

La diplomacia pública digital en México y Chile

GRECIA BENAYAS*

Artículo recibido: 12 de octubre de 2019

Artículo aprobado: 9 de junio de 2020

Doi: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.8345>

Para citar este artículo: Benayas, G. (2021). La diplomacia pública digital en México y Chile. *Desafíos*, 33(1), 1-31. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.8345>

Resumen

En este artículo se analiza el funcionamiento de la diplomacia pública digital en México y Chile. La metodología empleada fue cualitativa y comparativa. Los dos países tienen presencia en el ciberespacio, tanto en páginas web como redes sociales. La Secretaría de Relaciones Exteriores mexicana es muy activa en las redes sociales, mientras que el Ministerio de Exteriores chileno ha tenido una presencia más tardía en el ciberespacio, pero progresivamente se va posicionando con una agenda que enfatiza sus grandes temas en política exterior. La interacción es el aspecto que menos desarrollo tiene en ambos casos.

Palabras clave: *diplomacia pública digital; México; Chile; tecnología.*

Digital Public Diplomacy in Mexico and Chile

Abstract

This article analyzes the functioning of digital public diplomacy in Mexico and Chile. The methodology used was qualitative and comparative. The two countries

* Facultad de Estudios Jurídicos y Políticos, Universidad Metropolitana (Caracas, Venezuela). Correo electrónico: gbenayas@unimet.edu.ve. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8006-6146>

have a presence in cyberspace, both in web pages and social media. The Mexican Ministry of Foreign Affairs is very active on social media, while the Chilean Foreign Ministry developed a presence in cyberspace later, but progressively it is positioning itself with an agenda that emphasizes its major foreign policy issues. Interaction is the aspect that has less development in both cases.

Keywords: *Digital public diplomacy; Mexico; Chile; technology.*

Diplomacia pública digital no México e no Chile

Resumo

Este artigo analisa o funcionamento da diplomacia pública digital no México e no Chile. A metodologia utilizada foi qualitativa e comparativa. Os dois países marcam presença no ciberespaço, tanto em páginas da web quanto em redes sociais. O Ministério das Relações Exteriores do México é muito ativo nas redes sociais, enquanto o Ministério das Relações Exteriores do Chile teve uma presença mais tardia no ciberespaço, mas está se posicionando progressivamente com uma agenda que enfatiza seus principais temas de política externa. A interação é o aspecto menos desenvolvido em ambos os casos.

Palavras-chave: *diplomacia pública digital; México; Chile; tecnologia.*

Introducción

En los últimos años, la tecnología se hace cada vez más presente en la vida cotidiana, social, mediática, económica y política del mundo. A nivel político, las innovaciones tecnológicas también se han hecho sentir en el funcionamiento de los Estados y gobiernos a nivel global, los cuales se han incorporado en mayor o menor medida a estas dinámicas. Ejemplo de ello son el gobierno electrónico y el gobierno digital, conceptos y prácticas cada vez más utilizados por las administraciones públicas para agilizar sus procesos y tener mayor cercanía con los ciudadanos. En cuanto a las relaciones internacionales, estamos observando un proceso de adaptación de las estructuras diplomáticas de los Estados con el propósito de tener presencia en el ciberespacio como un nuevo ámbito o arena en la cual desplegar su acción internacional.

En este contexto, la diplomacia digital es el instrumento empleado por los gobiernos a través de sus cancillerías para llevar adelante la diplomacia pública en el espacio *on line*, dando a conocer planteamientos y actuaciones enmarcadas en su política exterior. Es así como los ministerios de relaciones exteriores se sirven de diversas plataformas 2.0 para informar sobre sus misiones diplomáticas, asuntos consulares, entre otros aspectos, como un mecanismo de comunicación oficial y permanente. Además de los sitios web, en blogs y redes sociales también se han creado páginas institucionales.

A través de la diplomacia digital, los gobiernos tienen una vía para proyectar sus distintas iniciativas en ámbitos como el comercio, el turismo y la cultura; además de ejercer influencia en diversos temas de su interés: la promoción de la democracia, los derechos humanos, la cooperación internacional. Estas dinámicas que tienen lugar en espacios virtuales han llevado a que las relaciones internacionales como disciplina científica incorporen el estudio y análisis de los temas vinculados con internet y las tecnologías de la información y las comunicaciones entre sus objetos de interés académico. En las interacciones que se desarrollan en el ciberespacio se aprecia una creciente transformación de las prácticas diplomáticas conforme avanzan los adelantos tecnológicos en las TIC y los gobiernos adoptan a nivel institucional nuevas formas de comunicación de tipo bidireccional. Todo esto plantea un escenario novedoso e interesante, considerando que la interacción bidireccional ofrece la posibilidad de una comunicación directa e inmediata con actores no estatales como las organizaciones no gubernamentales (ONG) y los propios ciudadanos, lo que difícilmente sucede por los medios tradicionales.

América Latina y el Caribe no ha sido ajena a este fenómeno. Los ministerios de relaciones exteriores de la región se han ido adecuando progresivamente a las nuevas tecnologías de la información para darle un uso conforme a su interés nacional. En años recientes hemos visto la implementación de canales de comunicación a través de las plataformas 2.0 a nivel institucional en las cancillerías, embajadas, consulados y representaciones permanentes ante organismos internacionales.

Igualmente, los representantes políticos, tanto ministros de relaciones exteriores como los propios presidentes y muchos organismos públicos de la región, tienen cuentas en las diversas redes sociales.

En este artículo analizamos el funcionamiento de la diplomacia pública digital en México y Chile. La metodología empleada fue cualitativa y comparativa. Se examinaron los contenidos de las páginas web y perfiles en las redes sociales de ambos países. Los elementos comparativos fueron la agenda, la presencia y la interacción en el plano digital. El trabajo se divide en seis partes. Después de esta introducción, se sitúa la diplomacia pública digital en el contexto de los cambios tecnológicos recientes. A continuación, se aborda la actividad diplomática de México y Chile en las distintas plataformas 2.0, para seguidamente compararlas; y, por último, se presentan las conclusiones.

La diplomacia pública digital en las relaciones internacionales del siglo XXI

El ciberespacio se ha convertido en objeto de interés y reflexión desde la disciplina de las relaciones internacionales, toda vez que se constata una importante actividad en el ámbito digital por parte de los Estados, gobiernos, organizaciones internacionales, ONG, empresas transnacionales, medios de comunicación y ciudadanos, los cuales buscan ejercer influencia a través de internet. Es así como en los últimos años ha aparecido una mayor cantidad de páginas web, blogs y cuentas en las distintas redes sociales, lo que evidencia la emergencia de un nuevo espacio para la difusión de información y la participación de actores con menor alcance en los medios tradicionales (Rodríguez, 2015). De allí que “la dinámica de interacción y cambio desde el ciberespacio en los procesos internacionales de hoy, sugieren una revisión e incorporación de nuevas propuestas conceptuales en la explicación analítica de las conductas en la política internacional” (Aguirre & Morandé, 2015, p. 12); esta es una de las razones por las cuales el estudio de dichos fenómenos constituye un reto conceptual y analítico para la disciplina en la actualidad.

En el espacio digital encontramos la continuación de los conflictos, a través de la ciberguerra y los ciberataques, al tiempo que los Estados desarrollan estrategias de ciberdefensa. Mientras eso sucede, tanto las organizaciones internacionales como las ONG promueven la cooperación y la creación de redes para difundir temas de la agenda internacional: migraciones, infancia, refugiados, educación, género, ambiente, entre otros. Los gobiernos también han aprovechado estos espacios para aumentar su audiencia y el alcance de su mensaje; para ello las cancillerías de muchos países ejecutan estrategias de diplomacia pública digital en algunas plataformas 2.0. Esta es una manera de expresar el poder suave y la imagen que los gobiernos desean proyectar en el resto del mundo, empleando los avances tecnológicos en las comunicaciones.

En el caso de la diplomacia pública digital desarrollada por México y Chile, podemos señalar como prácticas de los actores, por un lado, las estrategias y acciones de los gobiernos a través de las cancillerías al desplegar esta diplomacia en las plataformas 2.0; y, por otro lado, las respuestas que reciben de los demás actores internacionales (gubernamentales o no), como resultante de los mensajes y contenidos publicados. Debemos considerar igualmente que los actores no estatales pueden tener o no sus propias estrategias en el ámbito digital, es decir, limitarse a dar respuesta a los mensajes emitidos por los gobiernos y las organizaciones internacionales, o bien desarrollar una agenda específica para ser implementada en el espacio digital.

Para hablar sobre diplomacia pública digital debemos referirnos en primer lugar al concepto de diplomacia pública. De acuerdo con el profesor N. Cull, esta se define como “el intento de un actor internacional de gestionar el entorno internacional mediante el compromiso con un público extranjero” (2009, p. 57) e implica la interacción o contacto con la población de otros países. La diplomacia pública tiene varios componentes: escucha, defensoría, diplomacia cultural, intercambio y radiodifusión internacional (Cull, 2009, pp. 55-56), los cuales son utilizados de modo diferente por cada gobierno en función de sus intereses y recursos.

La escucha tiene que ver con recabar las opiniones del público extranjero y utilizar esa información como insumo en la elaboración de su política o enfoque de diplomacia. La defensoría es la actividad de comunicación que persigue promover ideas o políticas de un gobierno ante el público foráneo. La diplomacia cultural consiste en dar a conocer las artes, humanidades y enseñanza de idiomas en otros países. El intercambio, en enviar ciudadanos a otras naciones y recibir a extranjeros durante períodos de estudio. La radiodifusión es la utilización de radio, televisión e internet para informar a audiencias foráneas (Cull, 2012).

En el siglo XXI se habla de la ‘nueva diplomacia pública’ para dar cuenta de las transformaciones que ha sufrido esta práctica diplomática en dos vertientes: la incorporación de otros actores y los cambios en las comunicaciones (Melissen, 2011). Respecto a los actores, son aquellos no estatales como las ONG y empresas transnacionales, pero también actores subnacionales como regiones (por ejemplo, Cataluña, Quebec). Otro tanto ocurre con las ciudades y la así llamada ‘diplomacia de las ciudades’. Además, se incluye dentro de los nuevos actores a la comunidad transnacional en línea, estas redes unidas por la religión o ideología ya existían, pero “internet ha hecho que crear y conservar tales comunidades sea exponencialmente más fácil [...] Hoy es posible, para un pueblo geográficamente disperso, como los kurdos de la frontera de Turquía, Iraq e Irán, cohesionarse en un espacio *on-line*” (Cull, 2012, p. 54).

En cuanto a los cambios en las comunicaciones, la era digital acelera al mundo por sus propias características de instantaneidad, bidireccionalidad e inmediatez de la comunicación, junto a las crecientes posibilidades de acceso, lo cual contrasta con los medios tradicionales a través de los que actuaba la diplomacia pública. Las tendencias apuntan a que la internet y sus usuarios seguirán creciendo, por lo que la adaptación y actualización de los ministerios de exteriores y sus funcionarios debe ser una constante para que la diplomacia pública pueda mantenerse a la vanguardia y lograr sus objetivos. En este sentido,

el crecimiento de la sociedad de redes crea más oportunidades de las que cierra a la diplomacia pública, en especial si el diplomático público tiene en mente las limitaciones de su oficio y la necesidad de pensar en términos de construcción de relaciones. Estas relaciones, que transmiten las ideas que se piensa son necesarias para las políticas públicas, también deben acarrear respuestas necesarias para ajustar esas políticas y dirigir las hacia un futuro compartido (Cull, 2009, p. 92).

De allí que sea necesario tener una visión amplia y flexible, y estar dispuesto a colaborar con actores no estatales y la sociedad civil, de modo tal que estas sinergias permitan alcanzar los propósitos planteados por cada gobierno. La diplomacia pública digital consiste en el uso de internet y las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para ejercer la diplomacia. Representa un cambio en las prácticas diplomáticas, puesto que la incorporación de estas tecnologías posibilita una mayor interacción con el público extranjero, con audiencias globales, dado el alcance de internet; al tiempo que aumentan las exigencias de compartir más información y de una mayor transparencia.

A nivel mundial, un gran número de ministerios de relaciones exteriores, cancilleres y presidentes han ido incorporando esta forma novedosa de diplomacia pública a sus prácticas, a través de perfiles en redes sociales en los que informan sobre sus actividades y expresan sus opiniones. Desde las cancillerías también se han creado cuentas en varias de estas redes, no solamente del propio ministerio, sino también de las distintas embajadas y consulados donde los gobiernos tienen representación. En este sentido, la diplomacia pública digital constituye un reto en varias dimensiones: en cuanto a la innovación para incorporar las tecnologías en la actividad cotidiana desde las cancillerías y sus efectos en las funciones tradicionales de la diplomacia como la representación y la comunicación; y a nivel institucional en lo referido a la capacidad e interés de los ministerios de relaciones exteriores en adaptarse a estos cambios (Bjola, 2015).

Las tecnologías transforman tanto la forma de comunicación como las prácticas de la diplomacia, amplifican el mensaje y la audiencia,

además de las consecuencias en cuanto a la propia estructura organizacional de los ministerios de exteriores e, incluso, la manera en que se realizan ciertos procesos administrativos, por ejemplo, los de tipo consular. Así, “the use of social media for diplomatic purposes, could change practices of how diplomats engage in information management, public diplomacy, strategy planning, international negotiations or even crisis management” (Bjola, 2015, p. 4). Por lo general, la diplomacia digital tiene tres componentes: el primero tiene que ver con la forma cómo los actores (gobiernos/ministerios) atraen a la audiencia para proyectar un mensaje o imagen (aspecto vinculado a la diplomacia pública); en segundo lugar, la manera cómo los ministerios organizan y estructuran la información para los diplomáticos (acceso a la información); y tercero, el modo en que los actores obtienen los datos que permiten monitorear los cambios en la opinión pública (análisis de datos) (Bjola, 2015).

Estos tres componentes, diplomacia pública, acceso a información y análisis de datos, tendrían que ser considerados de cara a la formulación de una estrategia integral de diplomacia digital. Sin embargo, cada uno de estos aspectos implica varios elementos de importancia, por lo que tal vez sería de mayor eficacia que cada uno de ellos se formule por separado. En todo caso, hasta el presente la diplomacia digital como diplomacia pública es la modalidad más extendida en la práctica; aunque es necesario tener en cuenta que esta no es la única herramienta digital en el ámbito de la diplomacia: “Digital tools are not limited to social media (although these can have value, provided they are used strategically) but should also include web-sourced analysis, Big Data, data mining, digital platforms for scenario generation or conflict simulation and gamification (the use of game play for education and shaping policy environments)” (Riordan, 2016).

Muchos ministerios de relaciones exteriores han adoptado estas formas de comunicación digital, con una presencia destacada o discreta en las redes sociales y con estrategias digitales e, incluso, con departamentos encargados de coordinarlos. También desde el sector privado se han interesado por la diplomacia pública digital: la agencia de comunicaciones Burson-Marsteller (actualmente Burson Cohn

& Wolfe) creó el proyecto Twiplomacy, que consiste en una serie de informes sobre el uso de redes sociales por parte de gobernantes, ministerios de relaciones exteriores y organizaciones internacionales. M. Lüfkens, fundador de esta iniciativa, ha señalado que Twitter es la red social más utilizada en la diplomacia digital, aunque cada vez cobra mayor auge el uso de otras plataformas 2.0 a fin de captar distintas audiencias. Así, por ejemplo, el uso de Snapchat busca atraer a los más jóvenes (y futuros votantes), los principales usuarios de esta red social, o Instagram, para aquellas personas más afines a lo visual (Lüfkens, 2016).

La diplomacia digital ha permitido extender la visibilidad de los países y sus líderes, y de cierto modo su influencia, lo cual lleva a plantear si esto puede catalogarse como una evolución de la diplomacia o solo una nueva herramienta de trabajo. En general, se le considera un instrumento para el desempeño de políticos y diplomáticos: “Social media in general and Twitter in particular is no longer just an afterthought but an essential communication tool for governments to interact and broadcast 140 character messages and six-second soundbites” (Twiplomacy, 2015). Sin embargo, no hay que desestimar “the context of digital diplomacy greatly challenges diplomatic practice by extending the representational role to new sites and new circumstances” (Pamment, 2014, p. 36); y estos retos pueden implicar cambios a nivel organizacional: “It does not represent a revolution or an end-point, but consists of small steps that reveal the ways in which the ancient institution of diplomacy is changing” (Pamment, 2014, p. 32).

A pesar de lo novedoso del tema, autores como Fletcher (2017) indican al menos tres retos para la diplomacia digital: el primero tiene que ver con el uso de las redes sociales como mecanismo de influencia, creando campañas y coaliciones; el segundo se relaciona con las consecuencias de la inteligencia artificial para las sociedades y cuál será la respuesta de las instituciones a nivel global; y, en tercer lugar, la diligencia en la prestación de servicios.

En América Latina y el Caribe, la mayoría de los gobiernos tienen presencia en las diversas redes sociales. Esto no quiere decir que tengan

necesariamente una estrategia de comunicación digital o incluso una política pública sobre diplomacia digital que se implemente a través del respectivo ministerio de relaciones exteriores. De hecho, hay voces críticas en la región sobre el insuficiente aprovechamiento del poder suave y la diplomacia pública tomando en cuenta las potencialidades de los países latinoamericanos y caribeños. Uno de ellos es el embajador mexicano Arturo Sarukhán, quien resalta:

With the growing access to and use of digital platforms and social networking tools and technology that allow for the projection of those assets, the region should be home to at least three or four major public diplomacy and soft power players. But the persistent problem has been that Mexico, as with others in the region, has been unable to harness those assets. They have failed to implement proper strategies for promotion, nation branding, and public diplomacy (2016).

Tales cuestionamientos obedecen a la ausencia de políticas orientadas a aprovechar las ventajas comparativas de cada uno de los países para obtener una mayor proyección exterior. Alcanzar esto requiere cambios tanto por parte de las élites como de los propios diplomáticos. En este sentido, se hace necesario también un cambio en la mentalidad de los funcionarios, en términos de una adaptación que va más allá de involucrarse con las novedades tecnológicas, que incluye superar los paradigmas tradicionales de la diplomacia entendida fundamentalmente en términos de secretismo y confidencialidad. En ello, juega un papel importante la formación universitaria, así como la recibida en las academias diplomáticas y otras instituciones encargadas de la capacitación de los profesionales dedicados a la diplomacia y a los procesos de toma de decisiones en esta área. De esta manera podrían tener cabida la adopción de estrategias de inserción internacional que incluyan a la diplomacia pública y la diplomacia digital junto al poder suave y la marca país, configurando un enfoque integral que permita alcanzar mejores resultados que los conseguidos hasta el presente.

Algunos países han dado pasos en esa dirección, como lo demuestran el desarrollo de estrategias de marca-país y promoción turística por

la vía de enfatizar aspectos como la gastronomía o la cultura. Costa Rica con el ecoturismo es un ejemplo que merece ser destacado (Méndez, 2016). Además, en los últimos años las cancillerías también han avanzado hacia una mayor digitalización, en este sentido, “11 países de la región cuentan con una política pública digital, que se ha hecho evidente, ya sea mediante un documento con carácter legal, o bien, en el marco de un discurso oficial” (Aguirre & Erlandsen, 2018, p. 133). En algunos casos, el acercamiento al ciberespacio ha sido resultado de crisis internas con repercusiones internacionales o de crisis diplomáticas y la voluntad de los decisores políticos, como lo ilustran Perú y Chile (Neyra & Rubio, 2018; Erlandsen, 2017).

En cuanto a la diplomacia pública y su importancia en la región, Sarukhán es enfático al afirmar: “More so now than ever before, public diplomacy needs to become a vital component of the foreign policy of Latin American nations. Engaging and telling stories to people around the world both advances their national interests —by connecting and creating narratives— and enhances their prosperity, wellbeing, and security” (Sarukhán, 2016).

Y es precisamente internet un canal formidable para conectar con las audiencias globales. Así que, muy conscientes (o no) de estos alcances y sus implicaciones, muchos presidentes y ministerios de relaciones exteriores latinoamericanos (y caribeños) han ido aumentando su presencia en los diversos canales digitales.

Diplomacia pública digital en México

En el Programa Sectorial de Relaciones Exteriores 2013-2018, el objetivo N° 4 expresa: “Promover a México mediante la difusión de sus fortalezas y oportunidades en materia económica, turística y cultural” (*Diario Oficial de la Federación*, 2013). Para lograr dicho objetivo se establecen, entre otras, las siguientes líneas de acción: “Coordinar las acciones de diplomacia pública y cultural en el exterior incluyendo la participación de los mexicanos en el extranjero. [...] Capacitar al Servicio Exterior Mexicano en materia de diplomacia pública”

(*Diario Oficial de la Federación*, 2013). Es decir que en el Programa Sectorial no hay una mención expresa a la diplomacia pública digital, pero sí encontramos referencias hacia la diplomacia pública y cultural. Sin embargo, desde la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) se han llevado a cabo distintas acciones que ponen de manifiesto el interés por esta forma de diplomacia.

Es así como en el marco de la XXIV Reunión de Embajadores y Cónsules,¹ celebrada en enero de 2013, una de las conferencias plenarios se dedicó a “los nuevos instrumentos y competencias de la diplomacia digital” (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2013). En 2016, durante la XXVII Reunión de Embajadores y Cónsules, el especialista Alec Ross presentó una ponencia sobre diplomacia digital (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2016). Por otra parte, en el marco de la Estrategia Digital Nacional y la ventanilla única gob.mx, la SRE, igual que toda la Administración Pública Federal, opera desde este portal, específicamente a través del enlace: <http://www.gob.mx/sre>. En esta página se presenta la actividad de la Secretaría, comunicados, fotos y videos de las reuniones del secretario y los subsecretarios, enlaces a las representaciones de México en el exterior y las acreditadas en el país. El apartado de las representaciones en el exterior muestra 80 embajadas, 66 consulados, 5 misiones en multilaterales y 3 oficinas (en Taiwán, Estrasburgo y ante la Autoridad Nacional Palestina).

Haciendo una revisión del directorio de estas entidades, pudimos constatar que en su gran mayoría tienen página web: 77 embajadas (todas menos tres), 65 consulados (todos menos uno) y la oficina en Taiwán (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2017, 2017a, 2017b). Seleccionamos algunas de estas páginas para examinar con más detalle sus contenidos, en concreto las de seis embajadas y cuatro consulados. Las embajadas de México en España, Paraguay, El Líbano, Sudáfrica, China y Estados Unidos, y los consulados en Calgary, Milán, Las Vegas y Shanghái. Las páginas web de las embajadas consultadas presentan una imagen homogénea, tienen enlaces al directorio, servicios

¹ La Reunión de Embajadores y Cónsules es un evento anual que se realiza desde 1990 para transmitir los lineamientos centrales en política exterior.

consulares, noticias, datos de contacto. También ofrecen información sobre la relación bilateral, comercio, turismo, cultura y estudios en ese país, además de una video galería y recomendaciones.

Sin embargo, hay algunas diferencias en la cantidad de información que presentan, mientras las de Paraguay y El Líbano son más sencillas, las webs de España, Estados Unidos y Sudáfrica tienen mayor contenido, evidencia de una relación bilateral más intensa y mayor cantidad de ciudadanos mexicanos en esos países. Otro elemento que llama la atención de todas las páginas revisadas es que cada una de estas representaciones diplomáticas tiene presencia en al menos una red social. Todas cuentan con un perfil en Twitter, cinco también en Facebook, dos en Instagram, la Embajada en España tiene su propio canal en YouTube y la Embajada en China un perfil en Weibo.

Los sitios web de los consulados mantienen una presentación visualmente uniforme, análoga a la observada en las embajadas. Ofrecen información sobre los servicios consulares: citas para pasaportes, registro civil, sistema de registro de mexicanos en el exterior, visas, jornadas especiales, consulado móvil, boletines. Poseen perfiles en redes sociales: Twitter, Facebook y Weibo en el caso del Consulado en Shanghai. Además de las páginas web y la presencia en redes sociales, la SRE ha desarrollado una aplicación para teléfonos inteligentes y tabletas llamada MiConsulmex, que permite acceder a información sobre servicios, protección y asistencia consular, requisitos para obtener el pasaporte, ubicar el consulado más cercano. Esta aplicación gratuita está disponible desde 2013. En 2014, ocupó el tercer lugar del Premio a la Innovación en Transparencia (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2014). A partir de 2017 la aplicación tiene un botón de emergencia para “que los mexicanos que requieran asistencia consular de manera urgente contacten a su consulado, por medio de una llamada telefónica o un mensaje de texto” (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2017c).

De la presencia mexicana en las distintas plataformas 2.0, en la red social Twitter haremos referencia a las cuentas de la Secretaría de

Relaciones Exteriores, el Instituto Matías Romero y la Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Amexcid). La Secretaría de Relaciones Exteriores (@SRE_mx) tiene 870 000 seguidores y 35 000 mensajes publicados hasta febrero de 2019. Registra como fecha de inicio en Twitter diciembre de 2009. Las temáticas de las publicaciones giran en torno a viajes oficiales del presidente y el canciller; reuniones bilaterales y multilaterales del presidente, el canciller y los subsecretarios; comunicados, información consular. El Instituto Matías Romero, la academia diplomática mexicana, tiene presencia en Twitter desde 2014 y 22 000 seguidores. Sus contenidos dan a conocer la actividad de la academia en la formación de los aspirantes a diplomáticos, las exposiciones del Museo de la Cancillería, temas históricos y de actualidad sobre relaciones internacionales y la política exterior de México, convocatorias externas de cursos y programas de formación.

También publican sobre la presentación de la *Revista Mexicana de Política Exterior*, conferencias y concursos de ensayo organizados por el Instituto: hay retuits a la Secretaría de Relaciones Exteriores y al Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques, del Senado mexicano y otros a Presidencia y Gobierno de México. La Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo (@AMEXCID) tiene 14 000 seguidores y ha publicado 4200 mensajes para febrero de 2019, la cuenta data de abril de 2011. Se destaca el trabajo desarrollado por la Agencia en materia de cooperación (programas de becas, ayuda humanitaria) y su labor conjunta con otros Estados y agencias de las Naciones Unidas como el Comité Técnico Fondo Mixto de Cooperación México-España, Iniciativa franco-mexicana para la adaptación y la resiliencia al cambio climático en el Caribe, el programa Mesoamérica sin Hambre junto a la FAO.

En Facebook la SRE tiene un perfil con más de 720 000 seguidores, data de 2011. En sus publicaciones sobresalen los temas de turismo, registro de mexicanos en el exterior, efemérides, conferencias y reuniones en las que participa el secretario, estos contenidos se acompañan de fotografías, infografías y video. La Amexcid posee una cuenta

en Facebook desde septiembre de 2011, sus seguidores superan los 32 000. Los contenidos reflejan la actividad desarrollada por la Agencia a través de diversos proyectos y programas, además del trabajo conjunto con otros organismos internacionales y algunos países en el marco de cooperación triangular. Las convocatorias para becas y proyectos de investigación y las referencias a las publicaciones en el blog de la Agencia también aparecen con frecuencia, las publicaciones se acompañan de fotos y algunas infografías, los videos son poco frecuentes.

En YouTube, se han creado los canales de la SRE y de la Amexcid. El canal de la SRE data de finales de 2009 y tiene casi dos millones de reproducciones; los videos se agrupan en varias categorías: guía del viajero, protección consular, medio ambiente, migración, Subsecretaría para América del Norte, Subsecretaría para América Latina y el Caribe, Servicio Exterior Mexicano, mensajes del canciller, visitas de Estado, entre otros. Hay también unos videos titulados “Resumen semanal”, para reseñar las actividades del canciller, pero no se publican periódicamente. El canal de la Amexcid se creó en 2012, sus videos son de corta duración, dan a conocer los distintos proyectos de cooperación al desarrollo que realiza y sus publicaciones no se efectúan con frecuencia.

Diplomacia pública digital en Chile

El primer elemento por destacar sobre la diplomacia pública digital en Chile es que el Ministerio de Relaciones Exteriores no tiene una política sobre esta materia. El proyecto de modernización de la Cancillería en discusión tampoco incluye referencias al tema. En mayo de 2017 fue presentado este proyecto de ley ante la Comisión de Relaciones Exteriores del Senado, en segundo trámite constitucional luego de haber pasado por la Cámara de Diputados. Dentro de las propuestas de modernización se contempla reforzar la comunicación estratégica y la diplomacia pública (aspectos relacionados con la diplomacia digital). La legislación que rige a la Cancillería data de 1978 (Senado de la República de Chile, 2017). Durante su intervención en el Senado,

el entonces canciller, Heraldo Muñoz, señaló: “Hemos hecho un trabajo importante para defender la soberanía y los intereses nacionales, pero necesitamos estar al día con los cambios internacionales, con la era digital, con los desafíos para exportar más y mejor, para traer más inversiones, para tener una conversación sobre buenas prácticas” (Senado de la República de Chile, 2017).

Por lo que, a pesar de no abordarse de forma específica, lo digital y su trascendencia en la actualidad ha estado presente en el discurso y acciones de los funcionarios de alto nivel de la Cancillería. Ejemplo de ello fue el seminario organizado por la Academia Diplomática Andrés Bello “Diplomacia digital: un nuevo paradigma” en abril de 2013, en el que participaron expertos como Alec Ross, asesor para la innovación en el Departamento de Estado de Estados Unidos durante la primera administración del presidente Obama, y el profesor Rafael Rubio, de la Universidad Complutense de Madrid.

En la presentación del seminario, el canciller en aquel momento, Alfredo Moreno, mencionó la creación, a través de la Academia Diplomática, de la plataforma digital Apuntes Internacionales. Se trata de un portal académico por medio del que se promueve la difusión de temas de la agenda global y el acercamiento del público a la política exterior chilena: “Este espacio virtual busca no sólo facilitar el acceso a la información, sino que también brindar un espacio de expresión de ideas, debate y reflexión a través del uso de las redes sociales, generando así mayores niveles de intercambio y cooperación entre la ciudadanía y el Estado” (Apuntes Internacionales, 2017). Sus contenidos son artículos, entrevistas, pero también videos, podcasts, y tiene presencia en redes sociales como Facebook, Twitter y un canal en YouTube con más de 200 videos. También funciona como espacio informativo al proceso de ingreso a la carrera diplomática.

Chile ha utilizado las plataformas 2.0 para dar a conocer su posición respecto a la demanda boliviana en la que se reclama acceso al mar. Así, a finales del año 2014 el canciller Muñoz presentó una página web con los argumentos de Chile ante la demanda marítima de Bolivia, el sitio web llamado “Mito y realidad - Bolivia tiene acceso al mar”,

en el que se expone la posición chilena sobre esta controversia. Al acceder a esta web hay un video alojado en el canal de YouTube del Ministerio de Relaciones Exteriores titulado “Chile y la aspiración marítima boliviana: mito y realidad”, en el que también se da cuenta de los argumentos chilenos sobre esta cuestión. Durante la presentación de este espacio virtual, el canciller Muñoz dijo: “Invitamos a todos los internautas a visitar este sitio. Allí están todos nuestros argumentos de manera ordenada. Y es otra iniciativa que responde a lo que es una realidad hoy, que la gente se mueve en las redes sociales, por lo que nos pareció que tener este sitio web es la manera más cercana de llegar a la ciudadanía con nuestros argumentos” (Chile en el Exterior, 2014).

Esta no fue la única iniciativa digital chilena dedicada a la demanda ante la Corte Internacional de Justicia, puesto que la página web Chile ante La Haya fue otro espacio donde el Ministerio de Relaciones Exteriores expuso sus argumentos frente a este litigio. Allí se explican la demanda marítima y la demanda al río Silala, tienen una sala de prensa con información actualizada sobre los avances del caso, también hay videos del canal de Minrel en YouTube y se indica que tienen perfiles en las redes sociales Twitter y Facebook. Además de esto, destacamos las siguientes cuentas en la red social Twitter: Ministerio de Relaciones Exteriores, Agencia de Cooperación Internacional y Academia Diplomática Andrés Bello.

La cuenta del Ministerio de Relaciones Exteriores, @Minrel_Chile, ha publicado 21 000 tuits y tiene 59 000 seguidores. Fue creada en abril de 2014. Sus contenidos refieren a las actividades que desarrolla la Cancillería: participación en organismos regionales como la Alianza del Pacífico, reuniones con funcionarios de entes multilaterales, viajes oficiales, las visitas que reciben en Chile de presidentes y ministros extranjeros, también hacen referencia a publicaciones de medios que destacan el turismo, la gastronomía, ciencia, innovación y artistas chilenos. Se reseñan las actividades llevadas a cabo por los directores generales del Ministerio, reuniones de grupos técnicos, reuniones en el Congreso y el Senado. Comunicados oficiales también se dan a conocer. Las publicaciones destacan temas significativos para Chile

como el ambiente, donde enfatizan el compromiso con el Acuerdo de París y la protección de los océanos.

Sobre @Minrel_Chile hay que señalar que es un espacio digital activo, con publicaciones permanentes, en su mayoría acompañadas de fotos y algunas con gráficos para ilustrar las relaciones de Chile con otros Estados en materia de comercio, acuerdos, fecha de establecimiento de relaciones diplomáticas y otros datos de interés. El Ministerio tiene también una cuenta en inglés @ChileMFA, iniciada en noviembre de 2015, pero su nivel de actividad es significativamente menor. De acuerdo con el estudio de Twiplomacy, @Minrel_Chile ocupa el puesto 49 en el *ranking* de los 50 líderes mundiales mejor conectados de 2016 y la tercera de América Latina, luego de Perú y Brasil (Twiplomacy, 2017).

La Agencia de Cooperación Internacional de Chile, @AGCICHILE, tiene perfil en esta red social desde noviembre de 2012. Sus mensajes reseñan las distintas actividades realizadas por la Agencia: los programas de becas, cursos de formación profesional, encuentros de exbecarios, también la iniciativa “Fondo Chile” desarrollada por la Agencia y el PNUD en Chile para promover la Agenda 2030 a través de la ejecución de proyectos en América Latina y el Caribe y en África. La Academia Diplomática Andrés Bello, @AcadeAB, está desde septiembre de 2013. Los contenidos tienen que ver con el proceso de admisión para la formación de diplomáticos, la inauguración del año académico, cada nuevo número que se publica de la revista *Diplomacia* y la invitación a conferencias y seminarios que organizan.

En 2017 el Ministerio de Relaciones Exteriores hizo presencia en la red social Facebook con la página Cancillería Chile. La primera publicación fue el 20 de marzo de 2017, trataba sobre el voto chileno en el exterior. Ofrece información consular, las actividades realizadas por el ministro y altos funcionarios, además de videos y logros de gestión.

En YouTube, el Ministerio de Relaciones Exteriores tiene un canal que data de agosto de 2017. Los videos publicados superan las 670 000 reproducciones para febrero de 2019. Tiene varias listas de

reproducción: declaraciones del ministro, Agenda 2030, actividades oficiales, demanda marítima de Bolivia, con un mismo video “Chile y la aspiración marítima boliviana: mito y realidad”, en versiones subtituladas en inglés, francés y árabe. También la Agencia de Cooperación Internacional para el Desarrollo tiene un canal en YouTube desde junio de 2012. En su mayoría son videos de corta duración que dan cuenta de los distintos proyectos en los que participa la Agencia, como el que fomenta la lactancia y la educación en Haití, también se presentan testimonios de becarios y exbecarios en Chile. Otros videos presentan los proyectos hechos en conjunto con la Unión Europea, Alemania, Japón, Brasil.

Elementos comparativos de la diplomacia pública digital de México y Chile

Para comparar la diplomacia pública digital de México y Chile, hemos considerado tres aspectos: presencia digital, la agenda y la interacción (Bjola & Jiang, 2015). Respecto a la *presencia digital*, tomaremos en cuenta tres dimensiones: en primer lugar, los organismos y funcionarios de cada país que tienen página web, blog o perfiles en las redes sociales; en segundo lugar, la página web de la Cancillería; y, en tercer lugar, las cuentas en redes sociales.

En la tabla 1 se presentan las instituciones con web, blog y redes sociales. Los organismos seleccionados fueron el gobierno de cada país, la Cancillería, el centro de formación de los diplomáticos, los entes encargados de la cooperación y el comercio. Todas las instituciones consideradas poseen página web y ninguna tiene blog. Solamente el gobierno de México tiene un mecanismo de participación a través de foros y encuestas, pero no un blog. Hay una amplia presencia en las redes sociales, todos los organismos tienen dos o más cuentas. Twitter es la red social utilizada por todos los entes considerados en esta selección, Facebook también es una de las más frecuentes.

Tabla 1. Comparación presencia digital: organismos y funcionarios de México y Chile con páginas web, blog y redes sociales

Organismo/ funcionario	Página web		Redes sociales	
	México	Chile	México	Chile
Gobierno	X	X	TW, FB	TW, FB, IG, YT, O (Telegram)
Secretaría/Ministerio de Relaciones Exteriores	X	X	TW, FB, IG, FK, YT	TW, FB, IG, YT, FK
ProMéxico/ProChile	X	X	TW, FB, IG, YT, O (Periscope)	TW, FB, YT, FK, O (LinkedIn)
Agencia de Cooperación Internacional	X	X	TW, FB, YT, FK	TW, FB, YT, FK
Instituto M. Romero/Academia Diplomática	X	X*	TW	TW, FB, YT, FK

Redes sociales: TW (Twitter), FB (Facebook), IG (Instagram), YT (YouTube), FK (Flickr), LI (LinkedIn), O (otras).

X*: en la web Apuntes Internacionales, la presencia en redes sociales de la Academia Diplomática también es a través de 'Apuntes Internacionales', excepto en la red social Twitter, donde tanto la Academia como Apuntes tienen perfiles separados.

Fuente: elaboración de la autora.

Respecto a los contenidos de la página web de la Secretaría de Relaciones Exteriores de México y del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, hemos considerado diez criterios, los cuales son expuestos en la tabla 2. En el caso de México, seis de ellos están presentes en su sitio digital, mientras que para Chile hay ocho. Los contenidos que ambas tienen son los siguientes: información sobre la red diplomática y consular en el mundo; el cuerpo diplomático y de organizaciones internacionales en el país; servicios consulares; enlace a páginas relacionadas (como la Agencia de Cooperación, la Academia Diplomática); enlaces a las redes sociales y atención ciudadana.

En la página web de Chile, se añaden dos contenidos que buscan promover y medir la satisfacción de las personas con los servicios allí prestados, como son la carta de compromiso en atención ciudadana y la encuesta de satisfacción de usuarios. Resalta que ninguna de estas páginas web tenga un atlas de las redes sociales, esto es, el

directorio con las cuentas en estas redes de sus legaciones y consulados en el mundo (como lo tienen España, Australia y otros países), y tampoco blog.

Tabla 2. Comparación contenidos página web Secretaría de Relaciones Exteriores de México y Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile

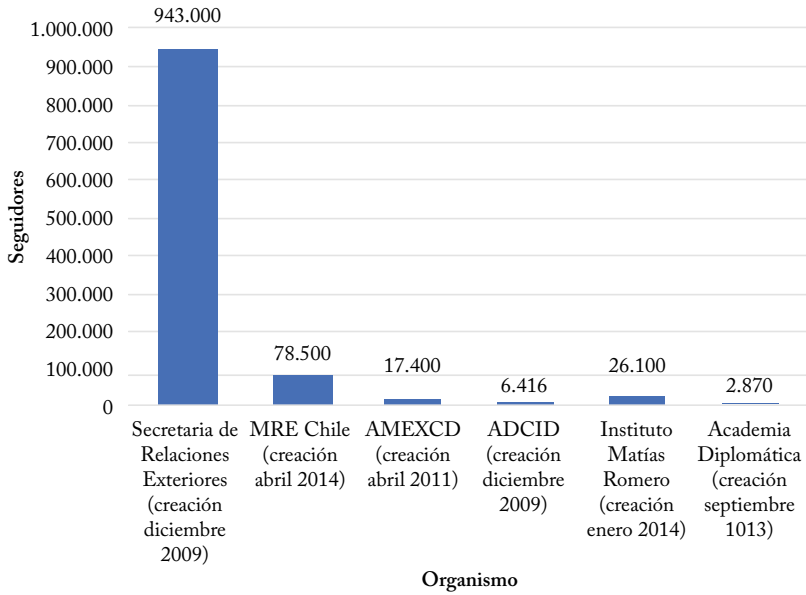
Contenidos	México	Chile
Red diplomática y consular en el mundo	X	X
Cuerpo diplomático y OO. II. en el país	X	X
Información sobre servicios consulares	X	X
Enlaces a páginas relacionadas	X	X
Enlaces a redes sociales del Ministerio	X	X
Atlas RR. SS. en el mundo	-	-
Atención ciudadana	X	X
Carta de compromiso en atención ciudadana	-	X
Encuesta de satisfacción de usuarios	-	X
Blog	-	-

Fuente: elaboración de la autora.

Sobre las cuentas en redes sociales, las figuras 1, 2 y 3 muestran el número de seguidores que las instituciones de México y Chile tienen en tres de estas plataformas: Twitter, Facebook y YouTube. La SRE de México creó la cuenta de Twitter y el canal de YouTube en diciembre de 2009, estos son los canales de más antigüedad a nivel institucional. Facebook es la red social en la que tienen mayor número de seguidores. El Instituto Matías Romero solo tiene un perfil en Twitter que data de enero de 2014, fue el último organismo en incorporarse a las plataformas digitales.

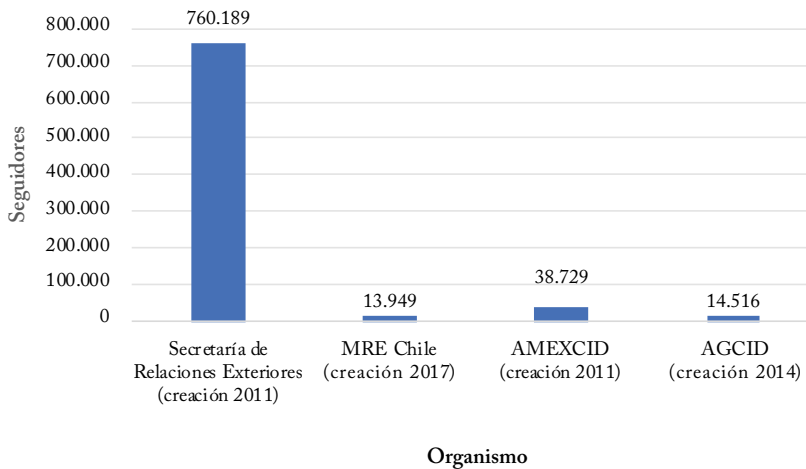
Chile tuvo un acercamiento posterior a las plataformas digitales en lo que se refiere a su Cancillería, puesto que no fue sino hasta 2014 que el Ministerio de Relaciones Exteriores creó sus cuentas en Twitter y un canal en YouTube. En 2015 agregó otra cuenta en Twitter en idioma inglés, la cual presenta mucha menos actividad que la publicada en castellano. Desde comienzos de 2017 tiene un perfil en Facebook. En cambio, otros organismos chilenos tuvieron presencia previa al Ministerio, tal es el caso de ProChile desde finales de 2009 en Twitter y la Academia Diplomática en 2011 con cuentas en YouTube.

Figura 1. Número de seguidores cuentas de México y Chile en Twitter

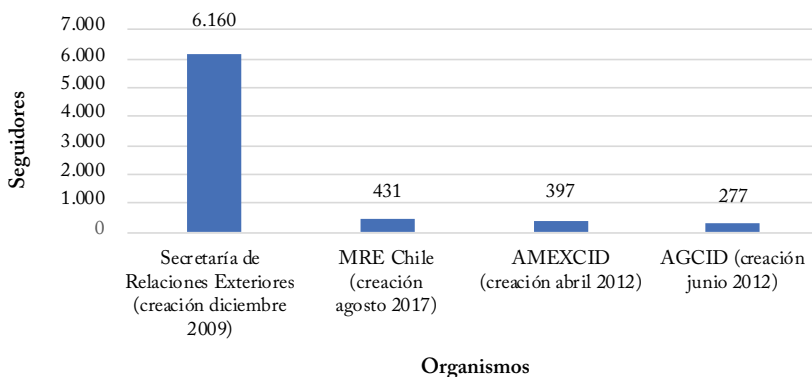


Fuente: elaboración de la autora. Consulta 30 de enero de 2020.

Figura 2. Número de seguidores cuentas de México y Chile en Facebook



Fuente: elaboración de la autora. Consulta 30 de enero de 2020.

Figura 3. Número de seguidores cuentas de México y Chile en YouTube

Fuente: elaboración de la autora. Consulta 30 de enero de 2020.

El segundo indicador que debe ser tomado en consideración es la *agenda*, que hace referencia a los contenidos publicados en los perfiles de las distintas plataformas digitales. En el caso de México y Chile, las cuentas institucionales presentan fundamentalmente contenidos de carácter informativo, referidos a sus actividades, la gestión pública, convocatorias, comunicados, leyes aprobadas, viajes realizados por el presidente, el canciller y altos funcionarios. También difunden las acciones más importantes desarrolladas en organismos multilaterales y su participación en cumbres y reuniones de carácter bilateral y a nivel regional y global, así como la promoción del turismo y temas significativos de su política exterior, acompañando a estos mensajes de elementos audiovisuales para reforzar la comunicación.

Respecto a la *interacción*, el tercer indicador examinado, los perfiles consultados muestran un nivel casi inexistente de interacción con sus seguidores. Una de las explicaciones es que la gestión de estos canales se concibe como meramente informativa por parte de los equipos de comunicación, no como un medio cuyo carácter bidireccional pueda ser aprovechado.

Una interacción tan exigua desaprovecha e ignora la comunicación bidireccional de estas plataformas digitales y la participación ciudadana y de actores no estatales. Los canales de diálogo y la interactividad

son herramientas valiosas para generar entendimiento, persuasión e influencia en audiencias locales y extranjeras (Manor & Segev, 2015). Por ello, es necesario un cambio en la visión, además de capacitación de los equipos encargados de gestionar los canales y de los propios gobernantes para valorar y beneficiarse de las potencialidades de la comunicación digital. El discurso de uno a muchos no es conversación. Podemos concluir que la presencia, la agenda y la interacción son elementos que permiten dar cuenta del dinamismo que aporta la diplomacia digital si se emplea la interconectividad para promover el involucramiento de todos los actores y se crean espacios de participación y colaboración. Se trata de un proceso que está en desarrollo y la velocidad de las tecnologías contrasta con la velocidad de las respuestas de las administraciones públicas, por ello supone todo un reto en términos de la adaptación de las estructuras organizacionales y de la mentalidad y accionar de los decisores.

Conclusiones

Las transformaciones en las tecnologías de la información y comunicación han dado lugar a nuevos escenarios para el debate político y el discurso público, afectando el relacionamiento entre gobernantes y ciudadanos, y, a su vez, las relaciones con los medios de comunicación, con otros actores no estatales y la opinión pública. Este fenómeno no es exclusivo del plano doméstico, sino que también ocurre a nivel internacional, influyendo en procesos de toma de decisiones, negociaciones y gobernanza. Sin embargo, a pesar de tener un mayor acceso a diversidad de fuentes de información, ello no implica necesariamente que la población esté más y mejor informada. En este sentido, el debate acerca de cuestiones como las noticias falsas, los filtros burbuja y la posverdad se ha hecho cada vez más frecuente en gobiernos, parlamentos y medios de comunicación internacionales.

En algunos casos el uso de las redes sociales por parte de los gobernantes ha sido objeto de críticas. El mejor ejemplo de ello es el uso frecuente de Twitter por parte del entonces presidente de Estados Unidos, Donald Trump. Él, mediante su cuenta en esa red social,

expresó sus puntos de vista controversiales, cuestionando también a algunos medios de comunicación de su país y del extranjero. “Twitter is Trump’s indispensable tool. Never before has an American politician been able to connect so consistently and directly with the public” (Seib, 2017). Dentro de las consecuencias de sus mensajes se puede mencionar que “in addition to his domestic following, Trump reaches international audiences with his tweets. These people don’t vote in U.S. elections, so he doesn’t care about their reactions to his words. But when, for instance, American diplomats try to do their jobs among the world’s 1.6 billion Muslims, they are now seen as representatives of the world’s leading Islamophobic society. The evidence: the American president’s tweets” (Seib, 2017).

Esto demuestra el alcance global de la comunicación a través de las redes sociales y la responsabilidad de los distintos actores acerca de lo que se publica o la información que se comparte. En el ámbito específico de la diplomacia se constata la progresiva incorporación de las cancillerías, embajadas y consulados a las plataformas 2.0, fundamentalmente como una herramienta para ofrecer información a personas interesadas en sus actividades y servicios, pero con contenidos cada vez más dirigidos hacia audiencias globales. Cabe destacar que la adopción de las redes sociales en la diplomacia no es exclusiva de países con gobiernos democráticos. Los regímenes autocráticos y semiautocráticos también utilizan estas plataformas, a pesar de la censura o limitaciones a la libertad de expresión que impongan a nivel doméstico.

A través de la diplomacia digital los gobiernos buscan aumentar su influencia a nivel global, aprovechando el alcance planetario de las tecnologías de la información, que les permite llegar a audiencias a las que nunca antes había sido posible y reforzando la importancia del poder suave en sus estrategias de diplomacia pública. Ello también comporta cambios dentro de la estructura organizacional del Ministerio de Relaciones Exteriores (cancillerías), para incluir un equipo encargado de estructurar y gestionar las comunicaciones digitales, lo que se extiende a cada representación acreditada en el exterior. Respecto a nuestra investigación, elementos como la presencia digital, la

agenda y la interacción permiten valorar los alcances de la diplomacia digital de cada país que se considere.

En este sentido, “social media are now a central component of diplomacy. From ‘digital diplomacy’ as the new public diplomacy to cyberspace as the new frontier of warfare, information communication technology is an inescapable tool of international relations” (Duncombe, 2017, p. 561). En algunos casos el interés por estos asuntos ha llevado a acciones realmente novedosas, tomando en cuenta las características de la institución diplomática, una de ellas fue la creación en 2017 de la primera embajada tecnológica por parte de Dinamarca, ubicada en Silicon Valley (Esparza, 2017). Hasta el momento es el único país en hacerlo.

Respecto a México y Chile, ambos países presentan importantes avances en materia de gobierno digital, al contar con plataformas que permiten realizar trámites y gestiones y ofrecen información pública en aras de promover la transparencia administrativa. Además, en el caso de México la aplicación MiConsulmex es muestra del interés en ampliar la presencia en el ciberespacio para ofrecer apoyo a sus ciudadanos que viven o viajan al extranjero.

En cuanto a la diplomacia digital, tanto México como Chile tienen presencia en las distintas plataformas 2.0. La Secretaría de Relaciones Exteriores es muy activa en las redes sociales fundamentalmente presentando información de tipo consular, sobre turismo y actividades oficiales. Igualmente, las embajadas tienen su propia página web y perfiles en redes sociales. El Ministerio de Relaciones Exteriores chileno ha tenido una presencia más tardía en el ciberespacio, pero poco a poco se va posicionando con cuentas en distintas redes, mostrando una agenda en consonancia con sus grandes temas en política exterior: comercio, integración, protección del ambiente. La interacción es el aspecto que menos desarrollo tiene en ambos casos, si bien no es una característica exclusiva de estos países, sino más bien un rasgo extendido en la mayoría de cuentas en redes sociales y no solo de gobiernos o embajadas, también se observa en el caso

de actores no estatales, tanto ONG como empresas transnacionales y medios de comunicación.

El dinamismo de las plataformas 2.0 no es aprovechado ni incentivado por ninguno de estos países, sea por desinterés o por falta de mecanismos o estrategias para gestionarlo, por parte de las administraciones públicas y los gobernantes junto a sus equipos de comunicación. A pesar de ello, su potencialidad para crear comunidades y promover la participación y colaboración sigue presente. Este panorama pone de manifiesto que el aumento de los usuarios de las redes sociales se convierte en un desafío para la diplomacia. Nunca antes había tenido la posibilidad de llegar a un público global, a personas cada vez más informadas y exigentes, lo que obliga a replantear y evolucionar en sus prácticas. En este sentido, “[...] social media are implicated in moments of transformative diplomacy. We must ask how effective this medium is in developing interpersonal trust between individual diplomatic counterparts, and whether it can be a productive platform for dialogue when traditional face-to-face diplomacy is limited or difficult to achieve” (Duncombe, 2017, p. 562).

En América Latina y el Caribe, la diplomacia digital como tema va cobrando mayor importancia en los programas de formación de las academias diplomáticas. Es fundamental el desarrollo de competencias digitales en un profesional de las relaciones internacionales, lo que va más allá del aspecto técnico para incluir lo social, cognitivo y emocional, de modo tal que se pueda conformar un conjunto de buenas prácticas en el ejercicio de la diplomacia. El desarrollo de dichas competencias digitales tampoco debe ser solo para los funcionarios, sino que los líderes y altas autoridades también deben adquirir estas herramientas. Además, en lo que respecta a la ciudadanía, la reducción de la brecha digital y las políticas orientadas en esta materia tienen que incorporar dichos elementos, de manera que la sociedad en su conjunto tenga la educación y capacitación necesaria para interactuar apropiadamente y con responsabilidad en el ciberespacio.

Acercas de los retos del ciberespacio en los próximos años, se destacan, entre otros temas, la neutralidad en internet, la democracia y la

gobernanza. En cuanto a la democracia, debemos considerar que la tecnología puede fortalecer los valores democráticos en términos de mayor acceso a información, transparencia e inclusión, o bien puede hacer daño a través de la difusión de noticias falsas, propaganda o ciberataques contra estructuras críticas. En la aldea global los ciudadanos tienen información directa e inmediata sobre lo que pasa en el mundo, lo que les permite opinar, criticar e influir en la política, igual que otros actores públicos y privados, obligando a un enfoque más abierto y dinámico por parte de la diplomacia. Esto también conduce a una mayor fragmentación y dispersión del poder en el sistema internacional.

El debate sobre la diplomacia digital apenas comienza. Como herramienta para la diplomacia pública tendría que ser suficientemente aprovechada para ampliar la presencia de los gobiernos en el ciberespacio, mediante la implementación de una estrategia que permita potenciar su influencia y alcance transmitiendo una imagen país en consonancia con el interés nacional y con los objetivos de la política exterior.

Referencias

- (2013). Programa Sectorial de Relaciones Exteriores 2013-2018. *Diario Oficial de la Federación*. Recuperado de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5326546&fecha=13/12/2013
- Aguirre, D., & Erlandsen, M. (2018). La diplomacia pública digital en América Latina: desafíos y oportunidades. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 113, 119-139.
- Aguirre, D., & Morandé, J. (2015). *El ciberespacio y las relaciones internacionales en la era digital*. Instituto de Estudios Internacionales, Universidad de Chile.
- Apuntes Internacionales. (2017). Recuperado de www.apuntesinternacionales.cl
- Bjola, C. (2015). Introduction. En C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: theory and practice*. London: Routledge.
- Bjola, C., & Jiang, L. (2015). Social media and public diplomacy: a comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, U.S. and

- Japan in China. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: theory and practice*. London: Routledge.
- Chile en el Exterior. (2014). *Ministro Heraldo Muñoz presenta sitio web con los argumentos de Chile ante la demanda marítima de Bolivia*. Recuperado de <http://chile.gob.cl/es/blog/noticias/2014/12/23/ministro-heraldo-munoz-presenta-sitio-web-con-los-argumentos-de-chile-ante-la-demanda-maritima-de-bolivia/>
- Cull, N. (2009). Diplomacia pública: consideraciones teóricas. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 85, 55-92.
- Cull, N. (2012). El futuro de la diplomacia pública: implicaciones para México. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 96, 45-73.
- Duncombe, C. (2017). Twitter and transformative diplomacy: social media and Iran-US relations. *International Affairs*, 93(3), 546-562.
- Erlandsen, M. (2017). Twiplomacia chilena: ¿es una crisis diplomática la causa gatillante para implementar Twitter? *Columbia University Academic Commons*. <https://doi.org/10.7916/D8RN3DMK>
- Esparza, P. (2017). ¿Por qué Dinamarca creará la primera embajada digital del mundo para lidiar con Google, Facebook y otros gigantes tecnológicos? Recuperado de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-38917336>
- Fletcher, T. (2017). *If diplomacy did not exist, we would need to invent it*. Recuperado de <https://blog.oup.com/2017/06/digital-diplomacy-law/>
- Lüfkens, M. (2016). *Twitter is the preferred network for digital diplomacy*. Recuperado de <https://medium.com/@luefkens/twitter-is-the-preferred-network-for-digital-diplomacy-e2c7597adac9>
- Manor, I., & Segev, E. (2015). America's selfie: how the US portrays itself on its social media accounts. En C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: theory and practice*. London: Routledge.
- Melissen, J. (2011). *Beyond the new public diplomacy*. Netherlands: Institute of International Relations Clingendael.
- Méndez, M. (2016). Diplomacia pública y marca-país en las Américas: un acercamiento a las experiencias de Brasil, Chile, México y Perú. *Temas de Nuestra América*, 59, 81-98.
- Neyra, A., & Rubio, R. (2018). Cancillería peruana: de la digitalización a la modernización. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 113, 141-161.
- Pamment, J. (2014). Diplomacy: digital and public. En E. Pérez, R. Rubio & J. Manfredi (Eds.), *La diplomacia pública como reto de la política exterior* (pp. 30-43). Madrid: Escuela Diplomática.

- República de Chile, Senado. (2017). *Modernización del Ministerio de Relaciones Exteriores: Senado comienza estudio del proyecto*. Recuperado de http://www.senado.cl/modernizacion-del-ministerio-de-relaciones-exteriores-senado-comienza/prontus_senado/2017-05-10/110927.html
- Riordan, S. (2016). *Cyber diplomacy vs. digital diplomacy: a terminological distinction*. Recuperado de <http://uscpublicdiplomacy.org/blog/cyber-diplomacy-vs-digital-diplomacy-terminological-distinction>
- Rodríguez, A. (2015). Diplomacia digital, ¿adaptación al mundo digital o nuevo modelo de diplomacia? *Opción*, 31(2), 915-937.
- Sarukhán, A. (2016). I say *poder suave*, you say soft power. *CDP Blog*. Recuperado de <http://uscpublicdiplomacy.org/blog/i-say-poder-suave-you-say-soft-power>
- Secretaría de Relaciones Exteriores. (2013). *Mañana inicia Reunión Anual de Embajadores y Cónsules*. Recuperado de <http://www.gob.mx/sre/prensa/manana-inicia-reunion-anual-de-embajadores-y-consules>
- Secretaría de Relaciones Exteriores. (2014). *“MiConsulmex” obtuvo el tercer lugar del Premio a la Innovación en Transparencia 2014*. Recuperado de <http://www.gob.mx/sre/prensa/miconsulmex-obtuvo-el-tercer-lugar-del-premio-a-la-innovacion-en-transparencia-2014>
- Secretaría de Relaciones Exteriores. (2016). *La SRE celebrará la XXVII Reunión de Embajadores y Cónsules*. Recuperado de <https://www.gob.mx/sre/en/prensa/la-sre-celebrara-la-xxvii-reunion-de-embajadores-y-consules>
- Secretaría de Relaciones Exteriores. (2017). *Embajadas de México en el exterior*. Recuperado de <https://directorio.sre.gob.mx/index.php/embajadas-de-mexico-en-el-exterior>
- Secretaría de Relaciones Exteriores. (2017a). *Consulados de México en el exterior*. Recuperado de <https://directorio.sre.gob.mx/index.php/consulados-de-mexico-en-el-exterior>
- Secretaría de Relaciones Exteriores. (2017b). *Oficinas de enlace de México en el exterior*. Recuperado de <https://directorio.sre.gob.mx/index.php/oficinas-de-enlace-de-mexico>
- Secretaría de Relaciones Exteriores. (2017c). *Nuevo botón de emergencia en la app “MiConsulmex”*. Recuperado de <https://www.gob.mx/sre/prensa/nuevo-boton-de-emergencia-en-la-app-miconsulme>
- Seib, P. (2017). *Donald Trump, Twitter master*. Recuperado de <http://uscpublicdiplomacy.org/blog/donald-trump-twitter-master>

Twitplomacy. (2015). *Twitplomacy study 2015*. Recuperado de <http://twitplomacy.com/blog/twitplomacy-study-2015/>

Twitplomacy. (2017). *Twitplomacy study 2017*. Recuperado de <http://twitplomacy.com/blog/twitplomacy-study-2017/>

Cuentas en las redes sociales citadas

Twitter

Academia Diplomática Andrés Bello, @AcadeAB

AGCID Chile, @AGCICHILE

Amexcid, @AMEXCID

APEC Chile 2019, @APECChile2019

Cancillería Chile, @Minrel_Chile

Chile ante La Haya, @ChileanteLaHaya

Chile MFA, @ChileMFA

Dicoex, @dicoex

Instituto Matías Romero, @imatiasromero

Secretaría de Relaciones Exteriores México, @SRE_mx

Facebook

Agencia de Cooperación Internacional de Chile, <https://www.facebook.com/AGCICHILE/>

Amexcid, <https://www.facebook.com/AMEXCID/>

Cancillería Chile, <https://www.facebook.com/MinrelChile/>

Chile ante La Haya, <https://www.facebook.com/ChileAnteLaHaya/>

Secretaría de Relaciones Exteriores, <https://www.facebook.com/SREMX/>

YouTube

AGCID, <https://www.youtube.com/user/AGCICooperacionChile>

Amexcid, <https://www.youtube.com/user/amexcid>

Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, <https://www.youtube.com/user/MinRelChile>

SREmx, <https://www.youtube.com/user/sredgcs>