

Las TICs y las relaciones internacionales: apuntes para la reflexión

Renio Díaz Triana

Investigador del Centro
de Investigaciones de Política
Internacional (CIPI)

**Empleo e impactos
de las Tecnologías de la Información
y las Comunicaciones en la esfera
de las relaciones internacionales**

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) han propiciado que la comunicación en red se caracterice esencialmente por la interactividad, multimedialidad e hipertextualidad, la personalización, y la capacidad de actualización. Estos avances han encontrado creciente utilización en las más diversas ramas, incluido el campo de las relaciones internacionales, al influenciar positivamente en las posibilidades de ampliación de las relaciones más allá de los tradicionales vínculos oficiales entre países, facilitándose los contactos con los más diversos sectores y a todos los niveles de los públicos respectivos.

Expresión concreta de ello puede apreciarse en el gradual uso de las TICs en la labor diplomática, como se viene reflejando, cada vez más, en las estrategias de política exterior, tanto en el plano bilateral como multilateral, de un creciente número de países, asunto este que viene conci-

tando creciente interés como objeto de reflexión y estudio.¹

Hace ya algunos años Joseph Nye Jr. señalaba que “La revolución de la información está alterando drásticamente el mundo de la política exterior, haciendo que a los funcionarios les resulte más difícil de organizar... Está cambiando la naturaleza de los gobiernos y la soberanía, incrementando el poder de los agentes no estatales y ampliando la importancia del poder blando en la política exterior”.²

La llegada de Internet³ marcó un gran cambio en la arena internacional. La creciente conectividad ha permitido el aumento vertiginoso de las redes sociales por Internet (RSI), así como su volatilidad, que mantienen en lo esencial el carácter de espacios de ocio,⁴ no obstante la utilización que conocen como espacios de activismo político que impactan de manera notable en escenarios nacionales e internacionales.

Internet⁵ proyecta su papel socializador en la conformación cultural, simbólica y mediática en marcha, aun cuando, el acceso a la red conti-

núa condicionado por la brecha digital en aumento, al tiempo que posibilita múltiples oportunidades y novedosas formas de participación ciudadana. La cifra de usuarios a nivel mundial continúa incrementándose, en la actualidad, buena parte del crecimiento proviene de los países emergentes y subdesarrollados.

No cabe duda, como ha señalado Julián Assange,⁶ que Internet ha dado poder a gente que no lo tenía al posibilitar el acceso de todo tipo de información a escala global. Pero al mismo tiempo hay un contrapeso de esto, un poder que lo utiliza para acumular información sobre todos nosotros y usarla en beneficio de los gobiernos y las grandes corporaciones. Hoy no se sabe cuál de estas dos fuerzas va a imponerse”.

Según el informe de la Unión Internacional de Comunicaciones (UIT),⁷ dado a conocer en el mes de mayo de 2014, el 40% de la población mundial utilizará Internet a final de este año, lo que representa que el número de usuarios alcanzará los 3 mil millones, por otra parte la penetración de la banda ancha alcanzará el 32%

¹ Viene realizándose eventos conocidos como Diplohack que reúnen a diversos especialistas, expertos en comunicaciones y diplomáticos, con el objeto de encontrar nuevas soluciones a la diplomacia digital. Ediciones del mismo han tenido lugar en Suecia, Estonia y Londres.

² Joseph Nye: *La paradoja del poder norteamericano*, Taurus, Madrid, 2003.

³ Internet, que fuera ideada por el Departamento de Defensa de los EE.UU., con el ARPANET a principios de los años 70 y el nacimiento del InterNetworking Working Group, organización responsable de administrar Internet, situó nuevas lógicas de funcionamiento. En ese ínterin, las redes sociales han volcado el mundo de las relaciones políticas internacionales hacia nuevos espacios de comunicación ciudadana.

⁴ Los videojuegos ocupan un importantísimo lugar en el mercado cultural global y constituyen una de las armas más poderosas para la transmisión del pensamiento dominante.

⁵ Como se señala en la Declaración Final del II Taller de Redes Sociales y medios alternativos, celebrada en La Habana en 2013: “Internet es hoy también expresión de un mundo desigual e injusto, regido por la privatización y comercialización voraces”.

⁶ *Cubadebate*, 23 febrero 2013.

⁷ El Índice de Desarrollo de las TICs (IDI) de la Unión Internacional de Telecomunicaciones clasifica 157 países en función de su nivel de acceso, utilización y conocimientos de las TICs, y compara las clasificaciones de 2011 y 2012. Gobiernos, organismos de las Naciones Unidas y empresas del sector privado consideran generalmente que es el rasero más preciso e imparcial del desarrollo global de las TICs a escala nacional.

de la población mundial, o sea 2 300 millones de abonados. Al tiempo que habría en total 6 800 millones de abonados a móviles celulares, casi tantos como habitantes en el planeta.⁸

Estamos en presencia de una amplia demanda mundial de productos y servicios de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), una disminución constante de los precios de los servicios celulares y de banda ancha.⁹

Si bien el acceso a las TICs está experimentando un crecimiento en todas las regiones del mundo, existe, como se ha señalado, una disparidad entre los países más desarrollados y los subdesarrollados. La penetración de Internet¹⁰ en los hogares es del 80 en los primeros, pero solo del 28 % en los segundos. Además, se estima que 1 100 millones de hogares, en todo el mundo, todavía no están conectados a Internet, de los cuales un 90 % están en países subdesarrollados.

No obstante, entre 2008 y 2012, la penetración de Internet en los hogares de estos países pasó del 12 % al 28 %. Se estimó que, el porcentaje de la población en línea alcanzaría el 77 % a finales de 2013.

La UIT reveló que en 2012 había 363 millones de nativos digitales,¹¹ lo que equivale a un 5,2 % de la población mundial total y un 30 % de los jóvenes.

Todo ello transcurre en un contexto en el que como señala Rosa Miriam Elizalde:¹²

“Internet se convirtió en el sistema nervioso central de la economía, la investigación, la información y la política lo que ha favorecido que las fronteras estadounidenses extendieron sus límites a toda la geografía planetaria, aunque los viejos mapas digan otra cosa. Su fuerza parece difusa, porque está encubierta con números IP, nombres de dominios, cables transatlánticos, conexiones satelitales y una retórica de lo neutralidad que nos vende el sueño de que estamos en la ruta del desarrollo y el progreso. Sin embargo, nunca fue más imperial ese país que cuando se convirtió en el zar del ciberespacio, con total inconciencia de que su modelo de acceso, dependiente de las lógicas del mercado y la depredación ecológica, no solo cava la tumba de nuestros nietos, sino la de los suyos”.¹³

⁸ La banda ancha móvil a través de teléfonos inteligentes y tabletas se ha convertido en el segmento del mercado mundial de las TICs que crece más rápidamente.

⁹ Más de 2 000 millones de personas tienen una barrera de acceso muy alta: tendrían que destinar el 40% de sus ingresos para acceder a la banda ancha y en muchos países, la cifra asciende al 80%. Juan Luis Manfredi 5/06/2014 5Stockholm Internet Forum 2014 blog el cano6/06/2014El reto de la gobernanza global de Internet.

¹⁰ Europa registra la penetración de Internet más elevada (75%), las Américas 61%, los Estados Árabes 38%, la Comunidad de Estados Independientes 52%, la región Asia Pacífico 32% y África 16%. Informe anual UIT, Medición de la sociedad de la información 2013.

¹¹ La organización toma como nativo digital a un joven conectado de entre 15 y 24 años, con cinco o más años de experiencia en línea.

¹² Cibersoberanía en América Latina De la ilusión a la unidad, *Cubadebate* 13 de febrero 2013.

¹³ El 100 % de las comunicaciones que establece A. Latina con el resto del planeta pasa por algún nodo administrado directa o indirectamente por Estados Unidos, fundamentalmente por el llamado “NAP de las Américas”, en Miami. Se calcula que entre un 80 y un 70 % de los datos que intercambian internamente los países latinoamericanos, también van a Miami y a otras ciudades estadounidenses, donde se ubican 10 de los 13 servidores raíces que conforman el código maestro de la Internet.

En la práctica la utilización de las TICs en el quehacer diplomático comenzó por un espacio de ocio como Second Life,¹⁴ en el que varios países crearon embajadas virtuales en la llamada Diplomacy Island.¹⁵

En la actualidad, la utilización de las TICs en esta área ha permitido reducir estructuras tradicionales burocráticas, así como economizar en el rubro de las comunicaciones, pero sobre todo ha acercado en el campo diplomático a los centros decisores a las fuentes y actores directos.

Especialmente Internet, impacta la política exterior, entre otros aspectos,¹⁶ en los ritmos más acelerados en que se hace necesario fijar posiciones ante acontecimientos, y los riesgos que traen aparejados esa rapidez, así como la variedad de versiones y confiabilidad de fuentes de que puede disponerse teniendo en cuenta la inmediatez con que hoy se conoce de los hechos, lo que puede propiciar la toma de decisiones inadecuadas.

Internet permite no sólo obtener información,¹⁷ sino que deviene un medio ideal para brindar la misma a los más variados públicos (especial-

mente acceso a los jóvenes) e instancias acerca de los más diversos temas sobre los países respectivos.¹⁸

El correo electrónico, las redes Intranet y otras tecnologías hacen que la información se mueva rápidamente y que la misma pueda ser al mismo tiempo compartida. Se confronta la dificultad que entraña manejar elevados volúmenes de información,¹⁹ lo que puede ser tan negativo como el contar con poca.

Se incrementa la realización de eventos de forma virtual, así como de los intercambios y consultas a distintos niveles por esta vía. Aumenta el número de funcionarios diplomáticos que utilizan la RSI, especialmente Twitter y Facebook.

El uso eficiente de las mismas ha devenido imperativo en la formación y capacitación de los funcionarios del servicio exterior, que deben tener una elevada capacidad de participar en el debate público y acceder a los medios informativos, sin menoscabo de los elementos consustanciales de confidencialidad que le son intrínsecos a la labor. Los recursos informáticos y las posibilidades que estos brindan, permiten una mayor racionalización

¹⁴ Una de las primeras redes sociales del planeta y además su mundo era un mundo virtual tridimensional muy atractivo. Nació en junio de 2003. Funciona aún, pero permanece casi más como un recuerdo curioso del mundo de la tecnología, más que como un producto real que se utilice. En 2010 tenía 20 millones de cuentas registradas. Carlos Hergueta: "¿Tendrá Second Life una segunda vida, diez años después?", *Portaltic*, Madrid, 3 octubre.

¹⁵ Las Maldivas fue el primer país en abrir su embajada en Second Life. 2007, Suecia se convirtió en el segundo país en establecer su embajada. También lo hicieron, entre otros, Colombia, Estonia, Macedonia, Filipinas. En es.wikipedia.org/wiki/Second_Life.

¹⁶ La Internet y la difusión de la diplomacia *Una evaluación del doctor Richard H. Solomon*, presidente del Instituto de Paz de Estados Unidos, con esto Wikileaks y la crisis de la diplomacia tradicional, en *Diplomacia, Política Internacional*, marzo 16, 2011.

¹⁷ Contar con información exacta y oportuna cada vez más representa una imprescindible fortaleza en la arena internacional.

¹⁸ Joseph Nye, llama "poder suave" a este uso del poder informático.

¹⁹ Según datos del propio Departamento de Estado, los diplomáticos estadounidenses inundan Washington con 22,5 millones de cables y 1 500 millones de mensajes de correo electrónico al año. "Wikileaks y la crisis de la diplomacia tradicional", en *Diplomacia, Política Internacional*, 16 de marzo de 2011.

del personal, al tiempo que propician la agilización de servicios, como son los consulares y los contactos con lo emigrados nacionales residentes.

Ha aumentado el número de mandatarios,²⁰ de funcionarios gubernamentales de alto nivel, de políticos en general, de personalidades de todas las esferas que se insertan de forma dinámica en las RSI.²¹

Se incrementa el uso las TICs en la instrumentación de la política exterior y en el mejoramiento de la imagen internacional, así como el número de países que acometen estrategias de Imagen País. Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, España, Francia China, India, Brasil, Chile, México, entre otros países, son impulsores de estas modalidades.

Siguen siendo temas de la agenda internacional asuntos tales como: la gobernanza de Internet, el acceso equitativo a las TICs, las medidas para crear confianza en su utilización, la ciberseguridad, la protección de la infancia en línea, el ciber gobierno, la ciber salud, la integración de los jóvenes y las mujeres en las TICs, la banda ancha, la computación en nube, la protección de datos, la privacidad y, en los últimos tiempos sobre todo, el ciberespionaje. Se debate ya sobre conceptos tales como ciberpaz, cibertratados y ciberdesarme.

La gobernanza global de Internet permanece prácticamente inalterada. El tema no ha logrado ubicarse a pesar de las repercusiones de las denuncias de Snowden sobre el espionaje de la NSA en un lugar central de la agenda internacional. Estados Unidos y sus aliados persisten en el rechazo abierto a cualquier intento de su regulación, se niegan a democratizar la supervisión de los recursos críticos de Internet como los sistemas de servidores raíz y de nombres de dominios, los cuales controla.

Permanecen en debate, además, entre otros temas: los problemas asociados a la propiedad intelectual al tiempo que se produce un auge de los procesos para actualizar las legislaciones en materia de medios de comunicación.²²

Según Juan Luis Manfredi: “La diplomacia tiene cuatro objetivos principales (representar, negociar, proteger y promover los intereses de un Estado ante terceros) que siguen vigentes, pero la emergencia de Internet y los nuevos medios invita a pensar cómo defender esos intereses en el entorno digital. El entorno digital ha abierto la escena internacional a nuevos actores y ha desintermediado recursos y procesos. Asimismo, ha creado nuevos problemas de seguridad y confidencialidad. En

²⁰ Año 2007 sólo 5 presidentes utilizaban Twitter, en mayo de 2014, hay un total de 137. Diplomacia Digital: promoviendo un compromiso colaborativo (#BCNDD14) // Fàbrica Moritz, Barcelona. Se anexa información al respecto.

²¹ En el caso de Twitter la desventaja de la utilización de los 140 caracteres es compensada con el brindar links, o hacer recomendaciones a la contraparte según interese. Se incrementa su uso por parte de los partidos políticos, especialmente, en los procesos electorales, al tiempo que avanza el desarrollo de partidos en red.

²² Especial importancia adquiere la participación en la Unión Internacional de Telecomunicaciones en aras de lograr avances en temas como: acceso, regulación, construcción de nuevas conexiones internacionales, prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones, planes de acción y políticas para la reducción de la brecha digital.

suma, se han multiplicado las fuentes de legitimación, participación y comunicación, creando una suerte de diplomacia en red".²³

No debe perderse de vista que más del 38% de la población mundial (2,55 mil millones) es usuaria de Internet y que para finales de 2014 la cifra de participantes en redes se elevará a 1,73 mil millones, se espera que esta cifra alcance en 2017 a la de internautas. En América Latina el número de usuarios de redes sociales se incrementará en cerca de 100 millones para 2017, con lo que se llegaría a un total de 288 millones de personas inscritas en estas plataformas. Para este año, se espera que los internautas que usan redes sociales en la región alcance los 196 millones.²⁴

En particular, Twitter es la red social que ha tenido mayor impacto en el mundo diplomático, presentándose como un auspicioso medio a través del cual aportar al trabajo individual y corporativo que realiza la diplomacia tradicional.

Es bastante generalizada la opinión de que Internet tiene dos grandes efectos positivos en política exterior pues coadyuva a fomentar un intercambio fructífero de ideas entre creadores de políticas y sociedad civil y a mejo-

rar la capacidad de los diplomáticos para recoger información, al igual que para anticipar, analizar situaciones y acontecimientos y las posibles consecuencias. Esta manera de actuar en diplomacia viene recibiendo distintos nombres²⁵ pero, más allá de los matices o diferencias que con ello se establecen, lo cierto es que esta nueva forma de accionar exige de los funcionarios diplomáticos y los comunicadores, en este campo, formas y métodos de actuación no convencionales.

Sin embargo, existe amplio consenso, y ello es importante recalcarlo, acerca de que tales avances y posibilidades que brindan las TICs, no son capaces de sustituir, tampoco, en la actividad del servicio exterior, la importancia de los contactos y relaciones personales.

Además de con redes sociales la llamada diplomacia digital,²⁶ opera con otros instrumentos entre los que se encuentran los siguientes: Páginas Web; Blogs; Bases de datos, plataformas de crowdsourcing, foros de ideas e intranets. Se mantiene la prevalencia de la utilización del inglés en función de la socialización y transmisión de ideas, al tiempo que aumenta el uso del español, el chino y el portugués.²⁷

²³ Juan Luis Manfredi: "El desafío de la diplomacia digital", Instituto Real Elcano, ARI, 15/2014-13/3/2014.

²⁴ Informe eMarketer 2014 *Revista Merca2.0*.

²⁵ Diplomacia digital, ediplomacy, diplomacia en Internet.

²⁶ "La diplomacia digital, que destaca no sólo los medios para su realización, sino también las múltiples influencias que la interacción digital de los diplomáticos puede generar en un sistema tradicionalmente jerarquizado como es el de la representación, la negociación y la protección diplomática. La diplomacia digital tiene lugar en un ambiente marcado por la complejidad. Nuevos actores, métodos y temas forman parte de este escenario global complejo. El Estado va dejando de ser el único actor de las relaciones internacionales, como lo fue a partir de la Paz de Westphalia para abrir espacio a la participación de amplios sectores de la población, sector privado nacional, corporaciones y empresas transnacionales, organizaciones no gubernamentales y organismos internacionales" Alejandra Liriano: "La Nueva Diplomacia Digital", *Diario Libre* RD, 29 de junio 2014.

²⁷ *Google y Microsoft están muy adelantados en el desarrollo de tecnología que permitirá la traducción de lenguas habladas y escritas en tiempo real mucho más eficazmente que cualquier otro método al alcance hasta ahora.*

La diplomacia en la era digital: desafíos y oportunidades

La utilización de la TICs en esta esfera trae aparejada la necesidad para los diplomáticos de variar, en parte, la forma tradicional de llevar a cabo su actividad. Ello exige la formación de funcionarios capaces de entender y operar en un ambiente diplomático cada vez más digitalizado.²⁸

Como se ha señalado, las nuevas tecnologías ofrecen la posibilidad de ampliar las fuentes de información. Ahora los diplomáticos están avocados a aprender cómo acceder a esa multiplicidad de fuentes que tienen a su disposición y a cómo sacar el máximo de utilidad. Precisamente, encontrar los mejores medios para aprovechar al máximo las nuevas herramientas que ofrece el ciberespacio constituye uno de los retos a que se enfrentan en la actualidad, pues además, de las ventajas que se obtienen en el acceso a la información están la rapidez, la capacidad de procesamiento y la reducción de costos que ello puede significar.²⁹

Reviste especial importancia el que se tenga la clara comprensión acerca de que las tecnologías no son fines en sí mismas, sino que continúan

siendo herramientas y medios que, en este caso, pueden contribuir a cumplimentar los objetivos de la política exterior. Así como no puede soslayarse que para establecer estrategias en la red³⁰ es preciso conocer las posibilidades que ofrecen estas tecnologías.

El diplomático debe estar capacitado en el uso de las TICs,³¹ con el fin de facilitar, comunicar y hacer más transparente su labor, debe tener conocimientos técnicos de los diversos temas del sector desde la perspectiva de la agenda de política exterior, así como conocer las normas internacionales que garantizan la comunicación y la compatibilidad mundiales de las redes de la próxima generación, así como la creación de confianza y seguridad en la utilización de las TICs.³²

Es importante que tenga claridad sobre la cantidad y la calidad de la información que se debe difundir a través de la red; la velocidad de la transferencia de la información obliga a estar preparados para realizar y remitir análisis rápidos y puntuales a fin de contrarrestar, en su caso, efectos negativos en las negociaciones internacionales o aprovechar cualquier información que sirva para reforzar la posición de su país.

²⁸ Ver Martha Cecilia Amero Coutigno y María Victoria Romero Caballero: "Los diplomáticos de la era digital", *Revista Mexicana de Política Exterior*, No. 95, marzo-junio, 2012.

²⁹ Ver Oscar Hernández: "Las tecnologías de la información y los diplomáticos", en tecnologias.asp.htm 1 Caracas, 25 de marzo de 2014.

³⁰ Una estrategia digital es aquella que ayuda a las organizaciones a aprovechar de forma eficaz la tecnología digital y a aplicar recursos limitados a la consecución de sus fines.

³¹ Manejar el Correo Electrónico, navegar por la WEB, utilizar apropiadamente los "motores de búsqueda" de información, conocer la medios de información y sus herramientas.

³² Ver Martha Cecilia Amero Coutigno y María Victoria Romero Caballero: "Los diplomáticos de la era digital", Ob. cit.

Igualmente, debe estar preparado para que su trabajo sea conocido y analizado por un público más amplio, informado y diversificado que en el pasado; de ahí que un reto para la diplomacia y sus representantes tenga que ver con la transparencia y rendición de cuentas, pero, al mismo tiempo, con la confidencialidad, el control y la temporalidad del flujo de información.

Estados Unidos, Inglaterra y Francia³³ son los principales referentes en materia de la llamada “diplomacia digital”, y en la utilización de las redes sociales como Twitter, Facebook, Flickr con este fin. También otros países y entidades como Canadá, Israel, Rusia, Unión Europea, India, China han venido dando pasos en esta dirección, en el caso de nuestra región cabe señalar a Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Perú y Uruguay.

Hasta inicios de julio de 2013, 505 jefes de estado, jefes de gobierno, ministros de relaciones exteriores o gobiernos, tenían una cuenta Twitter. O lo que es lo mismo: más de tres cuartas partes de los líderes políticos del mundo (77,7 %) tienen un perfil.³⁴

Según los resultados del estudio Twiplomacy 2014, a la cabeza de la diplomacia digital se encuentra Barack Obama con más de 40 millones de seguidores, seguido del Papa Francisco quien a la fecha del estudio había superado los 14 millones y

cuyos tweets —especialmente los que son en español— son reenviados en promedio más de 11 000 veces, haciéndolo el líder mundial más influyente en la red social.³⁵

Con respecto a la utilización de Facebook se considera por los analistas que Francia, EE.UU., Inglaterra e Israel son los países que mejor utilizan esta red.

Las cancillerías respectivas publican información totalmente institucional, relacionada con las actividades de las mismas y de sus miembros, así como de las acciones de sus gobiernos relacionadas con el ámbito internacional. Estas informaciones van acompañadas de imágenes, videos y enlaces con lo que, aunque el contenido es tan sólo informativo, dicha información se presenta de forma atractiva. Francia, por su parte, se ha esforzado en crear comunidad y así lo demuestra el hecho de que conteste a las preguntas y comentarios de los usuarios o que publique contenidos que llamen a la participación.

Existe consenso entre los expertos acerca de que entre los principales desafíos que se enfrentan se encuentran: la sobreexposición de los políticos, poco acostumbrados a enfrentarse a un público heterogéneo e internacional, el carácter de inmediatez inherente a Internet, que puede hacer que las repuestas

³³ Cristian Jara: *Radiografía de la Diplomacia Digital*, Academia Diplomática de Chile Andrés Bello, marzo 2014.

³⁴ En Twitter están los 45 gobiernos europeos y todos los países de Sudamérica (con excepción de Surinam). Porcentualmente hablando, en América del Norte supone el 79% de los países mientras que en Asia es el 76% y en África el 71%. Oceanía es el más bajo pues sólo el 38,4% (14 países) tienen perfiles oficiales en Twitter.

³⁵ Se anexa más información complementaria al respecto.

sean menos reflexivas y ponderadas de lo aconsejable, la capacidad de archivar y difundir de la Red, el peligro de que se confundan la línea entre lo personal y lo oficial, la vulnerabilidad de la confidencialidad, los ataques cibernéticos, la facilitación de la labor diversionista. No obstante, se considera que son más las ventajas que los inconvenientes en la utilización de las TICs en la actividad diplomática.

De forma pública, hasta el presente, solo se conoce de la existencia, más que de normas, de recomendaciones para la utilización de la diplomacia digital. Así, tanto el Departamento de Estado de EE.UU. como el Departamento de Exteriores británico, Foreign Office, brindan al personal respectivo una guía de buenas maneras acerca de cómo actuar en la Red.³⁶

La guía de comunicación diplomática digital británica dedica un apartado completo a las redes sociales, en el que se dispone que: "El personal del Foreign Office no necesita permiso para participar en comunidades existentes. Las reglas son las mismas en la Red que para participar en encuentros o conferencias". Eso sí, aconseja reflexionar "antes de publicar comentarios" y anima a participar en aquellos temas en los que cada uno es experto para que la actuación resulte creíble.

Las directrices para este tipo de mensajes son las mismas que las de

la diplomacia tradicional se: "Deben conocer y considerar la cultura del país donde se encuentran y saber que, cualquier cosa que digan en una red social, se la están diciendo al mundo entero".³⁷

Entre otras pueden señalarse:

- Inmediatez en la transmisión de los acontecimientos.
- Obtener información de primera mano, sobre el país.
- Configuración del mapa de influencia.
- Identificación de líderes por comunidad y territorio.
- Facilitar la creación y difusión de contenidos.
- Conocimiento de la reacción a los mensajes difundidos.
- Ampliación del número de actores y diversificación de públicos a los cuales los diplomáticos pueden llegar.
- Utilización del correo electrónico.
- Acceso a publicaciones especializadas que por sus costos altos eran prácticamente inaccesibles en el pasado para una misión diplomática de limitados recursos.
- Significativos avances en no depender de las valijas diplomáticas y de prensa.
- Consultar los principales medios del país de origen o de los del país en que se está acreditado.
- Variedad y la cantidad de fuentes de información que pueden ayudar a visualizar más ampliamente

³⁶ Rocío Galván: "La e-Diplomacia. El embajador en casa". El Mundo .es, 20 de octubre de 2012.

³⁷ En algunos casos, las redes sólo se pueden usar para comunicados oficiales del Ministerio; en otros, como en India, Twitter solo puede ser usado por los jefes de misión; en otros, como en algunos países escandinavos, por todos los funcionarios.

te las respuestas apropiadas que tengan que darse ante distintas coyunturas.

-Acceso a páginas Web de las Cancillerías, y de organismos, organizaciones y entidades. Las mismas permiten conocer información que incluye desde boletines de prensa, hasta discursos, conocer posiciones oficiales sobre determinados temas, así como organigramas y nombre de las principales autoridades.

-Reducción de gastos vía teléfono, fax, télex y valijas diplomáticas puede ser considerable. Entre el envío de información por valija, diplomática y el uso del CE pueden producirse diferencias de hasta casi 80%. Otro instrumento que reduce gastos considerables es el de comunicaciones telefónicas por la RED o la utilización de los denominados CHATS.

-Más tiempo para analizar, estudiar, informar.

-Facilidad para la toma de decisiones.

-Interacción entre las misiones y entre misiones y Cancillería.

-Reducción de plantillas.

-Desarrollo del comercio electrónico.

-Diseminación de Documentos oficiales.

-Superación. Aumento posibilidades superación a través de cursos.³⁸

Desarrollo y utilización de las TICs en la labor diplomática

EE.UU

En 2003,³⁹ el entonces Jefe del Dpto. de Estado Colin Powell expresó: “el éxito de la diplomacia de los EE.UU. en este nuevo siglo depende en gran medida de nuestra capacidad de aprovechar las oportunidades de la revolución tecnológica.” Hoy, EE.UU. es el país más avanzado en la utilización de la llamada diplomacia digital y cuenta desde 2009, con una estrategia definida al respecto.

Ante los acelerados cambios tecnológicos, la política exterior de los EE.UU. se ha re-instrumentado conforme a las estructuras comunicacionales de las RSI. Con una diplomacia más sutil, donde las TICs desempeñan un papel fundamental para los objetivos de la llamada seguridad nacional de ese país.

El Departamento de Estado (cuenta con el “E-Diplomacy Office”), las embajadas y los diplomáticos estadounidenses manejan un total de 300 cuentas en Twitter seguidas por 3 millones de usuarios, más de 400 páginas en Facebook, 185 canales en el sitio de videos YouTube, así como de las páginas en Flickr, Google+, o Instagram. Como se señalara con anterioridad alrededor de 150 empleados en el Dpto. de Estado y más de 900 en las

³⁸ Adolfo Corujo y Pablo Abiad: El Facebook del embajador o el uso de las redes sociales en las relaciones diplomáticas d+i LLORENTE&CUENCA, 22-2-2014.

³⁹ En 2002, el Embajador James Holmes inició el grupo de trabajo eDiplomacy. En 2003, el grupo se reorganizó en la oficina de eDiplomacy.

embajadas está vinculados directamente a este asunto.⁴⁰

La mayoría de las páginas en Facebook están escritas en inglés y el idioma local, y las cuentas oficiales de Twitter operan en 11 idiomas, incluyendo árabe, chino, farsi, hindi.

La mayoría de las páginas en Facebook están escritas en inglés y el idioma local, y las cuentas oficiales de Twitter operan en 11 idiomas, incluyendo árabe, chino, farsi, hindi, ruso y turco; al mismo tiempo se impulsa estrategias como lo es la de producir encuentros de representantes oficiales con blogueros de los distintos países. .

El Departamento de Estado se ha trazado como objetivo lograr enviar un mensaje que sea coherente en todas las plataformas, desde los canales de comunicación secretos hasta las cuentas de Twitter.

Hillary Clinton lo había subrayado:⁴¹ “Nos hallamos ante un hecho demográfico fundamental, la mitad de la humanidad tiene menos de 30 años. Tenemos que hablar como ellos hablan y de lo que ellos hablan, tienen que ver que nuestro gobierno está compuesto por seres humanos, personas que opinan como ellos, para este fin la única alternativa son las redes sociales”.

Por su parte la ex subsecretaria de Diplomacia y Asuntos Públicos de Estados Unidos, Judith McHale,⁴² dijo ante el Congreso norteamericano

no en su discurso de aceptación del cargo, que: La nueva tecnología, utilizada de forma eficaz y creativa, puede suponer una revolución. Los avances en materia de comunicación proporcionan oportunidades sin precedentes para implicar directamente a las personas, para conectar unas con otras y para sacar el máximo rendimiento a los diversos esfuerzos en materia de diplomacia pública tradicional”.

El Departamento de Estado, dispone de variados programas y proyectos, como por ejemplo (2011), una red dirigida especialmente a los profesionales de asuntos exteriores, pero también participa personal de otras agencias. Los miembros de la red pueden publicar información sobre su actividad y sus experiencias, así como ampliar sus contactos basándose en intereses profesionales y personales compartidos.

Además existe el *SearchState* (2004), un motor de búsqueda que facilita encontrar la información en los sitios web y bases de datos del Departamento de Estado.

El *Innovation Fund* (2011), creado por Hillary Clinton, su objetivo es fomentar las fuentes de innovación procedentes de los empleados. Las propuestas del trabajador son revisadas por un panel de expertos, que de considerarla de interés solicita mayor información al autor en cuestión, quien redactará de forma deta-

⁴⁰ Según el estudio 'Revolution @State: The Spread of Ediplomacy' del Lowy Institute.

⁴¹ Programa "Miradas al Exterior" (en línea) de RTVE. <http://www.rtve.es/alcarta/audios/miradas-al-ex-terior/miradas-externo-redes-sociales-diplomacia-12-01-12/1292469/> (Consultado: 12-04-2013).

⁴² Véase: Testimony as Nominee for Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs. <http://www.state.gov/r/remarks/.htm.2009/124155el13> de mayo de 2009.

llada su propuesta para ser sometida a la aprobación final. También funciona el *NIV Dashboard*, una gran base de datos que facilita la labor de los agentes consulares en materia de visados.⁴³

El Departamento de Estado ha venido promoviendo los *MOOC Camp*, cursos con una temática que se vincula con los propios objetivos de la política exterior. Se incluyen cursos de ciencia y tecnología e inglés, entre otros. Participan Princeton University, Stanford University, University of California (Berkeley), University of Michigan-Ann Arbor y University of Pennsylvania, entre otras. El objetivo reconocido es la creación de “nodos (*hubs*) de aprendizaje” con el apoyo local de las Embajadas, que faciliten la interacción presencial. Los becarios contribuyen y participan en las conversaciones en los foros y se ocupan de captar talento en la red. Por su parte, la Embajada facilita a cada participante un encuentro con el responsable de programas educativos para la captación de estudiantes que quieran completar sus estudios en el país (Education USA).⁴⁴

Se ha estado desarrollando el *Virtual Presence Posts* (VPP) que permite la presencia diplomática de EE.UU. en importantes ciudades,

regiones y comunidades que carecen de los edificios o el personal necesario. La técnica consiste en viajes regulares, programas, relaciones con los medios y nuevas tecnologías.

Además, el Departamento de Estado potencia su actividad de influencia a través de los sitios *State.gov*, *America.gov*. y *Diplopedia*, esta última es una Wiki, que comenzó a utilizarse en 2006, para la elaboración de una enciclopedia tocante a asuntos diplomáticos, relaciones internacionales y comercio exterior.⁴⁵

Al abordar este tema, no puede pasarse por alto la Estrategia Internacional de Estados Unidos para el Ciberespacio de 2011 la que según declarara Hilary Clinton establece siete prioridades de políticas clave que serán el foco del alcance diplomático norteamericano a saber: “primero, la participación económica para impulsar la innovación y el comercio y al mismo tiempo proteger la propiedad intelectual; segundo, la seguridad cibernética para proteger nuestras redes y fortalecer la seguridad internacional; tercero, la aplicación de la ley para mejorar nuestra capacidad de respuesta a los delitos informáticos, lo que incluye el fortalecimiento de leyes y reglamentos internacionales según corresponda; después, la cooperación

⁴³ Todas las herramientas e iniciativas del Departamento de Estado, pueden consultarse en su Web, y también en Fergus Hanson, “Revolution @State: the spread of eDiplomacy”.

⁴⁴ Las Embajadas en Armenia, Belice, Benin, Bermuda, China, República Checa, Egipto, India, Indonesia, Iraq, Kenya, Lituania, Macedonia, Madagascar, México, Nigeria, Perú, Rusia, Eslovenia, España, Tanzania y Uruguay han sido las primeras en lanzar la iniciativa. Juan Luis Manfredi: “MOOCS y diplomacia pública”, *Diplomacia pública*, 21/07/2014.

⁴⁵ Ver “Engaging Foreign Audiences: Assessment of Public Diplomacy Platforms Could Help Improve State Department Plans to Expand Engagement” e “Information Management: Challenges In Federal Agencies’ Use of Web 2.0 Technologies”. *Diplopedia* contiene más de 10 000 entradas.

militar para ayudar a nuestras alianzas a hacer más juntos para afrontar las amenazas cibernética y al mismo tiempo garantizar que nuestras redes militares continúen protegidas; siguiente, una gobernabilidad de Internet de múltiples partes interesadas para que las redes funcionen de la manera que deben; después, [impulsar] el desarrollo que respalde la aparición de nuevos socios al ayudar a los países a desarrollar sus infraestructuras digitales y crear sus capacidades para defenderse contra las amenazas cibernética; y por último, pero para nosotros muy importante, la libertad en Internet. Queremos hacer más para proteger la privacidad y garantizar las libertades fundamentales de expresión, asamblea y asociación, tanto en Internet como fuera [del mundo digital]. Juntas, estas siete prioridades integran un nuevo imperativo de política exterior para el cual el Departamento de Estado se ha estado preparando y en el que continuará desempeñando un papel principal".⁴⁶

La Oficina del Coordinador para Temas del Ciberespacio, desde febrero de 2011, se ocupa, entre otras tareas de las de aunar a los distintos factores del Departamento de Estado que se relacionan con temas cibernéticos; coordinar las acciones diplomáticas globales del Departamento relacionadas con estos; asesorar en temas y compromisos en el

ciberespacio, y servir de nexo con las entidades públicas y privadas al respecto.

Francia⁴⁷

Cerca de cien embajadas y consulados franceses actúan en las redes sociales. Aunque utilizan principalmente Twitter y Facebook, se ajustan a los usos y plataformas más utilizados del país donde se encuentren: por ejemplo, la embajada de Francia en China comunica a través de Weibo.

Más de 265 representaciones diplomáticas francesas cuentan con una página Web; en total, comunican en unas quince lenguas.

El Ministerio de Asuntos Exteriores fue de las primeras instituciones francesas en disponer de una Web (desde 1995). La página *France Diplomatie* es visitada por cerca de 1,7 millones de visitantes al mes; la tercera parte de estos visitantes consulta su servicio: Consejos a los viajeros (en francés).

Desde 2008-2009, el Ministerio de Asuntos Exteriores aplica una política de comunicación en las redes sociales. Fue, por ejemplo, el primer ministerio francés en abrir una cuenta Twitter en la primavera de 2009.

El ministerio pone a disposición de su red diplomática una multiplicidad de herramientas y servicios: apoyo editorial, maqueta tipo para la web de la embajada o del consulado, solución de alojamiento, asistencia te-

⁴⁶ Declaraciones de la secretaria de Estado Hillary Rodham Clinton en la presentación de la Estrategia Internacional para el Ciberespacio. 16 de mayo de 2011. Dpto. de Estado.

⁴⁷ Datos de la página Francia Diplomatie.

lefónica y en línea, tutoriales. Este apoyo se aplica a la comunicación en la web institucional y en las redes sociales.

Desde 2011, el Ministerio de Asuntos Exteriores propone un programa de formación en la Web social dirigido a los diplomáticos. El Instituto Diplomático y Consular (IDC) también imparte cursillos de formación continua.

El Ministerio de Asuntos Exteriores viene integrando el tema de las TICs en sus diversas acciones de cooperación con los países del Tercer mundo.

Por su parte la AFP (*Agencia France-Press*) lanzó una nueva aplicación web (*E-Diplomacy Hub*), donde combina tres elementos Tweets, Geolocalización y personalidades del mundo de la política que tiene como finalidad geolocalizar en un mapa los tweets de los líderes mundiales incluyendo a los presidentes, con la finalidad de que cualquier persona pueda saber lo que estos están compartiendo en Twitter, y precisamente donde se encuentran en el momento en que lo hacen.

En 2014⁴⁸ se ha puesto funcionamiento el portal interministerial de correspondencia diplomática, bautizado con el nombre de “Diplomatie, que proporciona a los agentes del Estado las herramientas de colaboración para producir e intercambiar

su correspondencia en un entorno seguro.”

Personalidades externas calificadas —de todos los medios interesados en la acción ministerial: medios, empresas, asociaciones, investigación— podrán tener acceso a ciertos contenidos por invitación de diplomáticos que se encuentran dentro de comunidades constituidas para tal fin. De esta manera se amplía la posibilidad de compartir con los principales actores y teóricos de la política internacional la riqueza documental de la red diplomática francesa.

Inglaterra

Cuenta para estos fines con “E-Diplomacy Office”, “Digital Diplomacy Communication Directorate” del “Foreign and Commonwealth Office”.

Posee un portal desde el cual se puede acceder a todas las cuentas en diversas redes sociales (Facebook, Twitter y Flickr) de todos sus embajadores y Misiones. Además, se avisa el tipo de información que se puede encontrar en cada una de ellas. Se destaca la existencia de un plan de contingencia o de manejo de crisis.

Canadá

El ministro de Relaciones Exteriores de Canadá, John Baird confirmó que Internet es la plataforma principal para la política exterior del país por lo que todos los embajadores ten-

⁴⁸ La correspondencia que se compartirá con los lectores no estarán clasificados y girarán en torno a temas de interés general, para la cual nuestra red diplomática produce análisis y comentarios que merecen darse a conocer a aquellos que, de un modo o de otro, aportan su experiencia y su contribución a la presencia internacional de Francia. Las primeras comunidades serán creadas en el transcurso del segundo semestre de 2014. Portal Diplomatie (10.02.14) Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional.

drían que dominar las nuevas herramientas

Israel⁴⁹

En el caso de Israel, la cuenta de Twitter @Israel es el canal oficial del país y es administrado por el equipo de Diplomacia Digital perteneciente al Ministerio de Asuntos Exteriores. La cuenta es una de las más seguidas en todo el país con más de 66 000 seguidores y sirve como eje central de las actividades del gobierno israelí en Twitter.

El Ministerio de Asuntos Exteriores cuenta con 100 páginas de Facebook para las representaciones diplomáticas de Israel en el exterior.

Desde 2011 iniciativa del Departamento de Comunicación y Esclarecimiento de la Cancillería cuenta con una página en árabe, que cuenta con un gran y creciente número de seguidores árabe-parlantes. Altos funcionarios participan en la misma.

A finales de 2008, con los ataques a Gaza, el gobierno israelí decidió en el ámbito informativo ir a la utilización de las redes sociales. “En términos de comunicar nuestro mensaje, el futuro está en los nuevos medios de comunicación. El ejército israelí se ha trasladado a Internet para ganarse los corazones y las mentes”, argumentó el portavoz del ejército. Esta nueva estrategia devino en el primer canal oficial de un ejército nacional en *Youtube*. La operación

en Gaza se considera el primer conflicto militar en el que entraron en juego las redes sociales.

Paralelamente al canal, donde se empezaron a publicar videos y otros tipos de contenidos, como un vlog diario donde hablaban los portavoces del ejército, se crearon las cuentas oficiales del ejército israelí a otras plataformas sociales, como *Facebook* y *Twitter*.

Cinco años más tarde, tanto en el Twitter como en el Facebook del ejército israelí imperan los gráficos y las infografías que pretenden justificar las agresiones sistemáticas contra el pueblo palestino y contrarrestar las condenas que las mismas concitan en la comunidad internacional.

Japón

El Ministerio de Relaciones Exteriores, viene utilizando, como sus principales contenidos en el desarrollo de la diplomacia digital, los temas relacionados con la cultura, los estilos de vida, la tecnología así como las nuevas tendencias en estos y otros campos.

Para ello cuenta con la revista *Web. Niponica* y la página *Japan Trends*. Especial lugar ocupan, entre otros los sitios: *Japan Kids*, dedicado a los niños en el que mediante juegos multimedia, se puede aprender sobre la cultura japonesa y acceder a comics japoneses. Por su parte *Voce globales de Japón*, es una pla-

⁴⁹ Fuentes: Israel habla en árabe Radio J 14 abril 2011 La página en árabe: <http://www.facebook.com/IsraelArabic>(Ministerio de Relaciones Exteriores). Los Gobiernos no cuidan su 'marca-país' en Twitter 16/11/2012 STUDIO DE BURSON MASTELLER “Ahmed Jabari: Eliminated”: la propaganda de guerra de Israel en las redes Jueves 24 julio 2014.

taforma interactiva, donde jóvenes del mundo y japoneses pueden intercambiar experiencias y criterios acerca del futuro, así como publicar artículos, fotos y noticias de interés.

Rusia

Se unió al club de los ‘grandes poderes de la twiplomacia’ hace relativamente poco. Durante la conferencia anual de embajadores en Moscú de 2013, el Presidente Putin llamó a utilizar estas nuevas herramientas diplomáticas para discutir, de un modo más eficaz los puntos de vista y posturas en los asuntos internacionales.

Brasil⁵⁰

Itamaraty tiene más de 10 mil seguidores en Twitter y cerca de 3 mil acceden a YouTube en busca de informaciones. El perfil “amigos de Itamaraty” reúne, en 70% de los casos a personas entre 18 y 35 años.

Brasil cuenta con una red en el exterior, entre embajadas, misiones y consulados, que sobrepasa las 220 unidades.

La administración de esa red requiere de la utilización de las más modernas prácticas y tecnologías de gestión, en las que las TICs juegan un destacado papel, que comprende tanto la gestión y planificación de recursos, servicios bancarios hasta la comunicación vía celular o Internet.

La interrelación del Sistema Integrado de Administración Financiera (SIAFI) de las representaciones,

constituye un ejemplo de modernización y racionalidad de la gestión gubernamental y de la promoción de la transparencia en el uso de los recursos públicos.

En la actualidad Itamaraty dispone de modernos sistemas informatizados para el tratamiento de la información diplomática y consular, que incluye tanto la elaboración como el análisis, la trasmisión y la salvaguarda de la misma.

Ha sido priorizado el uso de las TICs en las áreas de promoción comercial, la consular, y la de gestión interna de tecnologías de la información.

De forma pionera, desde 1998, el Dpto. de Promoción Comercial de Itamaraty mantiene un portal de informaciones y de servicios de promoción comercial, turismo y atracción de inversiones dirigidos al público extranjero: O Brasil Global Net. También se cuenta con un portal específico para uso interno, destinado a la comunicación en red de sectores de promoción comercial.

En el área consular, desde el año 2008, Itamaraty implantó un sistema de informatización para gerenciar el Servicio Consular Brasileño, denominado, Servicio Consular Integrado, por medio del cual es posible emitir documentos, controlar la tramitación y envío de pasaportes y realizar inspecciones de los servicios consulares.

⁵⁰ Discurso del Ministro Antonio de Aguiar Patriota en el Seminario “Gestión por resultados en Servicio Exterior Brasileño: la importancia de la tecnología de la información”, Brasilia, 20 de agosto de 2013, en <http://diplomaciapublica.itamaraty.gov.br>.

En 2013, con vista a eventos como la Copa de Confederaciones y la Jornada Mundial de La Juventud, así como a la ejecución del programa “Más Médicos” se implementaron los sistemas que componen el Sistema Consular Integrado (SCI), especialmente, dirigido a aspectos tales como la expedición de visas temporales o especiales.

De igual forma, se ha venido trabajando en una nueva versión del SCI dirigida a mejorar la atención a la comunidad brasileña en el exterior y al intercambio de información consular con otros órganos de Gobierno.

Se ha producido una sensible evolución del uso de la tecnología en el tratamiento y utilización de la información en general, que constituye la materia prima esencial de la labor diplomática en la cada vez más diversa y compleja agenda internacional.

En el propio año 2013 entró en funcionamiento el blog *Diplomacia Pública* como herramienta de Itamaraty para sostener un diálogo con la comunidad y divulgar informaciones sobre la política exterior y las actividades que desarrolla el Ministerio. Esta plataforma permite la interacción con los lectores, así como estimular el debate sobre temas de interés. Esta iniciativa se suma a los canales de diálogo a través de Facebook y Twitter.

Chile⁵¹

Desde el año 2011, la Academia Diplomática “Andrés Bello” (ACADE) impulsa el uso de las redes sociales, a través de la plataforma digital www.apuntesinternacionales.cl, la inclusión de su uso en el programa de estudios de los futuros diplomáticos, así como la realización de cursos y seminarios.⁵²

Representaciones de Chile en el exterior han comenzado a utilizar las redes sociales como un canal de comunicación con sus entornos. Como lo hiciera la Misión de Chile ante Naciones, @ChileONU, a partir del 31 de diciembre de 2013, se constituyó en la primera cuenta oficial de una representación en el exterior en Twitter, iniciativa que a partir del 19 de febrero de 2014, fuera seguida por el Consulado en Miami (@ConsuladoCMiami) convirtiéndose en el primer consulado en contar con este medio.

En el caso de Facebook, existen varias embajadas y consulados que mantienen cuentas en esta red social.

Ecuador⁵³

Se convirtió en el primer país de América Latina en lanzar (2012) una aplicación móvil en su embajada en Estados Unidos. El proyecto forma parte de la campaña *Diplomacia Digital* que tiene por objetivo incrementar el diálogo diplomático

⁵¹ Cristián Jara y Osvaldo Ojeda: “Chile, la ACADE y el comienzo del uso oficial de las redes” en www.apuntesinternacionales.cl. <http://www.apuntesinternacionales.cl/radiografia-de-la-diplomacia-digital>.

⁵² En el año 2013 organizó seminario con la presencia de Alec Ross, ex asesor para la innovación del Departamento de Estado de Estados Unidos y Rafael Rubio, Doctor en Derecho y Profesor Derecho Constitucional de la Universidad Complutense de Madrid, experto en Comunicación Estratégica.

⁵³ Diplomacia ciudadana abril 2013- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración del Ecuador.

los ecuatorianos que viven en ese país e inversionistas extranjeros.

La aplicación móvil cuenta con procesos interactivos que promueven la participación. También proporciona información sobre los servicios consulares, información turística, oportunidades para la comunidad ecuatoriana que vive en los EE.UU., información comercial y oportunidades para invertir en negocios ecuatorianos, entre otros.

Las 51 embajadas de Ecuador en el mundo establecieron contacto directo con los ecuatorianos que residen en el exterior, quienes a través de 51 cuentas de Twitter pueden acceder a información sobre servicios y actividades en su beneficio. La Cancillería ha utilizado este canal de comunicación desde el 2011 para socializar la gestión, actividades y servicios, logrando informar e interactuar con el público que hasta el momento ha incrementado cerca de 20 000 seguidores.

La cuenta de Twitter @CancilleriaEC está posicionada en el cuarto lugar dentro del gabinete ministerial, con actualizaciones diarias respecto a los distintos actos de la institución. Cada tuit puede alcanzar un promedio de 500 incidencias, lo que supera ampliamente los niveles de lectores de los principales medios locales de comunicación impresa.

Las otras redes sociales de Cancillería se mantienen igualmente activas: 2 000 seguidores en la red so-

cial Facebook: Cancillería Ecuador. Asimismo, en la cuenta oficial de Youtube se registran alrededor de 58 000 reproducciones de videos publicados.

Perú⁵⁴

El Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú viene desarrollando una estrategia de diplomacia digital que involucra las redes sociales virtuales como Twitter y Facebook.⁵⁵ En ambas se difunden diariamente notas de prensa, notas informativas, comunicados oficiales, fotografías, videos e infografías elaborados por la oficina de General recomunicaciones. El incremento de seguidores se da en un rango de 400 a 800 mensuales.

La cuenta en Facebook del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú cuenta con 16 000 *Me gusta*. El incremento de seguidores se da en un rango de 400 a 800 mensuales. El canal de video del MRE cuenta con 210 suscriptores y un total de 28 029 reproducciones de video. Cuenta con dos blogs: Blog institucional tiene un total de 49 088 visitas, mientras que el blog de Diplomacia Pública tiene 19 458 visitas.

Administran cuentas 33 Embajadas, 34 consulados y 3 secciones consulares.

En septiembre de 2012, la embajada del Perú en EE.UU., junto con las embajada de Gran Bretaña, Holanda y la representación de la Unión Europea, llevó a cabo un encuentro

⁵⁴ Ministerio de Relaciones Exteriores de Perú.

⁵⁵ La cuenta en Twitter @Cancilleriaperu tiene un total de aproximadamente 72 000 seguidores y es seguida por 26 cancillerías. La cuenta en Facebook del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú cuenta con 16 000 *Me gusta*.

para discutir el papel que pueden desempeñar las nuevas tecnologías digitales en la gestión y promoción de los intereses externos de los estados, más allá de las prácticas diplomáticas tradicionales.⁵⁶

Conclusiones

La cultura del capitalismo desarrollado ha desplegado una combinación de gran madurez para prever, integrar y neutralizar retos, ejercer un control cualitativamente superior de la producción y el consumo culturales y llevar a cabo un verdadero programa de dominación a través de todo un sistema mundial dirigido a la neutralización, a la canalización y manipulación del potencial de rebeldía de los pueblos. Con este designio se movilizan formidables instrumentos y recursos entre los que se encuentra la multifacética utilización de las tecnologías de la información y la comunicación en los más diversos campos, entre los que se encuentran el de las relaciones internacionales y la diplomacia.

El efecto colateral de la rápida integración de las TICs en casi todos los aspectos de las actividades humanas aumenta la vulnerabilidad de la sociedad. Nuevos problemas continúan planteándose en las esferas de la seguridad internacional, de la privacidad y la seguridad ciudadanas al acrecentarse los peligros provenientes de acciones tales como: ataques cibernéticos, espionaje, hacckeo,

chantaje, estafa, subversión, que han propiciado situaciones que han caldeado la situación internacional.

No obstante estos peligros, así como los que se desprenden de la posibilidad de ser sometidos a la manipulación política, ideológica y cultural, se ha evidenciado que la utilización de las TICs, por parte de las fuerzas progresistas, no constituye una opción, sino que ha devenido un imperativo de primer orden.

Desde distintas perspectivas políticas, económicas y socioculturales las redes sociales, esta vez articuladas a partir de plataformas digitales, generan nuevas formas de concertación, con un instrumento válido no sólo para la organización sino también para la visibilidad mundial de movimientos y gobiernos que tradicionalmente han sufrido la demonización de los medios de comunicación tradicionales, en poder de las grandes transnacionales de los EE.UU. y otras potencias occidentales. Para el logro de ello se necesita la elaboración de estrategias adecuadas.

A pesar del creciente e invaluable papel que Internet desempeña en facilitar la interacción y aumentar la calidad y cantidad de las comunicaciones de los Estados con los ciudadanos, de los Estados entre sí y los ciudadanos con los ciudadanos, nunca reemplazará la calidad única de la comunicación de persona a persona. Pero a su vez no debe ponerse en duda que el avance de las tecnologías, de la técnica, supone un pun-

⁵⁶ Se conformó una especie de Coalición de Diplomacia Digital integrada por miembros de la comunidad diplomática de Washington DC, que proceden de las más de cien embajadas acreditadas ante la Casa Blanca.

to de inflexión en la forma de relacionarse estos.

Los acelerados adelantos del mundo virtual,⁵⁷ crean un complejo panorama para diagnosticar que nuevos impactos propiciarán las TICs en los más variados ámbitos de la sociedad. Lo que si puede afirmarse es que las mismas tendrán un poten-

cial enorme en el desarrollo futuro de las relaciones internacionales y de la labor diplomática, lo que plantea- rá nuevos desafíos, pero también oportunidades a los países, gobiernos y fuerzas progresistas en el enfrentamiento a los centros de poder que intentan imponer sus designios a nivel global.

⁵⁷ *Son instrumentos y espacios de comunicación donde cada vez más están conviviendo las audiencias, particularmente los jóvenes. Facebook tiene más de 600 millones de individuos cautivos en su plataforma —el 80 % son menores de 35 años— y Twitter, más de 200 millones de seguidores.*

Anexos

I. Algunos ejemplos concretos de la utilización de las Redes en la esfera de las relaciones internacionales⁵⁸

- El acuerdo de negociación entre Irán, las potencias europeas y Estados Unidos fue anunciado simultáneamente en Twitter por John Kerry, responsable de la diplomacia norteamericana, y su homóloga europea Catherine Ashton.
- La situación en Libia fue de los primeros conflictos en los que hubo una enorme densidad de smartphones en primera línea, con una gran proliferación de blogs emitiendo comunicados y vídeos editados por elementos anti-gubernamentales, situación se ha expandido a los acontecimientos en Siria.
- El embajador de EE. UU. en Ucrania reenvía los mensajes de los principales activistas del país y felicita a los miembros del Parlamento en sus votaciones.
- La opinión pública se ha acostumbrado a que los líderes políticos confirmen o desmientan hechos/acontecimientos a través de un tuit o una declaración periodística con un buen titular.
- Suecia ha lanzado la *Stockholm Initiative for Digital Diplomacy*, cuyo objetivo es el establecimiento de redes para el desarrollo de la diplomacia digital, el diálogo con otros actores y el contacto con los ciudadanos.
- EE.UU. ha acuñado la *technology-driven diplomacy*, que sostiene que las tecnologías pueden promover el emprendimiento, el desarrollo de la libertad de expresión y la creación de mercados sin fronteras. En el ámbito hispanohablante, aún no hay alternativas sólidas.
- Se multiplican los casos de una comunicación digital oficial directa con los ciudadanos. Se podría citar la forma en la que, a la muerte de Chávez (@chavezcandanga), distintos líderes latinoamericanos iban posicionándose en Twitter.
- En Washington, decenas de empleados del Departamento de Estado acceden a foros que consideran extremistas para contrarrestar opiniones que se valora rechazan los derechos humanos y las libertades civiles.

II. Reacción de líderes latinoamericanos ante la agresión a Evo Morales.⁵⁹

- [iii] Kirchner, C. [CFKArgentina]. (2013, Jul 02). Definitivamente están todos locos. Jefe de Estado y su avión tiene inmunidad total. No puede ser

⁵⁸ La diplomacia digital de Estados Unidos *El Departamento de Estado se apoya en las redes sociales para amplificar sus mensajes y combatir ideologías extremistas* Cristina F. Pereda Washington El país 23 FEB 2014 - 15:51 CET6.

⁵⁹ Digital Diplomacy in Latin America: A Review of 2013/Diplomacia digital en América Latina 31 Aralýk 2013 by Fernando Marquez (@feromalo).

- este grado de impunidad. [Tweet]. Obtenido de <https://twitter.com/CFKArgentina/statuses/352265881235095554>
- [iv] Kirchner, C. [CFKArgentina]. (2013, Jul 03). Rafael me dice que va a llamar urgente a Ollanta Humala para reunión urgente UNASUR. [Tweet]. Obtenido de <https://twitter.com/CFKArgentina/statuses/352265955834990593>.
 - [v] Kirchner, C. [CFKArgentina]. (2013, Jul 03). Hablo con Pepe (Mujica). Está indignado. Tiene razón. Es todo muy humillante. Me vuelve a hablar Rafa. [Tweet]. Obtenido de <https://twitter.com/CFKArgentina/statuses/352267281008566273>.
 - [vi] Kirchner, C. [CFKArgentina]. (2013, Jul 03). Llamo a Evo. Del otro lado de la línea, su voz me responde tranquila: "Hola compañera, como está?". El me pregunta a mí como estoy! [Tweet]. Obtenido de <https://twitter.com/CFKArgentina/statuses/352266263067754496>
 - [vii] Correa, R. [MashiRafael]. (2013, Jul 03). ¡Increíble! ¡Niegan ingreso a espacio europeo de avión de Evo Morales! ¿Y después nos hablan de cumbres EU-AL? ¡A reaccionar Patria Grande! [Tweet]. Obtenido de <https://twitter.com/MashiRafael/status/352237762952437761>
 - [viii] Maduro, N. [NicolasMaduro]. (2013, Jul 03). Estoy en contacto con Evo, se han violado todas las inmunidades internacionales que protegen a los jefes de Estado por la obsesión Imperial. [Tweet]. Obtenido de <https://twitter.com/NicolasMaduro/status/352330090660638720>
 - [ix] Correa, R. [MashiRafael]. (2013, Jul 03). Lo que ha sucedido es EXTREMADAMENTE grave. Con Ollanta Humala, Pdte. Pro Témptore de UNASUR, estamos tratando de convocar reunión de... [Tweet]. Obtenido de <https://twitter.com/MashiRafael/status/352268617682915329>
 - Correa, R. [MashiRafael]. (2013, Jul 03). ...presidentes, y tomar medidas sobre esta afrenta a toda nuestra América. ¡Cómo pisotean el derecho internacional! [Tweet]. Obtenido de <https://twitter.com/MashiRafael/status/352269125185314817>
 - [x] Kirchner, C. [CFKArgentina]. (2013, Jul 03). Me avisa que Ollanta va a convocar a reunión de UNASUR. Son las 00:25 AM. Mañana va a ser un día largo y difícil. Calma. No van a poder. [Tweet]. Obtenido de <https://twitter.com/CFKArgentina/statuses/352267388034625536>

III. Líderes más influyentes en Twitter⁶⁰

El 83% de los países miembro de las Naciones Unidas (ONU) cuentan con presencia en Twitter, mientras que el 68% de los jefes de Estado o de Gobierno tienen cuentas personales en la red social.

⁶⁰ El estudio Twiplomacy, que busca identificar la extensión en la que los líderes políticos mundiales utilizan Twitter y cómo se conectan a través de esta red social, analizó 643 usuarios de mandatarios de gobierno de 161 países. Sólo 32 países no tienen presencia en Twitter, principalmente de África y Asia-Pacífico

*Los mandatarios latinoamericanos están entre los 20 líderes mundiales más seguidos en la red social.*⁶¹ La presidenta argentina Cristina Fernández de Kirchner (@CFKArgentina) se encuentra en la décima posición a nivel global y en la número uno en América Latina, apenas por encima del Presidente de Colombia, Juan Manuel Santos (@JuanManSantos). Ambos son los líderes políticos más seguidos en Latinoamérica, con más de 2 800 000 seguidores cada uno, de acuerdo con el estudio anual elaborado por Burson-Marsteller.

El Presidente de México, Enrique Peña Nieto (@EPN), Dilma Rousseff (@dilmabr), de Brasil y (@NicolasMaduro), de Venezuela, forman parte de los cinco primeros de América Latina, con más de dos millones de seguidores cada uno. Rafael Correa (@MashiRafael), el presidente de Ecuador, entra en la posición número 20 de la lista global.

El Papa Francisco (@Pontifex) es el líder global más influyente en Twitter, pues tiene más de 14 millones de seguidores, combinando sus cuentas en diferentes idiomas, lo que lo posiciona en el segundo lugar a nivel global, sólo superado por el presidente de Estados Unidos, Barack Obama (@BarackObama).

Sin embargo, a pesar de contar con menos seguidores que el líder norteamericano, el Papa Francisco es el más influyente en la red social, con un promedio de más de 10 000 retweets por cada mensaje emitido en su cuenta en español y más de 6 000 en su usuario en inglés. La cuenta de Barack Obama alcanza un promedio de 1 442 retweets, a pesar de contar con más de 40 millones de seguidores.

El presidente venezolano Nicolás Maduro (@NicolasMaduro) está en la segunda posición a nivel mundial entre los líderes más influyentes, con un promedio de 2 065 retweets por tweet en su cuenta. Esto, en comparación, con los tweets de @BarackObama, que sólo se retweetean un promedio de 1 400 veces, a pesar de ser el líder con mayor número de seguidores.

Hasta el 24 de junio de 2014, todos los líderes del mundo han publicado 1 932 002 tweets con un promedio de 4 tweets diarios. La presidencia de México (@PresidenciaMX) es la cuenta más prolifera de la región, con un promedio de 78 tweets diarios, mientras que el usuario del gobierno mexicano (@gobrep) la sigue de cerca, con un promedio de 71 mensajes diarios que implica 3 tweets por hora. Ambas instituciones suelen repetir sus tweets varias veces durante varios días para capturar diferentes públicos en diferentes momentos.

Otros datos relevantes

- Son pocos los líderes mundiales que escriben sus propios mensajes. Entre estos, se incluye al Presidente de Estonia, Toomas Henrik Ilves

⁶¹ ¿Sabes quiénes son los líderes más influyentes en Twitter? Por Mundo Contact ,1ro de julio de 2014.

(@IlvesToomas), el Ministro de Relaciones Exteriores sueco (@CarlBildt) y el primer ministro finlandés Alex Stubb (@AlexStubb).

- Barack Obama fue el primer líder mundial en abrir una cuenta en Twitter, el 5 de marzo de 2007, convirtiéndose en el usuario número 813 286 de la red social.
- Cinco líderes latinoamericanos se encuentran en el Top 20 de líderes mundiales con más seguidores. Se siguen mutuamente y suelen interactuar entre ellos a través de Twitter.
- Los ministros de relaciones exteriores usan Twitter para establecer conexiones entre ellos, creando una red diplomática virtual. El canciller francés, Laurent Fabius (@LaurentFabius) es el ministro de Relaciones Exteriores mejor conectado, con un total de 91 compañeros y líderes mundiales.