



Licenciatura en Relaciones Internacionales

Tesina de Grado

**DE LA DIPLOMACIA TRADICIONAL A LA DIPLOMACIA DIGITAL: EL USO DE
LAS REDES SOCIALES COMO UNA NUEVA FORMA DE EJERCER LA
DIPLOMACIA (2010-2023)**

AUTORA: Luana Moreno

DIRECTORA: Paula Demarchi

Agosto 2024

Resumen

Uno de los aspectos más importantes dentro de la disciplina de las relaciones internacionales, es la diplomacia. El ejercicio diplomático viene siendo estudiado desde hace cientos de años, tomando como características la negociación, la representación y la comunicación. Sin embargo, aunque mantiene sus objetivos esenciales intactos, la manera en la que se buscan y se alcanzan, ha evolucionado a través de la adquisición de nuevas herramientas. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) modificaron nuestra manera de vivir y esta nueva realidad no se dio alejada del ámbito de las relaciones internacionales. La televisión, la computadora, y luego el internet y las redes sociales revolucionaron la manera de ejercer la diplomacia. Con el advenimiento del siglo XXI, y sobre todo de la última década, hemos visto un auge en el uso de las redes sociales para la consecución de la política exterior. Hoy, estos medios digitales se utilizan con fines diplomáticos; hoy la diplomacia también es digital. En este trabajo buscaremos responder a las siguientes hipótesis; “el uso de las redes sociales transformó el ejercicio de la diplomacia en la última década, evolucionando hacia una Diplomacia Digital más instantánea, accesible e interactiva” y “la pandemia por el COVID-19, el confinamiento y el contexto de virtualidad generaron un auge en el uso de las redes sociales para el ejercicio diplomático”. Nos apoyaremos sobre los preceptos del neoliberalismo de Robert Keohane y Joseph Nye, entendiendo a la Diplomacia Digital como una forma de *Soft Power*, para poder lograr el objetivo de esta investigación: describir y analizar el uso de las redes sociales como una nueva forma de ejercer la diplomacia entre los años 2010-2023.

Palabras clave: Diplomacia Digital, Redes Sociales, Digitalización, COVID-19.

Agradecimientos

Al empezar a escribir estas palabras, me vino a la mente esa frase conocida sobre el desarrollo del conocimiento científico: “Si he logrado ver más lejos, es porque he subido a hombros de gigantes”. Hoy la resignifico; si he llegado al final de esta etapa, fue por el apoyo y la enseñanza de muchos.

Esta tesina va dedicada a mis padres, Omar y Rosana, quienes implantaron en mí las ganas de aprender, crecer y volar. Quienes nunca pusieron un “pero” si se trataba de ayudarme a formarme y a descubrir. Gracias a ellos nací sabiendo que estar a más de 3.000 km de las oportunidades no significaba un obstáculo. Y a 3.000 km de ellos me fui; a Rosario, para ser Licenciada en Relaciones Internacionales. Gracias por creer en mí.

A mi hermana Sofía, por su compañía y por haber aplanado el camino para que yo lo pueda recorrer más fácilmente. A mi hermana Pilar, por inspirarme a ser cada día mejor y por enseñarme cómo cuidar. A mi tía Silvia y mi abuelo Yani, por esperarme con una comida rica todos los domingos, y por ser mi familia en esta ciudad.

A Agustina, mi primera amiga rosarina. Y a todos los que siguieron; Matías, Isabella, Francisco, Sara, Evaristo, Clara, Ramiro. Gracias por enseñarme que se puede tener más de un hogar, y por hacer de mi vida más divertida.

A mis amigas de siempre, las chicas; Bruma, Juliana, Josefina y Abril. Gracias por acompañarme todos los días a la distancia, y por mantener esta amistad y nuestro vínculo intacto, sin importar los kilómetros, el tiempo ni las circunstancias. Crecemos juntas.

A Tobías, mi gran compañero. Su fe en mí me hizo recuperarla cada vez que la perdí. Gracias por los incontables mates, charlas, caminatas y por tantas noches de insomnio. Gracias por darme calma y seguridad.

Si hoy mi horizonte es más amplio, es gracias a ustedes.

A mi directora, Paula, quien estuvo presente en cada paso de este proyecto. Agradezco inmensamente su interés, su tiempo y su dedicación.

Por último, gracias a la Universidad Nacional de Rosario, por brindarme una educación

pública, libre, gratuita y de calidad; hoy esta fue mi realidad pero no debemos darla por sentada.
Gracias a la Fcpolit por abrirme sus puertas.

Y gracias a la Luana de 18 años por animarse a cruzarlas.

Índice

Introducción	6
Marco Teórico-Conceptual	11
Capítulo I: La evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) como herramientas para la diplomacia en el siglo XXI.....	23
1. La Era Pre-Digital: Tecnologías precedentes y su impacto en la diplomacia.....	23
2. La Revolución Digital: Internet y la diplomacia contemporánea	29
Capítulo II: Los Diplomáticos de Hoy: usuarios digitales que hablan por los Estados	34
1. La tendencia de los Estados a la creación de perfiles oficiales en redes sociales	34
2. La forma de utilización de estos perfiles: el cómo y sus objetivos.....	36
a. Marca País.....	39
b. Geopolítica.....	42
c. Política Exterior	46
3. Pandemia y Aislamiento: el escenario ideal para el auge de la Diplomacia Digital.....	48
Capítulo III: Diplomacia Digital: una nueva forma de ejercer la diplomacia.	53
1. ¿Una diplomacia más cercana? Los límites de la interacción y el <i>engagement</i>	53
2. Los desafíos de la Diplomacia Digital	56
a. ¿Cómo explotar el potencial de la Diplomacia Digital?	56
b. Desinformación y <i>fake news</i>	58
c. El poder de silenciamiento ¿Todo vale en las redes sociales?	60
d. El futuro de la Diplomacia Digital.....	61
Reflexiones Finales.....	67
ANEXO 1	70
Referencias.....	76

Introducción

La diplomacia es una práctica centenaria que ha pasado por muchas modificaciones y que sin embargo se mantiene como uno de los principales ejes de las relaciones internacionales entre Estados. Cuando pensamos en la diplomacia tradicional, pensamos en la representación de la política exterior y de la imagen y los intereses de un país por parte del personal diplomático. A lo largo de la historia, las sociedades se han constituido en diversas unidades políticas, requiriendo herramientas para mantener la comunicación y el vínculo entre ellas. Así, la diplomacia ha evolucionado y ha asumido múltiples formas a lo largo del tiempo, adaptándose a los cambios y desafíos de cada época.

Para algunos, desde la Paz de Westfalia en 1658, la diplomacia se constituye como “un mecanismo de comunicación, consulta y acuerdo entre diferentes unidades estatales que se reconocen recíprocamente el mismo status.” (García Jurado, 2016). Para otros, como Henry Kissinger es “el arte de relacionarse entre Estados por acuerdo, en vez de a través de la fuerza” (Berridge et al, 2001, p. 194). En tiempos pasados, el diplomático representaba la encarnación necesaria del Estado frente a un reducido número de pares en convenciones o conferencias. Con el tiempo y la aparición de nuevas tecnologías, el ejercicio de la diplomacia ha evolucionado.

La forma de ejercer esta representación, y los tiempos para comunicarse, modificaron la práctica diplomática significativamente. Desde la aparición del telégrafo, que permitió la comunicación casi instantánea a largas distancias, hasta la transmisión en vivo de los conflictos internacionales, la diplomacia ha sido testigo de cambios profundos en la manera en la que se lleva adelante la política exterior en su conjunto.

El advenimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) vino a acelerar dicho cambio, modificando el rol de la opinión pública y su influencia en las cuestiones de la arena internacional. La información se volvió más accesible, y con ello, aumentó la capacidad de los ciudadanos de influir y participar en los asuntos internacionales. Hacia la primera década de los años 2000, la evolución de internet desembocó en la creación de plataformas basadas en el microblogueo. El libre acceso a ellas decantó en su uso masivo. Las redes sociales se hicieron parte de la cotidianidad de la sociedad, y en ellas también tuvieron su espacio las relaciones internacionales, dando lugar a una nueva forma de ejercer la diplomacia: la Diplomacia Digital.

En este sentido, este trabajo intenta responder el siguiente interrogante:

¿Cómo se vió transformado el ejercicio de la diplomacia por el uso de las redes sociales entre 2010-2023?

Presentamos dos *hipótesis*: Primero, que el uso de las redes sociales transformó el ejercicio de la diplomacia en la última década, evolucionando hacia una Diplomacia Digital más instantánea, accesible e interactiva. En segundo lugar, que la pandemia por el COVID-19, el confinamiento y el contexto de virtualidad generaron un auge en el uso de las redes sociales para el ejercicio diplomático.

El *objetivo general* de la presente investigación se propone describir y analizar el uso de las redes sociales como una nueva forma de ejercer la diplomacia entre los años 2010-2023. De aquí, se desprenden cuatro *objetivos específicos*:

- Describir y analizar la evolución de las TICs como herramientas para la diplomacia en el siglo XXI.
- Identificar las tendencias de los países para la creación de perfiles digitales oficiales y analizar su uso para la representación de su marca país, su geopolítica y su política exterior.
- Describir el auge del uso de las redes sociales para la diplomacia en el contexto de la pandemia por el COVID-19.
- Identificar los desafíos actuales del uso de la Diplomacia Digital.

La justificación de este trabajo reside en el hecho de que la diplomacia en sí constituye uno de los pilares fundamentales sobre los cuales se apoya la disciplina de las relaciones internacionales. Es fundamental que se estudie, analice y divulguen los cambios en su funcionamiento con la utilización de las redes sociales como nueva herramienta. Pues, estos cambios representan también una modificación en la manera en la que se llevan a cabo las relaciones internacionales en la actualidad.

Tanto en el comercio internacional, como en las organizaciones internacionales, y en las entidades estatales, el uso de la tecnología digital se constituye en uno de los instrumentos

principales para la realización de objetivos. En el ámbito de la diplomacia, en la última década se han desarrollado estos instrumentos de diferentes maneras; páginas webs de embajadas y consulados para gestiones de turnos y reclamos, perfiles digitales de Ministerios de Relaciones Exteriores para comunicar decisiones o posturas, e incluso cuentas oficiales de mandatarios en donde hacen públicas sus posiciones frente a conflictos globales. Es evidente así, lo esencial que es darle importancia al análisis y estudio de la Diplomacia Digital y a su uso como instrumento de política exterior.

Este trabajo busca servir a la disciplina como fuente de información, tanto para el reconocimiento de una nueva forma de ejercer la diplomacia, como para la real implementación de la misma, por parte de la comunidad científica como por quienes llevan adelante las relaciones internacionales y la política exterior de una nación.

La presente es una investigación documental con una estrategia metodológica cualitativa. La unidad de análisis a estudiar es la Diplomacia Digital como nuevo instrumento para el ejercicio de la diplomacia. Retomando la justificación del tema, si bien es un elemento clave para entender el desarrollo de la diplomacia y atraviesa la disciplina, en la teoría y en la práctica, la elección nos parece pertinente debido a tres motivos. Primero, estudiar un fenómeno con cierto grado de novedad en una instancia de tesina de grado representa un desafío, pero también nos brinda la oportunidad de explorar un espacio dentro de las relaciones internacionales que no se logra profundizar en el desarrollo de una carrera universitaria. Segundo, siendo parte de una generación que nació, creció, y estudió con las redes sociales como recurso cotidiano, nos parece incluso un deber ser quienes incursionen en el análisis de su aplicación en nuestro ámbito de estudio. Tercero, nos parece interesante que el hecho de tomar a la diplomacia en su aspecto digital, siendo una práctica que data de los tiempos de Tucídides, nos permita cuestionar y reflexionar sobre cuáles serán los instrumentos que se utilizarán en el futuro.

Para abordar la investigación planteada se utilizan técnicas de recolección de información bibliográficas y documentales, y utilización de fuentes secundarias; se incorporan a la bibliografía, artículos, trabajos y publicaciones de revistas especializadas. También se utilizan fuentes primarias; se trabajó en la realización de una entrevista a un profesional en el ejercicio de la Diplomacia Digital. Con respecto al recorte temporal, se plantea el periodo desde el año 2010 hasta el 2023. Se elige este periodo ya que está atravesado por la masividad del uso de las TICs y las

redes sociales, la tendencia de los gobiernos e instituciones oficiales en la creación de perfiles digitales, y el auge de éstos como herramientas para la comunicación de política exterior y la ejecución de la diplomacia en el contexto de la pandemia por el COVID-19 entre 2020 y 2022. Cabe hacer una aclaración con respecto a este último punto ya que, si bien este fenómeno ocupa sólo dos años de nuestro recorte temporal, consideramos que los cambios y aceleraciones tecnológicas ocurridos en este periodo, y causadas por la imposición de la virtualidad, son de gran importancia para poder comprender lo que significa hoy la Diplomacia Digital.

En cuanto al estado del arte, si bien la Diplomacia Digital es un término relativamente novedoso, existen numerosos trabajos que estudian su desarrollo y evolución. Sin embargo, sus análisis difieren en la definición del término y en su utilización. Hay quienes establecen que no debería ser estudiada como una noción separada a la de diplomacia en sí, como el ex secretario de los Estados Unidos, John Kerry (Holmes, 2015, p. 14). Sin embargo, la mayoría de los autores coinciden en que es necesaria dicha distinción, para poder analizar la evolución de la diplomacia pública. En este sentido, existen trabajos que no hablan directamente de una Diplomacia Digital, sino de una enfocada en las tecnologías de la comunicación en general (Nye, 2013; Manfredi, 2020).

También debemos aclarar que existe un disenso en torno a la definición del término. Encontramos por un lado a quienes afirman que la Diplomacia Digital se centra únicamente en el uso de las redes sociales como su herramienta por excelencia (Bjola, 2015; Bassante, 2014), y por el otro, a quienes añaden otras tecnologías digitales (Manfredi, 2014; Gómez, 2015).

Esta tesina se encuentra dividida en cinco partes. Nos parecía importante comenzar con un apartado dedicado al Marco Teórico-Conceptual, para poder analizar la evolución del concepto de diplomacia y comprender mejor a qué nos referimos cuando hablamos de Diplomacia Digital. Luego seguiremos con tres capítulos, que serán el núcleo de nuestro trabajo.

El primer capítulo busca hacer un recorrido de la evolución en la práctica diplomática a partir de la aparición de nuevas tecnologías de la comunicación hasta la actualidad. Aquí también introduciremos el concepto de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC 's) y su definición. Además, describiremos la forma en la que cada disrupción tecnológica afectó el ejercicio diplomático.

En el segundo capítulo identificaremos la tendencia de los Estados a la creación de perfiles oficiales en redes sociales en la última década, haremos mención a la forma particular que toma la comunicación en estas plataformas, y analizaremos la manera en la que se utilizan dichos usuarios para la práctica diplomática, más específicamente relacionada a la marca país, la geopolítica y la política exterior. Finalmente, analizaremos el auge de la Diplomacia Digital en los años de la pandemia por el COVID-19.

El tercer capítulo versará sobre los desafíos actuales de la Diplomacia Digital. Describiremos la dificultad de generar una diplomacia verdaderamente interactiva e identificaremos ciertos puntos a trabajar para poder conseguirla. Además, nos centraremos en las cuestiones de la desinformación y las *fake news* y las regulaciones de las plataformas de redes sociales. Terminaremos este capítulo describiendo la continua evolución de la diplomacia y la tecnología, identificando nuevos desafíos como el uso de la *Big Data*, de la Inteligencia Artificial y de la Realidad Virtual para el ejercicio diplomático.

Por último, finalizaremos el trabajo presentando algunas reflexiones sobre lo abordado en el análisis. Haremos una recapitulación de las diferentes partes de esta investigación, y retomaremos nuestras hipótesis para evaluar en qué nivel fueron corroboradas.

Marco Teórico-Conceptual

En este apartado, nos proponemos, en un primer momento, ubicar al análisis de la Diplomacia Digital dentro de la disciplina de las relaciones internacionales. Así, procederemos a aclarar bajo qué corriente teórica se sitúa este trabajo. Seguidamente, nos parece importante mostrar la evolución conceptual de la diplomacia; haremos un recorrido por los diferentes conceptos que enmarcan a la Diplomacia Digital y finalmente, mencionaremos las diversas definiciones del término, señalando sobre cuál de ellas nos centraremos.

En este trabajo analizaremos la Diplomacia Digital dentro de la teoría del neoliberalismo, tomando como sus principales exponentes a Robert Keohane y Joseph Nye. Esta corriente no concibe al poder únicamente desde la perspectiva material-militar, sino que también se considera la influencia de la economía y los lazos de cooperación. En una palabra, se toman en cuenta las formas de poder blando.

Joseph Nye introduce la noción de “*Soft Power*” en 1990. Explica que hay una segunda cara del poder; además de aquel poder fruto de un ejercicio de comandos o directivas junto con incentivos o amenazas, que es lo que conocemos como “*Hard Power*” y se relaciona directamente con el poderío militar, existe una manera indirecta de ejercer poder. Tiene que ver con el establecimiento de la agenda y la estructuración de las situaciones de la política mundial. Así, un país puede conseguir sus objetivos simplemente por el hecho que otros países decidan seguirlo. Es decir, se basa en la atracción y no en la coerción (Nye, 1990). En síntesis, el *Soft Power* es la capacidad de influenciar sin coerción las acciones de otros. Permite cambiar el comportamiento de los demás utilizando la persuasión a través de medios culturales e ideológicos, con el complemento de medios diplomáticos. Vemos así, por qué decidimos utilizar esta corriente de análisis para estudiar la Diplomacia Digital.

Sin embargo, hay autores que proponen una definición que va más allá de la dicotomía *hard power-soft power*. Por ejemplo, Steven B. Rothman (2011) afirma que los límites entre los dos conceptos son borrosos, e introduce una nueva conceptualización del poder blando basada en la manera de utilización de los recursos para influir en los “*payoffs*” de otros Estados. Este tipo de coerción no tiene por qué venir de una forma de poder duro. El autor reconoce que se pueden utilizar otros recursos además de la fuerza, como los medios de comunicación o las instituciones.

Así, este análisis “se aleja de la simplificación de la dicotomía poder duro/poder blando y permite un mayor examen de lo que hace que las potencias más blandas sean blandas y de lo que hace que las potencias más duras sean duras” (Rothman, 2011, p. 50).

Nos presenta una idea de “continuidad” entre estos tipos de poderes, situando distintas acciones en diferentes lugares del espectro, dependiendo de las variables de coerción y atracción:

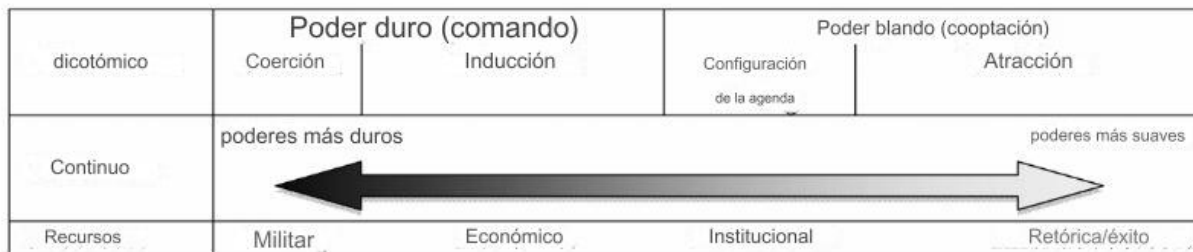


Figura 1. Potencia dicotómica y continua.

Nota. Adaptado de “Revising the soft power concept: what are the means and mechanisms of soft power?” (p. 51), por S. B. Rothman, 2011, Journal of Political Power.

El neoliberalismo o neo institucionalismo además, afirma la posibilidad de cooperación entre los actores, Keohane intenta demostrarlo a través del “dilema del prisionero”. Finalmente, también se le brinda una gran importancia a las instituciones y reglas internacionales como aquellas que ordenan al mundo en su natural estado anárquico.

Sin embargo, las relaciones diplomáticas son relaciones interestatales. Pues, si la política exterior de un país es un instrumento estatal para el desarrollo de sus relaciones internacionales (Miranda, 2018), entonces la diplomacia es una herramienta de la política exterior. Un Estado utiliza una variedad de medios para alcanzar sus objetivos en la arena internacional: el poder militar, formando alianzas; el poder económico, aplicando sanciones; el poder cultural, promoviendo su idioma; y también podemos nombrar la inteligencia, garantizando prácticas de ciberseguridad para proteger datos estatales. Es entre ellos que aparece la diplomacia, asegurando la ejecución de ésta política a través de la representación, la negociación y asegurando tratados y acuerdos.

Por lo tanto, en este trabajo nos centramos en la diplomacia como una herramienta del Estado, y no priorizamos su uso o su relación con otros actores del Sistema Internacional, como

las empresas transnacionales, o las organizaciones internacionales. En este sentido, y considerando los aportes neorrealistas, también reconocemos la preeminencia e importancia del Estado como actor protagonista en el ámbito internacional. Los preceptos del realismo clásico afirman al Estado como el actor a estudiar, tanto en su forma de relacionarse en el Sistema Internacional anárquico, como también en su capacidad de mantener su autonomía. Los aportes neorrealistas, sostienen esta jerarquía. Aunque, mientras los autores del realismo neoclásico combinan el análisis de los niveles sistémicos, estatales e individuales, los neorrealistas estructurales se centran en el análisis sistémico. Así como lo hizo el mayor exponente de esta corriente, Kenneth Waltz, al introducir el análisis de las relaciones internacionales basándose en tres imágenes (Powell, 1994). Las dos primeras se centran en el Estado (ya sea por las relaciones interestatales en el Sistema Internacional, o por la estructura interior del Estado), mientras que sólo una se enfoca en el Hombre (sin reconocer otro tipo de actores).

Tras este recorrido, nos parece importante resaltar lo que anteriormente mencionamos sobre la teoría del poder de Nye; “un país puede lograr los resultados que desea en la política mundial porque otros países – que admiran sus valores, imitan su ejemplo, aspiran a su nivel de prosperidad y de transparencia – quieren seguirlo” (Nye, 2004, 5). Si un país no depende sólo de su poderío militar, ni económico, sino también de su capacidad de influir en otros; y si hay diversas maneras de convencer a otro más allá de la fuerza, la diplomacia aparece como una herramienta protagonista en el ejercicio del poder blando. Además, el autor afirma que las fuentes de éste poder son tres: la cultura, los valores políticos y la política exterior (Salles, 2015). Como esperamos demostrar en los siguientes párrafos, la diplomacia, y sobre todo la diplomacia pública, tiene entre sus fines más usuales hacer públicos la cultura y los ideales políticos del gobierno, además del ejercicio de la política exterior del país. Finalmente, cuando pensamos en medios diplomáticos, pensamos en su utilización para evitar o prevenir el uso de la fuerza para la resolución de conflictos. Esto lo tendremos más en claro a continuación, cuando nos detengamos en las definiciones del concepto de diplomacia.

Así, la Diplomacia Digital aparece como un instrumento nuevo en la práctica del poder blando propuesto por la corriente neoliberal. Sus características distintivas de masividad, instantaneidad y accesibilidad, potencian el ejercicio de influir y atraer a otros actores. Si el poder duro es el uso de la fuerza para la coerción, hoy, las herramientas digitales nos acercan usos del

poder que parecen totalmente contrarios a esta definición. En la actualidad, el internet y las redes sociales toman un rol como instrumentos de quienes practican el poder blando; un “*hashtag*” que es tendencia en X¹ puede influenciar a millones de personas y moldear su opinión sobre alguna situación de la arena internacional. Es por esto que creemos que el marco de la Teoría Neoliberal de las relaciones internacionales, es de hecho el más adecuado para el análisis de nuestro objeto de estudio.

Pero, una vez habiendo definido nuestro marco teórico, es necesario adentrarnos en qué es lo que entendemos por Diplomacia Digital. Para llegar allí, debemos desglosar el concepto haciendo un recorrido por las definiciones de Diplomacia, Diplomacia Pública, Diplomacia Digital, y acercando otros conceptos que hacen a la evolución del estudio en esta temática; como la aparición de nuevos términos con la irrupción de las TICs y las redes sociales. Además, introduciremos ciertos debates entre los autores presentes a la hora de definir a la Diplomacia Digital, seguido de nuestro posicionamiento.

Cuando pensamos en la diplomacia en términos tradicionales, pensamos en la representación de la política exterior y de la imagen de un país por parte del personal diplomático. Pues, a lo largo de la historia, las sociedades se fueron constituyendo en distintas unidades políticas, las cuales necesitaban de una herramienta para continuar el vínculo entre ellas. Así, encontramos varias definiciones de lo que es la diplomacia. Siguiendo a Roberto García Jurado, desde la Paz de Westfalia en 1658, ésta se constituye como “un mecanismo de comunicación, consulta y acuerdo entre diferentes unidades estatales que se reconocen recíprocamente el mismo status” (García Jurado, 2016, p. 19).

La Convención de Viena sobre las Relaciones Diplomáticas de 1961 declara que una misión diplomática consiste en

a. representar al Estado acreditante ante el Estado receptor; b. proteger en el Estado receptor los intereses del Estado acreditante y los de sus nacionales, dentro de los límites permitidos por el derecho internacional; c. negociar con el gobierno del Estado receptor; d. enterarse por todos los

¹ “X”, anteriormente “Twitter”, es una red social basada en el microblogueo. En este trabajo, nos referiremos a ella bajo su nombre actual, pero continuaremos denominando a los posteos realizados en esta plataforma como “tuit” o “tuits”, del inglés “tweet”.

medios lícitos de las condiciones y de la evolución de los acontecimientos en el Estado receptor e informar sobre ello al gobierno del Estado acreditante; e. fomentar las relaciones amistosas y desarrollar las relaciones económicas, culturales y científicas entre el Estado acreditante y el Estado receptor. (Convención de Viena, 1861, Artículo 3).

También existen diversas miradas sobre las maneras de estudiar la diplomacia. Podríamos afirmar que existen dos formas de verla; en el sentido estricto y en un sentido más amplio. En cuanto al primero, nos referimos a consultas y acuerdos llevados a cabo por el Ministerio de Relaciones Exteriores. La diplomacia en un sentido amplio enmarca las relaciones internacionales ejercidas por las organizaciones internacionales (Abdurahmanli, 2021).

Sin embargo, si buscamos definir este concepto tan antiguo, también nos ayudaría recurrir a Hedley Bull, quien afirma que la diplomacia es: “the conduct of relations between states and other entities with standing in world politics by official agents and by peaceful means” (Kerr, 2018, p. 1).

Es interesante también nombrar el trabajo que nos acerca G. R. Berridge, el cual nos presenta un resumen de las diferentes concepciones de diplomacia a través del tiempo desde las perspectivas de importantes pensadores y políticos. Esto nos puede ayudar a entender el aspecto cambiante del concepto, aunque sea un término que sigue estando presente y utilizándose desde hace cientos de años. Así, incluso Maquiavelo le otorgaba un lugar en sus teorías del Estado, aunque siempre en el contexto de guerra y de la lucha de poder.

Machiavelli's fundamental assumption was actually that skill in the art of war was more important to the state than anything, including skill in diplomacy, because of his belief that 'sound laws' follow 'sound arms'. Nevertheless, states did not always have sufficient military strength to achieve their aims, and it was out of this necessity that diplomacy was born: 'what princes have to do at the outset of their careers,' Machiavelli tells us, 'republics also must do until such time as they become powerful and can rely on force alone.' (Berridge et al, 2001, p. 11)

Hugo Grocio, en su hostilidad a la guerra, definía un sistema en donde primara la ley. Si la

relación entre Estados debe darse en el marco de la ley, la diplomacia parece ser el instrumento mediante el cual se logra esta relación (Berridge et al, 2001).

El trabajo mencionado también elabora sobre las concepciones del término desde las miradas de Guicciardini, Richelieu, Wicquefort, Callieáres, Satow, Nicolson, y finalmente, de Henry Kissinger. Éste último definió a la diplomacia como “el arte de relacionarse entre Estados por acuerdo, en vez de a través de la fuerza” (Berridge et al, 2001, p. 194). Como bien menciona Otte, es ejercer la relación entre los Estados por otros medios, como opciones alternativas a la guerra (Berridge et al, 2001). Kissinger también la relaciona muy estrechamente con la política, subrayando el potencial de la diplomacia como el principal instrumento de política internacional.

Es sobre todo en torno a éstas últimas definiciones que pensamos el desarrollo de este trabajo. La diplomacia representa en su esencia innata una práctica superadora al enfrentamiento armado, y continúa persiguiendo ese objetivo mayor hoy en día. Ya sea por acuerdos bilaterales, foros internacionales o en el seno de organismos internacionales, la diplomacia suele aparecer como una forma de prevención a la escalada de tensiones. También resaltamos la conceptualización de García Jurado que señalamos anteriormente; un “mecanismo de comunicación”.

Elvin Abdurahmanli (2021) afirma que existen diferentes tipos de diplomacia, producto de la globalización. Así, nos presenta un recuento de diferentes conceptos; “*Mediation Diplomacy*”, “*Civil Diplomacy*”, “*Parliamentary Diplomacy*”, “*Nuclear Diplomacy*”, “*Environmental Diplomacy*”, entre muchas otras. Una de las formas de diplomacia que enumera, es la diplomacia pública.

Siguiendo a Nicholas Cull (2018), encontramos que es un término relativamente nuevo. Introducido en 1960 por el exdiplomático Edmund Guillon, aparece como una forma para que el gobierno de Estados Unidos pudiera diferenciar de una manera convincente su uso “benigno” de los medios de comunicación hacia los públicos en el extranjero, a comparación del uso que le daba la Unión Soviética. De acuerdo con Ellen Huijgh (2016), la diplomacia pública es una práctica centrada en la comunicación diplomática entre las unidades políticas y las personas (tanto domésticas como extranjeras), y que evoluciona en respuesta a los cambios sociales como la democratización, la globalización y la revolución comunicacional, al mismo tiempo que puede

influenciar estos cambios. Carlos García de Alba también coincide en que el destinatario son las personas, más allá de los actores internacionales como los gobiernos o las instituciones:

A diferencia de la diplomacia tradicional, que se orienta concretamente a los gobiernos y organizaciones, o sea, primordialmente a sujetos de derecho internacional convencionales, la diplomacia pública tiene como objetivo la sociedad civil. Se distingue de la propaganda, que es unidireccional y generalmente impuesta, porque busca establecer un canal de comunicación de ida y vuelta, y pretende sobre todo convencer. (García de Alba, 2008, p. 222).

Por otro lado, Berridge relaciona este término directamente con el de propaganda, con la diferencia que la diplomacia pública está destinada a públicos internacionales. Además, sugiere que esta nueva forma de llamarla se debe a las connotaciones negativas de la propaganda: mentiras, espionaje, manipulación. También la diferencia de la diplomacia tradicional; si bien ambas tienen el objetivo de influir a los gobiernos, la diplomacia pública intenta hacerlo indirectamente, apelando a influenciar a las personas que lideran esos gobiernos (Berridge, 2010).

En suma, entendemos por diplomacia pública a aquella diplomacia que se basa en la comunicación de los objetivos diplomáticos, ideales, cultura y demás, y que tiene como principal receptor a las personas. Creemos que el análisis de la Diplomacia Digital se encuentra dentro de este tipo de diplomacia. Como veremos en los próximos párrafos, las herramientas digitales hacen de la diplomacia una práctica muchas veces de influencia indirecta, y su masividad permite que su uso sea público y accesible a todas las personas con acceso a internet. Además, y como desarrollaremos con más profundidad en el Capítulo II, algunos de los usos de la Diplomacia Digital se relacionan con la propaganda y la utilización que le dan los países para diferenciarse de otros.

En este punto del recorrido conceptual que venimos haciendo, es importante resaltar el rol de la comunicación en la diplomacia. Con el pasar del tiempo y la aparición de nuevas tecnologías, el ejercicio de la diplomacia ha evolucionado. En los últimos años, el advenimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) significó la constitución de un instrumento más para ejercer la diplomacia. Según William D. Ávila Díaz, las TICs son:

El conjunto de herramientas, soportes y canales desarrollados y sustentados por las tecnologías (telecomunicaciones, informática, programas, computadores e internet) que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos, contenidos [...] a fin de mejorar la calidad de vida de las personas. (Ávila Diaz, 2012, p. 222).

La comunicación siempre ha sido un elemento esencial de la diplomacia, es por eso que estas nuevas herramientas dieron inicio a un camino signado por la consolidación de los medios audiovisuales internacionales, la penetración de los medios digitales, y el auge de la transparencia, la filtración y la inteligencia (Manor, 2016). José Luis Manfredi habla del concepto de “Comunicación Internacional”, como el “proceso de crear, producir, distribuir y recibir mensajes en el arena internacional” (Manfredi, 2020, p. 2). La presenta como una disciplina de las relaciones internacionales, constituida por la estructura y la política de comunicación de un Estado, la historia, la sociología, la economía y la hibridación de los medios de comunicación y los sistemas políticos. Es pertinente a la discusión de la Diplomacia Digital, ya que establece que la comunicación forma parte de la estrategia de protección del interés nacional, contribuyendo a la creación de poder e influencia, poniéndola en un lugar de equidad con respecto a otros factores como el comercio y la defensa.

Desde fines del siglo pasado y comienzos del presente, se puede observar cómo la llegada del internet y su masividad comenzaron el proceso de construcción de un ciberespacio, es decir un espacio virtual. El debate sobre la diplomacia comienza a situarse en este nuevo ámbito. Shaun Riordan afirma que el objetivo en este contexto es el de crear una comunidad internacional de diplomáticos (Riordan, 2019). Por otro lado, Nye (2013) introduce el concepto de la Diplomacia 3.0; una herramienta, que provee a la sociedad de información y reconoce el poder que obtienen los propios ciudadanos para comunicarse, relacionarse y establecer conexiones. Así, las redes sociales extienden la idea de poder hacia nuevos ámbitos de relacionamiento.

Según Eytan Gilboa, las TICs han afectado la práctica y la teoría de la diplomacia pública creando una “arena global” para la difusión de información; casi todos los actores internacionales utilizan las páginas web, blogs, y redes sociales para presentar su historia, políticas, valores,

culturas, ciencia y logros, como también sus posturas ante los eventos y políticas actuales (Gilboa, 2016). Nos explayaremos en el advenimiento de estas nuevas tecnologías y su influencia en el ejercicio de la diplomacia en el Capítulo I de este trabajo.

Ahora sí, definamos qué entendemos por Diplomacia Digital. En la actualidad, es un tema presente en las agendas gubernamentales y en producciones académicas. Sin embargo, se trata de un concepto “novedoso” propio del siglo XXI. Es por esto que se considera fundamental desarrollar una contextualización respecto a la situación en la cual se encuentra el análisis del concepto. Para cumplir con ese objetivo, en los siguientes párrafos se efectuará un breve listado de las diferentes definiciones y concepciones sobre el término en la academia y de algunos conceptos relacionados a ella.

Manfredi establece que el fin de la Diplomacia Digital es “la consecución de los objetivos de la política exterior de un país mediante el uso intensivo de la web social, las plataformas digitales y otras herramientas intensivas en tecnologías” (Manfredi, 2014, p. 348). Coincide con esta definición Alfredo Rodríguez Gómez, quien la define como “el uso de la web y las tecnologías de la información y las comunicaciones como ayuda para alcanzar los objetivos diplomáticos” (Rodríguez González, 2015, p. 924). Diego Bassante también complementa este análisis sosteniendo que este tipo de diplomacia se debe entender como “la incorporación de las redes sociales virtuales en el ejercicio diplomático como herramienta fundamental para la consecución de objetivos de política exterior” (Bassante, 2014, p.77).

Una de las definiciones más difundidas, es la que aporta Corneliu Bjola en la introducción del compilado “Digital Diplomacy: Theory and Practice” (2015). Es también sintética y breve: “el uso de las redes sociales con fines diplomáticos” (Bjola, 2015, p. 4). Además, Marcus Holmes aclara, en su sección de este compilado, que este concepto está relacionado con la gestión del cambio. Afirma que se ha obviado el aspecto del cambio internacional en la teoría sobre la diplomacia, asegurando que el rol de ésta es el mantenimiento del statu quo. El uso de las redes sociales aparece como un factor clave que puede modificar las maneras en las que las relaciones internacionales pueden ejercerse; en cómo los diplomáticos se dedican a la gestión de la información, la diplomacia pública, la planificación de estrategias, las negociaciones internacionales o incluso la gestión de crisis (Holmes, 2015).

En la entrevista que hemos realizado al diplomático argentino José Otegui², él definió a la Diplomacia Digital como “el uso de redes sociales para poder llevar mensajes claves hacia audiencias específicas”. Se facilita, en este sentido, lograr un nivel más amplio de llegada a través de la desintermediación que permiten estas herramientas (Otegui, J. M., comunicación personal, 14 de agosto de 2024).

Ilan Manor (2015), nos aclara que existen diferentes términos que se relacionan y son utilizados para referirse a lo que concebimos como diplomacia pública digital; “*net-diplomacy, social media diplomacy, diplomacy 2.0, cyber diplomacy*.”. Sin embargo, encontramos aquí una definición diferente a la que introdujo Bjola. Este autor afirma que la Diplomacia Digital incluye una variedad de instrumentos digitales que exceden a las redes sociales; como la mensajería instantánea o embajadas virtuales (Manor, 2015). Además, le da un sentido claro a la Diplomacia Digital como “una herramienta útil en las actividades de creación de marca nacional” (Manor, 2015, p. 89). Este tipo de diplomacia puede hacerlo a través del uso de plataformas de redes sociales, manejando y alterando proactivamente la imagen que la nación proyecta en las mentalidades de las audiencias internacionales, así como su reputación. Este uso de la diplomacia es definido como “*Selfie Diplomacy*”.

En “Diplomacy in the Digital Age” los autores Bjola, Cassidy y Manor, proponen un enfoque interesante. Vuelven a la teoría introducida por Putman sobre los dos niveles presentes en negociaciones diplomáticas; un nivel doméstico y uno internacional, que suelen colisionar y generan dificultades en cuanto a qué políticas utilizar para salir triunfante en ambos tipos de demandas. Sin embargo, las tecnologías digitales pueden ser utilizadas para “facilitar o impedir este juego de dos niveles de la diplomacia” (Bjola et al, 2018, p. 90). Ahora los Ministerios de Relaciones Exteriores (MRE) y otras instituciones pueden usar plataformas digitales para comunicarse con la ciudadanía nacional directamente y obtener el apoyo de la población para los tratados diplomáticos, lo que puede traducirse al mismo tiempo, en apoyo político.

Como vemos, las redes sociales forman una parte importante en las diferentes definiciones que hemos resumido. Por lo tanto, creemos que se debe dejar en claro a qué nos referimos con “redes sociales”. Sin embargo, su definición encuentra ciertos desafíos. Primero, la velocidad con

² Coordinador Adjunto de la Unidad Especial G20 del MRE de la República Argentina, y Coordinador de Prensa y Comunicación en la Asociación Profesional del Servicio Exterior de la Nación (APSEN). Ver Anexo 1.

la que evolucionan las tecnologías nos dificulta establecer límites al concepto. Segundo, las redes sociales facilitan formas de comunicación que también ofrecen otras tecnologías. Partiendo de estos obstáculos, tomaremos la definición que Obar y Wildman nos acercan, a través de cuatro premisas:

1. Los servicios de redes sociales son actualmente aplicaciones web 2.0 basadas en internet,
2. El contenido generado por el usuario es el alma de las redes sociales,
3. Los individuos y grupos crean perfiles específicos de usuario para un sitio o una aplicación diseñados y mantenidos por servicios de redes sociales,
4. Los servicios de medios sociales facilitan el desarrollo de redes en línea conectando un perfil con los de otras personas y/o grupos. (Obar y Wildman, 2015, p. 2)

Vemos, entonces, que existe cierto disenso en torno a la definición del término y cuáles son las tecnologías que se incluyen en esta parte “digital” de la diplomacia. Encontramos por un lado a quienes afirman que la Diplomacia Digital se centra únicamente en el uso de las redes sociales como su herramienta por excelencia; como Bjola (2015) y Bassante (2014). Mientras que otros, como Manfredi (2014) y Rodríguez Gómez (2015), aseguran que se trata de la utilización de otras herramientas como las páginas webs y la mensajería instantánea.

En nuestro análisis, reconocemos la existencia y el uso de éstas otras herramientas digitales, de hecho, desarrollaremos su evolución en el ámbito diplomático junto con otras TICs en el primer capítulo. Pero como lo indica el título de este trabajo, nos centraremos exclusivamente en el uso de las redes sociales para el ejercicio de la Diplomacia Digital. En este sentido, retomamos la definición de Bjola para guiarnos en este estudio: “el uso de las redes sociales con objetivos diplomáticos” (Bjola, 2015, p. 4).

Los análisis también difieren en la manera correcta de entenderla. Hay quienes establecen que no debería ser estudiada como una noción separada a la de la diplomacia en sí. John Kerry, ex Secretario de Estado de Estados Unidos, la equiparaba con la diplomacia tradicional, estableciendo que hacer una distinción resulta redundante, ya que el aspecto digital es tan sólo una continuación de la misma y no una nueva diplomacia (Holmes, 2015, p. 14).

Dentro de esta diferenciación frente a la diplomacia tradicional, se presenta un debate: ¿Es

la Diplomacia Digital una nueva diplomacia, o simplemente es una nueva forma o instrumento de la diplomacia tradicional?

Holmes las define en contraposición: “traditional diplomacy, the personal face-to-face meetings that have tended to dominate diplomatic activity through the ages, and digital diplomacy, the use of digital tools and virtual collaboration to further state interests” (Holmes, 2015, p. 15).

Manfredi (2014) afirma que los objetivos de la diplomacia (representar, negociar, proteger y promover los intereses de un Estado ante terceros) permanecen intactos frente a la irrupción de lo digital. Aquí presenta un aspecto muy interesante; la Diplomacia Digital es una herramienta que permite desarmar ciertas estructuras jerárquicas y “desintermediar” los asuntos relacionados al ámbito internacional. En una palabra, vuelve al ejercicio diplomático más accesible, visible y masivo, permitiendo la participación de otros actores. Ceppi y Demarchi afirman que “los cambios y avances tecnológicos, al igual que otros acontecimientos que se suscitaron en el sistema internacional, no alteraron la esencia ni el espíritu de la diplomacia” (Ceppi y Demarchi, 2021, p. 5).

Así, vemos como estos últimos autores afirman que la Diplomacia Digital replica la razón de ser de la diplomacia tradicional. En este trabajo nos sumaremos a ésta concepción. La esencia de las prácticas diplomáticas no ha cambiado, pero sí lo han hecho las maneras de ejecutarlas. Sobre ésto se trata el objetivo de esta tesina. Definitivamente, la irrupción de las nuevas tecnologías llevaron a una “revolución en la práctica de la diplomacia” (Bjola, 2015, p. 4).

Capítulo I: La evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) como herramientas para la diplomacia en el siglo XXI

1. La Era Pre-Digital: Tecnologías precedentes y su impacto en la diplomacia

La diplomacia es una práctica que existe hace cientos de años. Incluso es probable que hayan existido ejercicios de negociación, comunicación y representación que hoy definiríamos como “diplomáticos” desde antes que existieran los Estados. Esta disciplina ha enfrentado cambios a lo largo de su existencia, al mismo tiempo que cambiaron las unidades políticas, la forma de hacer política, el contexto internacional, y, por supuesto, el desarrollo tecnológico.

Nos parece pertinente, antes de adentrarnos directamente en el análisis de la Diplomacia Digital, hacer un recorrido por la evolución en la práctica diplomática a partir de la aparición de nuevas tecnologías de la comunicación.

La tecnología aparece como la herramienta de los hombres para satisfacer sus necesidades. Desde la era del paleolítico, ya modificábamos los recursos naturales para la confección de armas simples para la caza. A lo largo de nuestra evolución, la tecnología se desarrolló con nosotros. Desde un aspecto más epistemológico, Thomas Khun nos acerca la idea de las revoluciones científicas como los procesos que llevan a un nuevo paradigma; el cambio de las ideas que moldean nuestras sociedades y economías, conducen a una transformación en las tecnologías.

Siguiendo a Ávila Díaz (2013), la evolución de las tecnologías comunicacionales se dividen en tres etapas: la edad del cable de 1844 a 1900; la edad de la transmisión inalámbrica de 1900 a 1980; y la edad de las redes digitales integradas de 1980 hasta hoy. El autor nos habla de las Tecnologías de la Información, y las Tecnologías de la Comunicación. Las primeras buscan automatizar la información. Ejemplos de estas tecnologías han sido el telégrafo, con la codificación de puntos y rayas, el teléfono, con señales transmitidas por corrientes eléctricas, y la computadora, con el poder de almacenamiento automático. En cuanto al aspecto comunicacional, se trata de transmitir contenido utilizando símbolos y sistemas de mensajes. Al avanzar en el análisis es necesario no olvidar que “las formas y los medios que el ser humano ha inventado y empleado para comunicarse siempre han estado íntimamente relacionados con el desarrollo económico, sociocultural, político, científico y tecnológico de la humanidad” (Ávila Díaz, 2013, p. 222)

Según Berridge (2010) la irrupción del telégrafo eléctrico fue algo que generó un importante impacto en el ejercicio diplomático. Se utilizaban cables submarinos y terrestres para enviar mensajes, recortando los tiempos de semanas a tan solo horas. Estos mensajes debían ser encriptados por la inseguridad del método y además esta tecnología era cara y las comunicaciones que podían enviarse debían ser breves. Hacia 1890, la invención del telégrafo de radio significó una mejora. Utilizando este aparato, se han transmitido instrucciones de negociación y reportes diplomáticos (Ethiane y Modus, 2013). Es interesante ver cómo esta tecnología incluso fue utilizada decenas de años después; el famoso “teléfono rojo”, la línea directa de comunicación entre la Casa Blanca y el Kremlin creado tras el momento más álgido de la Guerra Fría, no era más que un enlace de comunicaciones teletipo conectadas a una línea telefónica. Pero, tan novedosa parecía la herramienta en la época de su aparición que el antiguo Ministro de Relaciones Exteriores británico Lord Palmerston predecía que era el “fin de la diplomacia”, tras recibir su primer telegrama (Abeyagoonasekera y Ranasinghe, 2012).

Sin embargo, no lo fue, y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) acababan de iniciar su viaje. Recordando la definición de Ávila Diaz, las TICs son:

El conjunto de herramientas, soportes y canales desarrollados y sustentados por las tecnologías (telecomunicaciones, informática, programas, computadores e internet) que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos, contenidos [...] a fin de mejorar la calidad de vida de las personas. (Ávila Diaz, 2012, p. 222)

Con la invención del teléfono apareció una comunicación aún más inmediata, directa y en simultáneo. Pronto se convirtió en un instrumento más en el ejercicio diplomático; se aumentaba la periodicidad de las consultas entre las misiones, y el contacto de los diplomáticos entre sí (Eliane y Modus, 2013).

Berridge (2010) nos introduce a la “*Telephone Diplomacy*”. Por un lado, este tipo de diplomacia puede presentar ciertos obstáculos; se renuncia a la comunicación no verbal y a toda la preparación que conlleva una visita diplomática. El autor señala como ejemplo, la disminución de viajes oficiales que realizó Colin Powell entre 2001 y 2005, optando más por la opción

telefónica (llegando a las 100 llamadas por día). Al mismo tiempo, la inmediatez del teléfono tiene también sus inconvenientes; los comentarios espontáneos que pueden surgir, o los temas que se tratan sin estar previstos. A diferencia del telégrafo, las conversaciones telefónicas no se pueden encriptar. Por lo tanto, en una relación en la que la confianza no está del todo signada, existe el riesgo de filtración, un mal uso de la información, escuchas, o incluso, de estar comunicándose con la persona incorrecta.

Entre algunas de las ventajas que encontramos, el grado de comunicación personalizada que garantiza es mayor y además ayuda a la negociación, ya que permite obtener una respuesta rápida de la otra parte, y también ejercer cierta presión para evitar un “no”.

Así mismo, el autor desarrolla varios ejemplos sobre cómo las llamadas en conferencia influenciaron en las dinámicas de las relaciones entre aliados, y los resultados del uso de este instrumento para resolver conflictos. Uno de ellos es el uso que le dió al teléfono el Secretario de Relaciones Exteriores británico James Callaghan en la crisis en Chipre hacia mediados de 1974. Gran Bretaña era garante de la integridad del país, al ser miembro de la Commonwealth, y desempeñó tal rol realizando múltiples llamadas con líderes claves y con el entonces Secretario de Estado de Estados Unidos, Henry Kissinger, quien estaba utilizando un método similar al mismo tiempo, logrando un alto al fuego (Callaghan, 1987, como se cita en Berridge, 2010).

Otro ejemplo de cómo la comunicación directa e ininterrumpida entre líderes influye en sus relaciones, proyectando cercanía, es la llamada de Ronald Reagan a Margaret Thatcher, luego de que la Primer Ministro haya utilizado la “*hotline*” entre la Casa Blanca y Downing Street para enfatizar su pedido de que Estados Unidos no invada Granada. El Presidente norteamericano decidió usar la misma línea directa para disculparse:

The president began with a gallant and disarming preamble, which was just as well because, on her own admission, the Iron Lady was 'not in the sunniest of moods'. He then apologized for the embarrassment that had been caused and explained the practical considerations that had made full consultation impossible. This clearly had a soothing effect on Mrs Thatcher. 'There was not much I felt able to say', she records in her memoirs, 'and so I more or less held my peace, but I was glad to have received the telephone call' . (Berridge, 2010, p. 197)

Pero también ha demostrado ser un medio para relajar las tensiones entre Estados no-aliados, o incluso “rivales”. Las llamadas entre el subsecretario de Estado de EE. UU, Richard Armitage, y el embajador de Irán ante la ONU, Mohammad Javad Zarif, facilitaron la aceptación de Teherán de la oferta de ayuda estadounidense durante el terremoto en Bam de 2003 (Berridge, 2010).

Pero la evolución de la tecnología continuó hasta que la comunicación no fue sólo auditiva, sino también audiovisual. Con la introducción de la televisión y la transmisión satelital, el mundo no sólo tenía acceso a las noticias internacionales, pues ya sucedía con la radio, sino que ahora podían verlas. Tener al alcance imágenes de momentos importantes de la arena internacional sucediendo en tiempo real influyó en la opinión pública sobre hechos internacionales, así como también en el ejercicio de la diplomacia.

Las innovaciones en las TICs llevaron a la creación de la CNN (Cable News Network), la primera cadena mundial de noticias, hacia la década de 1980. Esta emitía información a todas horas y en todo el mundo por medio de satélites y canales de televisión por cable. El rol de esta cadena sufrió un gran cambio cuando se decidió cubrir en vivo la Guerra del Golfo a inicios de los 90', tanto así que para algunos la CNN tomó su lugar dentro del grupo de actores globales en las relaciones internacionales (Gilboa, 2005). De este fenómeno se habla cuando se menciona el “Efecto CNN”. Desde entonces, se presenta el debate sobre si los medios de comunicación en tiempo real influyen sobre el ejercicio de la diplomacia y la política exterior.

Livingston (1997), se propone analizar el impacto de la televisión y la transmisión en tiempo real sobre la política exterior. Tanto él como Gilboa (2005) adhieren en la necesidad de una mayor cantidad de evidencia para poder constatar esta influencia. Sin embargo, a la hora de estudiar la evolución de las tecnologías y su uso para la diplomacia, sí creemos que los medios de comunicación juegan un rol importante y generaron cambios en el ejercicio de la política exterior. Por esto, nos parece interesante traer la idea que propone Livingston de presentar a los medios bajo tres dimensiones; como *Accelerator*, como *Impediment*, y como *Agenda Setting Agency*.

La divulgación instantánea de información puede jugar un rol en la aceleración de la toma de decisiones por parte de líderes políticos frente a una situación de la arena internacional. La presión que la opinión pública puede ejercer ante la recepción de las imágenes, puede influenciar

a un proceso de toma de decisiones mucho más precoz. En este contexto, se reduce el tiempo para la reflexión. Richard Haas da cuenta de esto cuando habla del rol de la televisión durante el conflicto en el Golfo Pérsico:

Ya no tenemos los viejos ritmos, todo es telescópico. Así que, si él (Saddam Hussein) iba a salir a las 4:00 o las 5:00 de la tarde, teníamos que salir a las 4:30 o las 5:00 para asegurarnos de que las noticias de la noche no fuera un desastre o que la gente de Oriente Próximo, siete u ocho horas por delante, no se fuera a dormir pensando que, de alguna manera, Saddam había hecho una nueva gran oferta, cuando en realidad no lo había hecho. (Haass, 1995, como se cita en Livingston, 1997).

Es interesante también la visión de los medios como un “obstaculizador” de la política exterior. Primero, como inhibidor emocional: las transmisiones audiovisuales masivas de los fenómenos internacionales son destinadas al público en general, y moldean sus emociones y opiniones. Las imágenes fuertes de un conflicto bélico pueden llegar a generar un sentimiento de malestar en las personas, llevando a criticar la política llevada a cabo por su gobierno. El autor nos trae el ejemplo de las críticas de la mayoría de los estadounidenses hacia la política de Clinton en Somalia, y cómo esto influyó en la decisión de retirar las tropas. En segundo lugar, se las considera como una amenaza a la seguridad operacional, por ser capaces de revelar información de operaciones militares o estratégicas, llevando muchas veces a su fracaso.

Finalmente, Livingston nos habla del rol de los medios como actores capaces de imponer temas dentro de la agenda de los gobiernos y líderes. En otras palabras, la cobertura de ciertos eventos influencia el orden de prioridades. Por ejemplo, la posibilidad de que la cantidad de intervenciones norteamericanas en crisis humanitarias dependan directamente de la cobertura mediática. Aquí vemos el análisis más sistematizado:

acelerador	Los medios acortan el tiempo de respuesta en la toma de decisiones. La diplomacia televisiva es evidente. En tiempos de guerra, la televisión global en vivo ofrece riesgos potenciales para la inteligencia de seguridad. Pero los medios también pueden ser un multiplicador de fuerzas, un método para enviar señales. Evidente en la mayoría de los temas de política exterior recibir atención de los medios.
Impedimento	Dos tipos: 1. La cobertura emocional y espantosa puede socavar la moral. Los intentos del gobierno de sanear la guerra (énfasis en la guerra de los videojuegos) y limitar el acceso al campo de batalla. 2. Los medios globales en tiempo real constituyen una amenaza para la seguridad operativa.
Agencia de establecimiento de agenda	La cobertura emocional y convincente de atrocidades o crisis humanitarias reordena las prioridades de la política exterior. Somalia, Bosnia y Haití son ejemplos.

Figura 1. Variaciones conceptuales del efecto CNN

Nota. Adaptado de “CLARIFYING THE CNN EFFECT: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention” (p. 2), por S. Livingston, 1997.

Con la irrupción de estas nuevas TICs, los medios masivos de comunicación se transformaron en grandes fuentes de información y su influencia hubo de ser tomada en cuenta por los políticos. Este fenómeno llegó a ser nombrado como “*media diplomacy*”, “*telediplomacy*”, “*real-time diplomacy*”, entre otras denominaciones. (Gilboa, 2001, p. 3)

Gilboa analiza el rol de los medios en la diplomacia y propone hacerlo a través de tres modelos conceptuales:

Public diplomacy, where state and nonstate actors use the media and other channels of communication to influence public opinion in foreign societies; media diplomacy, where officials use the media to communicate with actors and to promote conflict resolution; and media-broker diplomacy, where journalists temporarily assume the role of diplomats and serve as mediators in international negotiations. (Gilboa, 2001, p. 4).

Los medios masivos de comunicación sirven como canales de transmisión para los objetivos de la diplomacia pública; así fue con programas de radio estadounidenses con transmisión internacional durante la Guerra Fría, a los que luego se le sumaron programas de televisión que buscaban influenciar sobre la opinión pública. La diplomacia de medios, aparece distinta a la pública porque también considera otros usos, como el envío de señales por parte de gobiernos, o su uso como fuentes de información. Un ejemplo de esto, es el ultimátum del Presidente Kennedy hacia la URSS luego de la crisis de los misiles. Siguiendo con el posicionamiento del autor, este define a la “Media Diplomacy” como “officials' uses of the media to communicate with state and nonstate actors, to build confidence and advance negotiations, and to mobilize public support for agreements” (Gilboa, 2001, p. 10). En este trabajo, por último, se introduce una idea interesante, la de que los periodistas y agentes de medios toman un rol de mediadores en los conflictos internacionales.

2. La Revolución Digital: Internet y la diplomacia contemporánea

Como hemos aclarado al principio de este capítulo, la intención es demostrar la evolución del ejercicio de la diplomacia a partir de la introducción de cambios tecnológicos en las TICs. Es decir, las nuevas herramientas para la conducción de la política exterior no excluyen a las viejas, sino que se adicionan al arsenal de instrumentos diplomáticos. Al teléfono y los medios de comunicación televisivos se le suma el internet.

Hacia 1980, la tecnología de las computadoras evolucionó permitiendo el comienzo de su masividad. Para los 90’, aunque sea en los países más desarrollados, la mayoría de las personas tenía su computador personal. Con la introducción de la “World Wide Web” (WWW), las formas de comunicación y de acceso a la información cambiaron para siempre.

En 1995, el Federal Networking Council³ de Estados Unidos, emitió una resolución definiendo al Internet:

³ El Federal Networking Council (FNC) (Consejo Federal de Redes) fue creado por el Comité de Computación, Información y Comunicaciones (CCIC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de Estados Unidos, para actuar como foro de colaboración en materia de redes entre los organismos federales.

"Internet" refers to the global information system that --(i) is logically linked together by a globally unique address space based on the Internet Protocol (IP) or its subsequent extensions/follow-ons;(ii) is able to support communications using the Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP) suite or its subsequent extensions/follow-ons, and/or other IP-compatible protocols; and(iii) provides, uses or makes accessible, either publicly or privately, high level services layered on the communications and related infrastructure described herein. (Barry et al, 1999)

Segun Nicholas Westcott (2008, p. 2) el internet impacta a las relaciones internacionales, al menos, en tres maneras:

- Multiplica y amplifica el número de voces e intereses involucrados en la formulación de políticas internacionales, lo que dificulta la toma de decisiones internacionales y reduce el control exclusivo de los estados en el proceso.
- Acelera y libera la difusión de información, sea precisa o no, sobre cualquier asunto o evento, lo que puede influir en sus consecuencias y manejo.
- Permite que los servicios diplomáticos tradicionales se entreguen de manera más rápida y rentable, tanto a los propios ciudadanos y gobiernos, como a los de otros países.

Desde nuestro punto de vista, el primer punto puede aparecer como consecuencia del segundo. Ya hemos visto como las telecomunicaciones aceleraron la difusión de información sobre eventos internacionales, y cómo eso podría llegar a afectar las políticas de los gobiernos. Con esta nueva tecnología, esta información es aún más instantánea y generada por todos. El internet crea la posibilidad de que cada uno de nosotros seamos generadores de contenido. Además, la función de los buscadores hace que el acceso sea "*on-demand*"; no sólo existe la opción de la transmisión en tiempo real, sino también de ir y volver consumiendo el contenido repetitivamente.

Y esto nos lleva al punto uno; el libre acceso a la información permite la pluralidad de opiniones sobre ella. El autor nos trae un ejemplo útil de cómo el internet interviene también en la formulación de actores que presionan sobre modificaciones en la agenda internacional, al ser

utilizado por ONGs para influenciar negociaciones en el seno de la OMC; creando sus propios sitios webs, coordinando a los miembros, y presionando a actores en la mesa de negociación. Richard Grant ha denominado esto como la “democratización de la diplomacia” (Grant, 2004, como citado en Westcott, 2008).

En cuanto a su tercer punto, la llegada de la conexión web hizo que muchos gobiernos decidieran crear sus propios sitios webs, y también espacios virtuales específicos para sus embajadas y representaciones. A través de ellas, ahora los ciudadanos tienen la posibilidad de consultar sus preguntas y resolver sus dudas dirigiéndose a correos electrónicos especiales, y recibiendo respuestas más rápidamente.

Además, la conexión en red mejoró una de las prácticas que desarrollamos anteriormente: la llamada en conferencia. Ahora, se le agrega el elemento visual con las videollamadas. Volviendo a Berridge (2010) la gran ventaja radica en que no se pierde el lenguaje corporal en las interacciones. Así, se presentaba como otra más de las herramientas disponibles para las prácticas diplomáticas a principios de los 2000; “Tony Blair utilizó videoconferencias, especialmente para sus comunicaciones regulares con George W. Bush, quien tenía una sala de videoconferencias en su rancho en Crawford, Texas central, así como en la Casa Blanca” (Berridge, 2010, p. 201).

Hacia esta primera década del nuevo milenio, también aparecen otras formas de los diplomáticos y políticos para comunicarse entre sí: los mensajes de texto (SMS) y los correos electrónicos. Siguiendo con el análisis del autor, que escribe al finalizar la primera década, aún se cuestionaba el nivel de seguridad de estos instrumentos. Como ejemplo, el primer email enviado como prueba desde Bill Clinton al Primer Ministro sueco Carl Bildt, resultó interceptado por inteligencia israelí.

Tras hacer este recorrido por el avance de la práctica diplomática frente al advenimiento de nuevas tecnologías, nos parecía interesante retomar el trabajo de Cull (2018) sobre el camino que transcurrieron las agencias gubernamentales estadounidenses frente al uso de las nuevas TICs, especialmente, del internet. Su análisis nos permite adentrarnos en ejemplos prácticos de cómo las agencias de un gobierno se adaptan y crean nuevos proyectos con estas innovadoras herramientas, reflejando la política exterior.

Durante la administración de Ronald Reagan, la U.S. Information Agency (USIA) llevó adelante un programa de inversión tecnológica que buscaba aprovechar la conexión en red; puso en operación un canal de televisión satelital llamado WorldNet, instaló en su sede el sistema computacional Wang para procesar textos, y también se creó US-Infonet, permitiendo el acceso a varias bases de datos. Para enero de 1994, la Voz de América (la sección radiofónica de la agencia) introdujo un servicio de texto en internet que utilizaba el protocolo “Gopher”: hizo disponibles archivos de audio en 15 de los idiomas en que se transmitía la Voz de América. Dos años más tarde, el canal transmitía en tiempo real los servicios de audio.

La USIA creó su propio sitio web en 1995, y también comenzó a brindar capacitaciones en el uso del correo electrónico. Frente a la posibilidad de ciberataques, se creó la Joint Task Force-Computer Network Defense (JTF-CND). Durante la guerra de Kosovo se libraron batallas online cuando grupos organizados de hackers sirios bombardearon Occidente con “yugospam”. Durante el conflicto, también se aseguraron puntos de acceso a internet en todo Kosovo y en los campos de refugiados kosovares para ayudar a que se reunieran las familias de refugiados y a que se conectaran con el exterior. Según el autor, “la crisis de Kosovo mostró el valor de la Diplomacia Digital y la contribución de la USIA a la política exterior estadounidense” (Cull, 2018, p. 21)

Tras los ataques del 11S, se estableció la Oficina de Diplomacia Electrónica (Office of eDiplomacy), con el objetivo de digitalizar el trabajo al interior del Departamento de Estado. A partir de esto, “a todos los diplomáticos estadounidenses se les asignaron equipos BlackBerry y todas las embajadas crearon sitios web” (Cull, 2018, p. 22). Otros ejemplos del camino a la digitalización incluyen la creación de consulados virtuales y también la creación de sitios webs interactivos que se enmarcan dentro de políticas específicas (por ejemplo, la página web opendialogue.org, para reconstruir la relación con el mundo árabe).

Los ejemplos continúan hacia el gobierno de Bush hijo, con la creación de la Diplopedia, un buscador público sobre información de distintos países, DipNotes, un blog del Departamento de Estado, y la Oficina de Diplomacia Electrónica también introdujo Communities@State, grupos online para vincular a diplomáticos interesados en temáticas específicas.

Por supuesto, las innovaciones en el seno de las agencias estadounidenses continuaron y continúan hasta el día de hoy. Sin embargo, creemos que el inicio del gobierno de Barack Obama

ya escapa al recorte temporal de este capítulo, y se relaciona con lo que buscaremos desarrollar en el siguiente: las redes sociales en el ejercicio diplomático.

Capítulo II: Los Diplomáticos de Hoy: usuarios digitales que hablan por los Estados

1. La tendencia de los Estados a la creación de perfiles oficiales en redes sociales

En este capítulo nos adentraremos en el análisis del rol de las redes sociales en el ejercicio de la diplomacia, e intentaremos demostrar cómo éstas han llevado a la evolución de una Diplomacia Digital más instantánea, accesible e interactiva. Para ello, debemos comenzar identificando la tendencia de los gobiernos a la creación de perfiles digitales con el principal objetivo de la continuación de sus ejercicios diplomáticos a través de este nuevo medio.

Como hemos adelantado en nuestro Marco Teórico-Conceptual, recordemos qué entendemos por “redes sociales”;

1. Los servicios de redes sociales son actualmente aplicaciones web 2.0 basadas en internet, 2. El contenido generado por el usuario es el alma de las redes sociales, 3. Los individuos y grupos crean perfiles específicos de usuario para un sitio o una aplicación diseñados y mantenidos por servicios de redes sociales, 4. Los servicios de medios sociales facilitan el desarrollo de redes en línea conectando un perfil con los de otras personas y/o grupos. (Obar y Wildman, 2015, p. 2)

Para inicios de la segunda década de los 2000’, comenzaron a aparecer espacios digitales de blogueo donde cualquier persona podía crearse un “usuario”. A través de estos perfiles virtuales, los usuarios podían compartir videos, blogs, imágenes, artículos y opiniones abiertamente, y con todo el mundo como destinatario. Es interesante ver cómo esas ventajas comenzaron a ser aprovechadas por los gobiernos, sus líderes y sus instituciones. De acuerdo con Matthias Lüfkens de Twiplomacy (2012), Barack Obama fue el primer líder en crear su cuenta en X, en 2007. La mayoría de los representantes diplomáticos, presidentes y Jefes de Estado, lo imitaron hacia 2009, 2010 y 2011.

Para 2012, representantes de 125 países de todas las regiones ya contaban con una cuenta en X. El entonces presidente de los Estados Unidos era el líder más seguido en la plataforma, y en segundo lugar se encontraba Hugo Chávez. También la Casa Blanca, la reina Rania de Jordania, Felipe Calderón, Dilma Rousseff, Cristina Fernandez de Kirchner, Juan Manuel Santos, Dmitry Medvedev y Recep Tayyip Erdoğan, acumulaban más de 1 millón de *followers* (Lüfkens, 2012).

Menos de una década después, podemos ver cómo esta presencia digital fue multiplicándose. Pues, para el reporte del año 2020 del mismo sitio web:

The governments and leaders of 189 countries had an official presence on the social network, representing 98 percent of the 193 UN member states. The governments of only four countries do not have a Twitter presence, namely Laos, North Korea, Sao Tome and Principe and Turkmenistan. The heads of state and government of 163 countries and 132 foreign ministers maintain personal accounts on Twitter. As of June 1, 2020, all 1,089 personal and institutional Facebook pages of world leaders had a combined total of more than 620 million followers and had posted 8.7 million tweets since their creation. (Twiplomacy, 2020).

También debemos resaltar que la Diplomacia Digital no es un fenómeno limitado al mundo occidental, Bjola y Jiang (2015) nos hablan de este tipo de diplomacia en el contexto de Sina Weibo. Ésta es una red social de microblogueo inspirada en X que comenzó su funcionamiento en 2011. Según los autores, para 2012 existían 95 cuentas oficiales de gobiernos extranjeros en Weibo. Los perfiles de embajadas de Estados Unidos, Japón y las de la delegación de la Unión Europea, son solo algunas de las representaciones que utilizan la plataforma de manera similar a aquellas aplicaciones de origen occidental. De hecho, les permite comunicarse con los ciudadanos chinos de una forma en la que ningún otro medio les hubiera permitido.

Es interesante entender la tendencia de los gobiernos en utilizar estos perfiles para interactuar entre sí. Aquí, citaremos el análisis que acerca Ilan Manor en las publicaciones de su blog. El estudio de la Diplomacia Digital se propuso analizar las interacciones de 77 Ministerios de Relaciones Exteriores (MRE) en X. En 2014, el MRE promedio era seguido por 14 de sus pares, para 2015 por 28, en 2017 esa cifra creció hasta 34 y para 2018, hasta 36. Además, el número aproximado de cuentas oficiales de ministerios que atraía cada MRE pasó de 13 en 2014 a 42 en 2018. Estos resultados sugieren que durante la última década, se han creado densas redes de información entre las representaciones de los gobiernos en el espacio digital que ofrecen las redes sociales (Manor, 2018).

Nota. Adaptado de “The 2018 Social Network of MFAs”, por I. Manor, 2018, Exploring Digital

Image 1: MFA Social Network 2014

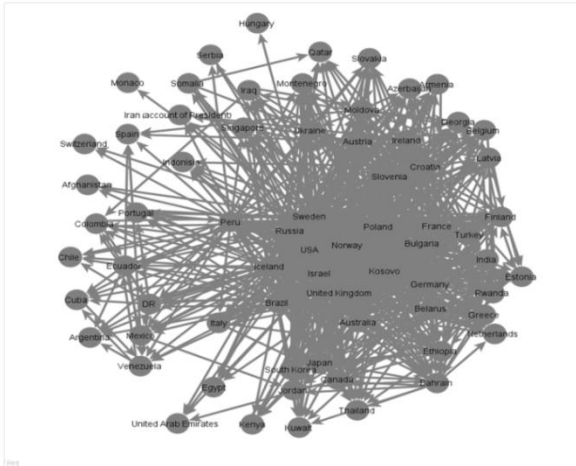


Image 2: MFA Social Network 2015

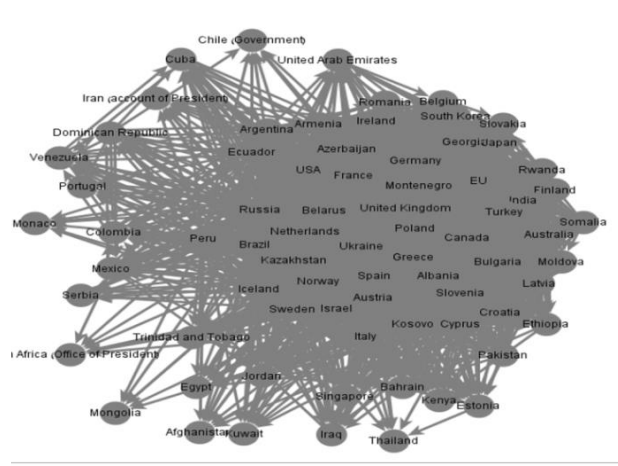
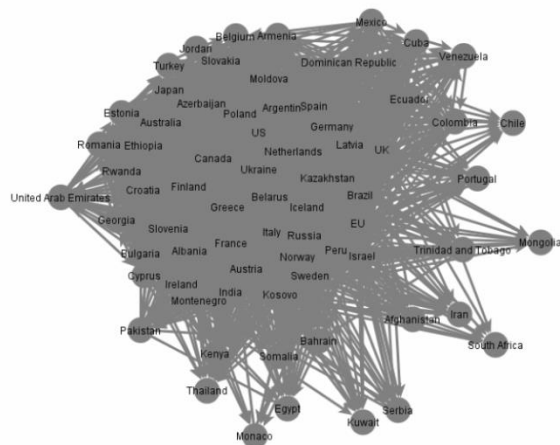


Image 3: MFA Social Network 2017



Image 4: MFA Social Network 2018



Diplomacy.

Los distintos reportes de Twiplomacy son citados por varios analistas de la Diplomacia Digital, y sus ediciones anuales permiten hacer un rastreo del crecimiento en la cantidad de cuentas oficiales creadas por los Estados. Ahora, veamos si estos perfiles realmente se relacionan con el cumplimiento de funciones diplomáticas y de política exterior.

2. La forma de utilización de estos perfiles: el cómo y sus objetivos

Habiendo echado un vistazo a la inclinación de los gobiernos hacia la digitalización en la última década, es hora de adentrarnos en el modo de uso de esta tecnología. Si bien reconocemos que el propósito y la dinámica que sigan los usuarios representantes de los gobiernos van a

depender de la intención de aquellos, a fines de sistematizar este análisis, decidimos dividir este capítulo en tres usos principales relacionados a: la Marca País, la Geopolítica, y la Política Exterior.

Para hacerlo, procederemos a acompañarnos de varios ejemplos que ilustren las diferentes aplicaciones de la Diplomacia Digital, sobre todo en redes sociales. Es por esto que nos parece imperante antes de comenzar, tratar las “reglas gramaticales” de la interacción digital descritas por Bjola y Manor (2024).

Los autores mencionan cuatro reglas que gobiernan y moldean la comunicación y el medio digital. Las han tenido que adoptar los MRE, los diplomáticos y los líderes para que sus mensajes sean atractivos en estas plataformas.

Regla n°1: Simplicidad Visual: *“los mensajes visuales con contenido informativo de baja calidad viajan más rápido y más lejos”*. Debido a la enorme cantidad de datos que consumimos y que generamos diariamente, los mensajes con mayor contenido de imágenes y de menor calidad, atraen más la atención que los posts basados meramente en texto. Además, este tipo de comunicados habilitan una mayor llegada a través de símbolos universales y emociones mediante las cuales las personas pueden interpretar los eventos internacionales.

Regla n°2: Marco Emocional: *“destacan los mensajes que evocan emociones intensas”*. El trabajo argumenta que los mensajes más emotivos son más compartidos en las redes. Es interesante también la nota que se hace sobre qué tipos de emociones son las más influyentes; mientras que la alegría y la culpa, el desprecio y la angustia permiten que el contenido se difunda rápidamente, el enojo y el miedo generan lo contrario. Este fenómeno impulsa a los diplomáticos a modificar su manera natural de comunicar, que es quizás neutra o sobria. Por último, la utilización del factor emocional no solo puede permitir aumentar el alcance, sino también moldear la opinión del público.

Regla n°3: Personalización Computacional: *“la participación en línea es una función de la alineación algorítmica con perfiles digitales”*. La personalización informática consiste en utilizar algoritmos para adaptar los contenidos en línea a las preferencias y características de cada usuario. Para los MRE, las embajadas y los diplomáticos, esto supone un reto, ya que su contenido suele centrarse en promover sus propias prioridades políticas en lugar de atender a las preferencias individuales. Sin embargo, adaptar la manera de comunicar, puede mejorar el compromiso

(*engagement*) al conectar con las personas a un nivel más individual. Esto implica crear narrativas que el público considere interesantes. La siguiente anécdota lo explica mejor.

La embajadora de Ucrania en Estados Unidos publicó un tuit personalizado el 4 de julio de 2022. Consiste en un mensaje que sería relevante para los usuarios estadounidenses de X; vincula la lucha de Ucrania por la democracia y la independencia con la batalla histórica de Estados Unidos por causas similares. Se sugiere que los mismos valores que sustentaron la lucha de Estados Unidos también sustentan la lucha de Ucrania contra Rusia y, por eso, Estados Unidos debe apoyar a Ucrania en la guerra. Markarova también decidió usar el hashtag #4thOfJuly, logrando subirse a la tendencia, lo que aumentó potencialmente el alcance de su tuit.



Regla n°4: Hibridación de la Participación: “*la participación física y la virtual se integran, complementan y potencian mutuamente*”. Con la pandemia del COVID-19, hubo una aceleración de la “diplomacia híbrida”: la combinación del cara a cara con la participación virtual, sobre todo mediante videoconferencias. Es decir, la comunicación de los mensajes también tuvo que adaptarse a esta dinámica que tuvo su auge en ese momento, pero que permanece hasta el día de hoy⁴.

⁴ Desarrollaremos los cambios en el ejercicio diplomático en el contexto de la pandemia en el apartado 3 de este capítulo.

2. a. Marca País

Siguiendo a Murphy (2022), la Marca País o “*Nation Branding*” se puede definir como “la estrategia de un país para transmitir una determinada imagen de sí mismo más allá de sus fronteras, con el fin de alcanzar ciertos objetivos beneficiosos”.

Se suele considerar que Simon Anholt es el pionero en este campo, ya que en 1996, acuñó el término *Nation Brand* para indicar que la reputación de un país se comporta de manera similar a las imágenes de marca de empresas y productos. Sin embargo, al incluir también el concepto de Identidad Competitiva se subraya el hecho de que la imagen de un Estado tiene más que ver con la identidad nacional, y con la política y la economía, que con técnicas de creación de marcas.

Las redes sociales aparecen como un nuevo e importante instrumento para llevar adelante esta transmisión de la identidad nacional, la política, la cultura y la economía de los países hacia el exterior. Se publicitan las conquistas de ciertos objetivos, o se intenta posicionar a los países como abanderados de ciertas causas. Así, la Diplomacia Digital se emplea para moldear la forma en la que otros Estados, actores y personas perciben a un país, a esto se le llama “*Selfie Diplomacy*” (Manor & Segev, 2015).

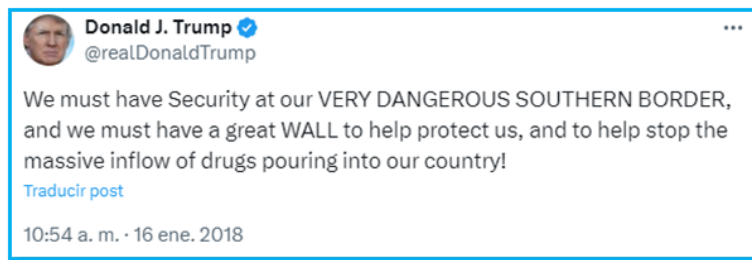
Ilan Manor y Elad Segev (2015) nos acercan un análisis detallado sobre la manera en la que los Estados Unidos moldeaba su “*America’s Selfie*” hacia mitad de la década pasada. De hecho, señalan que una de las ventajas de usar X o Facebook, es la posibilidad de generar diálogo fluido entre los diplomáticos o ministros, y sus seguidores. Así, se busca influenciar sobre la opinión que tienen las personas sobre tal país. Además, permiten alcanzar audiencias donde sea que se encuentren, aumentando las posibilidades de derrumbar ciertos estereotipos. Por ejemplo, aquellos países relacionados con conflictos armados tienden a enfatizar su perfil pacífico en sus posteos.

Volviendo al caso estudiado, Estados Unidos siguió una estrategia de *National Branding* que giró en torno a cuatro temáticas durante el año 2015: reparar las relaciones con el mundo árabe y musulmán; el liderazgo moral de EEUU; su poder militar; y su liderazgo económico. Aquí vemos el número de posteos y tuits publicados sobre estos temas por cuentas oficiales durante este periodo.

Temas identificados en America's Selfie	Número de publicaciones en Facebook	Número de tuits
Reparar las relaciones con el mundo árabe y musulmán	11%	18%
El liderazgo moral de Estados Unidos	57%	58%
El poder militar de Estados Unidos	17%	11%
El liderazgo económico de Estados Unidos	14%	11%
Total	63	112

Nota. Adaptado de “America's Selfie: How the US Portrays Itself on its Social Media Accounts” (p. 9) por I. Manor, y E. Segev, 2015.

Para el gobierno de Donald Trump, quien le dio mucha importancia al uso de X, la estrategia cambia hacia un discurso más radical y definido: “*Make America Great Again*”. Así, se utilizó esta herramienta para mostrar a los Estados Unidos como un país que protegería sus intereses nacionales enfocándose hacia adentro. Un ejemplo de ello son sus tuits reflejando al país como un Estado con una fuerte política de inmigración.



También podríamos analizar la manera en la que Venezuela utiliza las plataformas digitales para difundir la imagen de un gobierno que lucha contra la desinformación, o cómo el gobierno francés le da importancia a la difusión de su idioma y su cultura a través de sus usuarios en redes. Pero a fin de no extendernos demasiado en este apartado, y de demostrar que todos los países utilizan las redes como instrumento para comunicar y construir su Marca País, decidimos detenernos en dos casos; el de Estonia y el de Costa Rica.

Estonia ha sido calificado como el país que ha tenido el crecimiento más acelerado de su *National Branding*, aumentando un 38% en 2021. Lo logró, asentándose como “el país más digital del mundo” (Nation Brands 2021, 2021). Algunas de las iniciativas que se llevaron a cabo fueron

fomentar la apertura de empresas en el país a través de Enterprise Estonia y su programa e-Residency, que aseguraba el acceso a servicios digitales que generaban confianza.

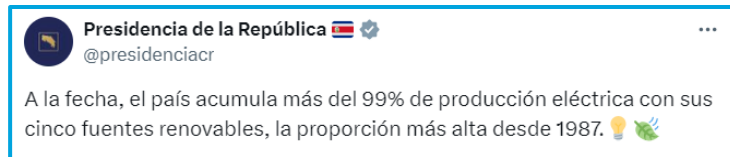
La página oficial de presentación del país, e-estonia.com, se centra en tres temas fundamentales: sociedad digital, medio ambiente limpio y naturaleza intacta, y personas inteligentes. Este sitio web tiene como principales propósitos convencer a ciudadanos extranjeros a visitarlos, y también atraer inversiones. Esto último se busca conseguir a través de e-Residency, “la primera nación digital para ciudadanos del mundo” (e-Estonia, 2023).

El Estado ofrece el 99% de sus servicios gubernamentales de manera digital. Hoy es un actor que tiene lugar en las mesas de discusiones sobre el área de digitalización y se presenta como la sociedad digital más avanzada del mundo (e-Estonia, 2023). Esto también lo vemos reflejado en sus posteos oficiales.



En cuanto a Costa Rica, su estrategia en los últimos años fue la de diversificar su atractivo, incluyendo su perfil de cuidado medioambiental y energías renovables, al ya tradicional perfil turístico. Con este fin se creó un comité independiente del gobierno para trabajar en la Marca País. Sus objetivos de sustentabilidad son activamente difundidos en X.





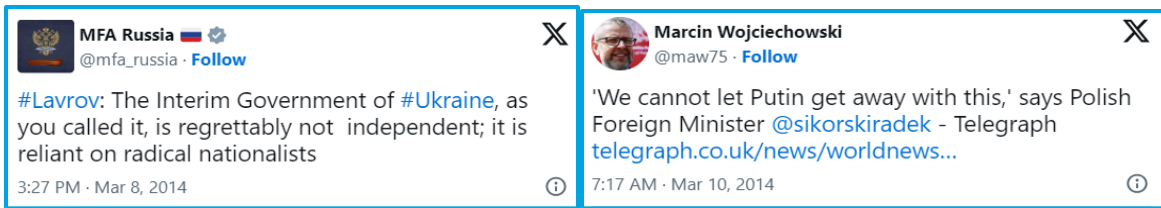
2. b. Geopolítica

En este apartado nos proponemos demostrar cómo los perfiles oficiales de gobiernos, diplomáticos y líderes son utilizados para posicionarse frente a conflictos o situaciones de la arena internacional y para demostrar el estado sus vínculos con otros Estados.

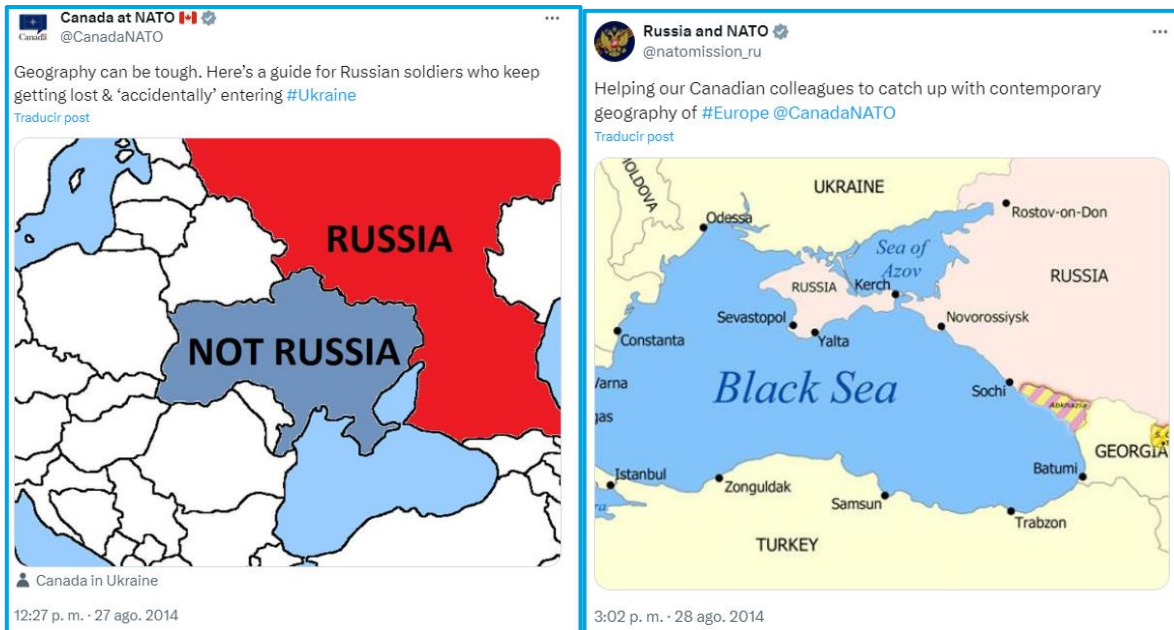
Previo a la aparición de estas nuevas tecnologías, las relaciones internacionales y las declaraciones oficiales tenían lugar en ámbitos, si se quiere, más cuidados. Una entrevista, una publicación, un discurso o una exposición llevan un tiempo de reflexión antes de ser difundidos públicamente. Obviamente, los gobiernos a esta altura ya cuentan con estrategias de comunicación en las redes, sin embargo, queremos resaltar la utilización de los perfiles y las publicaciones como un instrumento que sirve para hacer saber de inmediato cuál es la opinión frente a una situación, y qué acciones se están llevando adelante.

Durante la crisis de Crimea en 2014, la red social X fue un ámbito más en donde se hicieron escuchar los puntos de vista de los distintos actores frente a la escalada de tensión. Manor (2014) lo relataba en su blog de Diplomacia Digital, de manera simultánea al desarrollo del conflicto.

Por un lado, el MRE de Rusia se ocupaba de citar a Serguéi Lavrov argumentando la posición rusa de defensa de los ucranianos frente a fuerzas nacionalistas y, de evitar la unión del país a la OTAN. Por el otro, Polonia defendía la causa ucraniana y se posicionaba fuertemente contra Vladimir Putin, similar a la posición de Lituania y Letonia. Alemania y el Reino Unido también hicieron posteos sobre el asunto. Finalmente, las cuentas oficiales de los Estados Unidos se encargaron de hacer saber que estaban supervisando la situación de cerca, con publicaciones que van desde una imagen que sugiere diálogo, hasta otra de un avión militar despegando hacia su misión de monitoreo aéreo para la OTAN.



Algunos meses después de la crisis relatada, el usuario de X de la Misión de Canadá ante la OTAN (@CanadaNATO) tuiteó un mapa en el que se mostraban las fronteras entre Rusia y “no Rusia”, haciendo referencia a la anexión de la península. La respuesta de la contraparte fue rápida, por parte de la Misión de Rusia ante la OTAN (@natomission_ru), publicando otro mapa en el cual sí se incluye a Crimea dentro de la Federación Rusa.

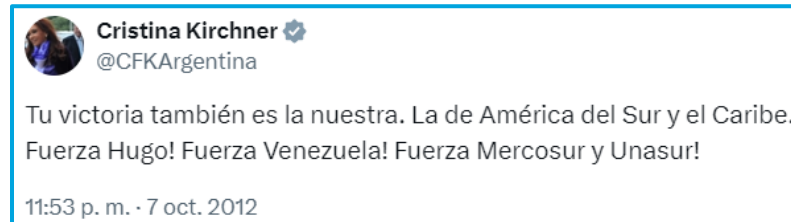


Manfredi y Cardoso (2018) señalan que esto es una representación de cómo estas declaraciones no solo presentan narrativas disonantes, sino también, la presentación de realidades completamente opuestas frente a sus miles de seguidores y el pronunciamiento sobre la integridad territorial de un Estado en menos de 140 caracteres. Es interesante ver cómo la facilidad de hacer anuncios instantáneos y al alcance de la mano, puede llevar a relatos que no coinciden con los hechos.

Para profundizar en esta idea podemos traer el caso de las tensiones generadas entre Brasil y China durante la pandemia, incentivada por anuncios y expresiones tuiteadas por Jair Bolsonaro y su círculo íntimo. En un caso en particular, su hijo, el congresista, Eduardo Bolsonaro se vió envuelto en una discusión en X con el embajador chino en el país. Sus dichos señalando al gigante asiático como el culpable de la crisis del COVID-19 y sumándose a la retórica estadounidense del “virus chino”, tensionaron públicamente sus relaciones. Pero ese discurso difería con el hecho de que China es el principal socio comercial de Brasil, por lo que el *establishment* político apoyó al embajador y se encargó de afirmar que estas declaraciones no representaban la postura oficial del gobierno (Santoro, 2020).

Hoy las cuentas oficiales pueden estar manejadas por personal diplomático formado, pero también por los propios líderes representantes de un Estado. Por eso es interesante señalar cómo los presidentes y Jefes de Estado han utilizado las redes para publicar su propia opinión sobre

hechos internacionales. Por ejemplo, el 22% de los tuits de la cuenta personal de la ex presidente de Argentina, Cristina Fernández de Kirchner (@CFKArgentina) durante su mandato, fueron sobre asuntos internacionales (Erlandsen y Hernandez Garza, 2018).



Yendo ahora hacia un caso más cercano en el tiempo, la estrategia digital de China parece demostrar a los contenidos geopolíticos como prioritarios en sus publicaciones, según el análisis de Miller (2022). El autor estudió más de 100.000 posteos de 393 Institutos Confucio, embajadores, funcionarios consulares y cuentas del MRE de China en Facebook y X desde principios de 2021 hasta finales de septiembre de ese año. El 26% de las publicaciones fueron sobre geopolítica, abarcando cualquier anuncio, reunión o asunto relacionado con cualquiera de las relaciones bilaterales de China.

Son cotidianos y abundantes los ejemplos de cómo los diplomáticos interactúan entre sí y demuestran el estado de sus relaciones. En agosto de 2022, los representantes de China y Estados Unidos (los mayores emisores de dióxido de carbono del mundo), tuvieron una serie de intercambios sobre sus políticas medioambientales. Se enmarcaron en el contexto de la legislación de la “Inflation Reduction Act” que busca impactar en las políticas climáticas, y en la suspensión de las conversaciones climáticas entre ambos Estados. El MRE de China publicó un tuit que ponía en duda la garantía del gobierno estadounidense de cumplir con su compromiso medioambiental, luego de que el embajador estadounidense en China, Nicholas Burns, haya compartido la noticia de la nueva ley y haya instado a los chinos a seguir su ejemplo. Es interesante ver como esta “batalla tuitera” pone de manifiesto la división de percepciones entre la superpotencia que lleva mucho tiempo queriendo liderar y la potencia emergente que ya no quiere sentirse obligada a seguir la dirección de nadie más (CBS News, 2024).



2. c. Política Exterior

Si bien la imagen nacional y los vínculos internacionales con otros Estados forman parte de la política exterior de un país, nos parecía pertinente agregar un apartado específico para ella. En este espacio demostraremos cómo los líderes utilizan las redes para comunicar sus objetivos de política exterior, sus logros en el tema, y hasta como un medio para conseguirlos.

Una clara ilustración de cómo lo digital puede moldear la política exterior de un país, nos lo acerca el caso de Carl Bildt de Suecia. Fue Primer Ministro y Ministro de Relaciones Exteriores de ese país, y fue pionero en el camino hacia la digitalización creando el primer sitio web de una cancillería. Pero además, impulsó la creación de la primera embajada virtual en el mundo digital de Second Life en 2007 y sobre todo, utilizó las redes sociales para narrar la política exterior de Suecia e interactuar con otros líderes (Bjola y Manor, 2024).

Teniendo esto como antecedente, hacia 2018, la Organización para la Liberación de Palestina anunció la apertura de su embajada virtual en Israel. Es un proyecto basado en Facebook, denominado "Palestine in Hebrew", y cuyo objetivo es el de facilitar el entendimiento entre ambos pueblos y promover la solución de dos Estados para el conflicto palestino-israelí. De esta manera, se intenta crear un espacio de diálogo y acercamiento, que luego puede servir como terreno fértil para futuras concreciones de objetivos de política exterior.

El espacio abierto y de instantaneidad característica que presentan las redes sociales, sobre todo X, permiten ser utilizadas como ventanas hacia el mundo. Las cuentas oficiales deciden hacer públicos por este medio los objetivos de política exterior y las acciones llevadas adelante, esperando aumentar su alcance. En febrero de 2018, el MRE alemán abrió 12 usuarios de X que formaban parte de una "iniciativa de transparencia, destinada a hacer aún más visible la política

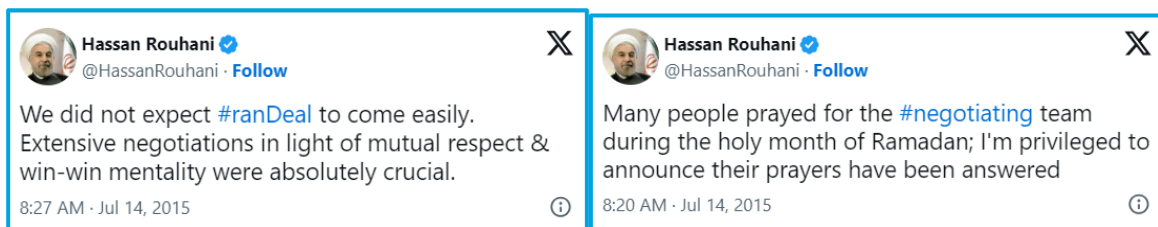
exterior alemana y a invitarla al diálogo" (Twiplomacy, 2018).

Otro ejemplo de cómo la política exterior se comunica por las redes, es el acuerdo entre los P5 + 1 e Irán con respecto a la limitación del programa nuclear de este país. Casi de manera automática luego de la concreción del “*Iran Deal*”, surgió una oleada de tuits de cuentas oficiales de los actores involucrados “breaking the news”. Pero lo interesante, es la manera en la que las partes narran el mismo hecho.

Por un lado, para Estados Unidos la diplomacia logró lo que la guerra no puede, y esto lo relaciona con el poder de liderazgo mundial del país y con la intención de acercamiento al mundo musulmán (ver Capítulo II, 2.a).

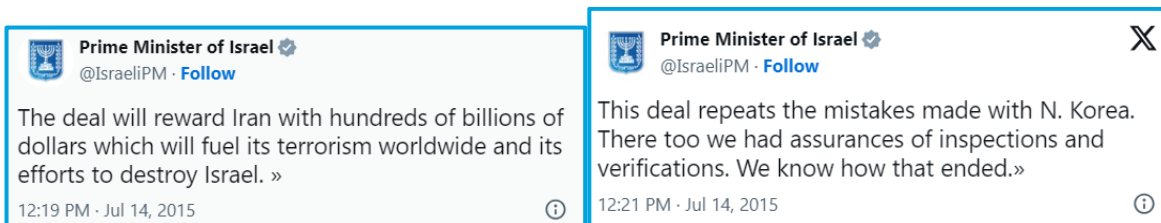


El marco iraní parece complementar al estadounidense; Irán busca el diálogo con el mundo occidental. El país también declaró que había logrado su principal objetivo: el levantamiento de las sanciones económicas. Por último, se vinculó el acuerdo al mes del Ramadán, presentándolo como un logro para todos los musulmanes.



Israel ofreció su visión de los hechos, refiriéndose a Irán como patrocinador del terrorismo mundial. Se denuncia el acuerdo alcanzado ya que enriquecería al país y beneficiaría al terrorismo. Por último, la cuenta del Primer Ministro israelí ofreció una comparación histórica entre el acuerdo

con Irán y el acuerdo nuclear con Corea del Norte, que finalmente fracasó.



Hasta ahora hemos hablado de las funciones de las redes sociales relacionadas a la comunicación, interacción, y posicionamiento. Pero es interesante también considerar cómo pueden transformarse ellas mismas en el escenario en donde las relaciones internacionales y la política exterior son creadas. Es decir, concebir a los usuarios digitales y sus posteos como parte de los instrumentos del proceso normal de negociación, acuerdos y tratados.

El mismo autor, años después, nos ofrece la secuela del tratamiento del *Iran Deal* en X, tras la salida del gobierno estadounidense del acuerdo en 2017. Las condiciones para la vuelta a un acuerdo fueron impuestas por Irán; el Ayatolá exige en sus posteos un asiento legítimo en la mesa internacional, y sostiene que es Estados Unidos el que debe pedir por volver a un tratado. El MRE también postea en ese sentido; es el país americano el que debe levantar las sanciones y quien rompió el pacto. Por otro lado, el Departamento de Estado publicó dos tuits en los que citaba la afirmación del Presidente Joe Biden de que la diplomacia estadounidense volvería a basarse en una fuerte coordinación con sus aliados. Según Manor (2021), en 2021 el acuerdo se estaba renegociando directamente por medio de tuits.

3. Pandemia y Aislamiento: el escenario ideal para el auge de la Diplomacia Digital

Más temprano en este trabajo hemos mencionado que repararíamos en el periodo de la pandemia del COVID-19. Pues, creemos que los años de aislamiento aceleraron ciertos procesos tecnológicos y de digitalización que venían siendo ideados. Siguiendo a Ceppi y Demarchi (2021), el mundo consular y diplomático no quedó fuera de estos cambios. Estos se pudieron identificar en la diplomacia multilateral y el rol de las organizaciones internacionales, en el uso de las TICs en el quehacer diplomático y consular, y en una revitalización de la actividad diplomática. En este apartado nos concentraremos en esas dos últimas cuestiones. Intentaremos demostrar cómo la limitación de los encuentros personales, de la celebración de foros y reuniones internacionales, y

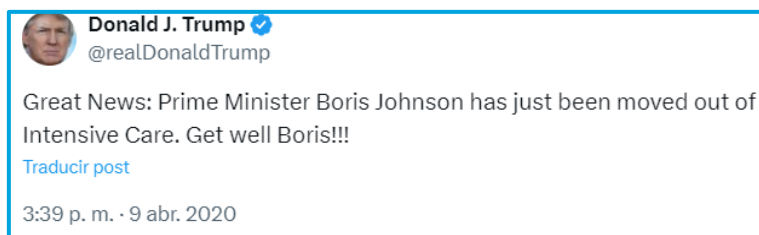
de las visitas de Estado, al igual que la imposibilidad de gestar actos políticos en la calle, llevó a que todas estas necesidades se canalicen en un medio: el digital.

Según el reporte de Twiplomacy para el año 2020, la diplomacia se volvió “realmente digital”. Debido a los bloqueos en los viajes y al distanciamiento social, las reuniones internacionales migraron a plataformas de videoconferencias (Zoom, Skype, Google Meet). La Asamblea General de Naciones Unidas y la Reunión Anual del Foro Económico Mundial, son solo dos grandes casos de la cotidianidad diplomática en pandemia. Las “*family pictures*” de los representantes luego de un encuentro, fueron reemplazadas por imágenes en mosaicos de sus rostros. Un diplomático israelí llegó a nombrar esta práctica como “Zoomplomacy”.



Se pueden observar ciertas tendencias en los posteos de los representantes globales, sobre todo en X, durante los primeros meses de esta nueva realidad. Muchos aprovecharon el alcance de la virtualidad para abogar por el aislamiento, el distanciamiento social y felicitar a su personal de salud. Los hashtags fueron los protagonistas: #StayHome, #JeResteChezMoi, #ClappingForCarers. Además, se transmitían mensajes de apoyo entre los gobiernos, hacia las poblaciones más afectadas, pero también entre los líderes que habían sido diagnosticados con el virus. Finalmente, el confinamiento y la campaña para influenciar a los ciudadanos a quedarse en casa, impulsaba a los presidentes y Jefes de Estado a liderar con el ejemplo. De repente podíamos acceder al interior de sus residencias, a través de sus posteos sobre cocina, actividad física y otras temáticas en plataformas de microblogueo y también en otros espacios digitales cuya popularidad

augmentó en este periodo, como Tik Tok.

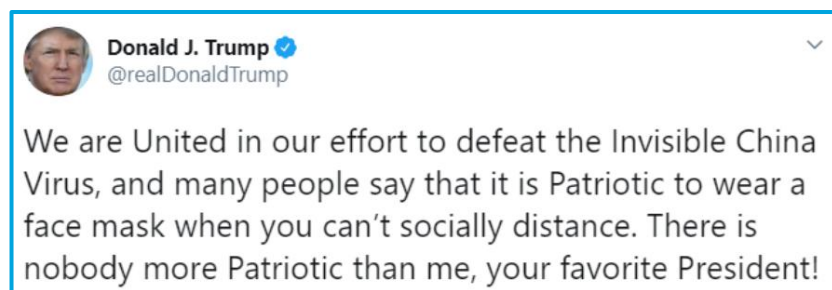


Las redes sociales, los sitios webs oficiales y las embajadas virtuales han sido de gran ayuda para la revitalización de la actividad consular. A través de los medios digitales, las oficinas y misiones consulares difundían medidas sanitarias, brindaban asistencia frente al aumento de casos de violencia de género, y operaban los procesos de repatriación de personas a sus países de origen (Ceppi y Demarchi, 2021). También se utilizaron estas plataformas para compartir los logros en este sentido. Por ejemplo, el MRE de Suiza realizaba posteos regulares bajo el hashtag #FlyHome, dando cuenta de su trabajo en la logística para devolver a sus nacionales.

Ilan Manor (2020) afirma que el 2020 fue el año del resurgimiento digital, en tres sentidos. Por un lado, por la “diplomacia híbrida”; la dinámica de las videoconferencias que ya hemos mencionado ahorran tiempo a los diplomáticos, pues ya no deben viajar de un lugar a otro para cumplir con sus agendas. Además, estos encuentros virtuales parecen ser menos formales que los encuentros personales; las normas sobre quién puede hablar y durante cuánto tiempo se renegocian. Es interesante también pensarlas como herramientas que nivelan el juego diplomático, ya que no importa la ubicación de las delegaciones en la sala. El segundo cambio se produce en el ámbito de la Diplomacia Digital nacional; los MREs trataron casi exclusivamente el tema del virus

y de cómo se gestionaba la crisis, y esto en algunos casos generó mayor apoyo por parte de las poblaciones a sus gobiernos. Por último, se identificó una tendencia de las cuentas oficiales de apelar a la nostalgia como instrumento de Diplomacia Digital. Por ejemplo, el Departamento de Estado de Estados Unidos ha utilizado Facebook para etiquetar a China como la nueva URSS y al COVID como el nuevo Chernóbil. Los ciudadanos estadounidenses a los que les cuesta entender el papel de China en el mundo y su relación con Estados Unidos, pueden simplemente recurrir a la dicotomía nostálgica de democracia frente a comunismo.

En este sentido, es importante también analizar cómo la pandemia por el COVID-19 llevó a algunos países a cambiar sus estrategias de Diplomacia Digital, o de diplomacia en general. Como recién mencionamos, los Estados Unidos de Trump tuvieron un discurso muy fuerte acusando a China de responsable directa por la catástrofe sanitaria, llegando a denominar al virus, el “virus chino”.



La respuesta china fue la de adoptar un tono más abrasivo, enmarcado en su nuevo estilo diplomático un poco más confrontativo. Zhao Alexandre Huang (2021) ha denominado esta práctica que Xi Jing Ping ha decidido tomar, como la “Wolf Warrior Diplomacy”; un giro en su política exterior de bajo perfil. El gobierno se ha encargado, en este contexto, de rechazar todas las acusaciones de que el virus había sido creado por sus laboratorios, de arremeter contra Occidente por su manejo de la pandemia, y de acusar a los gobiernos mundiales y a las organizaciones internacionales de ser demasiado laxos en la regulación del COVID-19 frente a las estrictas restricciones impuestas por China a sus ciudadanos (Bjola y Manor, 2024).

Trayendo la experiencia a un aspecto local, José Otegui da cuenta de cómo se vivió la pandemia en la Cancillería argentina. Fueron necesarias las videoconferencias para el desarrollo de todas las negociaciones, pero al mismo tiempo, la digitalización las limitó en cierto sentido: se perdió el cara a cara y la capacidad de crear soluciones innovadoras a través de la recaudación de

información y de técnicas de negociación propias de la presencialidad y que suelen darse extraoficialmente (Otegui, J. M., comunicación personal, 14 de agosto de 2024).

Buscando analizar cómo reaccionaron los Ministerios de Relaciones Exteriores a la pandemia, Corneliu Bjola (2021) decidió estudiar el caso de Alemania para ilustrarlo. Así, concluye que este órgano había tardado bastante en comprender la naturaleza y la gravedad de la pandemia, pero luego consiguió reagruparse y actuar con rapidez una vez que el coronavirus empezó a llegar a sus fronteras. El autor busca destacar el papel fundamental que desempeñan los perfiles oficiales en redes a la hora de enmarcar y gestionar en línea las expectativas de la opinión pública internacional durante la crisis. “La reputación que se gana un país por gestionar una crisis equilibrando sus prioridades nacionales y sus responsabilidades internacionales puede tener un impacto duradero en sus relaciones con otros países una vez superada la crisis” (Bjola, 2021, p. 25).

Es en este sentido que nos parecía importante dedicar un espacio de este trabajo para demostrar el auge de la importancia y del uso de las redes sociales y demás plataformas digitales durante los años 2020 y 2022; “la Diplomacia Digital encontró en la pandemia una oportunidad para reafirmarse como un requisito indispensable en el organigrama de política exterior de cualquier país” (Ceppi & Demarchi, 2021, p. 7). Hubo una aceleración en la utilización de la Diplomacia Digital como instrumento para reemplazar las actividades normales de las misiones y delegaciones diplomáticas, pero también, para continuar ejerciendo la diplomacia en las tres formas que hemos explicado más arriba (ver Capítulo II, 2).

Capítulo III: Diplomacia Digital: una nueva forma de ejercer la diplomacia.

1. ¿Una diplomacia más cercana? Los límites de la interacción y el *engagement*.

Como hemos intentado demostrar, la Diplomacia Digital ha transformado la manera en la que la diplomacia es ejercida, volviéndola más instantánea y accesible. Ahora nos toca demostrar si la digitalización de la diplomacia ha significado, en términos generales, una mayor interacción; si se ha generado *engagement* o compromiso entre el público y las cuentas diplomáticas creadoras de contenido.

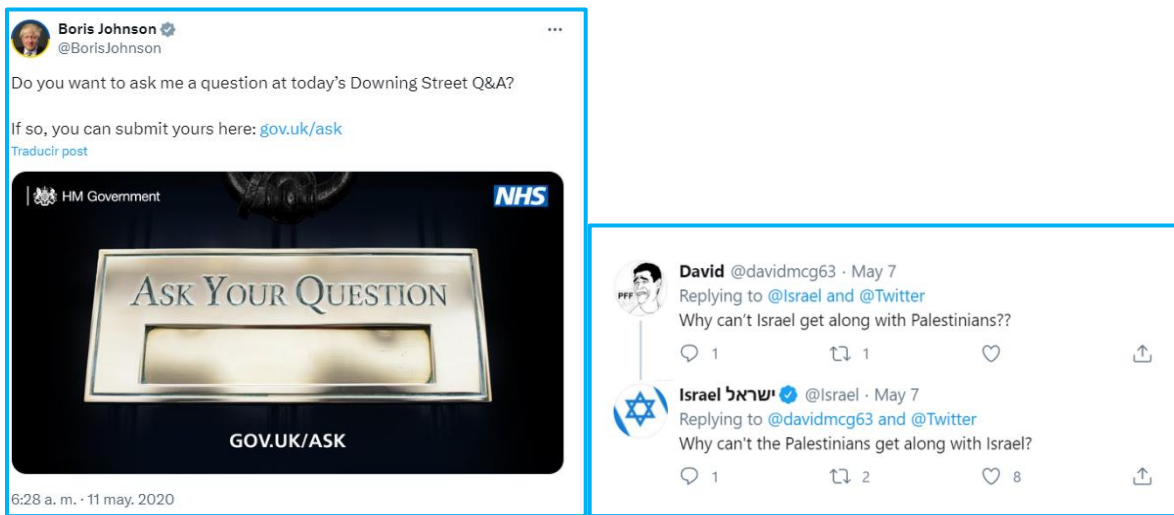
¿Cuál sería el verdadero impacto de esta evolución en la diplomacia, si la comunicación es unilateral? Esto se han preguntado Kampf, Manor y Segev en su análisis del contenido publicado por once MRE en un periodo de seis semanas durante el año 2015, buscando averiguar si existe o no una comunicación dialógica. Los resultados mostraban que esta última y el compromiso son escasos: las publicaciones de las cuentas oficiales eran en su mayoría meros comunicados de prensa dirigidos a la población extranjera y no a la nacional. Los autores concluyen que los MRE no aprovechan el potencial de la Diplomacia Digital para fomentar el diálogo (Kampf et al, 2015). Sin embargo, sí se reconoce que las redes sociales pueden llegar a facilitar la creación de relaciones duraderas, ayudando a los líderes a comprender mejor las necesidades de sus públicos. De hecho, de acuerdo con José Otegui, la Diplomacia Digital actualmente sólo se utiliza para la difusión; el *feedback* de opinión pública no suele ser un insumo significativo para ser tenido en cuenta por parte de los diplomáticos o de las instituciones (Otegui, J. M., comunicación personal, 14 de agosto de 2024).

Si no encontramos cierto nivel de interacción entre las cuentas oficiales y el público, entonces no estaríamos hablando de comunicación, y en un punto, tampoco de diplomacia pública. Es por esto que muchos MRE y diplomáticos se esfuerzan en generar contenido que genere un ida y vuelta; una comunicación dialógica y no unilateral. En este contexto, cada vez se entiende mejor que explotar el potencial de las redes sociales no puede ser el resultado de tan solo "copiar y pegar" métodos y estrategias de comunicación política tradicionales, sino que deben ser adaptadas al medio. Bjola afirma que

Without a good understanding of the processes by which data is shared online, of the way in which communities form and evolve online, and of the connection between the two, MFAs will

not be able to move up to the next level of professionalization of digital diplomacy. (Bjola, 2018)

Es por esto que los profesionales de las relaciones internacionales buscan continuamente nuevas estrategias para lograr esa ansiada cercanía con sus seguidores. Lo hemos visto con mayor evidencia durante la pandemia, donde muchas de las actividades se volcaron en el mundo digital. Por ejemplo, se abrieron oportunidades para consultar sobre las políticas sanitarias y preguntar sobre el coronavirus a fuentes oficiales. En 2020, el Gobierno de Israel inauguró una sección en su cuenta oficial de X destinada a responder cualquier pregunta de sus seguidores bajo la consigna “Ask us Anything”. No se obviaron tampoco las preguntas políticas, y se utilizó una herramienta que encontramos mucho en la Diplomacia Digital, el humor.



Debemos recordar que el potencial de influencia que posibilitan las plataformas digitales y las redes sociales es aprovechado por una multiplicidad de actores, y muchas veces, se disputan la capacidad de influir sobre la opinión pública en situaciones determinadas. Es decir, no son sólo los Estados y sus instituciones quienes son conscientes del poder que se le da a quien controla las narrativas en las redes. Los grupos de presión y las Organizaciones No Gubernamentales también buscan añadir a la instantaneidad y accesibilidad, un mayor grado de interacción para criticar o modificar ciertas políticas públicas.

Es interesante mencionar aquí el trabajo de Raposo de Mello (2019), en donde estudia las estrategias de redes sociales de lo que denominan la “elite digital” para influenciar en la opinión pública en Brasil. Se incluyen en este grupo tanto a actores tradicionales de la diplomacia y la

política exterior, como a *influencers* fuera de este sector que comparten su opinión formada sobre asuntos internacionales o política brasileña desde un rol de *outsiders*. Según la autora, las redes sociales son utilizadas para difundir ciertas posturas sobre temas puntuales de política exterior. El éxito en la formación de la opinión pública descansa en la confianza que se genera entre los actores informados y los desinformados; los primeros se presentan como una fuente confiable de información y por lo tanto, los segundos toman esas opiniones como suyas: las “retuitean”.

Uno de los ejemplos más icónicos, por el grado de novedad y de alcance, fue el rol de las redes sociales en el desencadenamiento de la Primavera Árabe. Siguiendo a Shahin y Smidi (2017):

First, and perhaps most importantly, Facebook, Twitter, YouTube and other such modes of communication made citizens believe they had a ‘say’ in public affairs. Their very presence helped common people feel empowered—something they had never felt in the autocracies that witnessed the uprisings. Second, social media allowed people to connect, mobilise and organise on a large scale against their regimes, which they had found extremely difficult, if not impossible, to do in the past. Third, social media’s global reach not only allowed activists across Arab nations to share ideas and strategies with each other but broadcast the protests worldwide, helping them gain global support—which, in turn, galvanised even more Arab citizens. (Shahin y Smidi, 2017, p. 204).

Para lograr una Diplomacia Digital verdaderamente interactiva, se necesita formar a quienes administran los perfiles oficiales para poder utilizar las características de estas plataformas a su favor. Según Marta Konovalova (2023) muchos diplomáticos están bajo la impresión de que todos sus posts alcanzan a todo su público objetivo, sin embargo, el algoritmo que rige la distribución y la manera en la que se muestra el contenido, funciona en su contra. Pues, las publicaciones sólo terminan llegando a quienes tienen opiniones afines a las demostradas en los posts, por lo que la capacidad de influencia en la opinión pública (sobre todo en el público hostil) está, en cierto punto, limitada.

Hacia la introducción de este trabajo nos propusimos demostrar cómo el uso de las redes sociales llevó a una diplomacia más instantánea, accesible e interactiva. A esta altura del trabajo, creemos haber demostrado la presencia de las dos primeras características en la Diplomacia

Digital. Sin embargo, encontramos cierta dificultad a la hora de afirmar que existe una real interacción entre las cuentas oficiales de los Estados y sus públicos objetivos. Sí afirmamos que generar *engagement* es uno de los objetivos presentes en varias de las estrategias de comunicación de los diplomáticos y líderes de hoy, pero su éxito es limitado.

Por lo tanto, concluimos que el carácter de “interactiva” de la Diplomacia Digital, no es necesariamente constitutiva u obvia, sino que depende del buen uso de las herramientas digitales y de las estrategias de comunicación política que los líderes e instituciones le den.

2. Los desafíos de la Diplomacia Digital

En este apartado nos hemos propuesto identificar y desarrollar algunos de los desafíos que trae consigo la evolución de la diplomacia y la tecnología en simultáneo. Bjola y Manor (2024) nombran varios; la difusión de la desinformación y de la propaganda, la alteración del balance de poder entre distintos países, el uso de estas tecnologías por parte de actores no-gubernamentales para luchar por sus causas, la merma del ejercicio de la diplomacia cara a cara, y la mayor demanda por transparencia. Analizaremos algunos de ellos.

2. a. ¿Cómo explotar el potencial de la Diplomacia Digital?

Tras haber identificado algunas de las áreas en las que se utilizan las redes sociales para la diplomacia (ver Capítulo II, 2), y haber analizado el intercambio que existe entre los creadores de contenido y los recipiendarios, podríamos deducir que saber cómo explotar el potencial de la Diplomacia Digital no es tarea fácil. Manfredi y Cardoso (2018) piensan que es necesario repensar la manera en la que la actividad diplomática digital puede usar las redes para transmitir información y generar debate.

En este sentido, identifican tres ejes de transformación a considerar. El primero tiene que ver con la naturaleza digital y pública de la acción diplomática; el diplomático debe construir confianza a través de la difusión de información verdadera y transparente de una manera coherente que coincida con los hechos, a través de una participación recurrente en la arena internacional. El segundo eje se trata del desarrollo de capacidades de los diplomáticos, adquiriendo nuevas habilidades y entendiendo qué es el liderazgo digital y la alfabetización mediática. Por último, el tercer eje es la renovación de los procesos de toma de decisiones en materia de política diplomática;

es mediante la confianza y la voluntad de negociar con distintos actores que se logrará influir en las políticas internacionales en la era digital. Los autores presentan un plan de acción para facilitar la consecución de estos ejes (Manfredi y Cardoso, 2018, p. 116):

1. Entender que se necesita tiempo y dedicación en las redes sociales para generar credibilidad.
2. La creación de un plan editorial que permita la difusión de contenidos políticos y diplomáticos adecuados a las normas y los usos de las redes sociales.
3. La información básica y funcional puede repetirse de forma automática y periódica. Uso de respuestas frecuentes (FAQ) o Bots.
4. Humanizar los mensajes y los portavoces, alineando el trabajo de campo con la presencia digital.
5. Para ampliar el radio de acción se propone contratar blogueros, *influencers*, *youtubers*, activistas y periodistas digitales para ayudar a la construcción de los mensajes de la cancillería o de la embajada.
6. El diseño es esencial en la difusión de los mensajes en las distintas plataformas, se debe adaptar según cada red social.
7. El desarrollo de nuevas narrativas: el uso de infografías, videos, reportajes multimedia o visualización de datos puede ayudar a construir una nueva forma de entender la acción exterior y acercarla a la ciudadanía.

El desafío actual de los diplomáticos, los MRE, y los líderes es el de convertirse en “disruptores digitales”; liderar el cambio digital y cognitivo dentro del mundo de la diplomacia, motivando a la reinversión, la innovación y desafiando las normas establecidas (Díaz Bartolome, 2021). En este sentido, José Otegui menciona como ejemplo, los programas de capacitación a diplomáticos argentinos que se brindan desde el ASPEN; comunicación estratégica, comunicación política y *media training*. Sin embargo, es también un desafío lograr cambiar la percepción típica de la diplomacia tradicional inclinada a no tener presencia en las redes sociales (Otegui, J. M., comunicación personal, 14 de agosto de 2024).

Por lo tanto, si bien muchas prácticas tradicionales como la negociación y la representación son menos tendientes a modificarse en gran manera, ya que se necesita de la interacción humana, se debe continuar por el camino de la adopción y adaptación de nuevas tecnologías para hacer el trabajo diplomático más efectivo.

2. b. Desinformación y *fake news*

Un desafío que no nace con las redes sociales, pero que sí se ha potenciado por ellas es la desinformación. Esta es definida por Lazer et al. (2018) como “información incorrecta o engañosa sobre el estado del mundo”, que tiene como consecuencia la pérdida progresiva de la credibilidad de los medios de comunicación. Las “*fake news*” o noticias falsas son una subcategoría de la desinformación, consistente en “información fabricada que imita la producción de los medios de comunicación en la forma, pero no en el proceso organizativo o la intención” (Lazer et al., 2018, p. 2). Estas carecen de los procesos necesarios para garantizar exactitud. También se relaciona a la desinformación con un propósito particular; el de engañar a un público objetivo e influenciar en la opinión pública (Guzmán-Rincón y Rodríguez-Cánovas, 2021).

En el trabajo de Guzmán-Rincón y Rodríguez-Cánovas (2021) se argumenta que la desinformación no constituye un mero riesgo emparejado a la masividad y al alto grado de acceso a las plataformas sociales, sino que también forma parte de una estrategia diplomática de los gobiernos para desequilibrar a otros desinformando a la población objetivo. En diplomacia, la desinformación es planificada para maximizar el impacto del mensaje. Los autores proponen explicar cómo es la puesta en marcha de este plan.

Los gobiernos crean cuentas en redes sociales para atraer a la mayor cantidad de población objetivo, utilizando métodos como el alcance orgánico, pago y por invitación. Las personas que interactúan con estas cuentas son susceptibles a la desinformación. Para propagarla, se utilizan alcances orgánicos y pagos, bots y *trolls*, que exponen sistemáticamente a las personas susceptibles al mensaje, consolidando así una población desinformada. Sin embargo, a medida que más personas se desinforman, tienden a quedarse atrapadas en una “cámara de eco”, donde las ideas se refuerzan debido a la repetición del mismo contenido. Esto dificulta el acceso a información veraz, reduciendo la población informada. Finalmente, algunas personas buscan datos adicionales en medios tradicionales (televisión, radio, prensa), lo que puede corregir parte de la desinformación

y disminuir la población desinformada hasta cierto punto.

Un caso de éxito de esta estrategia fue el “Lisa Affair”; en 2016, se acusó falsamente a migrantes de Medio Oriente de violar a una mujer germano-rusa. Este video viral en redes sociales provocó ira y manifestaciones en Alemania contra los musulmanes. Más tarde, se descubrió que fue una campaña de desinformación orquestada por el gobierno ruso para causar disturbios y reducir el apoyo a los migrantes. También, se pueden nombrar las intromisiones rusas en las elecciones estadounidenses de 2016 a través del uso de estas plataformas.

Cabe hacer mención al rol que toman las propias regulaciones de las redes sociales en esto. X, entonces Twitter, intensificó la lucha contra la desinformación a partir del 2020, suspendiendo, por ejemplo, a varias cuentas relacionadas con el gobierno venezolano, entre ellas la del Presidente, por violar las normas de la plataforma sobre desinformación. Con la crisis por el COVID-19, la plataforma directamente eliminó un tuit de Nicolás Maduro con artículos sobre posibles curas alternativas a la enfermedad. Con la pandemia, también se decidió comenzar a señalar aquellos posts con información no confiable, sugiriendo a los seguidores que “obtengan datos sobre el COVID-19” junto a un link de una fuente verificada (Twiplomacy, 2020).



La información falsa y engañosa parece encontrar su espacio ideal para ganar viralidad, propagarse y aumentar su alcance con las nuevas tecnologías. Debemos cuestionarnos; si la desinformación es una más de las estrategias diplomáticas para alcanzar ciertos objetivos de política exterior, ¿cómo pueden los mismos diplomáticos e instituciones protegerse frente a estos ataques? El desafío en la actualidad es el de moldear estrategias que sean efectivas a la hora de evitar una campaña de desinformación, restringir su potencial de viralización, contar con

información veraz y acreditable capaz de desmentir los argumentos, y equiparse con los recursos necesarios para reparar los daños.

2. c. El poder de silenciamiento ¿Todo vale en las redes sociales?

Más allá de que los posteos de los diplomáticos y líderes de Estados sean de carácter oficial, las plataformas en donde se hacen públicos no son más que un servicio brindado por una compañía privada. Por lo tanto, existen ciertos estándares y reglas a seguir. Estas se fueron modificando y desarrollando a lo largo del tiempo, imponiendo mayores regulaciones frente a los peligros del internet, como los que acabamos de describir. Es por esto que es interesante, pero también necesario, preguntarnos qué tan limitada y qué tan libre es la expresión en las redes sociales en la actualidad.

El ex Presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, es conocido por haber utilizado X como su medio de comunicación preferido durante su campaña, su mandato, y también al finalizarlo. Además de ser un claro ejemplo de un discurso personalizado y directo, nos sirve para identificar el rol de las regulaciones de la plataforma frente a las publicaciones de dirigentes políticos. El 6 de enero de 2021 el Capitolio fue tomado por aparentes seguidores del ex mandatario, en una horda de violencia y descontrol que parecía haber sido incitada por tuits de @realDonaldTrump. Frente a esto, X decidió dar de baja (“banear”) esta cuenta:

After close review of recent Tweets from the @realDonaldTrump account and the context around them — specifically how they are being received and interpreted on and off Twitter — we have permanently suspended the account due to the risk of further incitement of violence. (Twitter, 2021).

Este hecho abrió un intenso debate sobre la libertad de expresión (Manor, 2021). Según algunos críticos de la decisión, ésta sentó un precedente bajo el cual la compañía puede decidir bloquear a cualquiera bajo la excusa del lenguaje, y ha definido por sí sola qué constituye una incitación o violencia. Otros también cuestionaron el momento en el que se ordenó el bloqueo, ya que Trump ya había violado el código de conducta de la red en varias ocasiones. Lo cierto es que

la figura política quedó aislada de sus más de 80 millones de seguidores, aislamiento que terminó cuando la administración de la empresa cambió a manos de un empresario simpatizante del ex Presidente.

La política de libertad de expresión y de contención frente a los discursos de odio de la plataforma cambió, como también lo hizo su nombre. En la actualidad, X la describe como “libertad de expresión, no de alcance” (*freedom of speech, not reach*), la cual evita dar de baja las cuentas que violen las regulaciones por su contenido publicado. En su lugar, el servicio se encarga de disminuir el alcance de las publicaciones, bajando su nivel de visibilidad:

Our mission at Twitter 2.0 is to promote and protect the public conversation. We believe Twitter users have the right to express their opinions and ideas without fear of censorship. We also believe it is our responsibility to keep users on our platform safe from content violating our Rules. These beliefs are the foundation of Freedom of Speech, not Freedom of Reach - our enforcement philosophy which means, where appropriate, restricting the reach of Tweets that violate our policies by making the content less discoverable (X, 2023).

A pesar del cambio anunciado sobre estas regulaciones, la red social ha continuado aceptando pedidos de restricción o censura por parte de gobiernos de países como Turquía e India. Por ejemplo, ha bloqueado la cuenta del Presidente turco Recep Tayyip Erdogan, dos días antes de las elecciones de ese país (Sánchez-Vallejo, 2023).

Se demuestra entonces, que el poder que tienen estas compañías privadas sobre el destino de una nación, o sobre la opinión e influencia en un tema de la arena internacional, puede llegar a ser determinante. Las políticas, reglas y prácticas de estas plataformas cambian y se modifican, sin consultar a los líderes globales. Hoy les toca a ellos adaptarse y acatar los cambios si quieren seguir teniendo presencia y alcance en el mundo digital.

2. d. El futuro de la Diplomacia Digital

En el comienzo de este trabajo decidimos dedicarle un capítulo a describir la evolución de las TICs y su impacto en el ejercicio diplomático. La tecnología está en un constante y acelerado

desarrollo. Debemos reconocer, entonces, que las características y las formas que venimos describiendo en las que se emplea la Diplomacia Digital en la actualidad, van a modificarse a medida que nuevas tecnologías aparezcan.

Son conscientes de esto las instituciones y diplomáticos que se encuentran en una carrera por explotar la tecnología para sus fines. Lo vemos reflejado en la existencia de los llamados “embajadores tecnológicos” que son asignados para reforzar las relaciones de los Estados con los gigantes tecnológicos de Silicon Valley. Según Konovalova (2023), este tipo de diplomáticos cumple las funciones de recopilación de información, de participación de debates reglamentarios, de representación, de diplomacia pública y de promoción comercial. Dinamarca fue disruptiva en este sentido, creando este nuevo cargo en 2017 para representar sus intereses ante Facebook y Google, reconociendo a estas empresas como “actores de hecho en la política exterior” (Satariano, 2019).

Esta práctica se inserta en lo que se denomina la “Tecplomacia”, basada en la idea de que tecnologías emergentes, como el análisis de la *Big Data*, la Realidad Virtual y la Inteligencia Artificial, cruzan fronteras a una velocidad sin precedentes y deben ser integradas en la política exterior (Embajada Abierta, 2020). Se trata de reconocer que los centros de desarrollo tecnológico jugarán un rol cada vez más crucial en la economía global y la arena internacional en su conjunto. Por lo tanto, se deben abrir nuevas oportunidades de diálogo y cooperación.

Se suele afirmar que la “información es poder”, y por lo tanto, juega un rol crucial en la ciencia política y en las relaciones internacionales. Con el advenimiento de la digitalización de varios aspectos de la vida de las personas, éstas se han convertido en creadoras de información (*data*). Los datos son generados segundo a segundo por medio del uso de las redes sociales, las compras online, el consumo de vídeos, las plataformas de streaming y todas las actividades que realizamos en la web. En la última década, se ha producido un aumento masivo del número de datos creados anualmente: en 2010, los datos anuales generados eran de 2 zettabytes⁵ y para el 2023 esta cantidad escaló a 120 zettabytes. Es más, el 90% de los datos mundiales se crearon entre

⁵ Como referencia, un zettabyte comprende unos mil millones de terabytes. Los discos duros que más capacidad de almacenamiento ofrecen actualmente cuentan con una memoria de 1 terabyte. Con un terabyte es posible almacenar 250 películas de 120 minutos en HD; mientras un zettabyte permite almacenar unas 250 000 000 000 películas en alta definición (IONOS, 2021)

2022 y 2023 (Press, 2024).

Pero tanta cantidad de datos no tiene valor si no se los analiza y se les otorga un significado. A esto se le denomina *Big Data*: son activos de información de gran volumen, alta velocidad y/o alta variedad que requieren nuevas formas de procesamiento para permitir una mejor toma de decisiones, descubrimiento de *insights* y optimización de procesos (Gartner, 2012). Nuevos métodos de análisis y tecnologías surgieron en los últimos años para hacer frente a los retos que van desde la captura y conservación de datos hasta su análisis y visualización. Debemos preguntarnos cómo estas gigantes cantidades de información disponibles impactan en el ejercicio diplomático.

De acuerdo con Bjola (2018) el análisis de *Big Data* puede mejorar significativamente la eficacia de la Diplomacia Digital de varias maneras: revelando con precisión las preferencias de la audiencia; captando la amplitud de la brecha de percepción del mensaje del diplomático/líder; y “combinando estos conocimientos en modelos alternativos de maximización de la influencia digital basados en su valor de “retorno de la inversión”. Así, se puede adaptar mejor el mensaje al perfil del público objetivo, reducir la brecha de percepción entre su propia imagen y la del público, y evaluar comparativamente el valor del impacto de las estrategias alternativas.

Los datos son también la fuente sobre la cual se nutre la Inteligencia Artificial (IA). Esta tan renombrada nueva tecnología comienza a ser más conocida hacia 2015 y tiene su expansión en uso y popularidad con la pandemia. Según Noyes (2016) la IA es “a broad set of methods, algorithms, and technologies that make software ‘smart’ in a way that may seem human-like to an outside observer”. Se caracteriza por la racionalidad, la capacidad de analizar patrones y brindar soluciones, y de hacer más eficientes las tareas repetitivas. En la actualidad, la IA se utiliza en muchas industrias, como la farmacéutica, la médica, la militar y también en la elaboración de políticas públicas. Para lo que nos compete, es interesante ver cómo se está empleando en la arena diplomática.

Siguiendo a Konovalova (2023), la IA puede apoyar las funciones de la diplomacia y las tareas cotidianas de los diplomáticos. La podemos encontrar en roles de diplomacia tradicional: por ejemplo, el asistente ejecutivo del Presidente de la Asamblea General de la ONU la utiliza para analizar los discursos en tiempo real y usar esas indicaciones para adaptar su asesoramiento al

Presidente en la Asamblea. También en el servicio consular la IA puede incorporar funciones informativas (por ejemplo, recopilación de información para comprender mejor el orden del día) y de *know-how*. Una forma en la que se está implementando es en los chatbots y asistentes virtuales para ayudar con las solicitudes de visado, las inscripciones consulares y la asistencia jurídica a los refugiados. En la diplomacia pública, se convierte en una herramienta para el diálogo eficaz basado en la escucha activa, ya que ofrece la posibilidad de analizar grandes cantidades de datos y así generar estrategias de comunicación en función de los intereses y preferencias individuales.

Jérôme Duberry (2023) también identifica más iniciativas que se pueden llevar a cabo con las ventajas de la IA. En primer lugar, el análisis descriptivo proporciona una visión global de la situación actual y permite comprender las tendencias y pautas predominantes. Por ejemplo, la IA puede ayudar a los diplomáticos a supervisar en tiempo real una gran variedad de noticias de medios de comunicación extranjeros en muchos idiomas para detectar riesgos emergentes y cambios políticos. Un segundo tipo de análisis es el análisis de diagnóstico, con el se puede calibrar las percepciones predominantes de las políticas nacionales y qué narrativas están ganando adeptos. Por último, el análisis prescriptivo recomienda determinadas líneas de actuación en función de una serie de criterios a través de la generación de distintos escenarios.

En el caso argentino, José Otegui menciona que esta nueva tecnología podría servir para unificar la gran cantidad de bases de datos de las cual se sirve el servicio consular de manera cotidiana. La IA podría facilitar el análisis de esta información y sistematizar la búsqueda de los datos necesarios. También hace referencia a que la introducción de nuevas tecnologías en la diplomacia depende de una cuestión pecuniaria y del lugar de prioridad que le de el gobierno de turno (Otegui, J. M., comunicación personal, 14 de agosto de 2024).

Los riesgos a tener en cuenta con el advenimiento de la Inteligencia Artificial en el ejercicio diplomático son varios y constituyen un verdadero desafío para los años venideros. Así como se afirma en otras áreas, aquí también se teme por la posibilidad de que la profesión o ciertos roles corran el riesgo de ser sustituidos por estas tecnologías digitales. Además es importante recordar que los socios diplomáticos o los adversarios geopolíticos también utilizan la IA en un entorno competitivo en el que hay que mantenerse actualizado (Konovalova, 2023).

Según Duberry (2023), “the permeation of AI into diplomacy introduces new challenges

that could potentially undermine [this] trust”. Por un lado, porque la Inteligencia Artificial tiende a reducir el esfuerzo cognitivo necesario en los procesos de toma de decisiones; los diplomáticos deben evitar volverse dependientes de esta herramienta. También existe el hecho, similar al que mencionamos sobre algunas plataformas de redes sociales, de que los servicios de IA son prestados por entidades privadas de distintas banderas y diseñadas bajo sus puntos de vista. Además, para que estos instrumentos funcionen se deben alimentar de información (*data*), que una vez digitalizada es vulnerable a ciberataques.

Otro de los desafíos de la Diplomacia Digital actual, es la Realidad Virtual (VR, por sus siglas en inglés). Se caracteriza por la creación de mundos digitales en los que el usuario puede crear su “avatar” para interactuar en este medio, aislado de la realidad “física”. Hoy está presente en diferentes aplicaciones o videojuegos que pueden funcionar en computadoras o teléfonos, pero también pueden hacerlo acompañados de *hardware* específico para hacer de la experiencia, más real. La VR es el medio necesario a desarrollar para llegar al fin mayor que es el nacimiento del “Metaverso”; una red de mundos virtuales tridimensionales interconectados en donde los avatares puedan realizar actividades políticas, económicas, culturales y sociales.

The metaverse can be seen as an extension of the physical reality in which any number of users can experience the virtual world simultaneously, with each of them having their own sense of reality that is, their own ‘virtual life’. (Bjola, 2023).

En su artículo Bjola argumenta que el Metaverso podría ofrecer oportunidades significativas para la Diplomacia Digital, como una comunicación más rica y envolvente, mayor participación inclusiva y la posibilidad de utilizar simulaciones para entrenamiento diplomático. Sin embargo, también presenta desafíos importantes, como la protección de la privacidad y la seguridad en un entorno virtual, las desigualdades en el acceso a estas tecnologías y la necesidad de establecer regulaciones y normas adecuadas. También es interesante notar cómo los avances tecnológicos lograron modificar ciertas nociones conceptuales que utilizamos hace cientos de años. Si el concepto de Estado tiene al territorio como una de sus características constitutivas, cabe preguntarse qué significa, por ejemplo, anunciar la apertura de una embajada en el Metaverso, como lo hizo Barbados en 2022 (Konovalova, 2023).

El propósito de este capítulo fue el de recorrer los retos que enfrentamos en la actualidad, y que enfrentaremos en los próximos años. La tecnología avanza a pasos gigantescos y rápidos, modificando de muchas maneras la forma en que vivimos. La Diplomacia Digital es una prueba de ello, y aún no es un producto terminado. Lo que nos queda claro luego de estas reflexiones, es que los protagonistas de estos cambios son los propios diplomáticos, presidentes, líderes y encargados de las instituciones gubernamentales. Son ellos los que deben mantenerse al tanto de las innovaciones tecnológicas y digitales, y pensar estrategias para poder realizar sus objetivos explotando las ventajas aparejadas a ellas. Para eso, se necesita contar con profesionales formados y abiertos a innovar, acompañados de la producción académica necesaria para comprender las oportunidades y los desafíos.

Reflexiones Finales

A lo largo de esta investigación, se analizó la transformación del ejercicio diplomático por el uso de las redes sociales durante los años 2010 y 2023. Se partió bajo el supuesto de que durante este periodo temporal se presenciaron grandes cambios tecnológicos que modificaron la manera de ejercer la diplomacia. Este trabajo tuvo como eje constatar las hipótesis de que 1) el uso de las redes sociales transformó el ejercicio de la diplomacia en la última década, evolucionando hacia una Diplomacia Digital más instantánea, accesible e interactiva; y que 2) la pandemia por el COVID-19, el confinamiento y el contexto de virtualidad generaron un auge en el uso de las redes sociales para el ejercicio diplomático.

Para la constatación de dichas hipótesis, se comenzó por describir y analizar la evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) como herramientas para la diplomacia en el siglo XXI. Se hizo un breve recorrido histórico, desde los días del telégrafo eléctrico en el siglo XIX hasta la era digital contemporánea, dando cuenta de cómo las herramientas tecnológicas han redefinido la manera en que los Estados interactúan y negocian en la arena internacional. La irrupción del teléfono, la televisión, y posteriormente, el internet, han multiplicado las formas de comunicación diplomática, facilitando interacciones más rápidas y directas, pero también introduciendo nuevos desafíos, como la seguridad de la información y la influencia de la opinión pública. Antes de adentrarnos en el análisis de la Diplomacia Digital, este recorrido, nos fue útil para dar cuenta de la apertura del proceso diplomático a una gama más amplia de actores y opiniones, así como el aumento en términos de rapidez y masividad.

En el siguiente capítulo nos propusimos identificar las tendencias de los países para la creación de perfiles digitales oficiales y analizar su uso para la representación de su Marca País, su Geopolítica y su Política Exterior. Logramos identificar dicha tendencia comparando la cantidad de usuarios oficiales de gobiernos presentes en las redes sociales desde el inicio hacia los últimos años del periodo analizado, además de señalar que hubo un crecimiento en la interacción entre las cuentas de los representantes de los Estados.

Se identificaron algunos usos principales de la Diplomacia Digital. Se advirtió que se emplea para estrategias de difusión de la Marca País, influenciando en la percepción global y contrarrestando estereotipos gracias al gran alcance de estas plataformas. También con fines de Geopolítica; se ha intentado demostrar que las interacciones entre cuentas oficiales estatales

representan el estado de los vínculos entre dichos Estados, así como también la prioridad que se le da a las redes sociales para comentar sobre situaciones del ámbito internacional. Finalmente, estas tecnologías digitales han impactado en la forma de comunicar y de ejercer la Política Exterior de una nación; se han mencionado ejemplos del uso de los usuarios en redes sociales para anunciar medidas políticas, y también para negociar tratados internacionales.

Otro de los objetivos de este trabajo, fue el de describir el auge del uso de las redes sociales para la diplomacia en el contexto de la pandemia por el COVID-19; hemos confirmado que este contexto particular llevó a la aceleración del desarrollo de la Diplomacia Digital. Con restricciones en viajes y reuniones físicas, las plataformas digitales se convirtieron en el principal medio para la diplomacia bilateral y multilateral. Las funciones consulares también enfrentaron grandes cambios en busca de continuar llevando adelante sus servicios. Además, las redes sociales permitieron a los líderes mostrar aspectos personales, como actividades domésticas, y conectarse con sus ciudadanos en un contexto de aislamiento

En el transcurso de la investigación, se cuestionó si esta digitalización realmente ha generado una mayor interacción y compromiso (*engagement*) entre el público y las cuentas diplomáticas, encontrando una limitación a nuestra primera hipótesis. Pues, si bien existen estrategias para generar un ida y vuelta en base al contenido publicado, aún no se puede afirmar que la forma en la que se utilizan las redes sociales para la diplomacia sea verdaderamente interactiva. Aunque la Diplomacia Digital es instantánea y accesible, su capacidad para generar una dinámica dialógica depende del uso eficaz de las herramientas digitales y de las estrategias de comunicación política.

Frente a esto, ha surgido una nueva pregunta en el trabajo; ¿Cómo explotar el potencial de la Diplomacia Digital? Nos referimos principalmente a los aportes de Manfredi y Cardoso (2018), quienes hablan de la necesidad de trabajar en construir confianza, difundiendo información verdadera y coherente para ganar credibilidad en la esfera internacional; desarrollar capacidades, los diplomáticos deben adquirir las habilidades pertinentes de la digitalización; y renovar los procesos de decisión, incluyendo a diversos actores para influir en las políticas internacionales.

Finalmente, decidimos que era pertinente identificar los desafíos a los que se enfrenta actualmente la Diplomacia Digital. En el último capítulo, nos adentramos en la desinformación y

las *fake news*, y en cómo la masividad de las redes sociales es utilizada estratégicamente por los gobiernos para influir en la opinión pública y desestabilizar a otras naciones y actores. También hicimos mención al poder de las plataformas privadas sobre la diplomacia, evidenciado en el control que tienen sobre el alcance y la visibilidad de los mensajes de líderes e instituciones políticas.

Al finalizar el trabajo, nos tomamos un momento para reflexionar sobre el futuro de la Diplomacia Digital, sus riesgos y sus oportunidades. Es un futuro que está marcado por la constante evolución tecnológica, que desafía a los diplomáticos y a las instituciones gubernamentales a adaptarse rápidamente. La integración de tecnologías emergentes como el análisis de la *Big Data*, la Inteligencia Artificial, y la Realidad Virtual ya están redefiniendo cómo se lleva a cabo el ejercicio diplomático. El avance tecnológico en la Diplomacia Digital no es un proceso lineal ni exento de dificultades: los líderes deben estar preparados para enfrentar los desafíos que estas innovaciones conllevan y esto requiere de una combinación de formación continua, una apertura a la innovación y un entendimiento profundo de las nuevas herramientas digitales. La producción académica y la investigación en este campo serán cruciales para desarrollar estrategias efectivas que exploten las ventajas de las tecnologías emergentes, al mismo tiempo que busquen mitigar sus riesgos.

Fue en este sentido en el que se enmarcó la elección del tema a investigar en esta tesina de grado. La evolución tecnológica es imparable y transversal a todos los aspectos de nuestras vidas. La disciplina de las relaciones internacionales debe hacer un espacio para el desarrollo de teoría sobre la Diplomacia Digital, para así poder comprender en profundidad cuáles son sus ventajas y cuáles son las maneras en las que complementa a la diplomacia tradicional. Al mismo tiempo, este trabajo busca servir como una base para entender los principales lineamientos de este tipo de ejercicio diplomático, e intenta incitar a una formación prioritaria de los diplomáticos y representantes en estrategias de Diplomacia Digital.

ANEXO 1

Entrevista a José Otegui

Coordinador Adjunto de la Unidad Especial G20 del MRE de la República Argentina.

Coordinador de Prensa y Comunicación en la Asociación Profesional del Servicio Exterior de la Nación (APSEN).

- La Diplomacia Digital suele ser definida como “el uso de las redes sociales con fines diplomáticos”. ¿Cómo la definirías? ¿Cuáles son las principales diferencias con la forma más “tradicional” de ejercer la diplomacia?

Para mí la Diplomacia Digital tiene dos vertientes: una, la principal, como Diplomacia Pública Digital. Esta hace referencia al uso de redes sociales para poder llevar mensajes claves hacia audiencias específicas, a las cuales no necesariamente se podía llegar de una forma tan amplia sino que requería de gestión de intereses más puntuales, reuniones en ciertos espacios porque uno quería llegar a una audiencia. Por ejemplo, para negociaciones religiosas, se realizaban reuniones en sinagogas, iglesias, etc. para poder llevar el mensaje hacia cada una de esas audiencias. Hoy por hoy, por redes sociales, eso queda desintermediado. Salvo que uno necesite acudir a un actor específico.

El otro lado de la Diplomacia Digital, pensando en lo digital como una herramienta, es atinente sobre todo, (y esto me toca de cerca en mi labor en cancillería) en el tema de negociación. Hasta la pandemia, hacer reuniones por Zoom, no era algo que estuviese permeable en todos los organismos o en todas las situaciones. Durante la pandemia fue necesario para todas las negociaciones. Hoy sigue siendo necesario en foros, por ejemplo, del G20; en la actualidad su presidencia la ejerce Brasil, países como Australia prefieren un formato híbrido o directamente virtual para las reuniones. Esto se utiliza para facilitar instancias técnicas, en donde no se evalúan cuestiones álgidas como por ejemplo, en la definición de un documento final.

- ¿En qué estadio del camino a la digitalización de la diplomacia dirías que se encuentra Argentina? ¿Y la región?

En la región creo que va avanzando bastante bien. Hay otras regiones donde ha tenido mucho más permeabilidad. Un ejemplo de uso de Diplomacia Digital a nivel embajadores pueden ser los del G7 + en Argentina, tienen más presencia en redes que nuestros embajadores en el exterior. En este sentido, en cancillería todavía hay un perfil más bajo en el uso de redes; no exponerse demasiado. Porque puede generar rispideces de índole doméstica, no solamente el uso de las redes como una bajada de mensajes claves a audiencias del lugar donde uno está. No obstante eso, en algunas cuestiones, tenemos ciertos liderazgos.

En el APSEN, si bien las redes no están construidas como quisiera, no deja de tener más del doble de seguidores y *engagement*, que tiene nuestro homólogo brasileño y chileno. Hay una serie de indicadores que lo muestran.

- *¿Hay una tendencia en la estrategia de Diplomacia Digital del MRE / Cancillería en los últimos años/gobiernos?*

En los últimos años, no es necesariamente una estrategia que se ha mantenido unívoca en el tiempo, pero desde la administración de Mauricio Macri, se crea en la órbita de cancillería una coordinación de Diplomacia Pública con bastante énfasis en lo digital, que la dirige en ese momento Tomas Kroyer. Hoy la unidad no sigue en funcionamiento tal como se estructuró en ese momento, durante la administración anterior fue absorbida por la dirección de prensa. Hoy en la dirección de prensa que lleva adelante Gerry Díaz Bartolomé, hay una pata específica de Diplomacia Digital. Está todo bastante interrelacionado, él le ha puesto ese énfasis propio de su naturaleza de “abanderado de la Diplomacia Digital” de hace años.

- *Una de las hipótesis de mi trabajo es que el uso de las redes sociales llevó a una diplomacia más instantánea, accesible e interactiva. Sin embargo, parece ser un desafío lograr la interacción entre los líderes/diplomáticos y sus seguidores. ¿Crees que la Diplomacia Digital tiene como objetivo generar interacción?*

A nivel personal, mi opinión es que actualmente, la Diplomacia Digital es solamente para difusión. El feedback de la interacción no suele ser tanto para la incorporación de la opinión ajena, más que nada porque sirve para difundir con más intensidad y con menos precisión. Eso en diplomacia es un elemento muy importante, la precisión de los mensajes (por ejemplo, el indicio del acápite del párrafo x...). En ese sentido, el feedback que uno puede llegar a tener de una audiencia objetiva en redes, nunca va tan al grano ni desmenuza lo suficiente como para poder tener un insumo significativo en ese aspecto.

Pasa a nivel más general con otras iniciativas en el G20, tenes los grupos de afinidad o “*engagement groups*” que nacen para acercar al gobierno la opinión de audiencias clave. El P20 de empresarios, el W20 de mujeres, la C20 de ciudadanos, el Y20 de juventudes. Sirven para generar interacción con actores claves ajenos a lo gubernamental, y tomar su feedback a la hora de la negociación. Eso no quita el hecho de que estas conversaciones terminan fragmentadas y encapsuladas en su propia dinámica, con lo cual negociaciones por ejemplo gubernamentales no necesariamente van a poder basarse en lo que produzca la sociedad civil. Algo parecido pasa a nivel de Diplomacia Digital. Sirve mucho para difundir mensajes claves, sirve para generar interacción, pero no necesariamente por la naturaleza más difusa de lo que se maneja en redes sirve para poder obtener un mensaje con la precisión necesaria para generar modificaciones en posiciones minuciosas.

- *¿Es el engagement un eje en la estrategia del APSEN?*

Lo tratamos como un indicador, pero no como la guía de nuestro accionar. Porque, como sindicato, nuestra guía es lo que nos demandan los afiliados y afiliadas, y las cuestiones que hay que enfatizar. Pero es un tema que tomamos y mantenemos muy presente para cuando desplegamos acciones específicas, poder darles un feedback con estas métricas a nuestros afiliados; por ejemplo, por acá la opinión pública nos está acompañando en redes. Sirve para saber dónde profundizar.

- *¿Crees que los diplomáticos reciben la formación necesaria en el manejo de redes? ¿Sabes si el ISEN prepara a los futuros funcionarios en esto?*

Yo también soy coordinador de desarrollo humano, lo cual significa que desde hace dos años estamos implementando un ciclo de formación permanente en el APSEN, para cuestiones que no son llevadas adelante por el ISEN en esa instancia. Con el cambio de gobierno el ISEN se ha *aggiornado* bastante y nos ha pedido ayuda en cuanto a algunos de los programas de partenariatio con aliados o académicos que hemos llevado adelante con por ejemplo la Austral, la UADE, y distintos lugares. También estamos armando algunas capacitaciones para más adelante, de Inteligencia Artificial y de capacidades gerenciales. Dicho eso, me parece que es muy necesaria la comunicación estratégica, este año haremos comunicación política institucional y hace un tiempo hacemos “*media training*”. Esto último no es tanto la capacitación en manejo de redes, pero sí en cuanto a desarrollo y entrega de mensajes claves y formas de relacionarse con los periodistas necesarios a lo largo de toda la carrera, pero sobre todo a partir de mandos medios y con exposición directa a la audiencia.

- *En mi trabajo también hablé de la Big Data y la importancia del análisis de datos, ¿existe formación en esto?*

Hicimos un curso de introducción a *data science*. Lamentablemente no hay mucha predisposición de base de parte de mandos medios y altos para eso, pero sí hay mucho deseo de incorporación de ese tipo de herramientas por parte de secretarios de tercera o de segunda que recién arrancan la carrera.

- *¿Crees que las comunicaciones/posteos de las cuentas oficiales del Estado y de los representantes deben seguir la misma línea? Por ejemplo, la cuenta oficial de Cancillería, y la cuenta personal de la Canciller.*

En los mensajes claves, siempre el alineamiento es lo mejor. Ahora, la realidad es que por la multitud de temas que suelen tocar los representantes en sus mensajes desde sus redes personales, es cierto que es imposible mantener ese alineamiento como se querría desde una lógica institucional. Es la razón por la cual hay especializaciones en comunicación institucional, y por otro lado en comunicación política. Uno tiene mensajes distintos para situaciones diversas. Dicho eso, yo creo que en la medida en la cual uno pueda mantener ese alineamiento es lo ideal.

- *¿Conoces de mecanismos de medición de impacto que suelen usarse para evaluar las estrategias de comunicación digital?*

En el APSEN medimos con los indicadores que tenemos y contratamos una consultora que nos ayuda para hacer supervisión de todo lo que es medios. Sobre la cancillería no tengo información.

- Según su experiencia, ¿Pensas que ha habido un auge en el ejercicio de la Diplomacia Digital a partir de la Pandemia por el COVID-19? ¿Pensas que hubo un cambio en las técnicas de negociación a partir de este periodo?

Hay muchos elementos del cara a cara en la negociación que se pierden cuando uno hace uso estrictamente de lo digital. Como una herramienta complementaria sirve y mucho. Cuando hay temas muy rígidos que requieren soluciones creativas e innovadoras, en una instancia virtual no se tiene la flexibilidad necesaria para generarlas. Eso requiere del “passilleo” de poder cruzarse una delegación con otra. En una realidad digital tendrías que armar, por ejemplo, 10 Zooms al hilo durante dos horas, para tener poder hablar e intercambiar pareceres con todas las delegaciones. Es algo que es mucho más sencillo de hacer en persona.

- También hubo una adaptación en términos del trabajo consular a partir de la nueva realidad, para continuar sus servicios...

Es un muy buen punto; la labor consular es un elemento en donde la Diplomacia Digital sirve para generar más interacción y destrabar pareceres o ideas acerca de cómo mejorar el servicio que uno brinda a los compatriotas.

Como contexto, nosotros desde el APSEN hacemos un análisis 360, cuali y cuanti de público externo y público interno. En el público externo hicimos una encuesta de opinión pública y un *social listening*. Nos servía para recabar cuales eran los elementos que más importancia le daba la opinión pública, eran dos: el consular y el comercial. Apertura de mercado, acceso a los productos del exterior, financiamientos con divisas, y asistencia y cuidado de compatriotas en situaciones de emergencia, la guardia consular que se ejerce en el exterior 24/7, etc. Para eso, a nosotros nos ha servido mucho las herramientas digitales. Inclusive antes de la pandemia, por ejemplo en Rusia durante el Mundial de Fútbol, fueron 40.000 argentinos, desde mi experiencia allí, nos sirvieron mucho los canales que teníamos de Twitter, Instagram, Facebook y la página web, para tener mayor interacción con los ciudadanos. También, nos sirvieron para difundir, por ejemplo enviando mensajes difundiendo los números de contacto. Esto hoy en día se ve en los conflictos actuales en Gaza, en el Líbano, Ucrania.

- Además existen los mensajes automáticos que se envían automáticamente a los celulares en casos de crisis humanitarias o conflictos bélicos...

Eso es una innovación anterior a la pandemia. Comenzó con un acuerdo que se hizo desde cancillería en el Mundial de Fútbol de Brasil con las prestadoras telefónicas, para que cada vez que un argentino saliese de la jurisdicción e ingresara a Brasil, le llegara un SMS automático con el número del celular de guardia correspondiente al consulado de la jurisdicción. Eso al día de hoy se mantiene, y al momento en que un argentino ingresa a otro país le llega el mensaje.

- *¿Conoces de casos en donde se esté aplicando la Inteligencia Artificial para la diplomacia en Argentina o la región?*

No he participado en ninguno en persona. Uno de los partners académicos que estamos evaluando para una capacitación a fin de año, tiene un eje estructurado sobre Inteligencia Artificial en calidad gubernamental y distintos casos que ya viene siendo implementado, que podemos usar para que sea implementado en el servicio exterior.

Sobre todo en el manejo de datos con Inteligencia Artificial, hay muchos elementos en los que se podría automatizar. Hoy por hoy, los servicios de respuestas automáticos de WhatsApp de la guardia van por el lado dar la información de base, no es un chatbot, no tienen capacidad de procesamiento de datos. Si uno pudiese lograr eso, se podría disminuir un 95% de lo que es el trabajo de asistencia a nacionales de manera presencial. Al mismo tiempo hay muchas herramientas de bases de datos a lo largo de toda la administración pública, que cuando uno está en el exterior como cónsul tiene que manejar; el RENAPER, el registro civil, el sistema del Registro Nacional de Reincidencias, etc. Si uno tuviese una Inteligencia Artificial que pudiese analizar y unificar estas bases de datos, se facilitaría mucho la labor consular. Comercialmente también, pero ya tenemos una herramienta propia que es Argentina Trade Net, que está más unificada la información, aunque sería bueno que se pudiese actualizar automáticamente con estadísticas del INDEC o con cuestiones de Aduana. Por la función consular misma, son tantas las funciones que uno tiene (un cónsul en el exterior es como 13 funcionarios públicos acá en uno en términos de capacidad), que si uno pudiese integrar las bases de datos con Inteligencia Artificial sería muy útil. Pero la realidad es que hay una cuestión pecuniaria que limita esta posibilidad, y se necesita un buen diseño de fondo de como podría ser esa programación.

- *¿Cuáles crees que son los desafíos actuales y futuros de la Diplomacia Digital?*

Hay un desafío cultural muy importante acerca de cambiar esa percepción típica de la diplomacia tradicional de “no tener presencia en redes es mejor que tener presencia en redes”, por el riesgo que puede conllevar a título personal o a título institucional también, siguiendo el famoso adagio japonés “clavo que sobresale es clavo que es martillado”. Trabajar en contra de ese precepto o prejuicio es una de las tareas más importantes en mi opinión.

También estar dispuesto a tener capacitación continua en todas las cuestiones que van surgiendo. Estas son cuestiones que hace 5 o 10 años no se trataban. Yo llevo 13 años en cancillería, no es la misma cancillería ni son las mismas herramientas las que había cuando yo entre que las que hay ahora. Uno tiene que estar dispuesto a aggiornarse.

- *¿Ves que hay una tendencia generacional en este rechazo de adaptarse a las herramientas digitales?*

No lo llamaría una cuestión generacional. Cuando uno se forma en una *métier* específica, uno tiende a asumir que ese es el código estándar de la manera de ejercerlo, que lo nuevo viene a

subvertir o a correr el arco de la cancha. Uno tiene que pensarlo como parte del cambio de paradigma de empleabilidad en general; olvidar y reaprender nuevas formas de hacer las cosas hoy es un requisito indispensable para cualquier trabajo: para la diplomacia también. Nosotros somos un cuerpo que tiene la adaptabilidad como fundamento, como pilar indispensable, con lo cual aggiornar las herramientas que uno emplea no me parece tan loco. Si uno ya tiene la experiencia vital de arrancar, desde mi ejemplo, en la dirección de recursos humanos con trabajo administrativo, a una embajada donde fui jefe de sección consular, a otra como jefe de comunicación política y prensa, y a otra como jefe de la sección de política comercial. A lo largo de esas tres embajadas pase por África, Eurasia y Europa, hablan 3 idiomas distintos. Hoy volví y estoy en g20. En 10 años cambiamos de herramientas, temas, país, geografía e idiomas.

En la medida en la que uno tenga un perfil generalista, el diplomático está dispuesto a innovar. Hay otros perfiles que son más especialistas, que siempre trabajaron en por ejemplo derecho internacional público. Este tipo de perfiles van a tender a ser menos flexibles a la hora de aggiornarse a las nuevas herramientas. Pero esto puede ser un prejuicio mío también.

- *¿La Diplomacia Digital está reemplazando a la diplomacia tradicional, o es un nuevo instrumento que la complementa?*

Para mí es un complemento. No va a reemplazar nunca a la diplomacia tradicional, sobre todo en las cuestiones de negociación, del cara a cara y la construcción de relaciones. La diplomacia es un juego de iteraciones, en términos de programador: la reputación es una de las cosas más importantes de la diplomacia y se construye a través de interacciones múltiples y reiteradas. La diplomacia tradicional requiere de esa interacción física y de esa construcción de reputación, que no puede ser reemplazada nunca al 100% por una Diplomacia Digital porque uno no termina de conocer a la contraparte, de construir confianza y de obtener también información de carácter oficiosa no estrictamente formal, que sirve para construir bases o plataformas de negociación conjuntas de cara a generar consensos. La Diplomacia Digital facilita y ayuda a llegar de forma más directa con mensajes claves a audiencias. Pero a la hora de lograr consensos y documentos que puedan ser acordados por todas las partes, la diplomacia tradicional es indispensable.

Referencias

- Abdurahmanli, E. (2021). Definition of Diplomacy and Types of Diplomacy used between the States. [https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2000617#:~:text=Henry%20Kissinger%20expressed%20diplomacy%20as,1994\).](https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2000617#:~:text=Henry%20Kissinger%20expressed%20diplomacy%20as,1994).)
- Abeyagoonasekera, A. & Ranasinghe, T. (2012). ICT for Diplomacy in the 21st Century Information Society. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=574b1f75d375de2dd0665c5b4eb6ac99a42d8366>
- ASEAN. [@ASEAN]. (14 de abril de 2020). At the ASEAN Special Summit on COVID19 held today, the Leaders of #ASEAN committed to enhance cross-pillars cooperation to suppress [Tweet]. [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/ASEAN/status/1250023530529505287>
- Ávila Díaz (2012). Hacia una reflexión histórica de las TIC. Hallazgos, vol.10, núm.19, pp. 213-233. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413835217013>
- Barry, M. et al. (1999) A Brief History of the Internet. <https://arxiv.org/html/cs/9901011?>
- Berridge G. R. (2010). Diplomacy: Theory and Practice. [https://hostnezt.com/cssfiles/internationalrelations/%5BG.R._Berridge%5D_Diplomacy%20Theory%20and%20Practice%20\(1\).pdf](https://hostnezt.com/cssfiles/internationalrelations/%5BG.R._Berridge%5D_Diplomacy%20Theory%20and%20Practice%20(1).pdf)
- Berridge, G. R, Keens-Soper M & Otte, T. G. (2001). Diplomatic Theory from Machiavelli to Kissinger. <http://debracollege.dspaces.org/bitstream/123456789/447/1/%27Diplomatic%20Theory%20from%20Machiavelli%20to%20Kissinger.pdf>
- Biden, J. R. [@VP44]. (03 de marzo de 2014). The VP called Ukrainian PM Yatsenyuk today to discuss support for stability, sovereignty and territorial integrity. [Tweet]. [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/VP44/status/440676994905161728>
- Bissonette, D. (2020). “Modern Day Presidential:” Donald Trump and American Politics in the Age of Twitter.
- Bjola, C. (2015). Introduction. En *Digital Diplomacy, Theory and Practice*.

- Bjola, C. (2018). Digital Diplomacy: From Tactics to Strategy. <https://www.americanacademy.de/digital-diplomacy-tactics-strategy/>
- Bjola, C. (2018). Digital Diplomacy 2.0: Trends and Counter-Trends. <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/258/240>
- Bjola, C. (2021). Digital diplomacy as world disclosure: the case of the COVID-19 pandemic. <https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-021-00242-2>
- Bjola, C. (2023). Exploring the metaverse and its implications for digital diplomacy. *USC Public Diplomacy*. <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/exploring-metaverse-and-its-implications-digital-diplomacy>
- Bjola, C., Cassidy, J., Manor I. (2019). Public Diplomacy in the Digital Age. https://www.researchgate.net/publication/332636062_Public_Diplomacy_in_the_Digital_Age
- Bjola, C. & Manor, I. (2024). Introduction: Understanding Digital Diplomacy—the Grammar Rules and Patterns of Digital Disruption .
- Boris Johnson. [@BorisJohnson]. (11 de mayo de 2020). Do you want to ask me a question at today’s Downing Street Q&A? If so, you can submit yours [Tweet]. [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/BorisJohnson/status/1259777299186147329>
- Brantley, M. [@markbrantley3]. (29 de marzo de 2020). Corona Curfew Cooking #StayAtHome #MenCanCook [Tweet]. [Video Adjunto]. X. <https://x.com/markbrantley3/status/1244299145466261504>
- Burns, N. [@USAmbChina]. (17 de agosto de 2022). The Inflation Reduction Act is now law, you can bet us will meet our commitments. But combatting climate change is a [Tweet]. X. <https://x.com/USAmbChina/status/1559845955737948160>
- Burson Cohn & Wolfe. (2020). Twiplomacy Study 2020. <https://www.twiplomacy.com/twiplomacy-study-2020>
- Cardoso, R. A. & Manfredi, J. L. (2018). Redes sociales, información internacional e integridad diplomática.

CBS News. (2022). Estados Unidos y China se enfrentan en Twitter por el cambio climático. <https://www.cbsnews.com/news/us-china-twitter-sparring-climate-change/>

Ceppi, N. & Demarchi, P. (2021). Derecho Consular y Diplomático: (RE)PENSANDO LA DIPLOMACIA Y LA ACTIVIDAD CONSULAR EN TIEMPOS DE PANDEMIA. Universidad Nacional de Rosario, Licenciatura en relaciones internacionales.

Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas. Artículo 3°. 18 de abril de 1961. <https://www.oas.org/legal/spanish/documentos/convencionviena.htm>.

Cull N. (2018). El largo camino hacia la diplomacia digitalizada: breve historia del uso de internet en la diplomacia pública de Estados Unidos. Revista Mexicana de Política Exterior, núm. 113, mayo-agosto de 2018, pp. 15-33.

Díaz Bartolome, G. G. (2021). De la tecplomacia a los diplomáticos como disruptores digitales. https://www.eldiarioar.com/opinion/tribuna/teplomacia-diplomaticos-disruptores-digitales_129_8064275.html

Doe, J., & Smith, A. (2014). Título del artículo. Information Sciences, 123(4), 567-578. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0020025514000346>

Duberry, J. (2023). AI Diplomacy: what vision for the future of multilateralism?. <https://genevasolutions.news/science-tech/ai-diplomacy-what-vision-for-the-future-of-multilateralism-1>

Ehiane, O. S. & Mosud, Y. O. (2013). Information and Communication Technology (Ict) and Diplomacy: A Conceptual Overview. https://www.researchgate.net/profile/Mosud-Y-Olumoye/publication/328964024_Information_and_Communication_Technology_Ict_and_Diplomacy_A_Conceptual_Overview/links/5c78174b92851c6950491888/Information-and-Communication-Technology-Ict-and-Diplomacy-A-Conceptual-Overview.pdf

Embajada Abierta. (2020, diciembre 3). El nuevo paradigma de la TecPlomacia. Embajada Abierta. <https://www.embajadaabierta.org/post/el-nuevo-paradigma-de-la-tecplomacia>

Erlandsen, M. & Hernández Garza, M. F. (2018). Argentina en manos de @cfkargentina.

e-Estonia. (s.f.). Story. e-Estonia. <https://e-estonia.com/story/>

Estonian Government. [@EstonianGovt]. (29 de junio de 2021). Cyber attacks are escalating in frequency, impact, and sophistication. Now is the right time to discuss how to protect our [Tweet] [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/EstonianGovt/status/1409884003138785280>

Estonian Government. [@EstonianGovt]. (05 de octubre de 2020). Prime minister Ratas: the digital turn is as important as the green turn <http://dlvr.it/Rhyxgh> [Tweet] [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/EstonianGovt/status/1313058368102170627>

Foreign, Commonwealth & Development Office. [@FCDOGovUK]. (26 de marzo de 2020). #ClapForOurCarers NHS [Tweet]. X. <https://x.com/FCDOGovUK/status/1243188544698540032>

García de Alba, C. Z. (2008). Diplomacia pública, propaganda y poder blando.

García Jurado, R. (2016). Maquiavelo y el arte de la diplomacia. *Estudios Políticos*, vol. 9, núm. 37, pp. 11-31 <https://www.scielo.org.mx/pdf/ep/n37/n37a1.pdf>

German Foreign Office. [@GermanyDiplo]. (04 de marzo de 2014). FM #Steinmeier on sanctions: If we don't see decisive steps till Thursday, then I think Europ.Council will take measures [Tweet]. X. <https://x.com/GermanyDiplo/status/440811184607215616>

Gilboa, E. (2001). Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects, *Diplomacy and Statecraft*, 12:2, 1-28. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09592290108406201>

Gilboa, E. (2005). The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600590908429>

Gilboa, E. (2016). Digital Diplomacy. En *The SAGE Handbook of Diplomacy*.

Guzmán-Rincón, A. & Rodríguez-Cánovas, B. (2021). Propagación de la Desinformación como Estrategia de Diplomacia: Análisis desde la Dinámica de Sistemas. https://observare.autonoma.pt/janus-net/wp-content/uploads/sites/2/2021/07/PT-dossie-tematico-RI-e-redes-sociais_Julho2021_art3-1.html

Hague, W. [@WilliamJHague]. (03 de marzo de 2014). UK will give £10m of urgent technical help for economic + political reform in #Ukraine. British team arriving in Kyiv today [Tweet]. X.

<https://x.com/WilliamJHague/status/440437155077574656>

Holmes, M. (2015). The puzzle of digital diplomacy. En *Digital Diplomacy, Theory and Practice*.

Huang, Z. A. (2021). “Wolf Warrior” and China’s digital public diplomacy during the COVID-19 crisis.

Huijgh, E. (2016). Public Diplomacy. En *The SAGE Handbook of Diplomacy* (pp. 437-451).

IONOS. (2021). Unidades de almacenamiento de datos: ¿en qué consisten estas unidades de medida? IONOS Digital Guide. <https://www.ionos.es/digitalguide/paginas-web/desarrollo-web/unidades-de-almacenamiento-de-datos/>

Kerr, P. (2018). Bull, Hedley (1932–85). En *The Encyclopedia of Diplomacy*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/9781118885154.dipl0394>

Kirchner, C. [@CFKArgentina]. (07 de octubre de 2012). Tu victoria también es la nuestra. La de América del Sur y el Caribe. Fuerza Hugo! Fuerza Venezuela! Fuerza Mercosur [Tweet]. X. <https://x.com/CFKArgentina/status/255138728698331137>

Konovalova, M. (2023). AI and diplomacy: challenges and opportunities. *Journal of Liberty and International Affairs*, 9(2), 520-530. https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/88889/ssoar-jlibertyintaff-2023-2-konovalova-AI_and_diplomacy_challenges_and.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Livingston, S. (1997). CLARIFYING THE CNN EFFECT: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention. https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/r18_livingston.pdf

Lüfkens, M. (2012). *Twiplomacy Study 2012*. Burson-Marsteller. <https://www.twiplomacy.com/copy-of-twiplomacy-study-2013>

Manfredi, J. L. (2014). El Desafío de la Diplomacia Digital

Manfredi, J. L. (2020). Globalization and power: the consolidation of international communication as a discipline. Artículo de opinión. *El profesional de la información*, v. 29, n. 1, e290111. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.11>

- Manor, I. (2014). Ukraine: The crisis through the eyes of digital diplomacy. Digital Diplomacy. <https://digdipblog.com/2014/03/10/ukraine-the-crisis-through-the-eyes-of-digital-diploamcy/>
- Manor, I. (2015). Digital Diplomacy 2.0? A Cross-national Comparison of Public Engagement in Facebook and Twitter. Hague Journal of Diplomacy, Vo.10, Num. 4.
- Manor, I. (2015). The Framing of #IranDeal on Digital Diplomacy Channels. <https://digdipblog.com/2015/07/14/the-framing-of-iranddeal-on-digital-diplomacy-channels/>
- Manor, I. (2018). The 2018 Social Network of MFAs. <https://digdipblog.com/2017/09/07/the-2018-social-network-of-mfas/>
- Manor, I. (2020). 2020: The Year of Digital Resurgence. <https://digdipblog.com/2020/12/24/2020-the-year-of-digital-resurgence/>
- Manor, I. (2021). The Iran Deal is already being negotiated on Twitter. <https://digdipblog.com/2021/02/09/the-iran-deal-is-already-being-negotiated-on-twitter/>
- Manor, I. (2021). The Silencing of an American President. <https://digdipblog.com/2021/01/13/the-silencing-of-an-american-president/>
- Manor, I. & Holmes, M. (2018). <https://medium.com/international-affairs-blog/palestine-in-hebrew-a-new-approach-to-palestinian-digital-diplomacy-81870d523c25>
- Manor, I. & Segev, E. (2015). America's Selfie: How the US Portrays Itself on its Social Media Accounts.
- Miller, C. (2022). China's Digital Diplomacy. <https://crestresearch.ac.uk/comment/chinas-digital-diplomacy/>
- Miranda, R. (2018). Política exterior y poder internacional de Argentina durante los gobiernos kirchneristas.
- Murphy, P. T. (2022). Nation branding: beyond a cosmetic symbol. Wipo Magazine. https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2022/03/article_0008.html
- Nation Brands 2021. (2021). Brandirectory. <https://brandirectory.com/rankings/nation->



[brands/2021](#)

Nye, J. S. (1990). Bound to Lead; The Changing Nature of American Power.

Nye, J. S. (2004). Soft Power: The Means To Success In World Politics.

Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2023). The science of fake news. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2307.07903>

Obar, J. A., & Wildman, S. S. (2015). Social Media Definition and the Governance Challenge - An Introduction to the Special Issue. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2663153

Okasana, M. [@OMarkarova]. (04 de julio de 2022). #4thOfJuly Happy Independence Day to free and brave people of USA from free and brave people of Ukraine!UA   US Our nations [Tweet] [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/OMarkarova/status/1543921360996540418?lang=en>

Powell, R. (1994). Anarchy in International Relations Theory: The Neorealist-Neoliberal Debate. <https://rochelleterman.com/ir/sites/default/files/Powell%201994.pdf>.

Presidencia de la República. [@presidenciacr]. (05 de junio de 2022). Con el 6% de la biodiversidad del planeta, Costa Rica destaca a nivel mundial. 5 de Junio. DIA MUNDIAL DEL [Tweet] [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/presidenciacr/status/1533612173385244672>

Presidencia de la República. [@presidenciacr]. (13 de junio de 2019). Costa Rica es capaz de continuar siendo un modelo en materia de medio ambiente. A partir de esta semana, el [Tweet] [Video Adjunto]. X. <https://x.com/presidenciacr/status/1139311924150185985>

Presidencia de la República. [@presidenciacr]. (17 de noviembre de 2017). A la fecha, el país acumula más del 99% de producción eléctrica con sus cinco fuentes renovables, la proporción más [Tweet] [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/presidenciacr/status/931699169449926656>

Press, G. (2024). How much data is generated every day. What's The Big Data. <https://whatsthebigdata.com/data-generated-every-day/>

Prime Minister of Israel. [@IsraeliPM]. (14 de julio de 2015). The deal will reward Iran with

hundreds of billions of dollars which will fuel its terrorism worldwide and its efforts [Tweet]. X. <https://x.com/IsraeliPM/status/620976020309479424>

Prime Minister of Israel. [@IsraeliPM]. (14 de julio de 2015). This deal repeats the mistakes made with N. Korea. There too we had assurances of inspections and verifications. We know [Tweet]. X. <https://x.com/IsraeliPM/status/620976301961142272>

Raposo de Mello, A. C. (2019). Brazilian Foreign Policy on Twitter: Digital Expression of Attitudes in the early months of Bolsonaro's administration.

Riordan, S. (2019). Cyberdiplomacy: Managing Security and Governance Online.

Rodríguez Gómez, A. A., (2015). Diplomacia digital, ¿adaptación al mundo digital o nuevo modelo de diplomacia?. Opción, 31(2), 915-937.

Rothman, S. B. (2011) Revising the soft power concept: what are the means and mechanisms of soft power?, Journal of Political Power.

Rouhani, H. [@HassanRouhani]. (14 de julio de 2015). We did not expect #ranDeal to come easily. Extensive negotiations in light of mutual respect & win-win mentality were absolutely [Tweet]. X. <https://x.com/HassanRouhani/status/620917473911549952>

Rouhani, H. [@HassanRouhani]. (14 de julio de 2015). Many people prayed for the #negotiating team during the holy month of Ramadan; I'm privileged to announce their prayers have [Tweet]. X. <https://x.com/HassanRouhani/status/620915646231113729>

Salles, E. (2015). "Soft power" en las relaciones internacionales Contemporáneas: "Marca País" como una herramienta de ese poder. https://repositorio.utdt.edu/bitstream/handle/20.500.13098/1923/LEI_2015_Salles.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez-Vallejo, M. A. (2023). Under Elon Musk, Twitter has approved 83% of censorship requests by authoritarian governments. <https://english.elpais.com/international/2023-05-24/under-elon-musk-twitter-has-approved-83-of-censorship-requests-by-authoritarian-governments.html>

Santoro, M. (2020). La problemática relación de Bolsonaro con China. Dialogue Earth.

<https://dialogue.earth/es/uncategorized/34448-34443-opinion-la-problematica-relacion-de-bolsonaro-con-china/>

Satariano, A. (2019, septiembre 5). Dinamarca nombra un embajador para la industria tecnológica. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2019/09/05/espanol/ciencia-y-tecnologia/dinamarca-embajador-industria-tecnologica.html>

Shahin, S. & Smidi, A. (2017) Social Media and Social Mobilisation in the Middle East: A Survey of Research on the Arab Spring. 67(3), 445-471.

Trump, D. J. [@realDonaldTrump]. (9 de abril de 2020). Great News: Prime Minister Boris Johnson has just been moved out of Intensive Care. Get well Boris!!! [Tweet]. X. <https://x.com/realDonaldTrump/status/1248319601647247361?lang=en>

Trump, D. J. [@realDonaldTrump]. (20 de julio de 2020). We are United in our effort to defeat the Invisible China Virus, and many people say that it is Patriotic [Tweet]. [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/realDonaldTrump/status/1285299379746811915>

Trump, D. J. [@realDonaldTrump]. (16 de enero de 2018). We must have Security at our VERY DANGEROUS SOUTHERN BORDER, and we must have a great WALL to help protect us, and to help stop the massive inflow of drugs pouring into our country! [Tweet]. X. <https://x.com/realDonaldTrump/status/953264081871495168>

Twiplomacy. (2018). Twiplomacy Study 2018. <https://www.twiplomacy.com/twiplomacy-study-2018>

Twitter. (2021). Permanent suspension of @realDonaldTrump. Twitter Blog. https://blog.x.com/en_us/topics/company/2020/suspension

Two countries that prove nation branding works. (2022). City Nation Place. <https://www.citynationplace.com/two-countries-that-prove-nation-branding-works>

US Mission to NATO. [@USNATO]. (06 de marzo de 2014). A US F-15C Eagle takes off on March 6; additional aircraft & personnel to support #NATO's air policing mission [Tweet]. [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/USNATO/status/441619042982322176>

Westcott, N. (2008). Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations. <https://www.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/old-docs/RR16.pdf>.

White House. [@ObamaWhiteHouse]. (14 de julio de 2015). "Because of this deal, Iran will not produce...highly enriched uranium & weapons-grade plutonium" — @POTUS #IranDeal [Tweet]. [Imagen Adjunta]. X. <https://x.com/ObamaWhiteHouse/status/620912541456297984>

White House. [@ObamaWhiteHouse]. (14 de julio de 2015). "I have made clear to the Iranian people that we will always be open to engagement on the basis of [Tweet]. X. <https://x.com/obamawhitehouse/status/620914420470820864>

Wojciechowski, M. [@maw75]. (10 de marzo de 2014). 'We cannot let Putin get away with this,' says Polish Foreign Minister @sikorskiradek - Telegraph <http://telegraph.co.uk/news/worldnews/> [Tweet]. X. <https://x.com/maw75/status/442967354491035648>

X. (2023). Freedom of speech, not reach: An update on our enforcement philosophy. X Blog. Disponible en https://blog.x.com/en_us/topics/product/2023/freedom-of-speech-not-reach-an-update-on-our-enforcement-philosophy