmatic communication focused on managing local consequences such as security and urban services. Furthermore, extreme personalization is identified in digital communication, where leaders' personal accounts far surpass institutional accounts in terms of reach. The research provides empirical evidence on how government communication is hierarchically organized and functionally specialized, underscoring the strategic role of local actors in the architecture of contemporary governance.

Keywords

Government communication; governance; crisis intermestic; digital political communication; personalism.

1. Introducción

El panorama político contemporáneo se caracteriza por una coyuntura compleja e inestable de gobernanza global, marcada en gran medida por el impacto de las decisiones del presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, en las relaciones internacionales. Tras su victoria en 2016 y su derrota en 2020, Trump fue electo por segunda vez en 2024. El eje de sus campañas se ha centrado en la revisión de los acuerdos comerciales existentes y en el fortalecimiento de la política migratoria, acciones sustentadas en su agenda de gobierno «America First», orientada a priorizar el mercado laboral estadounidense (*American workers first*) y la seguridad nacional (Löfflmann, 2022; Calhoon y Alang, 2025). La implementación de estas políticas ha provocado un giro significativo en las relaciones entre Estados Unidos y América Latina.

Este cambio ha generado reacciones controvertidas y críticas hacia el mandatario estadounidense. En el caso de Colombia, la crisis bilateral se intensificó a finales de enero de 2025 con la deportación masiva de migrantes irregulares colombianos (Vanegas, 2025). La inmediata reacción del presidente colombiano, Gustavo Petro, desencadenó la primera tensión entre ambos gobiernos (Niño, 2025). A esto se sumó la posterior imposición de aranceles a las importaciones colombianas por parte de Estados Unidos, lo que constituyó un segundo punto de inflexión en las relaciones (García Casas, 2025).

Simbólicamente, los primeros 100 días de una nueva administración presidencial en Estados Unidos funcionan como un termómetro de la credibilidad y capacidad del gobierno electo (Bentley *et al.*, 2017). Tradicionalmente, este período es considerado una «luna de miel» que favorece las relaciones entre el Ejecutivo y el Legislativo (Dominguez, 2005). Sin embargo, en un contexto de creciente polarización, se ha observado una tendencia a reemplazar los actos legislativos por decretos presidenciales (*executive orders*), como ocurrió en las administraciones de Obama, Trump y Biden (Bimes *et al.*, 2023). A pesar de ello, este marco temporal sigue siendo una referencia mediática clave para evaluar el éxito inicial de una presidencia (Freundreis *et al.*, 2001; Fernández Pedemonte, 2026).

En este contexto de alta complejidad, el presente estudio se propone analizar la comunicación del gobierno colombiano durante esta crisis. El foco se dirige tanto a la comunicación del gobierno nacional como a la de los gobiernos subnacionales de las cuatro principales ciudades-distrito del país (Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla). De esta forma, se busca aportar al campo de la comunicación de gobierno, partiendo de la premisa de que los sucesos internacionales no solo repercuten en la comunicación del gobierno central, sino también en la de las administraciones locales.

El propósito del presente artículo es explorar la comunicación del gobierno en contextos de crisis interméstica. El bajo número de estudios que abordan este fenómeno da pie a inferir que se trata de un campo en proceso de construcción no solo al interior de los estudios de comunicación, sino también de la ciencia política. Así, la intención de este trabajo, antes que verificar una o varias hipótesis, es sembrar el interés por analizar la interacción política desde la perspectiva de la comunicación digital ante a un mismo evento internacional con profundas implicaciones domésticas. Por lo tanto,

se propone un enfoque exploratorio con el objetivo principal de identificar patrones y tensiones en la comunicación política que contribuyan a ampliar la comprensión de la comunicación gubernamental en sistemas multinivel.

Para lograr esto, se ha estructurado este artículo en seis partes, además de la presente introducción. La segunda sección desarrolla la revisión de la literatura pertinente en torno a los conceptos clave. La tercera presenta el componente metodológico y las características de los datos. La cuarta y quinta parte contienen el análisis de los resultados y proponen una discusión sobre la literatura. Por último, se exponen las conclusiones centradas en la comunicación de gobierno en contextos de crisis interméstica y plantean posibles escenarios para continuar con esta línea de estudio.

2. Estado de la cuestión: revisión de la literatura

En consonancia con lo mencionado hasta el momento, este estudio encuentra su fundamento conceptual en la intersección de tres campos temáticos: las relaciones intermésticas, la comunicación de gobierno y el papel de las redes sociales en la configuración de la agenda pública.

2.1. Relaciones intermésticas

El término «interméstico» fue usado por primera vez por Bayless Manning (1977), para describir asuntos que son «profunda e inseparablemente tanto internacionales como domésticos». Este concepto surge de una nueva agenda en las relaciones internacionales que reconoce la alta interdependencia entre las economías nacionales y el impacto que las decisiones globales pueden tener a nivel local, y viceversa. Temas como el crimen organizado, el narcotráfico, la migración o el medio ambiente son ejemplos de asuntos de naturaleza interméstica (Long, 2017). Así se ha configurado un escenario que puede entenderse como una evolución de las carteras de seguridad y economía en un mundo globalizado (Keohane y Nye, 2012) e interconectado a través de los medios digitales, donde incluso el sentir individual cobra relevancia (Papa-charissi, 2002).

En este sentido, el uso de la red social X® (antes Twitter) por parte del presidente Trump se convierte en un insumo clave de análisis, ya que su comunicación por esta herramienta se ha traducido en acciones con consecuencias reales, impactando en las relaciones de Estados Unidos con otros países y, a su vez, en los vínculos económicos que sectores subnacionales han establecido con esta nación (Morales *et al.*, 2025).

2.2. Comunicación gubernamental digital

La interacción que se da entre la ciudadanía y los actores o instituciones que representan a la administración pública para comunicar acerca del acontecer de asuntos de interés público, visibilizar su gestión y dar cuenta de sus

políticas y acciones, es lo que se conoce como comunicación gubernamental. Si a esto se le agrega la implementación de tecnologías de la información como redes sociales, páginas web u otras plataformas que permiten el diálogo por internet, entonces, a esta comunicación de las instancias y actores de gobierno se le agregaría el atributo de digital (Bendezú Huaroto *et al.*, 2025).

Este tipo de comunicación tiene diversos objetivos, entre ellos el de informar, mejorar la transparencia y eficiencia de sus acciones políticas, y accesibilidad a su gestión al facilitar el diálogo con la sociedad al ubicarlos en el centro de su gestión. Por este motivo, la comunicación gubernamental digital es clave no sólo en términos de rendición de cuentas, sino también como medio para conocer las preferencias de la ciudadanía. Esto aporta una mayor legitimidad y gobernabilidad, así como una mayor inclinación hacia dinámicas de estabilidad (Crozier, 2004). Así, este mensaje no solo tiene una intención comunicativa en una vía, sino que en la interacción se puede conocer las percepciones acerca de temas de interés de los actores del gobierno abriéndose una ventana de oportunidad para establecer estrategias que permitan forjar una imagen y reputación particular, y obtener visibilidad.

En los últimos años, X® se ha convertido en una plataforma cada vez más importante en la comunicación gubernamental por diversas razones. Por un lado, esta red sirve como un barómetro del clima social, lo que es fundamental, pues permite identificar temas y tendencias políticas cruciales, así como evaluar la opinión pública y conocer la carga sentimental de los usuarios de este canal sobre los temas políticos de interés general (Abadía *et al.*, 2023), entre ellos también las crisis nacionales e internacionales. Incluso ha dado lugar a convertirse en un simplificador, como una suerte de «atajo intuitivo» (Calvo y Aruguete, 2020), en el procesamiento de información en procesos, por ejemplo, que requieren de la toma de decisiones políticas como el momento de votar (López-Meri, 2016). Por otra parte, no es de menospreciar el hecho de que ciertos mensajes políticos compartidos en esta red pueden lograr un mayor impacto que una declaración política oficial (Enli y Skogerbo, 2013), lo que ha convertido a esta red social en un dispositivo digital con un alto grado de impacto social (Morales *et al.*, 2025).

2.3. Redes sociales digitales y espacio público político

La literatura académica da cuenta de una producción creciente sobre el papel de las redes sociales en los procesos políticos, particularmente su capacidad para moldear la comunicación y el comportamiento de candidatos, gobiernos y votantes (Manfredi *et al.*, 2021). Plataformas como X® se han consolidado como un canal fundamental para la comunicación de los actores políticos (López-Meri, 2016) y una vitrina para la comunicación gubernamental, no solo en democracias avanzadas (Bimber, 2014), sino también en regímenes no democráticos (Reuter y Szakonyi, 2015).

Estas plataformas han aportado a la construcción de un espacio público digital (Gil De Zúñiga *et al.*, 2024), al ser consideradas una nueva forma de comunicación política (Gilardi *et al.*, 2022). Su uso generalizado por parte de actores políticos y la atención pública que generan permiten que los intere-

ses de dichos actores queden expuestos. En este ecosistema digital confluyen funcionarios públicos, partidos, grupos de interés y medios, generando un intercambio de información que revela sus preferencias y posicionamientos ideológicos (Calvo y Aruguete, 2020). Por tanto, el análisis de la comunicación en una red social como X® permite identificar rasgos distintivos de los diferentes liderazgos políticos (Chavero Ramírez, 2021) e incidir directamente en aminorar la erosión de la confianza pública (Gil De Zúñiga *et al.*, 2024).

3. Metodología y datos

La presente investigación emplea una metodología cuantitativa de análisis de contenido, apoyada en técnicas de procesamiento del lenguaje natural (PLN), con el fin de examinar de manera sistemática la comunicación de gobierno emitida en la red social X®. A partir de este enfoque, el estudio adopta un marco analítico unificado donde el encuadre se define como la estrategia comunicacional de nivel superior, en el cual el análisis del léxico y las emociones funcionan como las métricas empíricas para decodificar dicha estrategia; y la narrativa se comprende como el resultado textual observable con el que se estructura la respuesta comunicacional del gobierno nacional de Colombia y de los gobiernos subnacionales de sus cuatro principales ciudades capitales frente a la crisis interméstica analizada. El diseño metodológico privilegia la comparabilidad entre niveles de gobierno y permite observar diferencias en términos de visibilidad, tono y encuadre del mensaje. Los datos utilizados en el estudio, así como los insumos empleados para la construcción del corpus, pueden ser puestos a disposición para fines académicos previa solicitud a los autores, en concordancia con principios de transparencia y replicabilidad de la investigación científica.

Es importante destacar que desde la adquisición de Twitter® por Elon Musk en 2022, además del cambio de nombre a X®, la plataforma ha experimentado transformaciones estructurales que pueden incidir en la interpretación de los datos de interacción. Entre los cambios más relevantes se encuentran la modificación de los algoritmos de visibilidad, que han otorgado mayor exposición a las cuentas suscritas a los servicios Blue/Premium y la restricción del acceso a la API para investigadores, lo que ha limitado la disponibilidad y comparabilidad de los datos. En consecuencia, los patrones de *engagement* observados durante el período de análisis (enero-abril de 2025) deben interpretarse con cautela, ya que las métricas de interacción pueden reflejar no solo las características del contenido publicado, sino también efectos derivados de la amplificación algorítmica diferencial entre cuentas verificadas y no verificadas, así como de los cambios operativos introducidos por la plataforma.

3.1. Selección de fuentes y construcción del corpus

Para la construcción del corpus de análisis se recolectaron los mensajes emitidos por las diez cuentas seleccionadas durante los primeros cien días del segundo gobierno de Trump, comprendidos entre el 30 de enero y el 30

de abril de 2025. Este marco temporal se caracteriza por una alta intensidad informativa y política, propia del inicio de una nueva administración estadounidense y de la irrupción de una crisis de carácter interméstico, lo que lo convierte en un período especialmente pertinente para capturar las respuestas comunicacionales del gobierno colombiano en sus distintos niveles. Asimismo, este recorte temporal funciona como un umbral analítico que permite examinar si, en un contexto de tensión internacional, emerge, o se ve tempranamente erosionada, una suerte de «luna de miel» proyectada en la comunicación entre los representantes del Poder Ejecutivo nacional y subnacional en Colombia frente al nuevo gobierno estadounidense. Esta dinámica se analiza tanto en términos de alineamiento discursivo –entendido como la coherencia temática y de tono entre los mensajes emitidos por los distintos niveles de gobierno– como de especialización funcional del accionar gubernamental trasladado al ámbito de la comunicación digital.

Las diez cuentas oficiales de X® seleccionadas incluyen a los mandatarios y a las instituciones del gobierno nacional y de los gobiernos locales de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla (Tabla I). Se incorporaron tanto las cuentas institucionales de las entidades gubernamentales como las cuentas personales de los mandatarios (presidente Gustavo Petro y alcaldes Carlos Fernando Galán, Federico Gutiérrez, Alejandro Eder y Alejandro Char), dado que, en la práctica, numerosos líderes políticos privilegian el uso de sus perfiles personales para comunicarse directamente con la ciudadanía, relegando en ocasiones los canales oficiales que representan. Esta decisión metodológica permite capturar de manera más precisa las dinámicas contemporáneas de la comunicación política digital. Asimismo, el diseño metodológico posibilita comparar el desempeño comunicacional entre las cuentas personales de los mandatarios y las cuentas oficiales de sus respectivas instituciones, con el propósito de examinar el fenómeno del personalismo en la comunicación política digital. Este enfoque se fundamenta en la literatura sobre presidencialismo y personalización del poder, particularmente en el planteamiento de Carey y Shugart (1995), quienes sostienen que los incentivos institucionales favorecen la concentración de la representación política en la figura del líder, fortaleciendo la centralidad de la imagen personal por encima de la institucional. En el contexto de las redes sociales, esta lógica puede traducirse en una comunicación donde la visibilidad, la interacción y la construcción de legitimidad se articulan cada vez más alrededor del mandatario que de la propia institución pública que representan.

Ambos tipos de cuentas integran lo que Bendezú Huaroto *et al.* (2025) denominan comunicación gubernamental digital, es decir, el conjunto de interacciones que la administración pública establece con la ciudadanía a través de plataformas digitales para informar sobre asuntos de interés público y visibilizar su gestión. Los titulares de las cuentas personales analizadas son funcionarios públicos en ejercicio que las utilizan de manera regular para referirse a asuntos de gobierno, lo que las convierte en canales de comunicación gubernamental en sentido funcional. La distinción entre cuentas personales e institucionales opera en este análisis como una variable de primer orden, cuya inclusión responde a la necesidad de observar, cuantificar y problematizar el fenómeno del personalismo en la comunicación política digital, que emerge como uno de los hallazgos centrales del estudio.

Tabla I. Cuentas de X® verificadas incluidas en el análisis.

Gobierno	Usuario	Cuenta X®	Cargo público
Presidencia (Gobierno nacional)	Gustavo Petro	@petrogustavo	Presidente
	Presidencia	@infopresidencia	
Distritos especiales (Gobiernos locales)	Carlos Fernando Galán	@CarlosFGalan	Alcalde de Bogotá D.C.
	Alcaldía de Bogotá	@Bogota	
	Federico Gutiérrez	@FicoGutierrez	Alcalde de Medellín
	Alcaldía de Medellín	@AlcaldiadeMed	
	Alejandro Eder	@alejoeder	Alcalde de Cali
	Alcaldía de Cali	@alcaldiadecali	
	Alejandro Char	@AlejandroChar	Alcalde de Barranquilla
	Alcaldía de Barranquilla	@alcaldiabquilla	

Fuente: elaboración propia.

Se obtuvo un corpus inicial de 9.352 publicaciones. Para aislar las comunicaciones pertinentes, se aplicó un filtro basado en un léxico de 811 términos en español e inglés, construido por los autores mediante la lectura sistemática de la cobertura mediática del período y de los comunicados oficiales producidos durante la crisis, y sometido a una revisión iterativa sobre una muestra preliminar del corpus para ajustar su pertinencia y cobertura temática. Los términos se organizaron en cinco categorías. La primera, actores centrales y entidades gubernamentales, se acotó a los protagonistas directos de la crisis bilateral: en el lado estadounidense, Donald Trump, la Casa Blanca, el Departamento de Estado y el Departamento de Seguridad Nacional; en el colombiano, Gustavo Petro, la Presidencia y la Cancillería; y en el plano multilateral, organismos con incidencia directa en la crisis como la OEA, la CIDH y la ONU. La segunda, personal político estadounidense, agrupó a los miembros del gabinete con responsabilidades en las áreas de la crisis, como Marco Rubio y JD Vance, y a los senadores de ambos partidos con actividad pública relevante sobre los temas migratorio y comercial. La tercera, temática migratoria y fronteriza, incluyó los términos generales del debate, como deportación, migrante irregular e indocumentado, y los términos específicos del evento detonante de la crisis, como vuelos de deportación, esposado, encadenado y grilletes. La cuarta, temática comercial y económica, cubrió términos como arancel, guerra comercial, balanza comercial y tratado de libre comercio. La quinta, diplomacia y soberanía, incorporó el vocabulario convencional de las relaciones bilaterales, como embajada y canciller, y los términos del léxico confrontacional surgido durante la crisis, como ci-payo, arrodillarse y entreguismo. El léxico fue construido en versión bilingüe para capturar menciones en español e inglés, acorde a la naturaleza bilateral del conflicto. Se incluyó en el corpus final toda publicación que contuviera al menos uno de estos términos. Este proceso depuró la muestra a un corpus final de 3.867 tuits (41,35% del total), que constituyen la base de datos para los análisis subsiguientes.

Para el análisis se definieron las variables recogidas en la Tabla II.

Tabla II. Resumen de variables del artículo.

Perspectiva	Variable	Medición
Visibilidad y actividad	Volumen de Tuits	Conteo total de publicaciones por cuenta.
	Engagement	Suma de likes, reposts y comentarios por cuenta.
Comunicación de gobierno	Sentimientos y Emociones	Clasificación de publicaciones según léxicos afectivos (positivo y negativo), utilizando el <i>NRC Emotion Lexicon</i> .

Fuente: elaboración propia.

La dimensión de «Visibilidad y actividad» cuantifica el alcance y la resonancia de cada cuenta. La dimensión de «Comunicación de gobierno» se enfoca en el contenido del mensaje, analizando la centralidad de la crisis en la agenda de cada actor, los conceptos recurrentes y el tono afectivo. Para decodificar este último, se empleó el *NRC Emotion Lexicon* (EmoLex) en su versión para el español (Mohammad, 2017), que asocia palabras con las ocho emociones básicas distinguiendo tanto sentimientos positivos (alegría, anticipación, sorpresa y confianza) como negativos (ira, tristeza, asco, miedo) en la narrativa que se analiza (Mohammad, 2016). El análisis léxico y de sentimientos se realizó de forma diferenciada para cada una de las diez cuentas del corpus, lo que permite comparar tanto el nivel de gobierno (nacional frente a subnacional) como el tipo de emisor (cuenta personal del mandatario frente a cuenta institucional). Esta decisión es coherente con el diseño del estudio, dado que el contraste entre ambos tipos de cuentas constituye la base empírica del análisis del personalismo en la comunicación política digital.

4. Resultados

El análisis de los 3.867 tuits revela patrones distintivos en la comunicación del gobierno nacional y los gobiernos subnacionales, tanto en visibilidad y actividad como en la prioridad otorgada a la crisis interméstica.

4.1. Visibilidad y personalismo en la comunicación digital

La Tabla III presenta las métricas de rendimiento de las cuentas analizadas, organizadas de modo que permiten comparar directamente a cada líder político con su respectiva cuenta institucional. En conjunto, los resultados evidencian un patrón altamente personalista en la comunicación gubernamental digital (Abadía *et al.*, 2023), y hacen posible identificar dinámicas diferenciadas de actividad y visibilidad a partir de los indicadores de tuits, totales, *likes*, *reposts* y comentarios.

Tabla III. Visibilidad y actividad de las cuentas en X®.

Cuenta X®	Tuits totales	Likes	Reposts	Comentarios	Engagement total*	Engagement por tuit**
@petrogustavo	1.079	8.458.707	3.143.449	1.317.107	12.919.263	11.973
@infopresidencia	2.111	964.609	464.659	113.690	1.542.958	731
@FicoGutierrez	536	635.240	212.789	195	848.224	1.583
@AlcaldiadeMed	1.486	19.604	5.572	2.389	27.565	19
@CarlosFGalan	198	300.633	74.372	59.159	434.164	2.193
@Bogota	2.226	21.936	7.562	5.705	35.203	16
@alejoeder	324	88.536	21.924	21.235	131.695	406
@alcaldiadecali	458	6.216	1.640	1.417	9.273	20
@AlejandroChar	232	104.035	26.634	2.284	132.953	573
@alcaldiabquilla	702	25.850	6.937	1.350	34.137	49

Fuente: elaboración propia a partir de datos de X® (enero-abril 2025).

* Engagement total = Likes + Reposts + Comentarios.

** Engagement por tuit = Engagement total / Tuits totales.

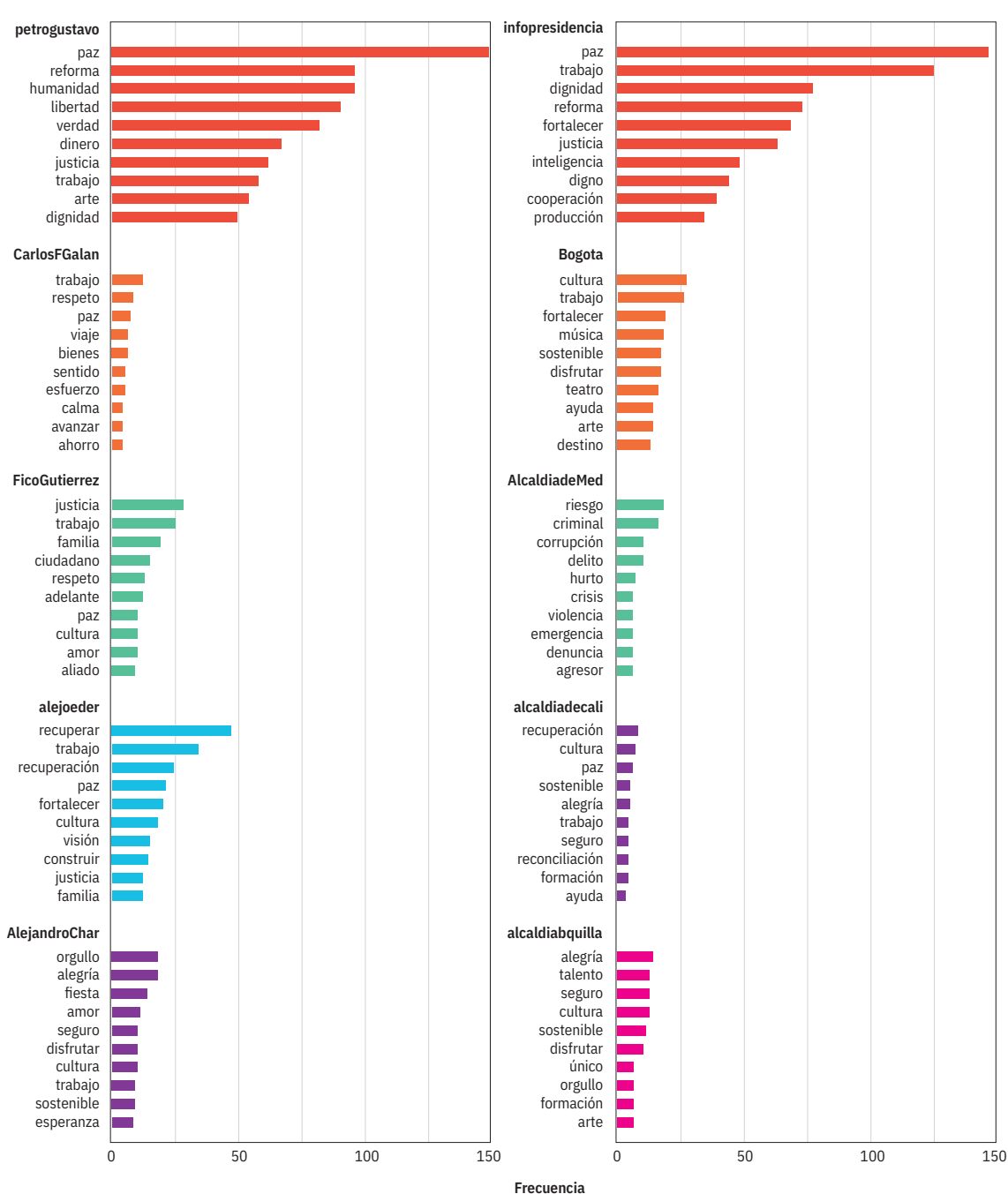
En términos de volumen de publicación, se observa que las cuentas institucionales, tanto a nivel nacional como local, concentran una mayor cantidad de tuits, lo que sugiere su función como canales de difusión informativa de carácter permanente. Sin embargo, este mayor nivel de actividad no se traduce en una capacidad equivalente de generar interacción. Por el contrario, las cuentas personales de los mandatarios, aun con volúmenes notablemente inferiores de publicaciones, acumulan de manera desproporcionada la mayor cantidad de «me gusta», «reposts» y comentarios. Esto pone en evidencia que la visibilidad y la resonancia del mensaje no dependen de la frecuencia en que se publica mensajes en esta red, sino del grado de influencia del emisor (Casero-Ripollés, 2021), confirmando que el liderazgo personalista ciertamente actúa como uno de los principales motores de identificación e interacción en una red social como X® (Calvo y Aruguete, 2020).

La métrica que mejor logra atrapar este nivel de influencia es la de *engagement* por tuit, ya que mide la eficacia de cada mensaje publicado para generar reacciones. La cuenta personal del presidente (@petrogustavo) es 16 veces más eficiente que la cuenta de la Presidencia (@infopresidencia). Esta brecha se magnifica a nivel local: la cuenta del alcalde de Bogotá (@CarlosFGalan) es 137 veces más eficiente que el de la alcaldía (@Bogota). En todos los casos, la cuenta personal del mandatario es exponencialmente más efectiva para generar resonancia que su contraparte institucional. Este hallazgo confirma que la figura del líder es el principal catalizador de la atención ciudadana, mientras las cuentas institucionales cumplen un rol más informativo que dialógico.

La Figura 1, una nube de palabras generada a partir de la frecuencia de términos ofrece una visión panorámica de los conceptos centrales del discurso. Destacan sustantivos como «Colombia», «gobierno», «presidente» y «país», que anclan la discusión en un marco de soberanía y gestión estatal.

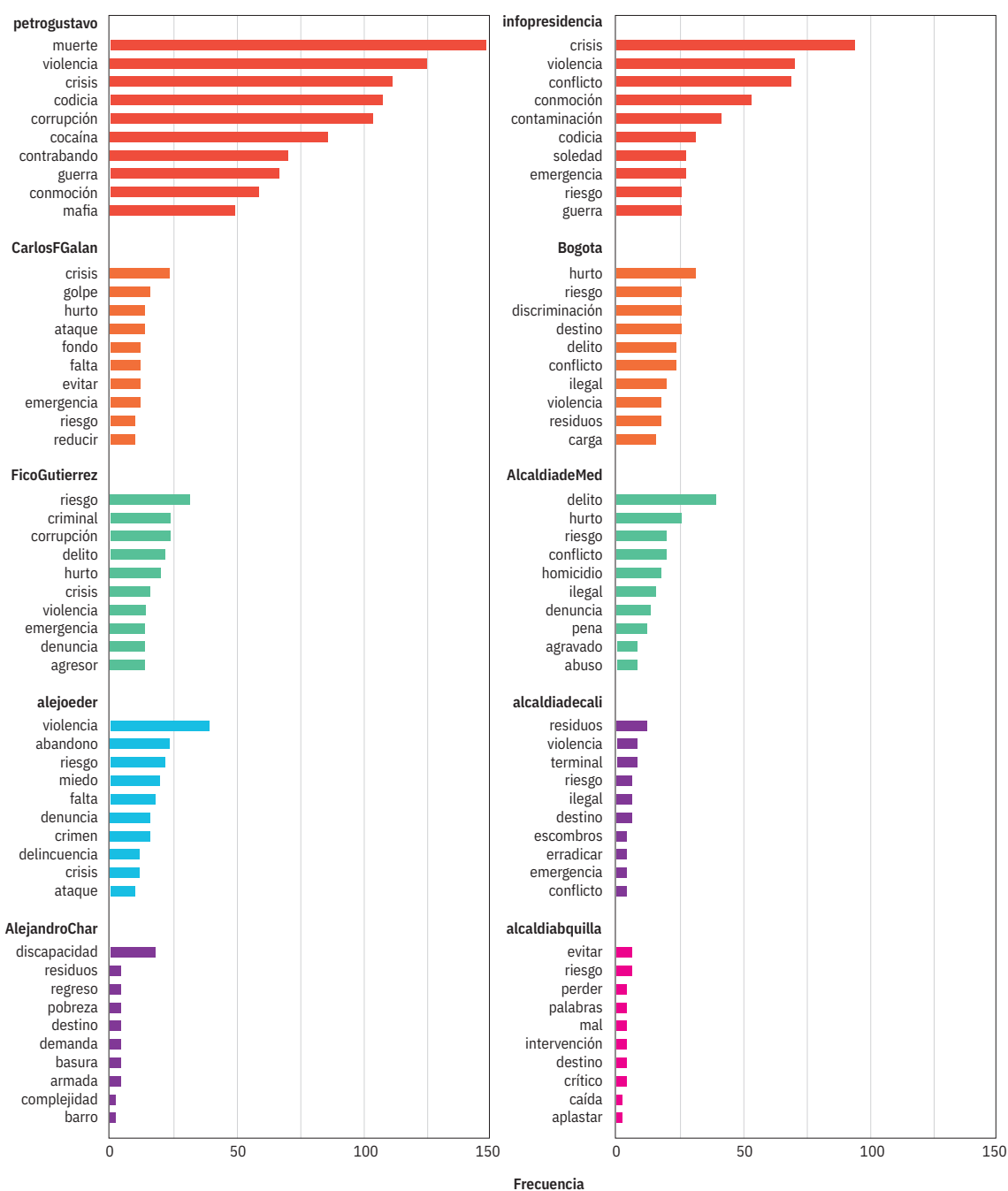
emplean un lenguaje positivo más pragmático y orientado a la acción local, con términos como «trabajo», «oportunidad», «familia» y «esperanza», buscando generar confianza en la capacidad de gestión de sus ciudades.

Figura 2. Palabras con connotación positiva más utilizadas por cuenta.



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Palabras con connotación negativa más utilizadas por cuenta.



Fuente: elaboración propia.

En cuanto al léxico negativo (Figura 3), el gobierno nacional (@petrogustavo y @infopresidencia) enmarca la crisis con términos de confrontación como «muerte», «violencia», «crisis», «codicia» y «guerra», construyendo una narrativa de amenaza a la soberanía. En contraste, los gobiernos locales, aunque también usan la palabra «crisis», enfocan su discurso negativo en problemas domésticos y de gestión territorial, como «delito», «hurto», «homicidio» y «residuos», vinculando la crisis global con sus consecuencias en la seguridad local.

Una publicación del 21 de enero de 2025 ejemplifica el encuadre negativo del nivel nacional: «No van los EE.UU. hacia la vanguardia del mundo sino a la retaguardia. Solo hay que levantar el brazo con el saludo nazi a lo Elon Musk» (@petrogustavo, 21 de enero de 2025). Los términos «retaguardia» y «saludo nazi» sitúan la crisis en un debate moral sobre el orden mundial, sin referencia a las consecuencias migratorias o económicas concretas para los colombianos afectados. En el nivel local, el mismo término «crisis» aparece reencuadrado en clave de gestión: «Esta es una crisis diplomática grave y no beneficia a nadie. En Bogotá fuimos informados por la Cancillería de que llegaban unos vuelos con migrantes colombianos y estábamos preparados para recibirlos, como ha sucedido en el pasado» (@CarlosFGalan, 26 de enero de 2025). La palabra «crisis», presente en el léxico negativo de ambos niveles de gobierno, cumple funciones discursivas distintas: en el nivel nacional introduce un marco de confrontación ideológica con el actor externo, mientras que en el nivel local señala un problema de gestión humanitaria que exige una respuesta técnica e institucional.

En este sentido, el análisis del tono, los sentimientos y las emociones revela que la divergencia comunicacional entre el nivel nacional y los gobiernos subnacionales no se limita a una cuestión de intensidad o valencia afectiva, sino que refleja lógicas diferenciadas en la selección y jerarquización del lenguaje. Las variaciones observadas en el uso de términos positivos y negativos sugieren la existencia de estrategias de encuadre específicas, asociadas a funciones y objetivos distintos dentro del sistema de gobernanza multinivel (nacional, departamental y municipal).

4.3. Análisis del léxico distintivo: gobernanza nacional vs. gestión local

Para examinar la especificidad del lenguaje de cada actor, se generó una nube de palabras comparativa (Figura 4), que visualiza los términos proporcionalmente más frecuentes y distintivos de cada cuenta. La narrativa del gobierno nacional se articula en dos ejes. La cuenta del presidente (@petrogustavo) se caracteriza por un léxico de alta abstracción y carga ideológica («pueblo», «humanidad», «libertad»). Complementariamente, la cuenta institucional (@infopresidencia) emplea un vocabulario de gobernanza y acción estatal («gobierno», «reforma», «territorio»). En conjunto, el nivel nacional construye una macro-narrativa donde el presidente establece el marco ideológico y la institución comunica la implementación política.

[illegible]

Una publicación del 26 de enero de 2025 ilustra ese registro: «No nos dominarás nunca. Se opone el guerrero que cabalgaba nuestras tierras, gritando libertad y que se llama Bolívar» (@petrogustavo, 26 de enero de 2025). La apelación al héroe independentista del siglo XIX para encuadrar una disputa arancelaria y migratoria contemporánea muestra cómo la cuenta personal del mandatario traslada el conflicto bilateral a un plano histórico y simbólico, mientras la cuenta institucional gestiona la comunicación de las medidas adoptadas.

En el caso de Medellín (@FicoGutierrez y @AlcaldiaMed), los términos usados se articulan en torno a asuntos de seguridad y orden público, lo que se ve reflejado en la alta recurrencia de términos como «seguridad», «policía», «delito» y «captura». Esto indica la configuración de una estrategia comunicacional centrada en la reafirmación de la autoridad estatal y en la respuesta inmediata frente a la percepción de riesgos, lo cual es coherente con una agenda local históricamente atravesada por preocupaciones de seguridad ciudadana.

Más Poder Local
ISSN: 2172-0223
Julio 2026
Número 65. pp. 81-101

Comunicación de gobierno y relaciones intermésticas: cuando lo internacional se vuelve un tema de agenda de comunicación de gobierno.

24 de enero de 2025). La cuantificación de recursos, los verbos orientados a la acción y la mención de resultados operativos concretos reflejan una estrategia comunicacional centrada en demostrar control territorial, sin conexión léxica con la dimensión internacional de la crisis.

Por su parte, Bogotá (@CarlosFGalan y @Bogota) despliega una comunicación predominantemente enfocada en la gestión de servicios urbanos y la administración de crisis específicas. Esto queda en evidencia a partir de la formación de una narrativa dominada por términos como «agua», «racionamiento» y «embalses». Esta selección léxica evidencia un encuadre que indica una priorización de problemas estructurales, en los que la crisis internacional funciona como telón de fondo para reforzar narrativas de gestión técnica, planificación y provisión de bienes públicos esenciales a nivel local, antes que usar la confrontación política internacional como una distracción.

El contraste entre niveles de gobierno resulta especialmente claro en las publicaciones del 26 de enero de 2025, la fecha de mayor intensidad de la crisis. A las 16:53, el presidente publicó: «No me verán jamás quemando una bandera gringa o haciendo una ‘ratzia’ para devolver los ilegales esposados a EE.UU. Somos lo contrario de los Nazis» (@petrogustavo, 26 de enero de 2025). Tres horas después, el alcalde de Bogotá escribió: «Esta es una crisis diplomática grave y no beneficia a nadie. En Bogotá fuimos informados por la Cancillería de que llegaban unos vuelos con migrantes colombianos y estábamos preparados para recibirlos, como ha sucedido en el pasado» (@CarlosFGalan, 26 de enero de 2025). Ante el mismo evento y en el mismo momento, el gobierno nacional recurrió a un encuadre de denuncia ideológica y el gobierno local respondió con uno de preparación logística, lo que confirma el desacoplamiento de agendas documentado en los datos del corpus.

Al norte de Colombia, en Barranquilla (@AlejandroChar y @alcaldiab-quilla), el encuadre se orienta hacia el desarrollo local y la vida comunitaria, destacándose términos como «infraestructura», «comunidad», «vivienda» y «carnaval». Este léxico sugiere una estrategia comunicacional que busca anclar la coyuntura interméstica en una narrativa de cohesión social y progreso urbano, enfatizando proyectos de desarrollo y elementos identitarios que refuerzan el sentido de pertenencia y estabilidad frente a un contexto internacional incierto.

Por último, en Cali (@alejoeder y @alcaldiadecali), el vocabulario usado por las cuentas de la administración pública de esta ciudad del pacífico colombiano combina referencias a una idea de recuperación del orden urbano y a la seguridad, con una presencia destacada de términos como «recuperar», «seguridad» y el eslogan «unidosrecuperamosacali». Este encuadre evidencia una intención comunicacional orientada a la reconstrucción de la confianza ciudadana y a la movilización simbólica en torno a la idea de recuperación, en la que la crisis interméstica se integra a un relato local de restauración del control territorial y fortalecimiento del tejido social. De esta forma, este análisis léxico confirma una clara división de roles: el gobierno nacional asume la narrativa macro (ideológica y de gobernanza), mientras que los gobiernos locales se enfocan en la comunicación de la gestión micro (técnica y territorializada).

5. Discusión

El objetivo de este estudio fue identificar las estrategias de encuadre en la comunicación gubernamental en Colombia frente a una crisis interméstica. Los hallazgos ofrecen una visión detallada de cómo los distintos niveles de gobierno, nacional y subnacional, responden comunicacionalmente a un evento de política exterior con profundas implicaciones domésticas. El análisis se fundamenta en la creciente relevancia del concepto de lo «interméstico», que describe fenómenos que son inseparablemente internacionales y locales, y cuya pertinencia se acentúa en un sistema global interconectado (Manning, 1977; Long, 2017).

Los resultados confirman, en primera instancia, una inclinación que favorece el personalismo en la comunicación política digital. La desproporción en la capacidad de generar interacción entre las cuentas personales y los perfiles institucionales de cada entidad de gobierno, evidencia que la figura del líder se ha consolidado como el principal catalizador del debate público. Este fenómeno es consistente con la literatura que documenta cómo las plataformas de redes sociales han facilitado una comunicación más directa y personalizada, desplazando progresivamente a las estructuras institucionales tradicionales en la configuración de la agenda pública (Bimber, 2014; López-Meri, 2016), como los medios tradicionales de comunicación. Las cuentas institucionales adoptan un rol secundario, principalmente informativo, con una resonancia significativamente menor.

Uno de los principales aportes de este estudio consiste en la generación de evidencia empírica sobre la división funcional de los roles de la comunicación gubernamental digital a nivel nacional y subnacional. Así, el gobierno nacional asumió la construcción de una narrativa macro, enmarcando la crisis en términos de soberanía, confrontación ideológica y principios universales como la paz y la humanidad. Esta estrategia se alinea con las competencias del Estado central en la gestión de las relaciones exteriores. Por el contrario, los gobiernos subnacionales desarrollaron una comunicación micro, de carácter pragmático y orientada a la gestión de las consecuencias tangibles de la crisis. Su léxico se centró en problemas de impacto directo para la ciudadanía, como la seguridad, los servicios urbanos y el orden público, traduciendo así un problema internacional a la agenda de la gobernanza local. Esta especialización funcional refleja la lógica de la interdependencia compleja, donde los actores locales se ven obligados a responder a los efectos domésticos de decisiones globales (Keohane y Nye, 2012).

Al examinar la interacción entre estas esferas de gobierno, los datos apuntan a una dinámica de coexistencia caracterizada por un desacoplamiento de agendas, matizada por puntos de tensión indirecta. Las autoridades locales evitaron reproducir el encuadre nacional centrado en disputas de soberanía. En su lugar, los alcaldes concentraron sus publicaciones en requerimientos prácticos de sus ciudades, tales como la seguridad pública o la provisión de agua. Este distanciamiento indica que los gobiernos locales priorizan la estabilidad administrativa frente a las controversias diplomáticas, operando en registros paralelos que evitan la interferencia de la política exterior en la gestión territorial local.

Así, este trabajo contribuye a la discusión sobre el uso de redes sociales en procesos políticos y comunicación de gobierno. Si bien no nos focalizamos, por ejemplo, en los resultados de una contienda electoral, resulta de gran interés analizar cómo la comunicación en redes sociales genera un efecto persuasivo en la ciudadanía. En conclusión, el estudio demuestra que ante una crisis interméstica, la comunicación gubernamental en un sistema multinivel se especializa y jerarquiza: el gobierno nacional define el marco ideológico, mientras que los gobiernos locales comunican la gestión de las consecuencias, actuando como agentes estratégicos activos en la compleja arquitectura de la gobernanza contemporánea.

6. Conclusiones

En conjunto, este estudio demuestra que, frente a una crisis de naturaleza interméstica, la comunicación gubernamental en sistemas multinivel no solo se intensifica, sino que se estructura de manera jerárquica y funcionalmente especializada. La evidencia empírica muestra que el gobierno nacional asume la construcción del marco interpretativo general, articulado en torno a nociones de soberanía, confrontación ideológica y principios normativos de alcance universal, mientras que los gobiernos subnacionales traducen ese conflicto internacional en claves de gestión cotidiana, vinculadas a la seguridad, los servicios urbanos y el bienestar local. Esta diferenciación no responde únicamente a estilos comunicacionales, sino que refleja la distribución de competencias y responsabilidades propias de la gobernanza contemporánea, en un contexto de alta interdependencia global.

Asimismo, los resultados confirman la centralidad del liderazgo personal en la comunicación política digital, evidenciando un patrón de personalismo extremo que atraviesa todos los niveles de gobierno. Las cuentas personales de los mandatarios concentran de manera desproporcionada la atención y el *engagement* ciudadano, relegando a las cuentas institucionales a un rol predominantemente informativo y de baja capacidad de generación de interacción ciudadana. Este hallazgo refuerza la idea de que, en el ecosistema digital, la autoridad simbólica del líder se convierte en el principal motor de la conformación de una agenda pública. Esto pone en manifiesto la presencia de un desafío que tiene lugar en la tensión entre el establecimiento de una comunicación gubernamental coherente y consistente con el interés público, en contraposición de las variaciones de estrategias de comunicación de gobierno ancladas a figuras políticas individuales.

Por último, futuros estudios pueden encontrar en las limitaciones de este estudio un posible punto de partida. En primer lugar, se reconoce que este análisis se circunscribe a una única plataforma digital (X[®]) y a un período temporal acotado, correspondiente a los primeros cien días de una crisis específica, lo que podría ser complementado con un estudio multiplataforma y de mayor cobertura temporal. En segundo lugar, otras investigaciones podrían incorporar enfoques metodológicos mixtos que combinen técnicas cuantitativas con análisis cualitativo de las narrativas que no se limite a un número reducido de caracteres. Una limitación metodológica de este trabajo

radica en la dificultad para establecer si la divergencia discursiva responde a una estrategia deliberada de distanciamiento político o bien a la inercia propia de las competencias administrativas de cada nivel. Trabajos futuros podrían incorporar aproximaciones cualitativas, tales como entrevistas dirigidas a los responsables de prensa de las alcaldías y la presidencia, con el propósito de clarificar los objetivos políticos detrás de estas decisiones de comunicación. Finalmente, resultaría pertinente explorar la relación entre estas estrategias comunicacionales y su recepción ciudadana, tratando de ver qué efectos tuvo sobre la opinión pública o confianza institucional, con el fin de evaluar impacto de la crisis interméstica en la percepción ciudadana, la legitimidad gubernamental y los niveles de congruencia entre los niveles de gobierno.

Declaración de uso de inteligencia artificial

Los autores declaran que no se utilizó ninguna herramienta de inteligencia artificial generativa en ninguna de las fases de este manuscrito.

Contribución de los autores

Luciana C. Manfredi: Conceptualización, redacción del borrador original, validación, revisión y edición del manuscrito. Esteban Robles Dávila: Metodología, software, curación de datos, análisis formal, visualización, redacción del borrador original, revisión y edición del manuscrito. Adolfo A. Abadía: Conceptualización, redacción del borrador original, validación, revisión y edición del manuscrito.

Originalidad

Los autores declaran que este manuscrito es un trabajo original, que no ha sido publicado previamente ni se encuentra bajo consideración para su publicación en otra revista.

Conflicto de intereses

Los autores declaran la ausencia de cualquier conflicto de intereses que pudiera haber influido en el diseño de la investigación, el análisis de los datos o la redacción de este artículo.

Referencias bibliográficas

- Abadía, A. A.; Manfredi, L. C., y Sayago, J. T. (2023): «Comunicación de crisis durante la pandemia del Covid-19 y su impacto en los sentimientos de la ciudadanía». *Opinião Pública*, 29(1): 199-225. <https://doi.org/10.1590/1807-01912023291199>
- Aruguete, N. (2021): «Activación de encuadres en red. Un modelo para repensar la circulación de sentidos en el nuevo entorno mediático». *El profesional de la información*, e300218. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.18>

- Bendezú Huaroto, J.; Ortiz Rojas, J., y Valencia Tola, C. (2025): «Comunicación gubernamental digital en la percepción ciudadana del valor público de las gestiones gubernamentales iqueñas». *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(6): 7460–7480. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15435
- Bentley, M.; Eroukhanoff, C., y Hackett, U. (2017): «Trump's 100 days: Foreign policy and security implications – introduction». *Critical Studies on Security*, 5(2): 166-167. <https://doi.org/10.1080/21624887.2017.1355153>
- Bimber, B. (2014): «Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the Personalized Political Communication Environment». *Journal of Information Technology & Politics*, 11(2): 130-150. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.895691>
- Bimes, T.; Domínguez, C. B. K., y Grushkevich, D. (2023): «Hyperpartisanship and the First Hundred Days». *Congress & the Presidency*, 50(1): 51-75. <https://doi.org/10.1080/07343469.2022.2110994>
- Calhoon, C. M., y Alang, S. M. (2025): «Immigration policy as public health policy: Trump's first administration and a critical public health response to the second». *Frontiers in Public Health*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2025.1517287>
- Calvo, E., y Aruguete, N. (2020): *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Carey, J. M., y Shugart, M. S. (1995): «Incentives to cultivate a personal vote». *Electoral Studies*, 14(4): 417-439.
- Casero-Ripollés, A. (2021): «Influencers in the Political Conversation on Twitter: Identifying Digital Authority with Big Data». *Sustainability*, 13(5): 2851. <https://doi.org/10.3390/su13052851>
- Chavero Ramírez, P. (2021): «Nuevos líderes, ¿nuevos discursos? El discurso en twitter de Andrés Arauz durante la campaña electoral de Ecuador (2021)». *Cultura, Lenguaje y Representación / Culture, Language and Representation*, 26: 107-126. <https://doi.org/10.6035/clr.5826>
- Crozier, M. P. (2004): «Theatres of innovation: Political communication and contemporary public policy». *Australasian Political Studies Association Conference 2004*, 1-18. <https://hdl.handle.net/11343/34422>
- Dominguez, C. B. K. (2005): «Is It a Honeymoon? An Empirical Investigation of the President's First Hundred Days». *Congress & the Presidency*, 32(1): 63-78. <https://doi.org/10.1080/07343460509507697>
- Enli, G. S., y Skogerbo, E. (2013): «Personalized campaigns in party-centred politics. Twitter and Facebook as arenas for political communication». *Information, Communication & Society*, 16(5): 757–774. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>
- Fernández Pedemonte, D. (2026): «Retórica memética en la narrativa económica de Javier Milei». *Revista Más Poder Local*, (64): 10-28. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.287>
- Frendreis, J.; Tatalovich, R., y Schaff, J. (2001): «Predicting Legislative Output in the First One-Hundred Days, 1897-1995». *Political Research Quarterly*, 54(4): 853-870. <https://doi.org/10.1177/106591290105400409>
- García Casas, L. (2025, enero 27): «Los aranceles como estrategia de presión de Trump». *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/es/los-aranceles-como-estrategia-de-presi%C3%B3n-de-trump/a-71429896>

- Gil De Zúñiga, H.; Goyanes, M., y Mateos, A. (2024): «Twitter Communication Among Democracy Actors: How Interacting With Journalists and Elected Officials Influence People's Government Performance Assessment and Trust». *Social Media + Society*, 10(1). <https://doi.org/10.1177/20563051241232907>
- Gilardi, F.; Gessler, T.; Kubli, M., y Müller, S. (2022): «Social Media and Political Agenda Setting». *Political Communication*, 39(1): 39-60. <https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390>
- Keohane, R. O., y Nye, J. S. (2012): «Power, Interdependence, and Globalism». En: *Power and interdependence*. Longman, pp. 228-258.
- Löfflmann, G. (2022): «'Enemies of the people': Donald Trump and the security imaginary of America First». *The British Journal of Politics and International Relations*, 24(3): 543-560. <https://doi.org/10.1177/13691481211048499>
- Long, T. (2017): «Coloso fragmentado: La agenda 'intermística' y la política exterior latinoamericana». *Foro Internacional*, 57(1): 5-54. <https://doi.org/10.24201/fi.v57i1.2381>
- López-Meri, A. (2016): «Twitter-retórica para captar votos en campaña electoral. El caso de las elecciones de Cataluña de 2015». *Comunicación y Hombre. Revista Científica de Comunicación y Humanidades*, 12: 97-118.
- Manfredi, L. C.; Abadía, A. A., y Sayago, J. T. (2021): «Twitter, sentimientos y precandidatos presidenciales. Comunicación en tiempos de paro nacional». *Elecciones*, 20(22): 309-336. <https://doi.org/10.53557/Elecciones.2021.v20n22.09>
- Manning, B. (1977): «The Congress, the Executive and Intermestic Affairs: Three Proposals». *Foreign Affairs*, 55(2): 306. <https://doi.org/10.2307/20039647>
- Mohammad, S. M. (2016): «Sentiment analysis: Detecting valence, emotions, and other affectual states from text». En H. L. Meiselman (Ed.): *Emotion measurement*. Woodhead Publishing, pp. 201-237.
- Mohammad, S. M. (2017): «Word affect intensities». *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/1704.08798>
- Morales, G.; Salazar, A., y Puche, D. (2025): «From deliberation to acclamation: How did Twitter's algorithms foster polarized communities and undermine democracy in the 2020 US presidential election». *Frontiers in Political Science*, 6. <https://doi.org/10.3389/fpos.2024.1493883>
- Niño, L. (2025, febrero 4): «Petro volvió a criticar a Trump por la deportación masiva de migrantes ilegales colombianos: 'No nos arrodillamos por la mercancía'». *Infobae*. <https://www.infobae.com/colombia/2025/02/04/petro-volvio-a-criticar-a-trump-por-la-deportacion-masiva-de-migrantes-ilegales-colombianos/>
- Papacharissi, Z. (2002): «The virtual sphere: The internet as a public sphere». *New Media & Society*, 4(1): 9-27. <https://doi.org/10.1177/1461444022226244>
- Reuter, O. J., y Szakonyi, D. (2015): «Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes». *British Journal of Political Science*, 45(1): 29-51. <https://doi.org/10.1017/S0007123413000203>
- Vanegas, S. (2025, enero 30): «'Nos encadenaron como si fuéramos los peores narcotraficantes': El relato de un colombiano deportado en los vuelos que ocasionaron la discordia entre Trump y Petro». *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/articles/clly49xz8vdwo>



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.
 ©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.